

KANTAR

BRAND FOOTPRINT 2023

Las marcas más elegidas en
Argentina

Worldpanel Division Argentina



Consumer Reach Points

¿Cómo se calcula?



X



X



Población

Número de hogares en un país

Penetración

% de hogares que compran su marca

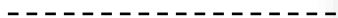
Consumer choice

Número de interacciones con su marca en todas las categorías en un año



Consumer Reach Points

Exponiendo el 'Momento de la verdad'



13.9m

población del hogar



83%

penetración



23

veces elegidos por año



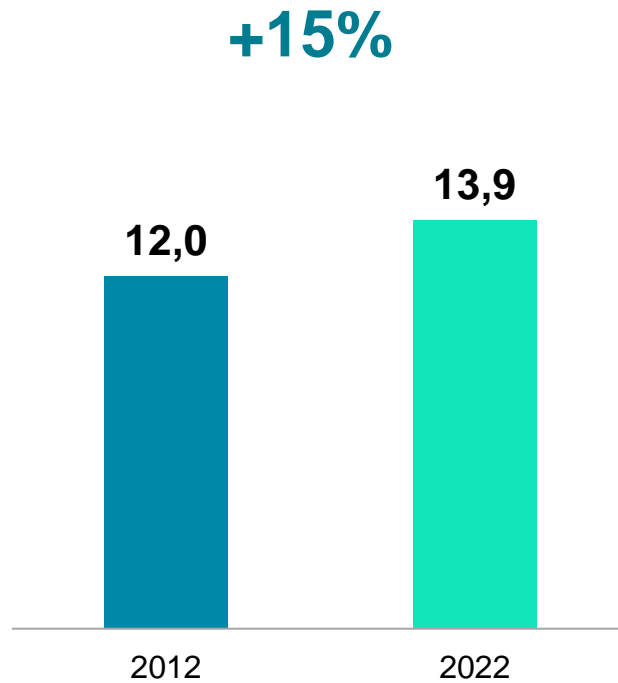
2. Consumer choices

BRAND FOOTPRINT 2023

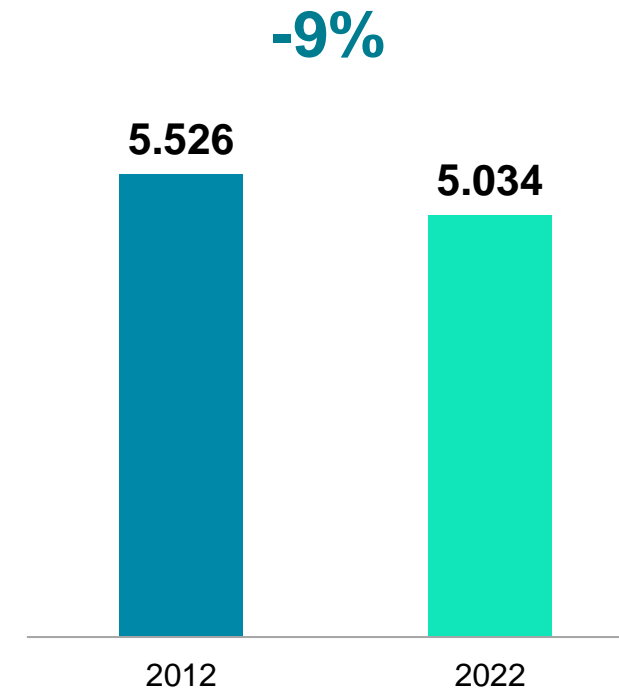


Gran desafío para las marcas: Captar compradores, en un contexto de menor cantidad de decisiones de compra

