



Agenda Positiva do Leite

Idealizado pela ABLV

(Associação Brasileira da Indústria de Lácteos Longa Vida)

O leite segue com alta penetração, porém **consumo per capita em declínio**



Penetração segue estável

99% dos Lares Brasileiros

*Kantar | Painel de Lares | 2022



Queda no Consumo Per Capita

-1,9% CAGR 17-22

*Consumo per capita de leite branco por ano
Compass, GlobalData 2022



Leite sob Ataque

Impacto meio ambiente

Bem estar animal

Saúde e Intolerância

Desinformação



Vilão da Inflação

+57% IPCA-15 | Julho

*Fonte: IBGE



Leite entre R\$ 7 e R\$ 10 chama atenção dos consumidores e gera memes; veja motivos da alta

Em relação ao campo, aumento tem a ver com a menor oferta e com o fenômeno La Niña, entre outros pontos, diz o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea).





Acreditamos
que é necessário
dar mais
motivos para os
consumidores
valorizarem o
consumo diário
de leite



ABLV

Associação Brasileira da
Indústria de Lâcteos Longa Vida



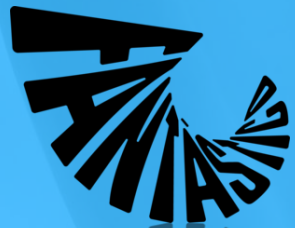


UM MOVIMENTO
VISTO POR MAIS DE
100 MILHÕES
DE PESSOAS

TV ABERTA



Início no dia 16/04 - 30/04



Mais 24 inserções nos programas de maior audiência da Rede Globo.

Com estreia no Fantástico e exibição na final do Big Brother Brasil, estaremos presentes nas maiores cidades do Brasil.

Rio de Janeiro | Belo Horizonte | Porto Alegre | Curitiba | Florianópolis | Ribeirão Preto | São José do Rio Preto | Sorocaba | São José dos Campos | Goiânia | Campinas | Brasília | São Paulo | Salvador | Fortaleza



MERCHANDISING

AÇÕES TV ABERTA | TERRITÓRIO NACIONAL



ENCONTRO, TV GLOBO
AÇÃO DE CONTEÚDO

+3 MINUTOS NO AR

+ 27 MILHÕES DE PESSOAS IMPACTADAS



HOJE EM DIA, TV RECORD
AÇÃO DE CONTEÚDO

7 MINUTOS NO AR

+ 5 MILHÕES DE PESSOAS IMPACTADAS

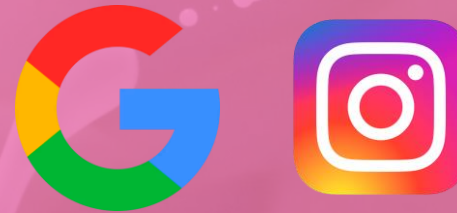
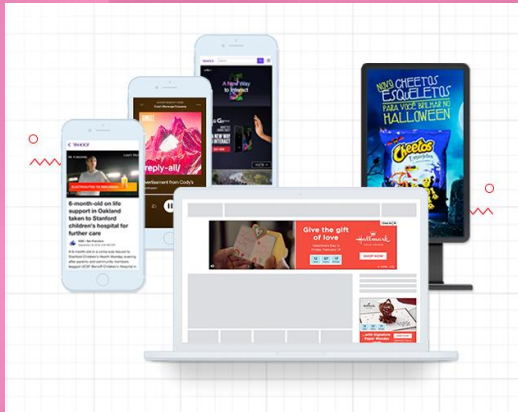
MIDIA ONLINE

Programática Display
e Vídeo

Branded Content

Feeds, stories e
links patrocinados

Influencer: reels,
story e feed



Por todo o país, nossa estratégia na mídia digital, veiculada entre o dia 17/04 e 31/07, será composta por: programática display, branded content na UOL, programática video através do Youtube, Instagram (feed e story patrocinado), Google Search (links patrocinados) e uma rede de mais de 60 influenciadores trabalhando na plataforma Instagram.

Principais resultados

Relação Públicas

ECONÔMICO **Valor**

Agronegócios

Estratégia Empresas criam campanha para tentar aumentar as vendas Indústria lança ofensiva para reanimar o consumo de leite

Érica Polo
De São Paulo

Depois de dois anos seguidos de baixa de vendas de leite longa vida — algo que essa indústria não viu em seu histórico recente no país —, as gigantes do ramo se uniram para investir R\$ 12 bilhões em um movimento para incentivar o consumo da bebida.

