



Tendências do varejo brasileiro

Maio, 2021



Agenda



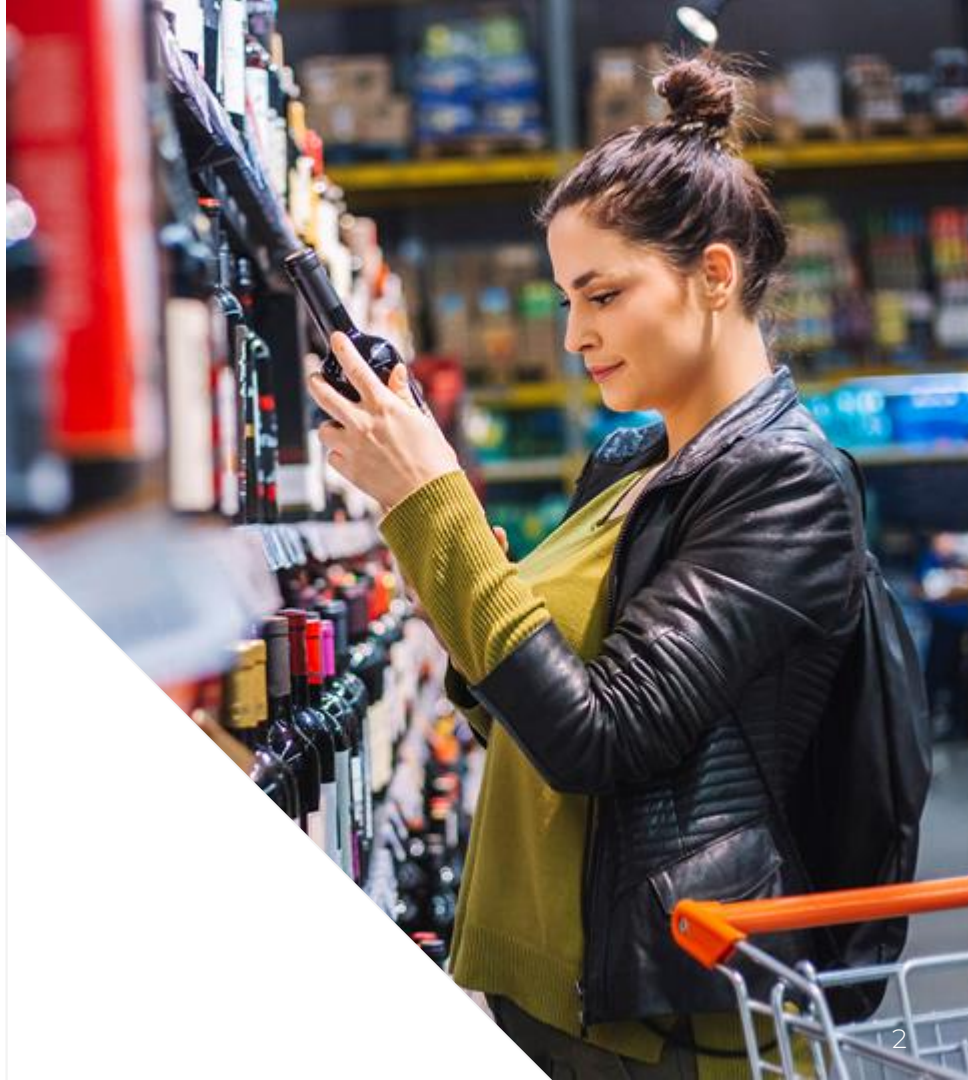
Tendências do varejo

Cenário Macroeconômico
Tendência do varejo moderno

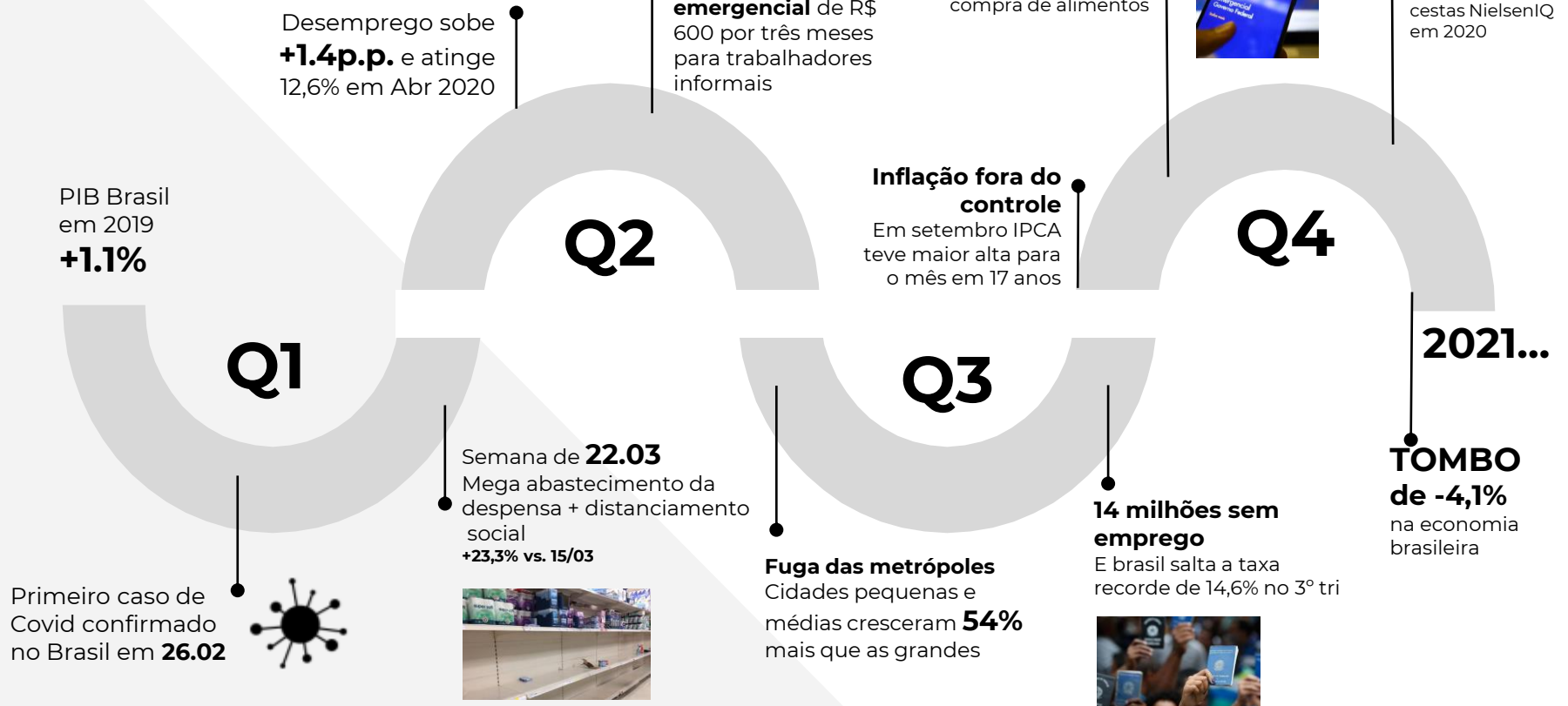


O que vem na frente no 2021

Expectativas e tendências para um ano
ainda desafiador
Insights Ecommerce Alimentos

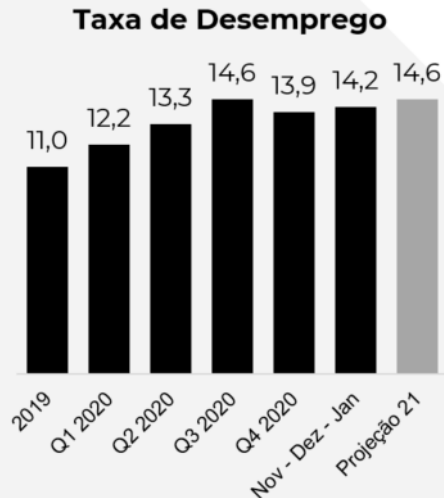


2020, um ano como jamais visto



