

ESTUDOS 1 HORA AGO

Consumidores a partir dos 50 anos marcam tendências de consumo para 2018

by SHOPPINGSPIRIT NEWS

- Tendência negativa para o consumo 'dentro de casa' mostra que portugueses apostaram mais no consumo 'fora de casa';
- Canais de proximidade e conveniência são os mais dinâmicos em Portugal e a nível mundial;
- Inovação, Consumo Sénior, Conveniência, Compras Online e Personalização afirmam-se como tendências-chave para o Grande Consumo em 2018.

O mercado de Fast Moving Consumer Goods (FMCG) manteve uma tendência negativa em 2017, com um decréscimo de 2,7% em volume, o que demonstra que os portugueses estão a privilegiar cada vez mais o consumo 'fora de casa'. A alimentação em casa foi mesmo o setor mais afetado no último ano ao registar um decréscimo de 3% em volume.

Por outro lado, os canais de proximidade e conveniência destacam-se como os mais dinâmicos não apenas a nível nacional, mas também a nível internacional, ao orientarem as principais escolhas dos consumidores.

A inovação, uma maior presença do consumidor mais velho – a partir dos 50 anos – e o crescimento do mercado online marcam as principais tendências no Grande Consumo para 2018. Estas são algumas das conclusões refletidas na 6.ª Edição do 'Marcas+Consumidores' preparada pela Kantar Worldpanel para a Centromarca.

Tendência negativa para o consumo 'dentro de casa'

O crescimento difícil no mercado FMCG foi apenas compensado pela época de Natal. Segundo os dados trabalhados pela Kantar Worldpanel, cerca de 79% dos portugueses passaram o Natal em casa, o que levou à compra de uma maior quantidade de produtos a cada ida ao supermercado.

Ainda assim, o setor mostrou uma evolução positiva em relação ao ano anterior quando analisadas apenas as faixas etárias mais elevadas: entre os 50 e os 64 anos, registou-se um crescimento de 1,6% em termos de ocasiões de compra; a faixa etária a partir dos 65 anos apresentou um crescimento de 2,6%.

GUIA DE VIAGENS



Últimas notícias



L.O.V apresenta nova maquilhagem para supermulheres

1 HORA AGO

Consumidores a partir dos 50 anos marcam tendências de consumo para 2018

1 HORA AGO



Mary Kay comemora o Dia Mundial do Elogio

1 HORA AGO



Sir Martin Brofman aprofunda ligação corpo-mente em «A Causa Interior»

3 HORAS AGO



“A Vida Secreta da Mente”, de Mariano Sigman

3 HORAS AGO

Nova campanha de Luso Fruta reforça toda a sua naturalidade

3 HORAS AGO



Portugueses viajam cada vez mais para a Alemanha

4 HORAS AGO



Canais de proximidade e conveniência respondem às exigências dos consumidores

A análise feita pela Kantar Worldpanel mostra que os canais conhecidos pela proximidade e conveniência são já uma tendência à escala global. Em Portugal, o mercado FMCG apresentou uma evolução de 4,5% em valor no online e de 7,4% nas lojas de baixos preços, chamadas discount.

Neste segmento, Aldi e Lidl são as lojas mais dinâmicas e atrativas de 2017 – com uma evolução de 3% em volume –, embora desenvolvam estratégias de mercado distintas. Enquanto a aposta do Lidl recai na marca própria, o Aldi promove de forma crescente a marca de fabricante.

Para Pedro Pimentel, Diretor-Geral da Centromarca, esta é uma aposta “interessante” por parte de uma insígnia discount com grandes competidores em Portugal. “Isto só mostra que as marcas estão vivas e que são um valor seguro, mesmo para os grandes retalhistas internacionais. A estratégia do Aldi, ao promover as marcas de fabricante, agita o conceito das compras em supermercado”.

Já Blandine Meyer, da Kantar Worldpanel, explica este crescimento com o facto de “os consumidores valorizarem os preços baixos e a conveniência associados a estas lojas”.

Tendências do Grande Consumo para 2018

Os dados agora divulgados apontam a inovação como o elemento-chave para contornar fatores externos ao consumidor como são o caso das taxas e dos impostos especiais sobre o consumo.

De acordo com o Diretor-Geral da Centromarca, “o Estado tende a penalizar alguns produtos em vez de escolher a via da educação e da promoção de estilos de vida saudável, esquecendo-se que o eventual problema não está no produto em si, mas na quantidade que é consumida”.

Além da inovação, também o consumo sénior, as compras online, a conveniência e a personalização perfilam-se como principais tendências do Grande Consumo para 2018.

Pedro Pimentel explica que o consumidor de faixas etárias mais elevadas está a mudar e que tem vindo a merecer cada vez mais atenção por parte do setor de bens de consumo: “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”.

Relativamente ao online, Blandine Meyer espera mudanças devido à possível entrada da Amazon em Portugal. “Com a chegada dos mais importantes operadores globais, não tenho dúvidas que o e-commerce tenderá a sofrer um rápido desenvolvimento, motivando o comércio offline a reinventar-se na tarefa de encontrar dinâmicas de integração com o próprio comércio online”, defende.

O ‘Marcas+Consumidores’ avalia periodicamente as tendências e a evolução do consumo e fornece informação sobre marcas e mercados, consumo e consumidores. Esta ferramenta reforça também o papel da Centromarca enquanto entidade



VidaMar Resort Hotel Algarve na BTL com promoções especiais até 35%

5 HORAS AGO



easyJet quer acabar com tabus de género entre a comunidade de pilotos

20 HORAS AGO



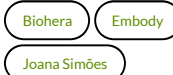
K-Swiss apresenta coleção de lifestyle Primavera-Verão 2018

20 HORAS AGO

As mais lidas

- Monsieur Cuisine está de volta ao LIDL
- Mercado do Chocolate regressa a Cascais de 2 a 4 de março
- Karaka ensina a criar e estampar tecido
- Descontos extra sobre o preço outlet regressam ao Strada este fim-de-semana
- Mary Kay lança produto pioneiro e revolucionário na indústria da beleza
- easyJet quer acabar com tabus de género entre a comunidade de pilotos
- Chef João Oliveira apresenta nova carta do Restaurante VISTA
- Jardim Zoológico celebra Dia Mundial da Vida Selvagem
- Gaming Experience chega ao Braga Parque

ShoppingSpirit Store – Marcas aderentes



Outras notícias / sugestões

