

# Convenção *abras*® 2019



## O consumidor transformando o varejo



REALIZAÇÃO:



DIVULGAÇÃO OFICIAL



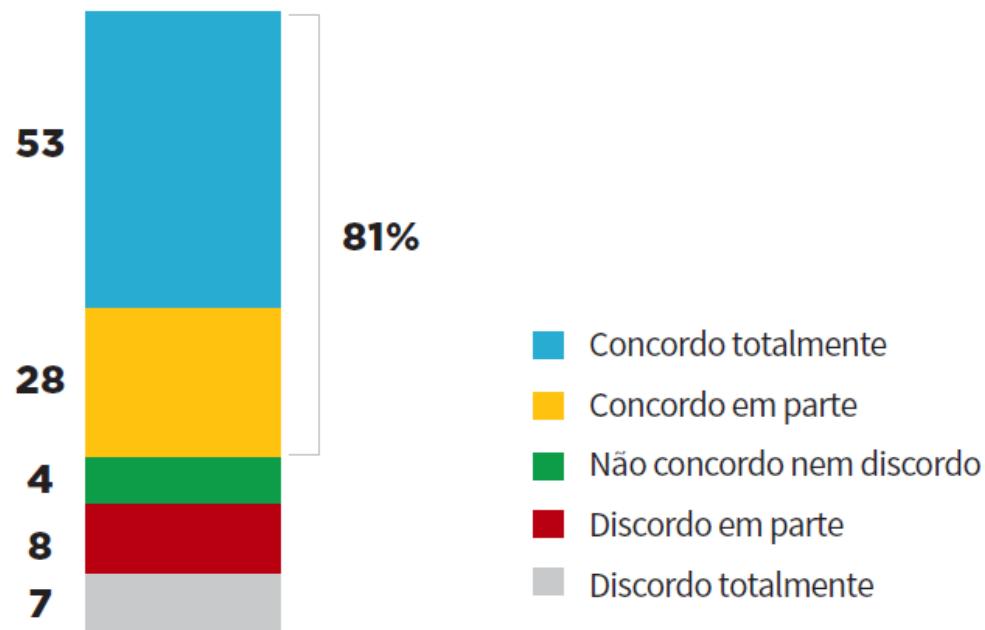
APOIO INSTITUCIONAL





8 em cada 10 brasileiros afirmam se esforçar para ter uma alimentação saudável.

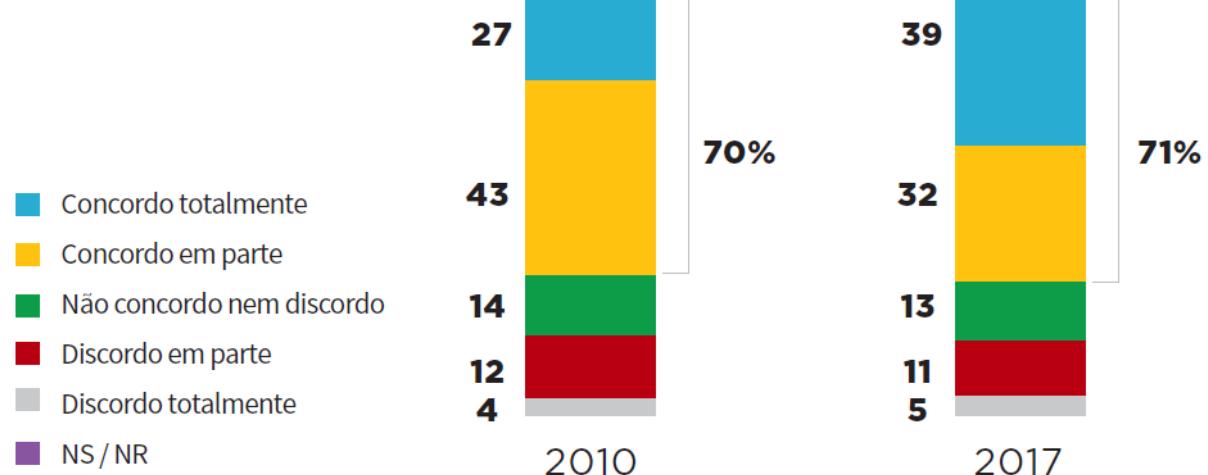
## “ME ESFORÇO PARA TER UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL”





