

MARKETEER

↑ NOTÍCIAS EDIÇÃO IMPRESSA EVENTOS PRÉMIOS TALKING BRANDS PLEASURES

Levar o audiovisual português além-fronteiras poderá não ser tão utópico quanto isso.

Tendências para 2018: inovação, online e séniores

02/03/2018 Temas em Destaque 0



São três as grandes tendências de consumo para este ano. Inovação, compras online e consumidores com mais de 50 anos são os destaques do mais recente estudo elaborado pela Centromarca.

O mesmo estudo aponta, ainda, para uma tendência negativa no consumo dentro de casa, evidenciando maior propensão para refeições em restaurantes, por exemplo. No geral, o mercado de Fast Moving Consumer Goods (FMCG) caiu 2,7% em volume, em Portugal, no ano passado.

A alimentação em casa foi a categoria mais afectada (-3%), tendo o desempenho sido apenas favorecido na altura do Natal. Por outro lado, quando consideradas apenas as faixas etárias mais velhas, verifica-se uma evolução positiva: entre os 50 e os 64 anos, o crescimento foi de 1,6% em termos de ocasiões de compra; a partir dos 65 anos, a subida foi de 2,6%.

Pedro Pimentel, da Centromarca, explica que o consumidor com mais de 50 anos está a mudar: «É uma faixa de consumidores especial, fiel às marcas, mas a descobrir paulatinamente as marcas de distribuidor. Por esta razão, as marcas não podem descurar um tipo de target cada vez mais relevante aquando do desenvolvimento das suas estratégias de negócio e da comunicação dos seus serviços e produtos.»

A Centromarca indica também os canais de proximidade e conveniência como os mais dinâmicos em território nacional e a nível mundial. Por cá, o mercado FMCG apresentou uma evolução de 4,5% em valor no online de 7,4% nas lojas de baixos preços (também chamadas discount). Aldi e Lidl foram as lojas mais dinâmicas e atractivas de 2017.