No 2021 a alta taxa de desemprego e comprometimento de renda impactam a confiança do consumidor

AUMENTO DO DESEMPREGO



RESTRIÇÃO DE RENDA

O que aconteceu com sua renda durante a pandemia?

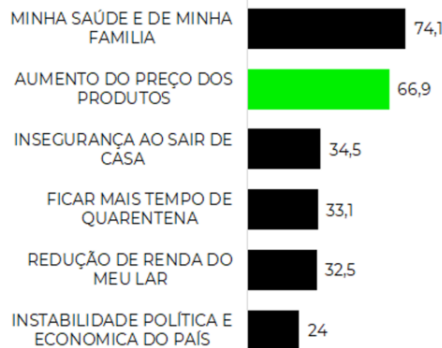
8.8% - Aumentou

36.5% - Reduziu

54.7% - Estável

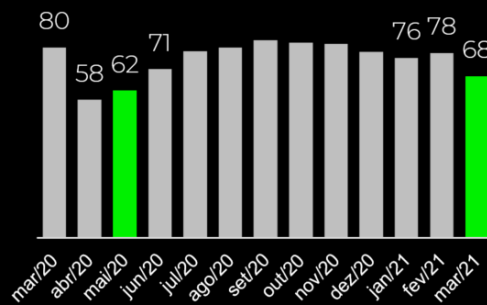
PREOCUPAÇÃO COM PREÇOS

Quais são suas principais preocupações?



