



RICARDO SABATINE

DIRETOR NACIONAL VENDAS

Tendências e oportunidades no mercado de cervejas premium

01

A FORÇA DA CATEGORIA



SEGMENTO CONTINUA IMPULSIONANDO A CATEGORIA

02

LONO GLUTEN FREE E ZERO ALCOOL



TENDÊNCIA QUE JÁ VIROU REALIDADE CONSOLIDADA

03

VISIBILIDADE QUE CONVERTE



REFORÇA O POSICIONAMENTO E CRIA EXPERIÊNCIAS

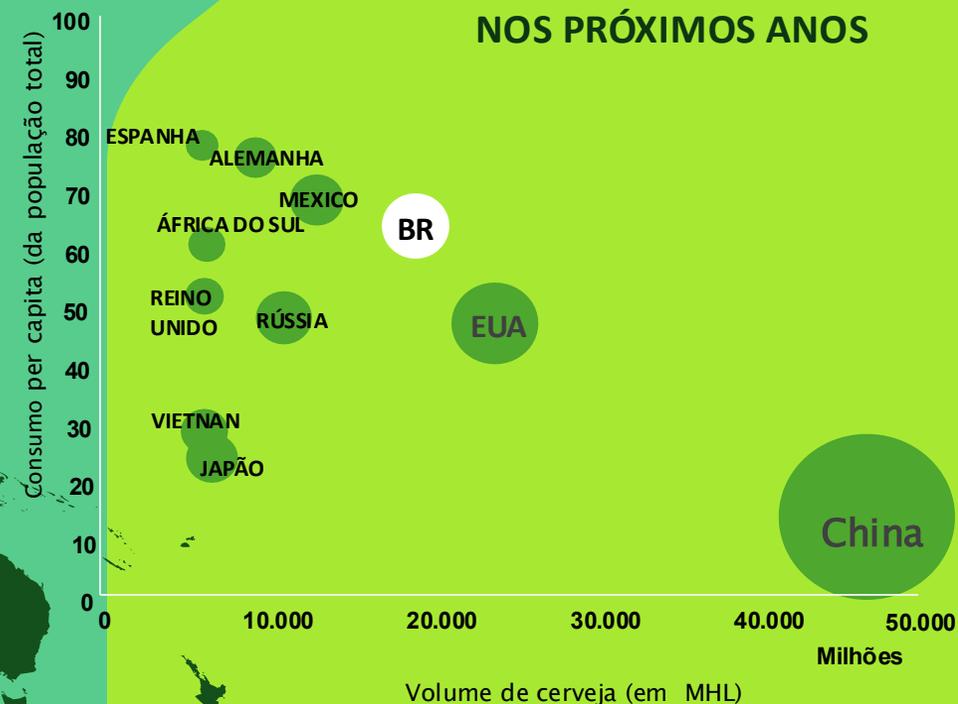
Brasil ocupa a 3º posição global em produção e consumo de cerveja