Com a inflação e a queda do poder de compra das pessoas, as vendas de leite das integrantes da Associação Brasileira da Indústria de Laticínios Longa Vida (ABILV) caíram 5% no ano passado em comparação a 2021, chegando perto de 6,4 bilhões de litros, segundo uma estimativa prévia. O resultado oficial deverá sair em algumas semanas. Em 2021, o volume já havia recuado perto de 3,5% (ver gráfico).

O cenário atual incentivou as indústrias a trabalharem numa ofensiva de comunicação, algo que não era levado adiante pela ABILV há pelo menos 15 anos. “Mas este [efeito do cenário macroeconômico] não é o único motivo”, disse Laécio Barbosa, presidente da ABILV. “O produto tem sofrido ataques nas redes, e a ideia é informar sobre a qualidade nutricional do alimento”.

Em época de creme de leite feito de arroz, carne de laboratório e uma miscelânea de novidades vistas no mundo alimentício, a ideia da indústria é entre-

gar informações sobre a bebida, sem “fazer ataques” a outros segmentos, garante o dirigente.

A partir deste domingo entra no ar a campanha “A vida pede leite”, que será veiculada em tevês abertas e por assinatura, e contará com um exército de influenciadores (em torno de 60 pessoas) nas redes sociais.

Além disso, os milhões inicialmente investidos por Piracanjuba, Lactalis, Jussara, Italc, Alvoar (Betânia e Embare) e outras marcas que estão sob o guarda-chuva representativo da ABILV, também vão fomentar equipes que visitam nutricionistas e médicos.

O universo dos laticínios longa vida, que além do leite UHT soma achocolatados, creme de leite e leite condensado, é bilionário. Entre os associados e não associados da ABILV move-se R\$ 50 bi-

lhões anuais. A ideia é atrair apoiadores para o movimento. “É impossível passar todas as informações em um filme de tevê”, continua Barbosa. O trabalho será distinto, portanto, em cada uma das ações, embora os movimentos tenham objetivo comum de distribuir informação e promover o consumo de leite.

Em um dos filmes que serão veiculados em tevês, por exemplo, escuta-se de uma interlocutora animada que “leite é tudo” e que o alimento é uma importante fonte de cálcio e proteínas. Já em redes sociais ou para o público médico, a disseminação de informações será mais detalhada.

O momento para o início do trabalho é ideal na avaliação da ABILV, já que, mesmo que o cenário econômico não esteja com esca-

la bola toda, o consumo da bebi-

da se recupera. Uma explicação é o recuo de patamares de preços em comparação aos picos de 2022, quando o leite chegou a puxar a inflação de alimentos.

Uma pesquisa recente da Kantar informa que o consumo de leite cresceu 3,2% no primeiro bimestre de 2023, para perto de 1,2 bilhão de litros. A bebida alcança 99% dos lares brasileiros.

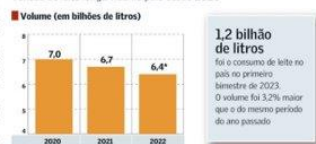
Barbosa acredita em recuperação de vendas aos níveis de 2021 neste ano porque os preços dificilmente chegarão aos níveis de 2022. Para ele, haverá mais leite disponível no mercado interno, sendo a importação de Argentina e Uruguai uma dessas fontes de fornecimento. O custo do leite em pó dos vizinhos, aliás, é agora mais competitivo que o do produto nacional, indica boletim da consultoria MilkPoint Ventures.

Relatório elaborado pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), com base em dados do governo federal, informou nesta semana que as importações de derivados cresceram perto de 200% entre janeiro e março deste ano, para 65,5 mil toneladas.

Agora isso, espera-se que as fazendas brasileiras retomem os volumes produção. Para a ABILV, a produção pode se recuperar dos 5% de queda registrados em 2022, quando o campo entregou 23 bilhões de litros, dado do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Em queda

Vendas de leite longa vida no país desde 2020

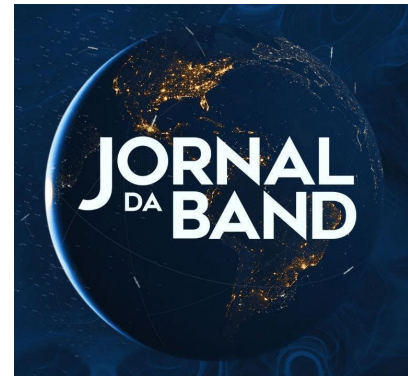


1,2 bilhão de litros

foi o consumo de leite no país no primeiro bimestre de 2023. O volume foi 3,2% maior que o do mesmo período do ano passado.