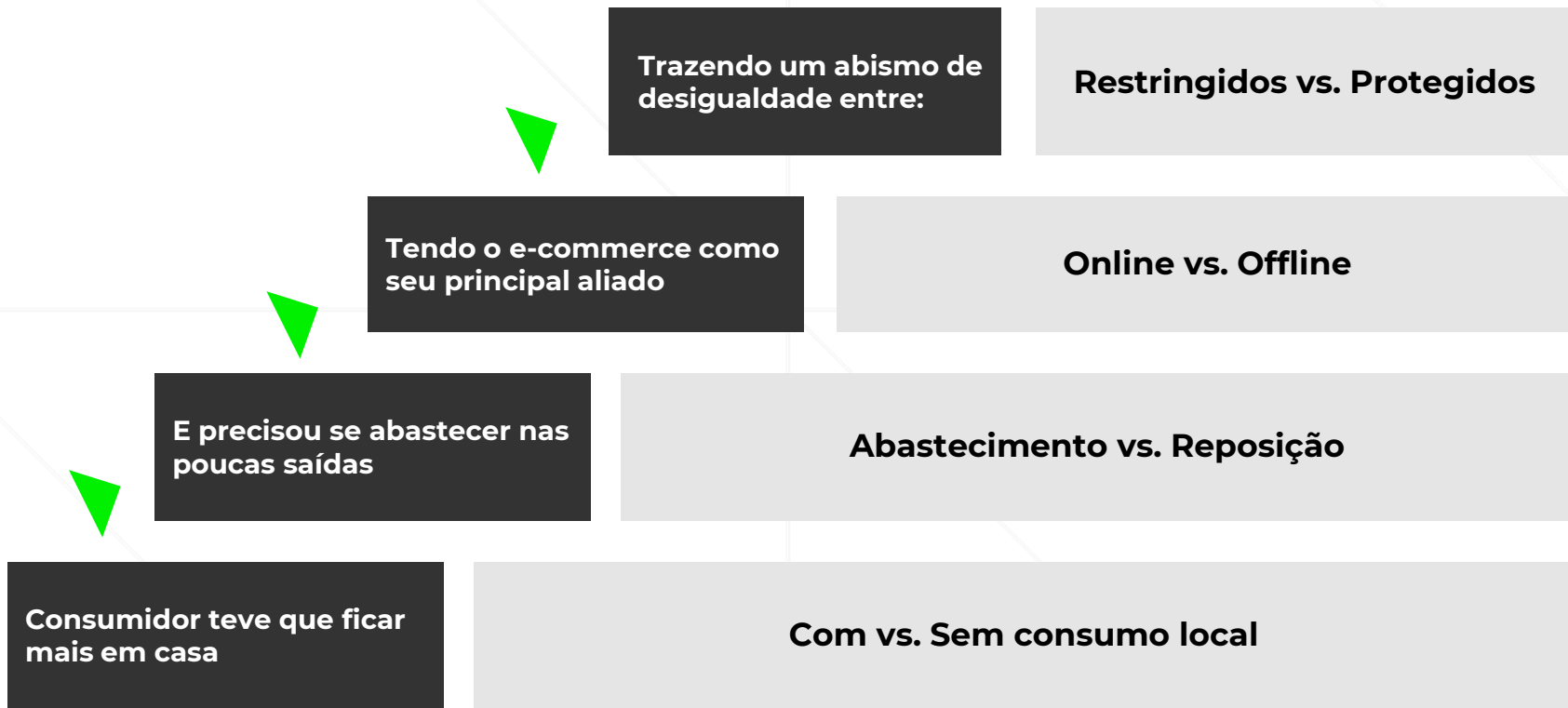
MENOR CONFIANÇA

Índice de Confiança do Consumidor



Queda em Mar/21 teve maior impacto de famílias de baixa renda (< R\$2.100/mês), mas em todas as faixas de renda houve redução na confiança do consumidor.

O brasileiro teve que se adaptar às turbulências



O brasileiro teve que se adaptar às turbulências

Trazendo um abismo de desigualdade entre:

PROTEGIDOS

41%

Não tiveram redução ou perda de renda

RESTRINGIDOS

59%

Racionalizam suas compras priorizando o básico

Tendo o e-commerce como seu principal aliado



Recorde no e-commerce:

Explosão de novos consumidores

13,2 milhões de novos no ano

E precisou se abastecer nas poucas saídas

Abastecimento cresce:

Compras abastecedoras crescem **+55%** acima da média em 2020



Menos omnichannel:

Priorização de canais e redução da frequência e mixidade

Menos chances de interagir com consumidor e menos compras de impulso

Consumidor teve que ficar mais em casa

Restrições levaram ao fechamento as lojas com consumo local



Var% valor

-17%

Com consumo local

Var% valor

+8%

Sem consumo local

Mesmo assim, consumo restrito ao lar impulsionou cestas NielsenIQ em 2020 e melhora no 1er Trim 2021

5.1%

Foi o crescimento das cestas NielsenIQ em valor no ano de 2020

(ano fechado vs. 2019)

+1.4% foi o crescimento das vendas em **volume**

Sem o atacarejo, teríamos uma queda de -1.2%

ALIMENTOS E LIMPEZA foram as **cestas com destaque** de crescimento

Alimentos crescendo 2.6x mais em valor vs volume (inflação)

+6%

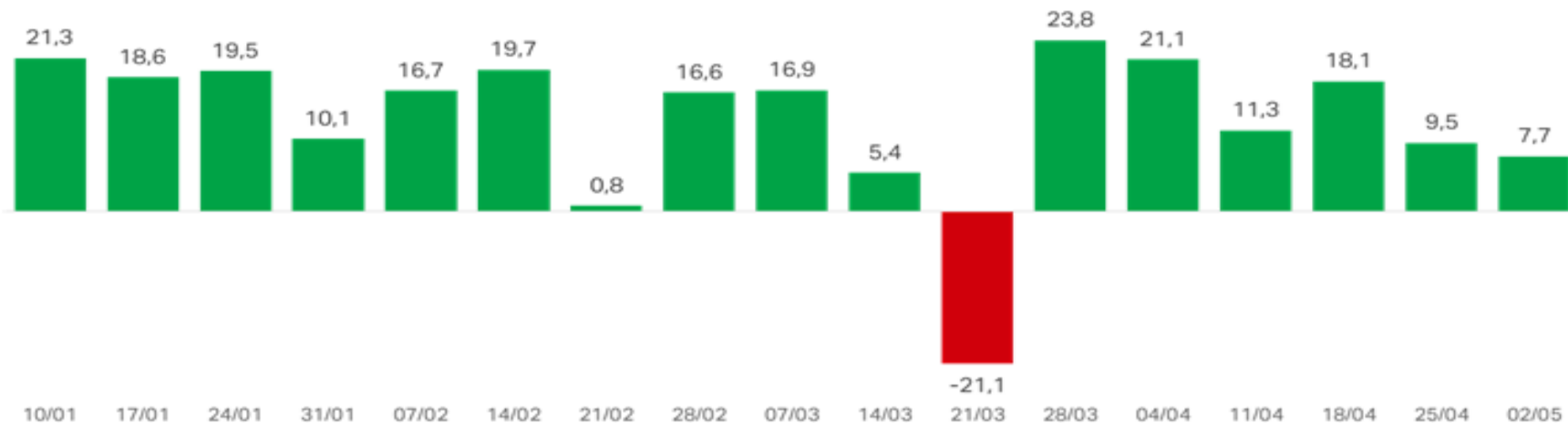
é o crescimento das cestas NielsenIQ em **volume no Q1'21**

