

JMD torna-se um dos maiores players da categoria em 3 anos



• Filipa Trigueiros de Aragão – Brand Manager responsável pela categoria de bolachas na JMD

Bolachas faz parte do Top 5 de categorias Nielsen no Retailo. Trata-se de um mercado com muitos segmentos, subsegmentos e, obviamente, uma multiplicidade de marcas, o que faz dela uma categoria tão apelativa quanto complexa e desafiante. A JMD, distribuidor nacional com mais de 100 anos de história e líder na representação de marcas internacionais do segmento alimentar, definiu como objetivo para o seu ciclo estratégico 2019 – 2022 trabalhar a categoria de Bolachas, desafiando-se a si e a diferentes marcas internacionais (com e sem presença no panorama nacional) a assumir uma posição relevante nesta categoria. **Volvidos**



3 anos após o arranque de vendas, a JMD assume-se ao fecho de 2021 como o 4º player do mercado em marcas de fabricante dentro dos segmentos em que opera.

Dentro das marcas trabalhadas pela JMD destacam-se:

McVities Com uma história que remonta ao século XIX, McVities nasceu em Edimburgo no Reino Unido e é a marca de referência no segmento Digestivas, isto porque foi com a sua receita desenvolvida em 1839, que utilizava bicarbonato de sódio por se acreditar que teria propriedades que ajudavam na digestão, que o segmento cresceu. Volvidos mais de cem anos, a marca alargou o seu sortido para outros subsegmentos, sendo atualmente a marca de bolachas mais vendidas no Reino Unido, com uma produção anual de mais de 2 biliões de bolachas.

Em 2021 a marca cresceu acima dos 6%, reforçando a sua quota de mercado. Para este resultado foram decisivos 2 eixos: a inovação, através da gama Thins (vulgo Finas) e formato Tubos (inovação disruptiva na categoria), e os formatos de conveniência, com as gamas Fruit & Form e Digestive To Go.

No que diz respeito a 2022, no 1º trimestre McVities surpreendeu com uma mudança de imagem no mercado. Começando pela sua gama core, o azul do logotipo ganha maior protagonismo nas embalagens, reforçando o bloco de marca e estabelecendo maior diferenciação em linear, nomeadamente pelo reforço do "appetite appeal" das bolachas e do seu lado mais indulgente. Para o 2º trimestre a aposta passa por inovação, levando a marca para novos segmentos, preenchendo assim espaços de mercado que se encontram por satisfazer.



Pavese é a marca estrela do subsegmento Italian Crackers, nº2 no segmento Healthy Salty e a grande impulsionadora do crescimento do segmento no 1º trimestre de 2022.

Com uma história de mais de 50 anos e uma presença forte à mesa e no dia a dia do povo Italiano, as crackers Pavese têm uma estrutura única e um sabor inconfundível. Desde a simplicidade das suas clássicas bolachas com e sem sal, ao sabor pleno de intensidade das suas bolachas com azeitonas, milho ou curcuma, e terminando com a delicadeza da sua gama Sfogle, a Gran Pavese oferece uma gama para qualquer ocasião. Para o 2º trimestre de 2022 também aqui a aposta passa por inovação, com o reforço da gama Sfogle com um sku muito crocante.



Pertence à Lotus Bakeries, uma empresa belga fundada em 1932, o nome do seu produto estrela, a bolacha Lotus Biscoff resulta, por um lado, da escolha da palavra Lotus, em referência à flor de Lotus, que simboliza a pureza, representando a simplicidade e naturalidade dos ingredientes utilizados e, por outro lado, da junção das palavras "Bis" de biscuits (bolachas) e "Coff" de coffee (café), uma vez que estas bolachas são a junção perfeita para acompanhar um café, exponenciando os dois sabores quando juntos.

Em Portugal, a marca tem vindo a trilhar o seu caminho, com crescimentos constantes de quota, e fazendo as delícias de algumas sobremesas preparadas pelas cadeias de OOH, nomeadamente através da utilização do seu crumble ou spread (creme de barrar). Para o seu futuro existem muitas inovações pensadas, só tem de ficar atento. ■