Fonte: ABILV e Kantar. *Previsão

Entrevista para o Jornal da Band



Leite, alimento versátil e nutritivo que não falta na mesa dos brasileiros



Entrevista ao vivo para o canal Agro+



Entrevista feita em 17/4, foi para o ar,.



É falso que leite de caixinha tenha substâncias tóxicas para se manter conservado na embalagem

Video publicado no Instagram engana ao alegar que o leite UHT está entre os piores alimentos do mundo; ministério da Agricultura, Arviva e especialistas destacam a segurança e o valor nutricional do alimento

Não é verdade que o leite UHT, ou leite de caixinha, receba substâncias tóxicas como soda cáustica, água oxigenada e formol para se manter conservado na embalagem. Video publicado em um perfil no Instagram engana ao alegar que o leite está entre os piores alimentos do mundo por ser “totalmente modificado” durante o processamento térmico Ultra Alta Temperatura, na sigla em inglês, UHT. Especialistas entrevistados pelo Estadão Verifica ressaltam que o leite industrializado é seguro e não oferece risco à saúde.

O processo térmico UHT nada mais é do que um tratamento ao qual o leite de vaca é submetido para eliminar microorganismos patogênicos — que fazem mal à saúde — e deteriorantes, que são bactérias que estragam o produto. Ao contrário do que sugere o video, o processamento térmico não tem relação com a adição de

Principais resultados – Midia Online

Imprensa

4 entrevistas

Valor Econômico, Jornal da Band, Agro+, Revista Indústria de Laticínios




13 matérias de destaque

Valor Econômico, Jornal da Band, Estadão, Agro+, IstoÉ Dinheiro, Zero Hora, Milk Point, Terra Viva, O Dia, InfoFlashBR, MSN, Sindilat e MAB – Mundo Agro Brasil

Influenciadores

57 criadores de conteúdos

com publicações no feed do Instagram

-  Mais de **1.311.668 visualizações** nos Reels
-  Mais de **45.552 curtidas**
-  Mais de **3.373 comentários**

Cerca de **99%** destes são positivos e elogiam ou incentivam diretamente o consumo do leite

Mar aberto + redes proprietárias

293 publicações e comentários monitorados

 **84%** são **positivos**

Incluindo posts da ação de comunicação interna da Tetra Pak e menções espontâneas nas redes sociais



PROFISSIONAIS DE SAÚDE

Objetivo do plano: Reforçar os atributos e liderar a desmistificação do leite junto aos profissionais de saúde, incentivando a inclusão da categoria na rotina alimentar dos brasileiros.

VISITAÇÃO EM CONSULTÓRIO – CICLO 1

900
nutricionistas
impactadas
RJ, SP, DF, PR, RS

109
postagens

590k
seguidores
Potencial
de impacto

OUTPUT PESQUISA

Avaliação
Geral da visita

4,3 ★



100%

dos que **não**
conheciam o processo
UHT afirmaram que
**saber mais sobre o
processo confere maior
segurança na
prescrição**

100%

Afirmou que **incluirá
orientações sobre
consumo de leite** em suas
consultas, sendo que **46%**
pontuou que após a visita
fará essa orientação **com
mais frequência**

PARCERIA COM SOCIEDADE MÉDICAS PARA ELABORAÇÃO DE POSICIONAMENTO

Reunião de alinhamento e retorno positivo de 2 sociedades para elaboração, publicação e divulgação do documento



PRÓXIMAS AÇÕES

**NOVO CICLO DE
VISITAS, COM
DIVULGAÇÃO DE
POSICIONAMENTO**

960 PROFISSIONAIS

**PARTICIPAÇÃO EM
CONGRESSO DE
NUTRIÇÃO: GANEPÃO**

600 PROFISSIONAIS

**TOUR À FÁBRICA PARA
DESMISTIFICAR
PROCESSO PRODUTIVO**

20 PROFISSIONAIS

**DISPARO DE E-MAIL
MARKETING**

3.000 PROFISSIONAIS

PREVISÃO DE IMPACTO

Exemplo de Postagens em Redes Sociais

hiasmim.nutri 24 h
Ver tradução

Olha quanto você precisa consumir de outros alimentos pra bater a mesma porção de cálcio....