Inflação segue pressionando alimentos que crescem 22% em valor e 5% em volume no Q1'21

O varejo moderno continua com crescimento positivo no 2021 mesmo comparando com as primeiras semanas da pandemia

AUTOSERVICIO + C&C + FARMA CADEIA

% evolução semanal vendas em valor vs mesma semana 2020

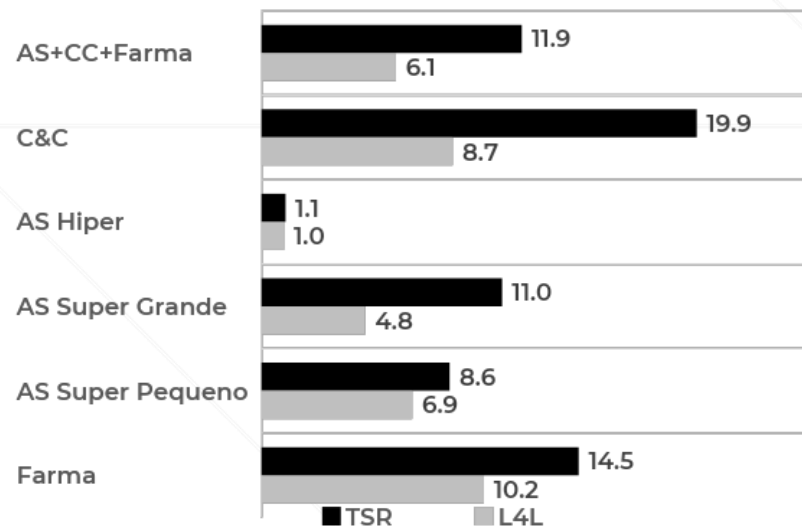


Todos os canais apresentam comportamento positivo com o destaque no C&C e Supermercados

Variação de Vendas por Canal

YTD'21 (semana fechada 2 de maio) vs 2020 | T.Brasil

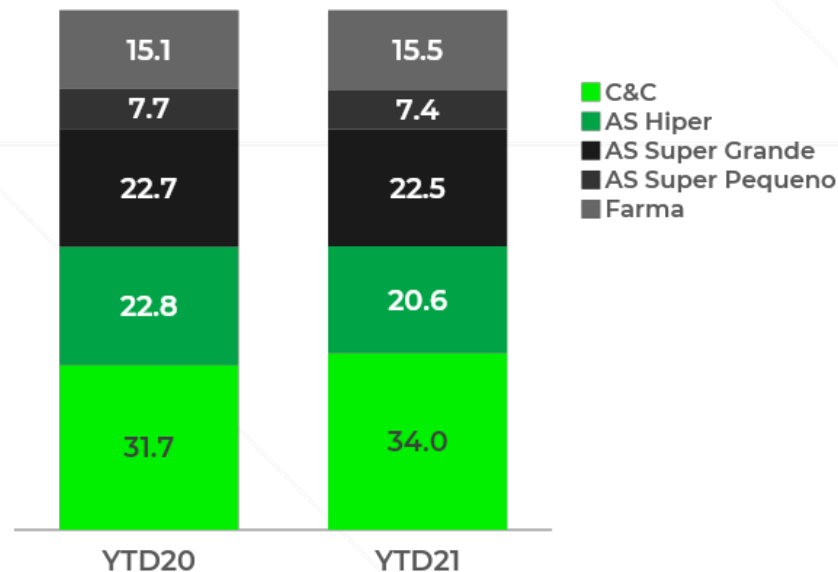
Var % Valor



Importância dos Canais

YTD'21 (semana fechada 2 de maio) vs 2020 | T.Brasil

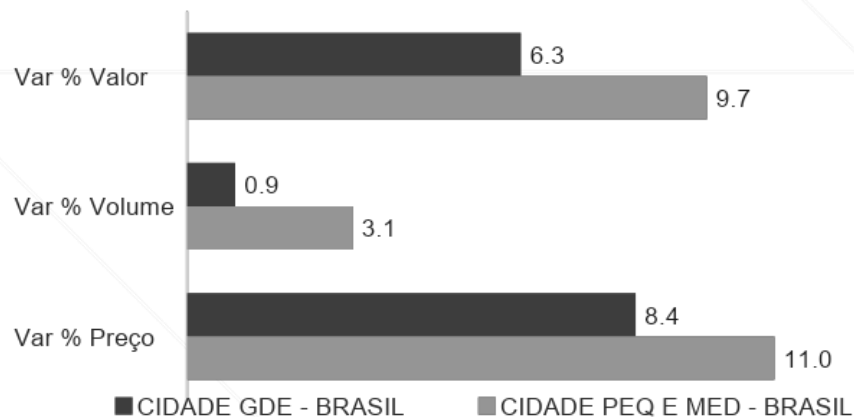
Importância em Valor



Cidades pequenas e médias apresentaram crescimento acima das cidades grandes ao longo de 2020