Número de Buyers (Millones de hogares)
T. Canasta | Total Argentina

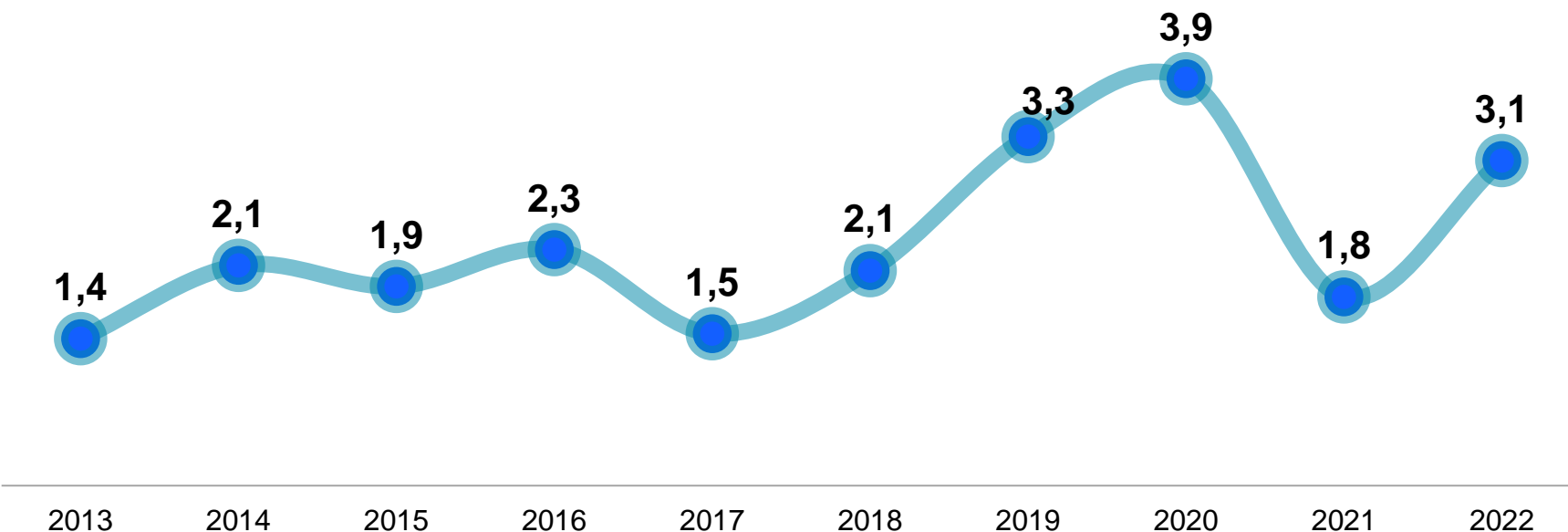


Número de FMCG Brand Choices (Millones de CRP)
T. Canasta | Total Argentina



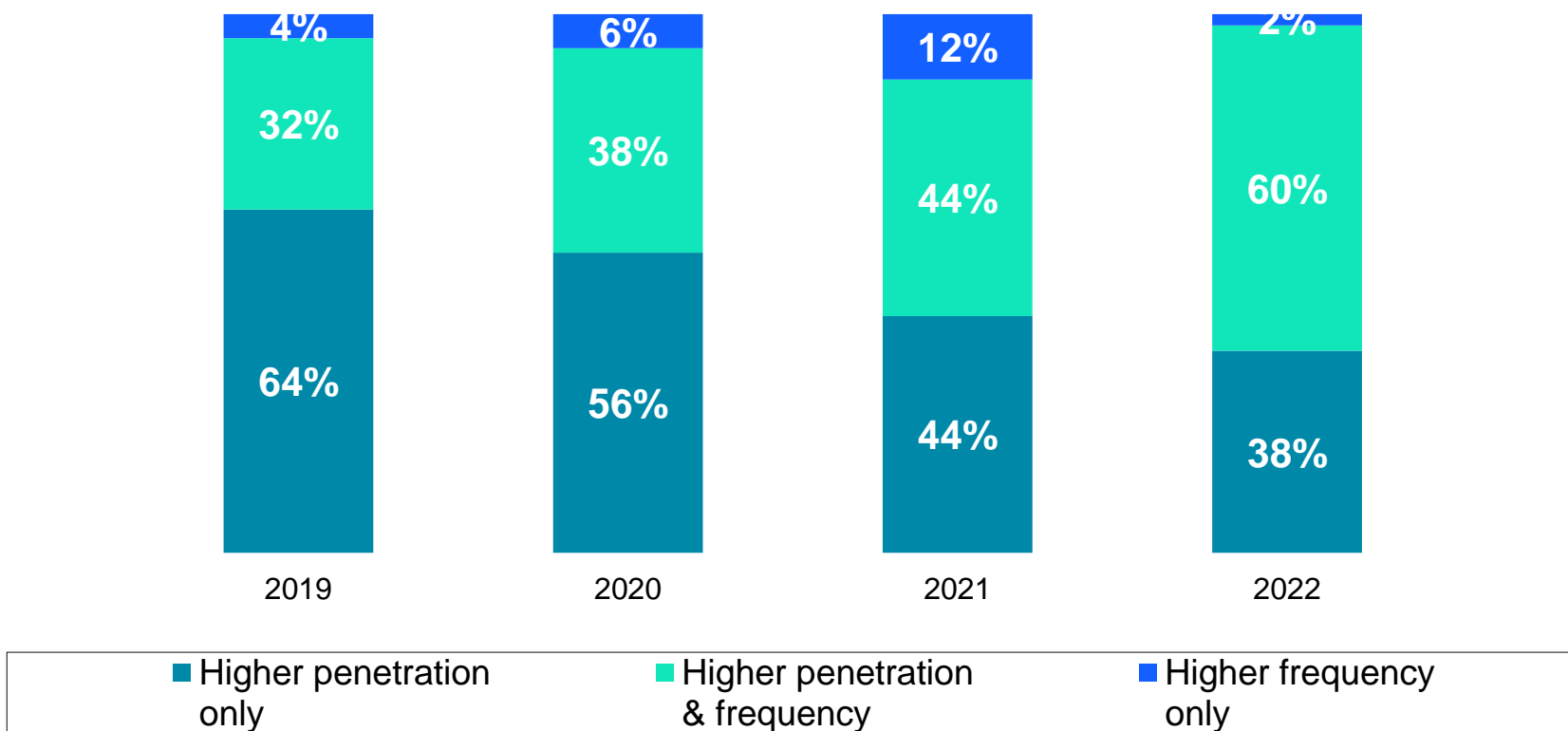
Importante recuperación de la Penetración de las marcas (top 250) en los hogares Argentinos

