Convenção 2017



51º EDIÇÃO DO MAIOR ENCONTRO DE LÍDERES DO SETOR SUPERMERCADISTA BRASILEIRO







WORKSHOP SUPERHIPER



EXPOSIÇÃO E FEIRA DE TECNOLOGIA





### 12 Tendências Globais











### Prevenção





#### Eu-ismo







#### **Expectativas**





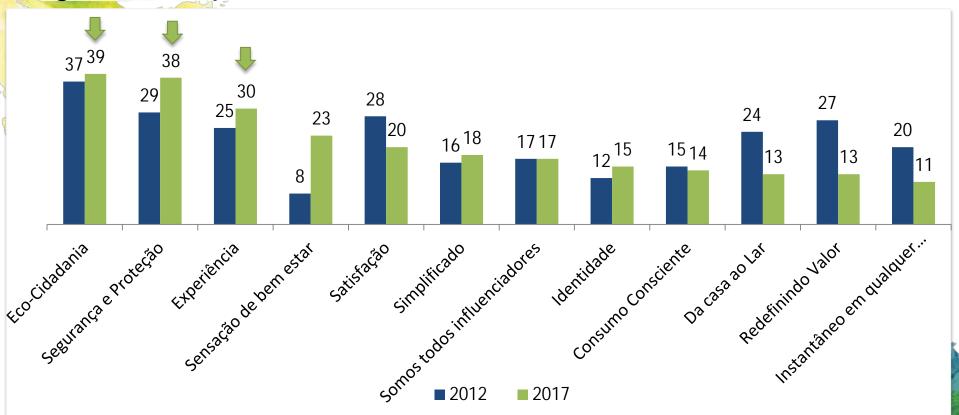


#### Em casa sempre



# As 3 mais importantes no Brasil em 2017, ganham importância desde 2012









### Eco-Cidadania | Insight e Palavras-chave





#### Insight

"Cada vez mais eu penso no impacto que a poluição ambiental e o aquecimento global têm sobre a minha vida e dos meus filhos. Ao escolher quais produtos comprar e serviços usar, eu considero as consequências que minhas ações têm sobre o planeta; e eu espero que as empresas e marcas ajam em meu nome. Sempre que puder farei o possível para reduzir o meu impacto, mesmo que isso signifique consumir de forma diferente ou consumir menos."



"Atualmente, marcas e empresas têm que ter responsabilidade ambiental" 63% (+10pp)

"Me sinto culpado quando faço algo que desrespeita o meio ambiente"

49% (+7pp)

"Onde e como o produto foi produzido, importa para mim" 48% (+10pp)

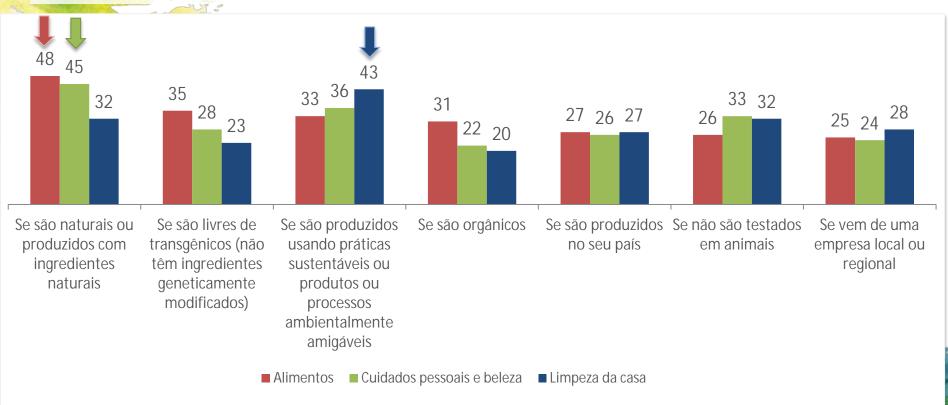
"Eu sempre leio o rótulo antes de comprar qualquer produto"