Para substituir 1 copo de leite semidesnatado (240ml)

247 mg de cálcio
Absorção fracional 32,1%

Seria necessário...

Espinafre (absorção 5,1%)	93 colheres de sopa (~2,3kg)
ou	
Feijão Carioca (absorção 26,7%)	13 conchas
ou	
Tofú (absorção 31%)	8 fatias
ou	
Couve Manteiga (absorção 49,3%)	10 colheres de sopa

Alimentos alternativos não apresentam a associação entre boas concentrações de cálcio, alta absorção fracional e versatilidade que o leite possui.

Então se você não é realmente intolerante à lactose, ou tem alergia à proteína do leite não retire da sua dieta 😊

giovanamolon

Hoje recebi a visita da @marianatlemesnutri, em nome da ABLV, para uma conversa sobre o consumo do leite de vaca e o impacto na nossa saúde

Os benefícios já comprovados vão desde a redução do risco de doenças cardiometabólicas até o auxílio na recuperação pós-treino

10 Verdades sobre o Leite

1. É recomendado durante todos os estágios de vida

2. É uma excelente fonte de proteínas e cálcio

3. Não é um alimento pró-inflamatório

4. Não aumenta a produção de muco ou piora quadros de asma

5. Não causa desconforto abdominal

E ao contrário do que ainda circula sobre o leite ser um alimento inflamatório, os melhores estudos mostram que o consumo de laticínios pode **reduzir a inflamação!**

rafaribas.nutri 55 min
Ver tradução

Existem alimentos que foram “demonizados” e entraram para a lista do terrorismo nutricional, o leite é um deles! Cuidado com informações disseminadas de forma sensacionalista. O leite não vai te inflamar se você não apresentar sensibilidade a ele... nem toda orientação serve para todo mundo!

10 Verdades sobre o Leite

nutriraq

Hoje na primeira parte da manhã me encontrei com a @marianatlemesnutri (representando a ABLV), para falarmos sobre o consumo do leite de vaca.

10 Verdades sobre o Leite

1. É recomendado durante todos os estágios de vida
2. É uma excelente fonte de proteínas e cálcio
3. Não é um alimento pró-inflamatório
4. Não aumenta a produção de muco ou piora quadros de asma
5. Não causa desconforto abdominal

Eu sei que escutam muitas inverdades a cerca dele, vindas principalmente de profissionais da saúde baseados em pesquisas mal conduzidas ou mesmo com interpretações equivocadas dos resultados delas.

O leite é um alimento riquíssimo, com bom aporte proteico, prático de consumir, além de ser uma boa fonte de cálcio.

Siga, curta e compartilhe @AVidaPedeLeite



tes que tornam o leite um alimento tão especial?

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura, o leite é um alimento que deve ser recomendado como parte de uma alimentação equilibrada e saudável para fornecimento de nutrientes indispensáveis para todas as fases da vida. Mas quais são esses nutrientes que tornam o leite um alimento tão especial?



Carboidrato

O carboidrato mais encontrado no leite é a lactose. Além de fornecer energia ao corpo, ela contribui para aumentar a absorção de nutrientes presentes no leite, como cálcio, magnésio e fósforo (1, 2), e ajuda a colonizar o intestino com bactérias benéficas para o corpo.

Proteínas

As proteínas do leite superam as proteínas do ovo, do frango ou de leguminosas como os feijões no índice proposto pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura para avaliação da qualidade das proteínas dos alimentos. Elas também são facilmente digeridas e absorvidas pelo corpo (2). Um copo de leite de 200 ml possui, em média, 6 gramas de proteína, o que equivale a 8% das necessidades diárias de um adulto.

Gorduras

A quantidade de gordura pode variar de acordo com o tipo de leite. Enquanto o leite integral possui teor de gordura superior ou igual a 3%, o semidesnatado possui de 0,6 a 2,9% e o desnatado menos de 0,5%. Além de fornecer energia, as gorduras têm a função de transportar algumas vitaminas do leite, como a vitamina A e D (3).

Minerais



Vamos
caminhar
juntos
nessa
jornada?