



Vendas de produtos à base de plantas nas redes Extra e Pão de Açúcar crescem mais de 150% em um ano



O Extra e o Pão de Açúcar criaram, em lojas selecionadas, um espaço próprio nos freezers dos itens congelados para produtos feitos de plantas (Imagem: Divulgação/Pão de Açúcar)

As vendas de produtos à base de plantas nas lojas **Extra** e **Pão de Açúcar (PCAR3)** cresceram a uma média constante de mais de 150% desde a segunda quinzena de maio de 2019, quando começaram a ser comercializadas nas redes.

Segundo o Pão de Açúcar, essa categoria de alimentos se consolidou como uma alternativa no cardápio do consumidor brasileiro, principalmente na linha de hambúrgueres, onde já representam um terço da venda bruta total da categoria.

“O lançamento dos produtos plant-based foi um dos projetos de maior sucesso que implantamos no ano passado, chacoalhou o mercado e criou uma categoria completamente nova”, diz André Artin, gerente de Desenvolvimento Comercial do Extra e do Pão de Açúcar. “A demanda dos consumidores é crescente e reflete o movimento de pessoas que buscam adotar hábitos mais equilibrados em suas dietas e, também, uma alternativa e a substituição de produtos produzidos a partir da proteína animal”.

Atualmente, as redes contam com dez opções de hambúrgueres vegetais. A expectativa para o fim do primeiro semestre deste ano é de expandir a lista para 20 itens.

Com o aumento da demanda, o Extra e o Pão de Açúcar criaram, em lojas selecionadas, um espaço próprio nos freezers dos itens congelados para produtos feitos de plantas.



Tendência mundial

A **Marfrig (MRFG3)** e a ADM firmaram uma parceria no fim de maio para criar a PlantPus Foods, joint venture voltada para a fabricação e venda de carne e outros alimentos com base vegetal.

Ambas as empresas veem grande potencial nesse mercado, atualmente estimado em US\$ 2 bilhões nas Américas. Para elas, esse valor **pode dobrar nos próximos cinco anos**.

Fonte: Money Times, 11 de julho de 2020.



comercialonline.tv.br