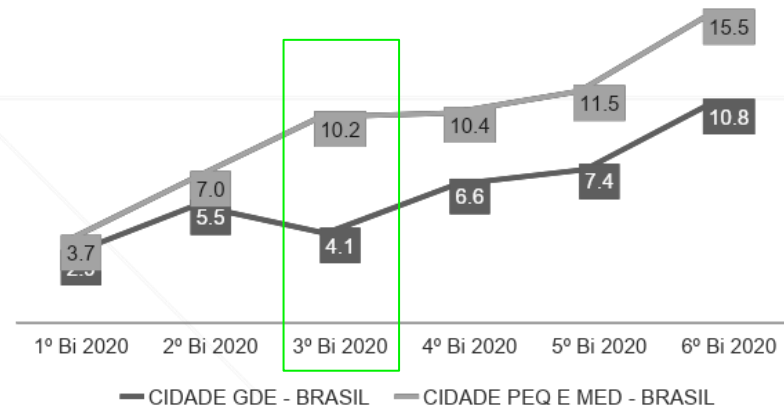
Variação de vendas por Cidades

FY 2020 vs 2019 | T. Brasil



Var% vendas valor vs. ano anterior

2020 vs 2019

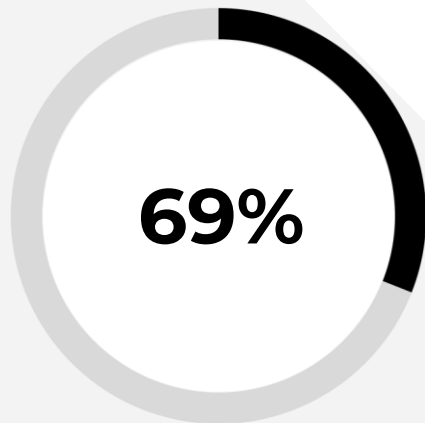


Cidades Pequenas e Médias cresceram em média 54% mais do que Cidades Grandes em 2020

C&C segue em expansão e escolhe batalhas

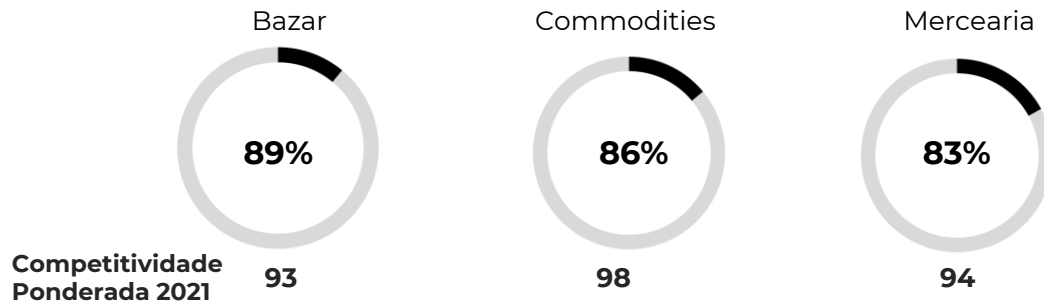
% Contribuição de

**repasso de preço e alteração
no mix de produtos**

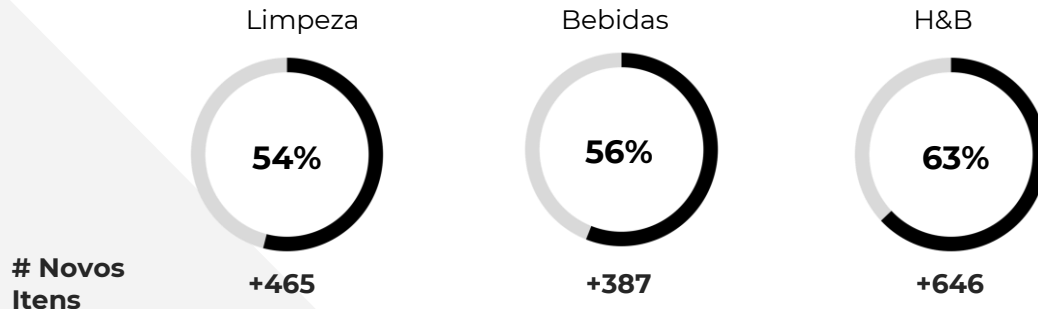


■ Repasso de preço ■ Alteração no mix

Repassou preço, mas se manteve competitivo



Alterou o mix de produtos, incrementando itens ao sortimento



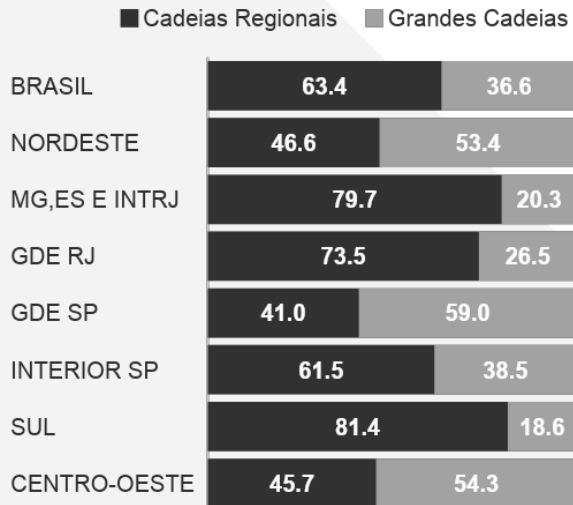
Novos
Itens

Cadeias regionais mostram sua força

Mais lojas e atenção aos movimentos do mercado são chave para crescimento

As **cadeias regionais** representam 63,4% do faturamento do varejo do país

% Importância Cadeias vs T. Autosserviço



Mais presença

Enquanto Gdes Cadeias fecham lojas no último ano, Regionais estão com +287 novos pontos de venda em todo o país