PREMIUM CONTINUA GANHANDO FORÇA E ATRAINDO CONSUMIDORES DE OUTROS SEGMENTOS

O MERCADO DE CERVEJA AINDA ESTÁ PREVISTO PARA CRESCER E ATINGIR UM

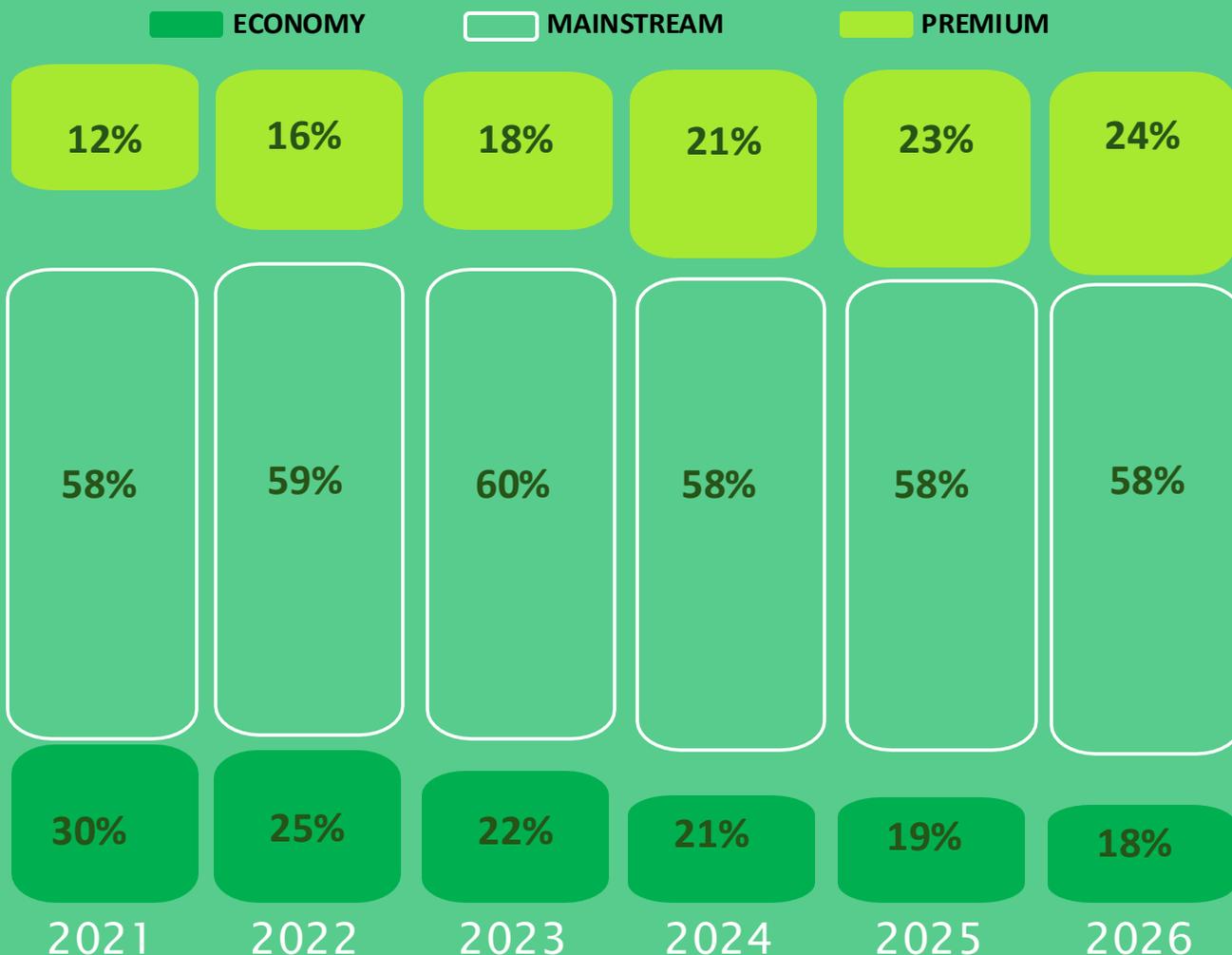
PCC DE 100 L / ANO

NOS PRÓXIMOS ANOS



A cerveja premium continua sendo o motor de crescimento do mercado

Importância do volume por segmentos



O SEGMENTO DE CERVEJAS PREMIUM MANTÉM CRESCIMENTO DE

+11,5%

(volume vs 2024)

AUMENTO DO CONSUMO EM CASA FACILITA O TRADE-UP

OFF GANHA FORÇA EM COMPARAÇÃO AO ON PREMISE

A força das nossas marcas Premium

Um brinde ao amor correspondido.

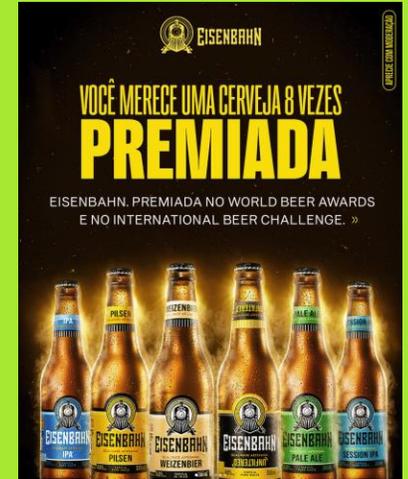
Heineken®, a cerveja mais amada do brasileiro.*



*Segundo pesquisa de Brand Power da Kantar, divulgada pela revista Exame no dia 03/05/2022, que elegeu Heineken® como a cerveja mais amada no Brasil em 2022.



**NA LIDERANÇA:
HEINEKEN VENCE PELO 4º ANO
PRÊMIO MAIS AMADOS
VEJA SP 2025**





Segmento de baixa caloria (Sem Glúten e Sem Álcool) é a nova tendência que impulsiona o premium

O CONSUMIDOR ESTÁ
BEBENDO MENOS PORÉM
ESTÁ BEBENDO MELHOR

NOVIDADE

LIFESTYLE, EQUILÍBRIO
E PROPÓSITO NÃO É SOBRE
RETIRAR O ÁLCOOL,
É SOBRE OFERECER UMA
NOVA EXPERIÊNCIA.