42% (-3pp)

# Consumidores buscam informações relacionadas à sustentabilidade

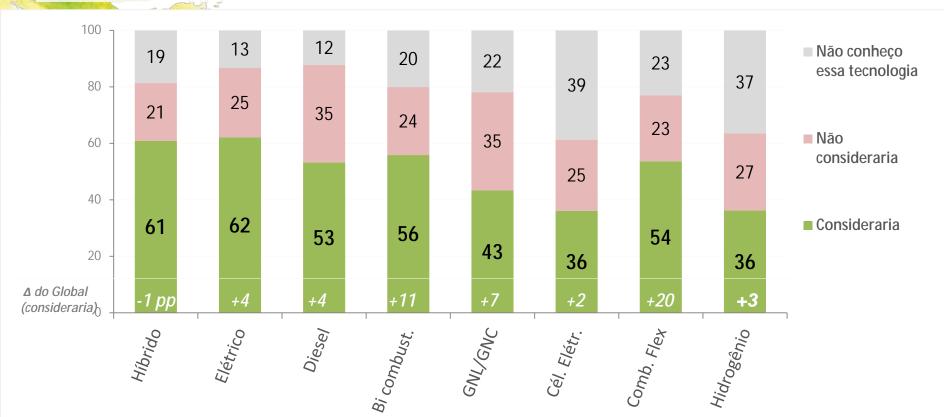






# Carros | Fontes de combustível/energia









### Segurança e Proteção | Insight e Palavras-chave







#### Insight

"Quero ter segurança e proteção em um mundo de crescente incerteza, ameaças e perigo (real e percebido). Conforme eu me torno mais inseguro quanto aos riscos e ansioso em relação ao meu mundo, eu preciso sempre ter a certeza de que as marcas e serviços que eu escolho são seguros para mim e para minha família. As empresas terão de trabalhar mais para conquistar e manter a minha confiança, em um mundo de poucas certezas e mais opções."





"Minha casa é meu refúgio, onde posso relaxar e esquecer de tudo " 66% (+5pp)

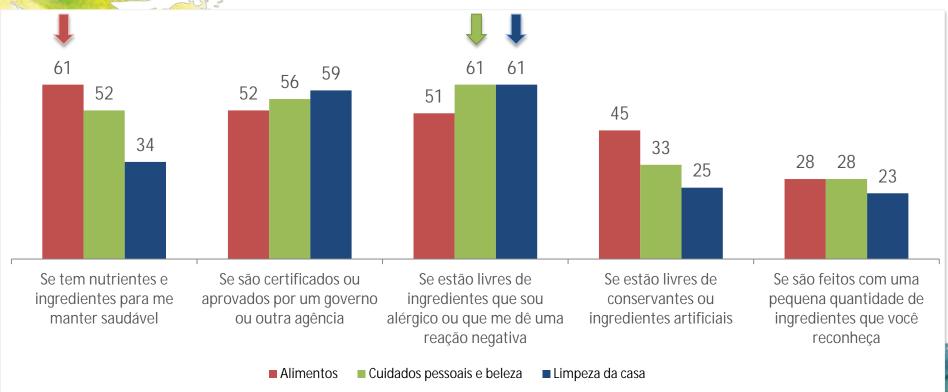
"Eu estou sempre preocupado com minha segurança e proteção" 62% (+21pp)

"Eu me preocupo de ficar doente com alimentos e bebidas contaminados" 43% (+5pp)

"Eu só compro produtos e serviços de marcas em que confio" 42% (+3pp)

# Leem rótulos buscando informações relacionadas à segurança







Se tem futebol na televisão, tem preço baixo no Carrefour.

Você enche a casa de amigos gastando pouco.

Otertas válidas de 10/10 a 10/10/2015.





O CARREFOUR
AJUDA VOCÊ
A REUNIR OS
AMIGOS NO BAR
MAIS LEGAL,
A SUA CASA.