Impulsionaram Top fabricantes

68,7% do crescimento dos 20 maiores fabricantes do país foi em cadeias regionais

Estratégia

Regionais seguram repasse de preço nos top20 fabricantes. Repasse foi 50% menor que a média de repasse das Gdes Cadeias

Promoção Inteligente

Regionais escolhem descontos menos agressivos para repassar menos preço nas vendas regulares

Gigantes da indústria e do varejo podem unir esforços

Grandes Cadeias podem dar tração a pilares importantes do momento

Top 20 players

representam 46,3% do faturamento destas redes

Grupo reduziu 1/3

do sortimento nestas redes (enquanto apenas 23% nos regionais)

96% dos penalizados

perdeu market share nas Gdes Cadeias



Presença

6 em cada 10

lojas do AS moderno pertencem a um destes varejistas

Preço

São em média 3%

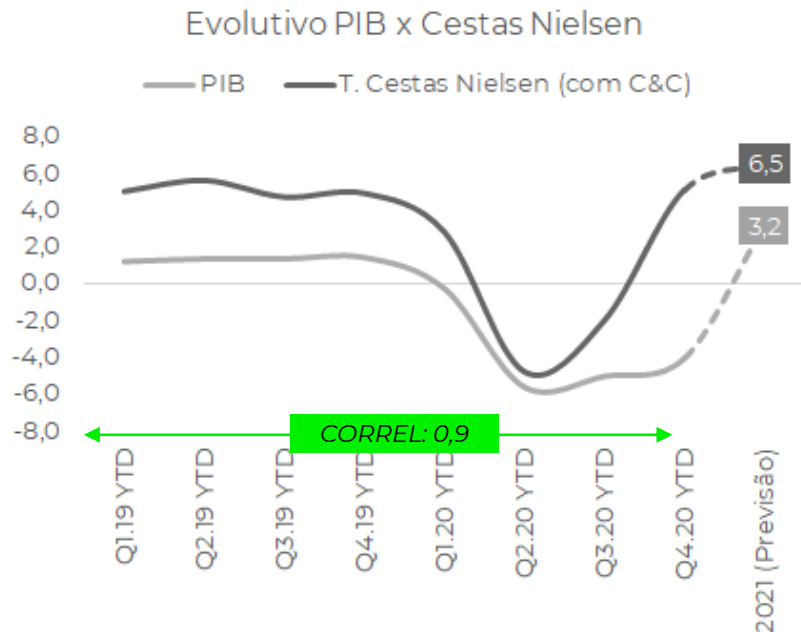
mais baratos que os demais varejistas

Lançamentos

55%

É a participação destas redes em novos itens no mercado

Correlação PIB e Cestas NielsenIQ nos dá a previsão do crescimento



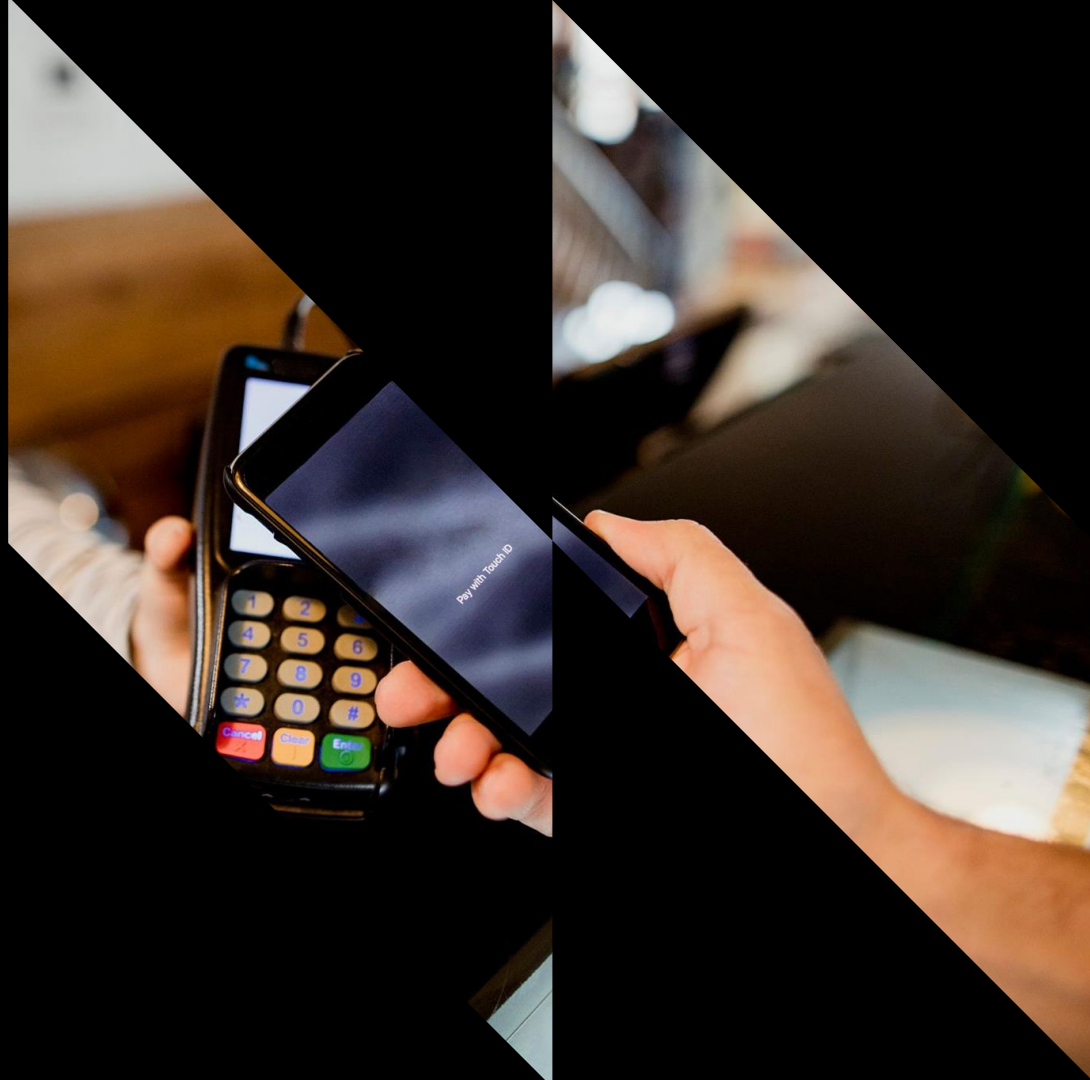
**Cestas NielsenIQ
crescerão pelo menos**