MERCADO DE CERVEJA
COM BAIXA CALORIA
CONTINUA CRESCENDO
NO BRASIL

24 X23 **+104%**

25 X24 **+108%**

MERCADO DE CERVEJA

LO +NO

(Low or No Alcohol)

24 X23 **+24%**

25 X24 **+31%**



LONO A oportunidade está na sua Gondola

1

Ruptura Zero

Garantir a parametrização dos estoques para evitar rupturas.



2

Exposição Correta + Conversão

Organização dos SKU's seguindo o Planograma recomendado para facilitar a jornada do Shopper.



3

Visibilidade diferenciada

Garantir espaço privilegiado e organizado para as marcas, destacando a proposta de valor do segmento.



Alavanca de conversão e posicionamento

O PDV É O ÚLTIMO IMPACTO DE INFLUÊNCIA ANTES DA DECISÃO

Comunicar valor e criar uma atmosfera que estimula o consumo

CARREFOUR PRAIA MAR



CARREFOUR EL Dorado Santos



PÃO DE Açúcar Riviera SP



COM POSICIONAMENTO MAIS ESTRATÉGICO, O CANAL OFF TRADE FOI MENOS IMPACTADO PELA RETRAÇÃO DO MERCADO EM 2025 E TENDE A APRESENTAR DESEMPENHO SUPERIOR EM 2026

Uma exposição bem executada facilita a jornada de compra do Shopper



CERVEJA É O DESTINO PARA **48%** DOS SHOPPERS, CERVEJA FOI A PRINCIPAL OU UMA DAS PRINCIPAIS RAZÕES DA ESCOLHA DA LOJA

MAIS DE **+50%** DOS SHOPPERS COMPRAM CERVEJA EM MISSÕES RÁPIDAS, DE URGÊNCIA

54% COMPRA RÁPIDA

REPOSIÇÃO **26%**

19% ABASTECIMENTO

ORDEM E IMPORTÂNCIA DOS SEGMENTOS

VALOR AGREGADO



70%

DA DECISÃO DE COMPRA ESTÁ NA GONDOLA

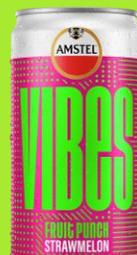
TRADE UP

Presença estratégica em cada ocasião de consumo do Shopper



ATIVIDADE	CAFÉ DA MANHÃ	ATIVIDADE FÍSICA	MOMENTO DE AUTOCUIDADO	LANCHE	ALMOÇO	CHURRASCO COM OS AMIGOS	FINAL EXPEDIENTE	ENCONTRO COM OS AMIGOS	JANTAR HARMONIZADO	SOCIALIZANDO EM CASA	ESQUENTA PARA BALADA
PRODUTO											
	BAER-MATE	MAMBA WATER	CLASH'D	FYS/ ITUBAINA	HEINEKEN 0,0%	AMSTEL EISENBahn	PRAYA SOL	EISENBahn	BLUE MOON BADEN E EISENBahn	HEINEKEN	AMSTEL VIBES
SENTIMENTO											
EXPERIÊNCIA	Uma explosão de energia, preparando-se para o dia com um humor positivo.	Revigorada e bem hidratada, com energia para o treino.	Sente o sabor refrescante e natural, pronto para a primeira parte do dia.	Desfrutar dos sabores doces e refrescantes na hora do lanche.	Entre reuniões e compromissos o corpo pede leveza e autenticidade.	Escolhas essenciais para ocasiões de socialização, como churrascos entre amigos	Leves, refrescantes e sem glúten, perfeitas para desacelerar em casa	Combinando a qualidade artesanal com o prazer de compartilhar bons momentos	Vários estilos para transformar o jantar em uma verdadeira experiência.	Para brindar em grande estilo, conectando sofisticação e presença em todos os momentos.	O sabor frutado, ideal para dançar, conversar e curtir sem pausa.

Somos
uma casa
de marcas



Estrutura preparada para atender vocês



Ricardo Sabatine

Diretor Nacional De Vendas

ricardo.sabatine@heineken.com.br

(11) 95063-1094



Marcos Brandli

Diretor NO/NE

marcos.brandli@heineken.com.br

(11) 97547-4733



Karina Freitas

Diretora Sul/Sudeste

karina.freitas@heineken.com.br

(51) 99352-8548



Raphael Dutra

Diretor Nacional ASI

raphael.dutra@heineken.com.br

(21) 98561-0079



Giuliana Bernardo

Diretora Nac. Atacado e KA

giuliana.bernardo@heineken.com.br

(51) 99573-1465



 **HEINEKEN**

NOSSA  EM CADA  E EM CADA  BRASILEIRO