Mediana (pts) de crecimiento en Penetración vs período anterior
Marcas en crecimiento | Top 250 marcas | Total Argentina



Crecer en Penetración y Frecuencia conjuntamente se vuelve cada vez más relevante para ganar que las marcas sumen CRPs

Drivers de crecimiento
T. Canasta | Top 250 marcas | Total Argentina



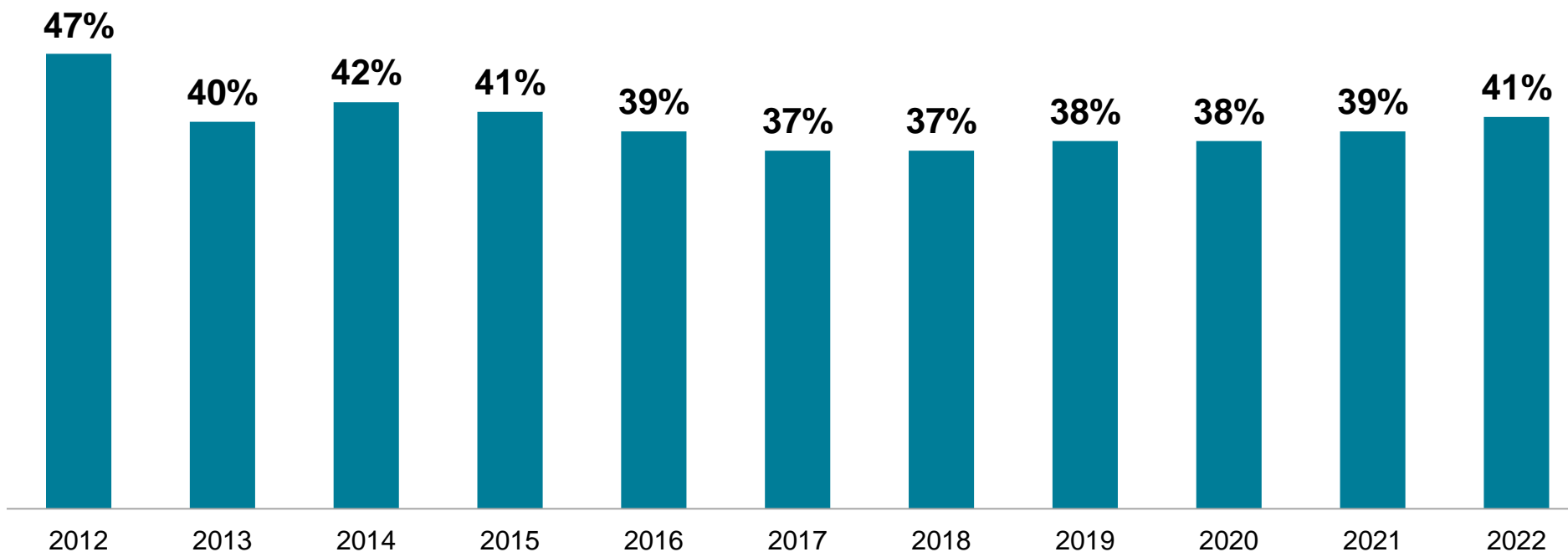
3. Las marcas más elegidas en Argentina

BRAND FOOTPRINT 2023



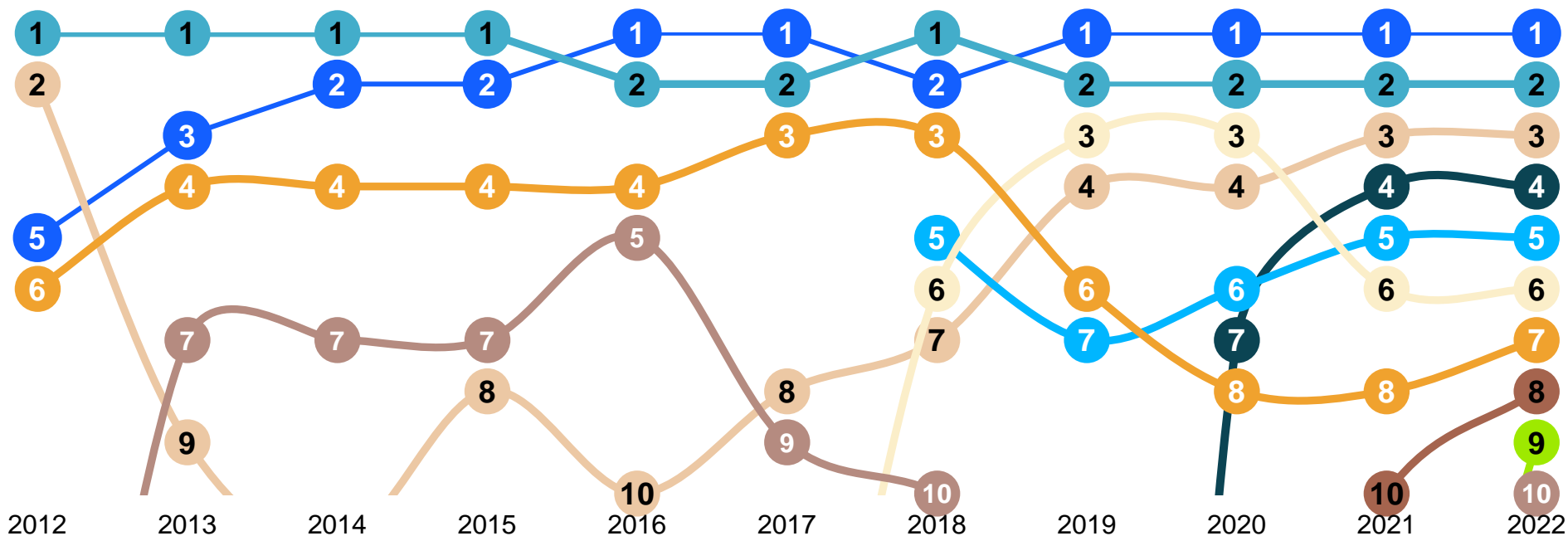
Las top 10 marcas recuperan su espacio y vuelven a estar por sobre el 40% de Market Share dentro del ranking top 50

Value Share Top 10 marcas
T. Canasta | Top 50 marcas | Total Argentina



Las primeras 6 marcas en CRP repiten posición del 2021

Evolución Top 10 marcas
T. Canasta | Top 10 marcas | Total Argentina