71% afirmam optar por produtos mais saudáveis mesmo que tenham que pagar mais por eles

## **"SE O ALIMENTO FOR SAUDÁVEL, EU COMPRO, MESMO QUE SEJA MAIS CARO"**



**Fonte:** A mesa dos Brasileiros, Transformações, Confirmações e Contradições, 2017

REALIZAÇÃO:

**bras**  
Brasil

DIVULGAÇÃO OFICIAL

**SUPERHÍPER**

APOIO INSTITUCIONAL

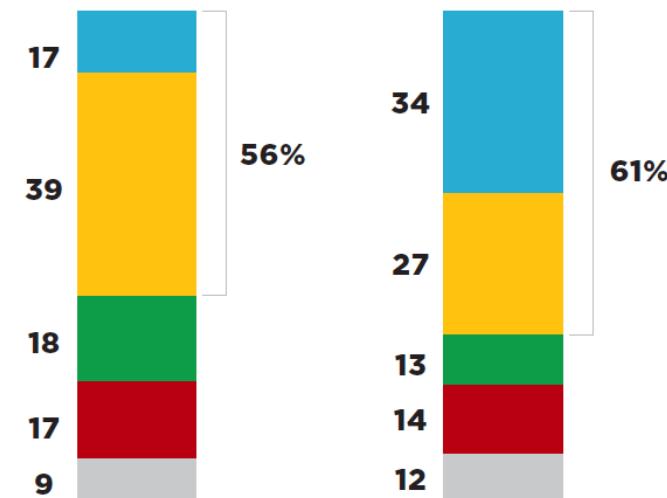
31º SUPER RIO  
EXPOFOOD



- Concordo totalmente
- Concordo em parte
- Não concordo nem discordo
- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- NS / NR

Entre saudabilidade e sabor, 61% afirmam optar por alimentos mais gostosos, especialmente os mais jovens.

**“ENTRE UM ALIMENTO QUE É MAIS GOSTOSO E OUTRO QUE É MAIS SAUDÁVEL, EU ESCOLHO O QUE É MAIS GOSTOSO, EM %”**



**Fonte:** A mesa dos Brasileiros, Transformações, Confirmações e Contradições, 2017 Image by [旭刚史](#) from [Pixabay](#)

REALIZAÇÃO:

**bras**  
Brasil

DIVULGAÇÃO OFICIAL

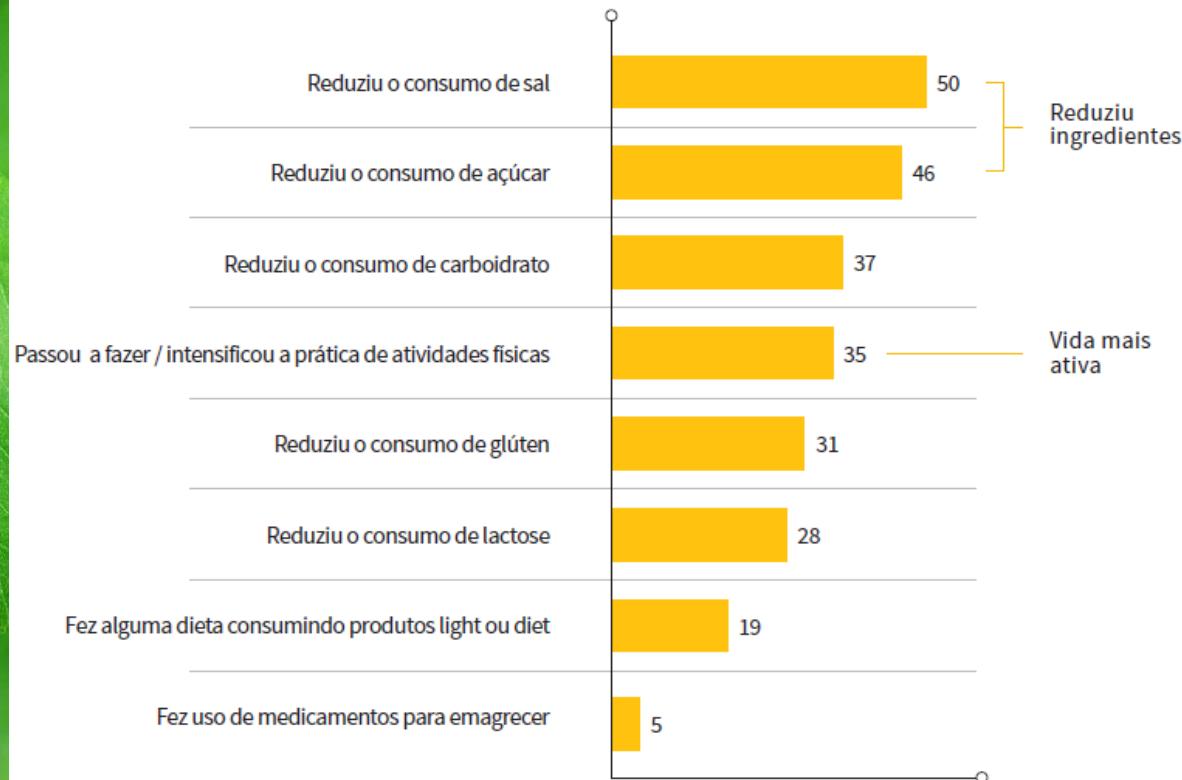
**SUPERHÍPER**

APOIO INSTITUCIONAL

31<sup>º</sup> SUPER RIO  
EXPOFOOD



## QUE ADOTOU ALGUM DESTES COMPORTAMENTOS , EM %



**Fonte:** A mesa dos Brasileiros, Transformações, Confirmações e Contradições, 2017 Image by [13082](#) from [Pixabay](#)

REALIZAÇÃO:

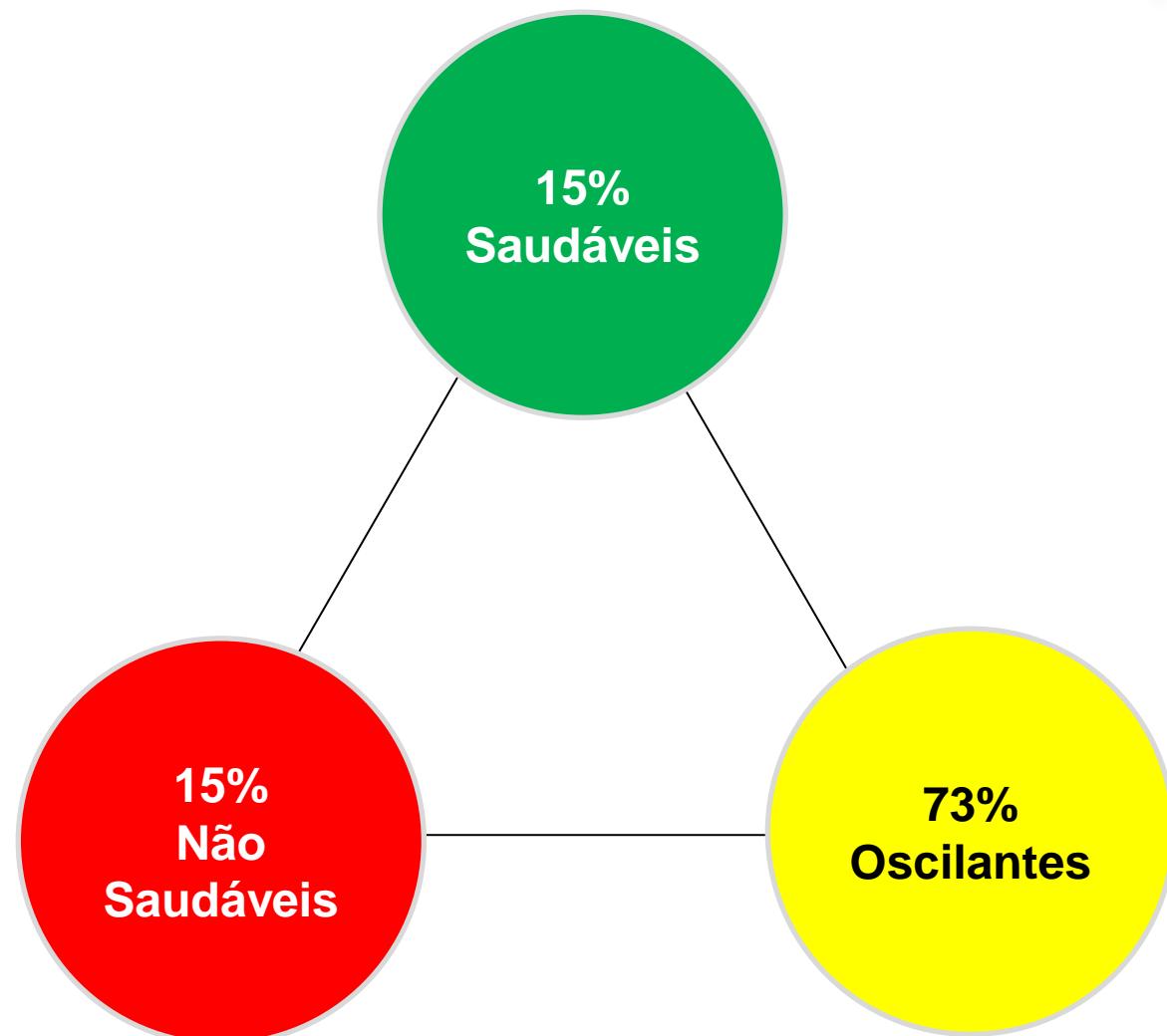
**bras**  
Brasil

DIVULGAÇÃO OFICIAL

**SUPERHÍPER**

APOIO INSTITUCIONAL

31º SUPER RIO  
EXPOFOOD



**Fonte:** Da Quinoa ao Bacon, o que norteia as escolhas alimentares dos brasileiros. Instituto Qualibest, EQUILIBRIUM. Image by [silviorita](#) from [Pixabay](#)

REALIZAÇÃO:



DIVULGAÇÃO OFICIAL

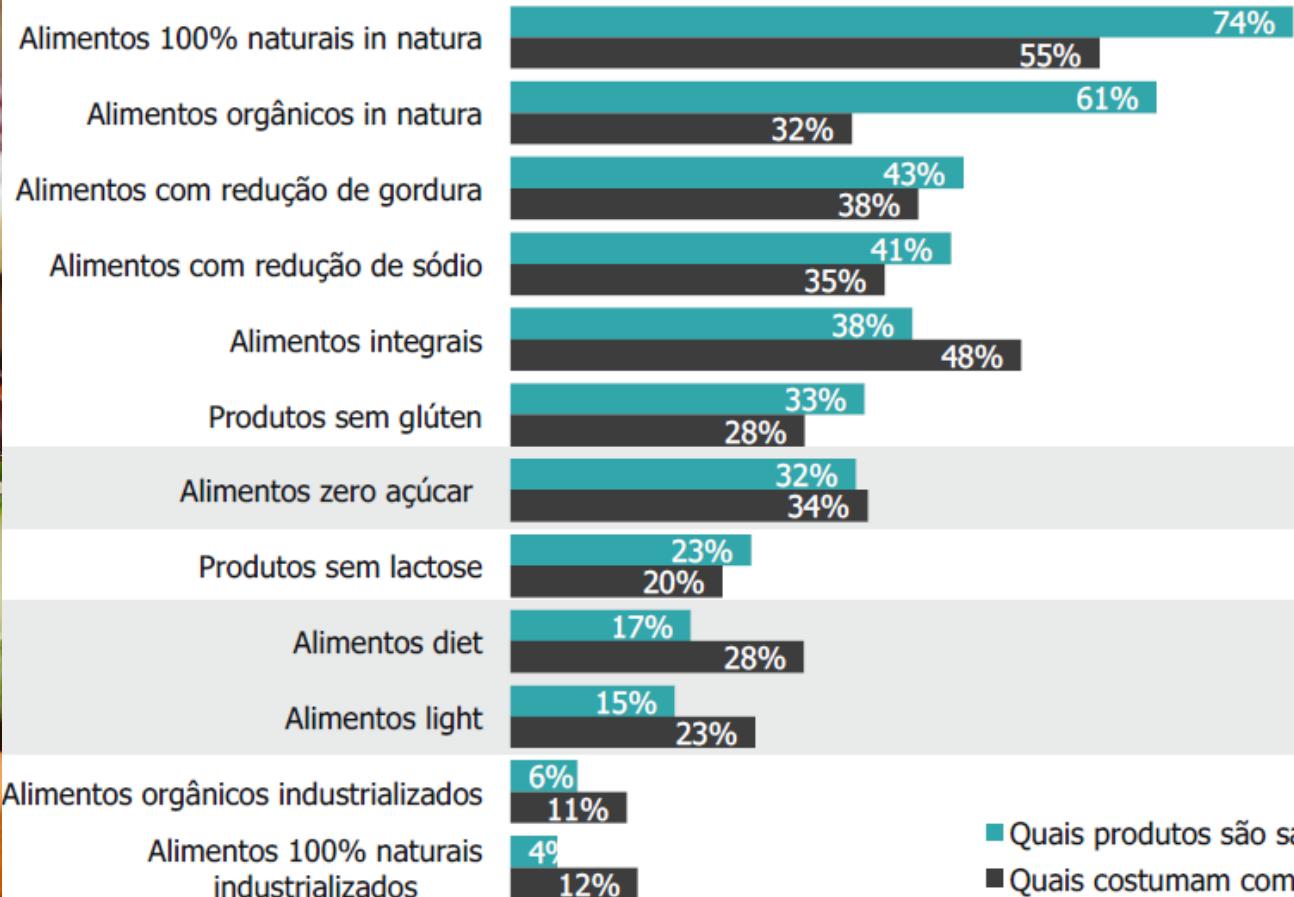


APOIO INSTITUCIONAL





## QUAIS ALIMENTOS CONSIDERAM SAUDÁVEIS?



**Fonte:** Shopper de saudáveis e adoçantes, Instituto OKNO, 2018. Image by RitaE from Pixabay

REALIZAÇÃO:

**bras**  
Brasil

DIVULGAÇÃO OFICIAL

**SUPERHÍPER**

APOIO INSTITUCIONAL

31<sup>º</sup> SUPER RIO  
EXPOFOOD



**O Shopper  
considera o  
alimento  
saudável  
através:**

- **Teor de Açúcar**
- **Fibras**
- **Sódio**
- **Tipo de Gordura**
- **Teor de Gordura**



## *Critérios de Compra:*

- **53% Benefício ou função**
- **15% Sabor**
- **12% Informação na embalagem**
- **9% Preço**
- **4% Calorias**
- **1% Marca**



**Fonte:** Gerenciamento de categoria saudável, TRACK. Image by [Deborah Breen Whiting](#) from [Pixabay](#)

REALIZAÇÃO:



DIVULGAÇÃO OFICIAL



APOIO INSTITUCIONAL





**63,8%**  
*preferem  
encontrar os  
saudáveis  
em um único  
espaço*

**Fonte:** Gerenciamento de categoria  
saudável, TRACK. Image  
by [ElasticComputeFarm](#) from [Pixabay](#)

REALIZAÇÃO:

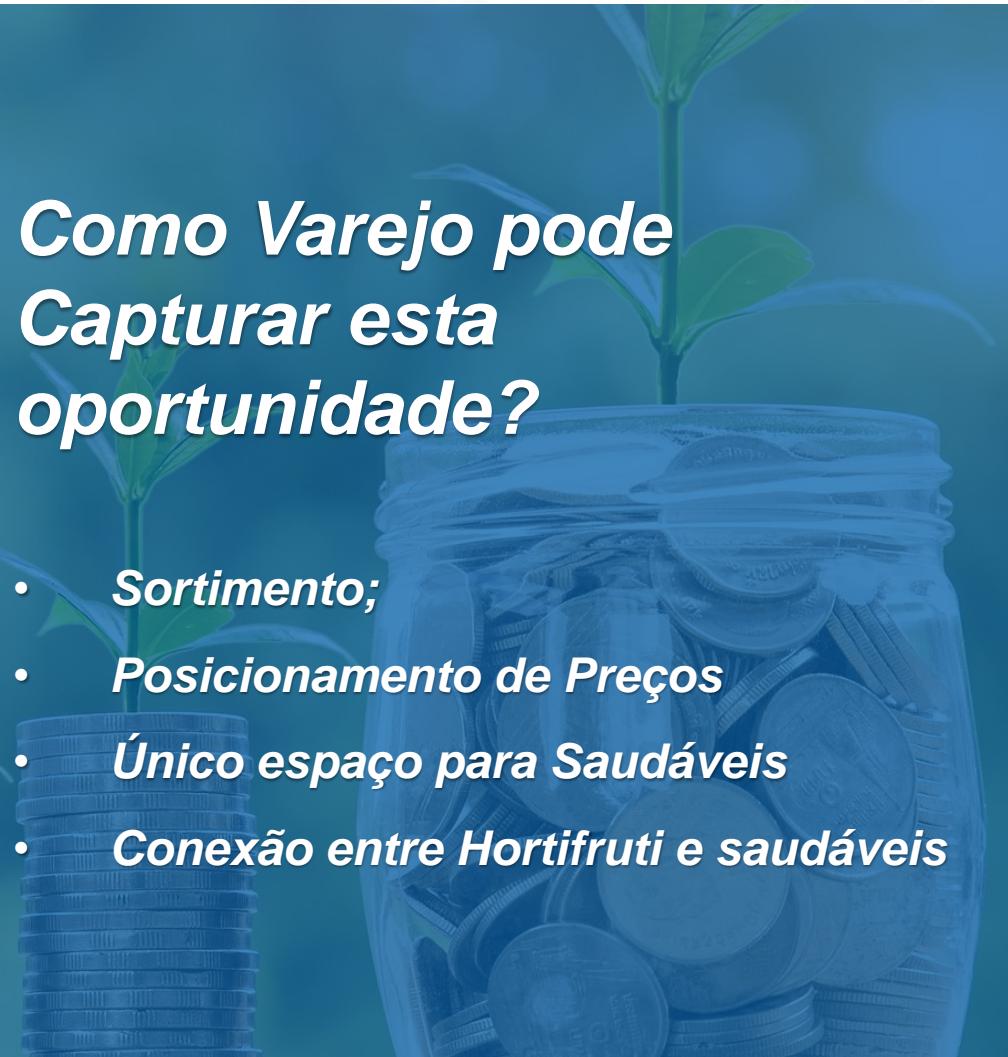
**abras**  
Brasil

DIVULGAÇÃO OFICIAL

**SUPERHÍPER**

APOIO INSTITUCIONAL

31<sup>º</sup> SUPER RIO  
EXPOFOOD



## *Como Varejo pode Capturar esta oportunidade?*

- Sortimento;*
- Posicionamento de Preços*
- Único espaço para Saudáveis*
- Conexão entre Hortifrutícola e saudáveis*

REALIZAÇÃO:



DIVULGAÇÃO OFICIAL



APOIO INSTITUCIONAL





# *Como investir no mundo saudável pode gerar mais resultados ao varejo*



REALIZAÇÃO:



DIVULGAÇÃO OFICIAL



APOIO INSTITUCIONAL



# Convenção *abras*® 2019



## O consumidor transformando o varejo