6.5%

em 2021

caso mantida perspectiva dos
setores que compõem o PIB e o
Cash & Carry apresente o mesmo
ritmo de crescimento

O que vem pela frente



Quatro tendências que foram aceleradas com a pandemia

1 Saúde
& bem-estar

2 ESG
(Sustentabilidade)

3 Preços & Promoções
inteligentes

4 E-commerce

E-commerce atinge marca histórica de R\$87Bi: novos consumidores e aumento de frequência

Contudo, 63% dos brasileiros ainda não usam o e-commerce



Crescimento Vendas
2020 vs 2019

+41%

13 milhões

de novos
consumidores

83%

Voltariam a
comprar online

+30%

de aumento nos
pedidos

NPS: 70%

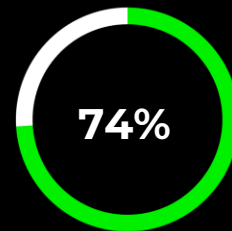
Promotores (vs 15%
detratores)

Crescimento das
vendas já no **Q1'2021**

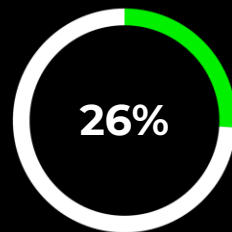
+38%



Vendas e-commerce com
operação de
Marketplace

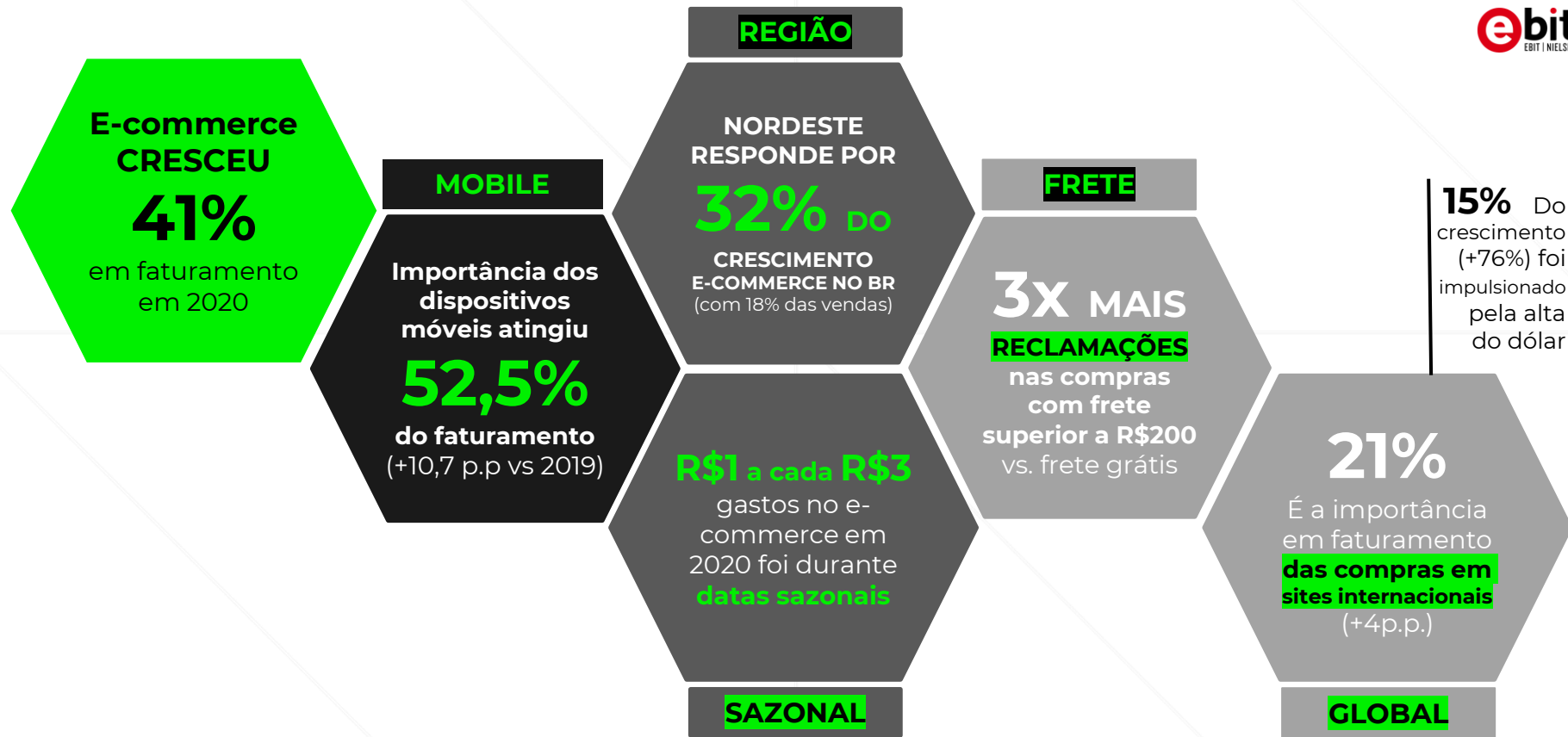


Brick&clicks
com ganho de
participação
(+6ptos vs 2019)



APP de delivery
Supermercados
Shoppers ampliam
utilização
(63% ainda não usam)

E-commerce cada vez mais mobile, sazonal, democrático e global



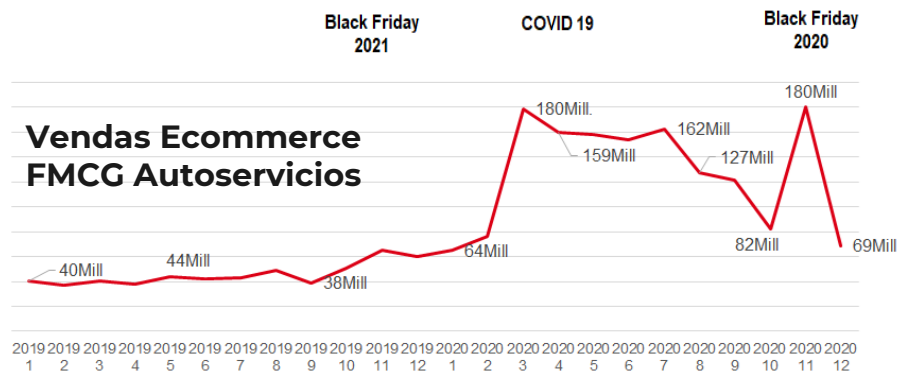
E-commerce no varejo alimentar ainda tem uma oportunidade de desenvolvimento muito expressiva