Las cinco marcas de FMCG más elegidas en Argentina

1

Coca-Cola

267
CRP(M)

+14%

2

LA SERENISIMA

197
CRP(M)

+14%

3

ARCOR

89
CRP(M)

+3%

4

Baggio®

79
CRP(M)

+8%

5

Natura

68
CRP(M)

-4%

4. Historias de éxito

BRAND FOOTPRINT 2023



Palancas de crecimiento

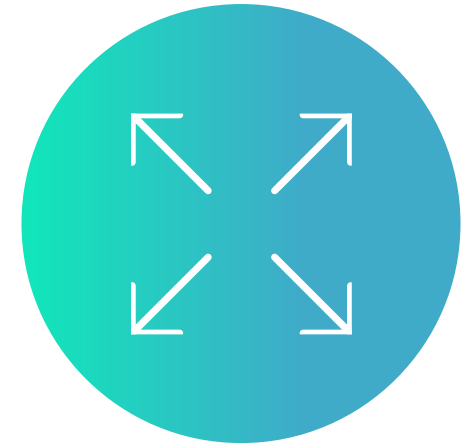
More presence



More categories



More moments



More targets



New needs



La Serenísima (2)

Argentina



89,5%

Penetration

197M (+14%)

CRP



Más de 580k
nuevos hogares
(+4,2 pp. 2022 vs 2021)

+22%

Promoción vs 2021
Presencia dentro de
Precios Cuidados



Nuevos Targets
Bajo Inferior: +6,2pp
Familias numerosas: +4,5pp
Adult couple: +8,2pp

El crecimiento de la marca fue acompañado de lanzamientos como el Queso Crema Clásico y la Leche Chocolateada



¡Gracias!

BRAND FOOTPRINT 2023