### Experiência | Insights e Palavras-chave





Insight

"Eu me defino pelo o que eu já fiz e lugares onde já estive e não pelos bens materiais e coisas que me rodeiam. Estou sempre antenado às novidades que me empolgam, pois gosto de experimentar as coisas primeiro. Eu busco novidade e diversão mesmo em produtos e serviços cotidianos. Claro que não é apenas pela emoção e empolgação, mas também pelas experiências compartilhadas que os meus amigos e familiares podem apreciar."



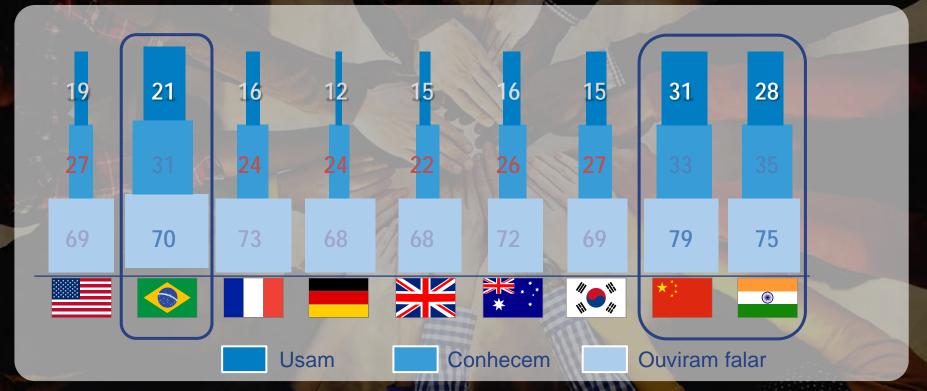
"Experimentar algo é mais importante do que possui-lo" 55% (+5pp)

"A aparência, o cheiro, a sensação de um produto é muito importante p/ mim" 52% (+8pp)

"Estou sempre buscando novidade e diversão, até em produtos do dia a dia" 42% (+3pp)

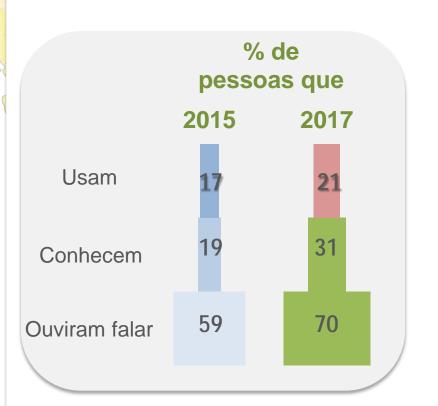
# O Brasil é um dos países que mais usa serviços da Economia Compartilhada em todo o mundo, após China e Índia

% de consumidores que ouviram falar, conhecem ou usam serviços compartilhados



# Porém o crescimento em 2 anos já não foi tão grande... Efeito da experiência?





	Já usou serviços	
	2015	2017
Economizam o seu dinheiro	43%	80%
São divertidos de experimentar	39%	25%
Economizam seu tempo	36%	56%
Oferecem experiências únicas	35%	32%
Dão acesso a coisas que você não teria normalmente	29%	31%

Há algo, porém, que não podemos nos esquecer:

Somos um país "em desenvolvimento", onde classe média (C), é uma família que ganha entre R\$1.000 e R\$3.000 por mês!



# Para terminar... (advinha?) o processo de compra hoje sempre passa pelo "online"







69% Pesquisar sobre produtos na internet

Encontrar produtos que eu quero pela internet

Comparar preços de lojas diferentes 64%

Comprar pela internet 57%

Usar o Google ou outra ferramenta de busca para comprar

# Convenção 2017



51º EDIÇÃO DO MAIOR ENCONTRO DE LÍDERES DO SETOR SUPERMERCADISTA BRASILEIRO

#### Online



Segurança e Proteção





Experiência



**Eco-cidadania** 