▶▶▶ **+144% FMCG online** | Crescimento nos **Supermercados** 2020 vs 2019

7,2Bi Tota vendas Ecommerce FMCG
Supermercados + Fabricante.com +
Especialistas on Line + Markeplace

Vendas online FCMG X5 nos primeiros meses de **pandemia** e na **Black Friday** >> patamar estabilizado nos ultimo trimestre



% vendas **Ecommerce Autoservicio**
vs Vendas total Ecommerce (ano 2020)



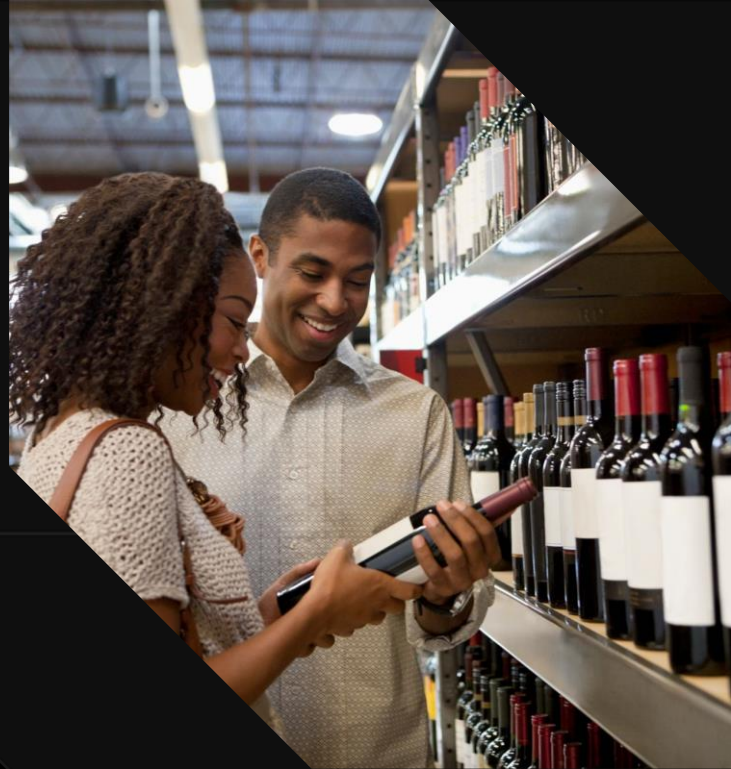


Aprendizados para sobreviver um **restante de 2021** ainda em pandemia

1.

Seja acessível

Estar **presente** no ponto de venda mantendo a relação **custo-benefício** permitirá que novos consumidores cheguem até sua marca e manterá a lealdade daqueles que já a compram.



2.

Otimizar para crescer

Menos é mais e trabalhar com **portfólio eficiente** ou **promoções mais assertivas** podem trazer o fôlego que sua marca precisa.



3.

Amplie sua visão de concorrência

Velocidade da mudança e amplificação de quem de fato concorre com você. Permanecer estático enquanto seu **concorrente se movimenta** fará seu shopper repensar a relação com sua marca. Olhar a **concorrência fora da visão tradicional**



Obrigado!