

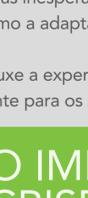


# TENDÊNCIAS DO CONSUMIDOR EUROPEU 2020/2021

## Gastos moderados e novos hábitos digitais em 5 países europeus



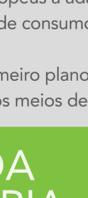
FRANÇA



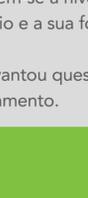
ITÁLIA



PORTUGAL



ESPAÑA



ALEMANHA

A crise sanitária e financeira resultante da COVID-19 impactou a vida dos europeus e contribuiu para um futuro incerto.

Estas circunstâncias inesperadas obrigaram os europeus a adaptarem-se a nível económico, bem como a adaptarem os seus hábitos de consumo diário e a sua forma de comunicar.

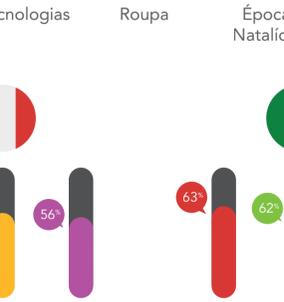
O confinamento trouxe a experiência digital para primeiro plano e levantou questões especialmente para os setores da banca e dos meios de pagamento.

### 1 O IMPACTO DA CRISE SANITÁRIA NO CONSUMO

EM MÉDIA, 1/4 DOS CONSUMIDORES EUROPEUS considera que os seus rendimentos irão diminuir



### OS EUROPEUS COM MENOS DE 35 ANOS ESTÃO MAIS OTIMISTAS...



...E esperam uma subida dos seus rendimentos até ao fim de 2020



SE O RENDIMENTO DIMINUIR, AS DESPESAS NÃO ESSENCIAIS SERÃO AS PRIMEIRAS A SOFRER CORTES...



Mobiliária /Decoração



Tecnologias



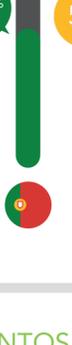
Roupa



Época Natalícia



Férias



...DEVIDO À CRISE, MUITOS CONSUMIDORES NÃO PRETendem AUMENTAR OS SEUS GASTOS:



OS COMPORTAMENTOS EMERGENTES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA SÃO AMEAÇADOS PELO REGRESSO «AO PASSADO»: preço, performance, sustentabilidade, disponibilidade do produto



Devido às novas circunstâncias, o preço é o critério decisivo para 3/4 dos europeus aquando da escolha de um produto essencial



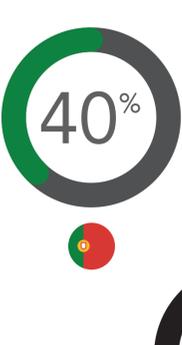
COMPRAR PRODUTOS LOCAIS ACONTECE CADA VEZ MAIS, ESPECIALMENTE NO QUE DIZ RESPEITO A COMIDA



Mesmo durante a crise, em média, 1/4 dos europeus está disposto a pagar até 20% a mais por produtos locais/nacionais



ANTES DE EFETUAR UMA COMPRA, MAIS DE 40% DOS JOVENS PAIS EUROPEUS PREFEREM UM PRODUTO COM PAGAMENTO FRACIONADO, EM VEZ DE UM PRODUTO SEMELHANTE SEM ESSA OPÇÃO



APROXIMADAMENTE 1/3 DOS EUROPEUS ESCOLHE SOLUÇÕES DE FINANCIAMENTO E DE PAGAMENTOS, MAIS FREQUENTEMENTE

#### 01 Pagamento fracionado



#### 02 Pagamento diferido



#### 03 Soluções de financiamento\*

\*Empréstimo pessoal, crédito até 60 meses

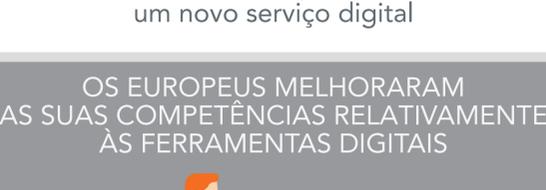


# 2

## ACELERAÇÃO NA DIGITALIZAÇÃO

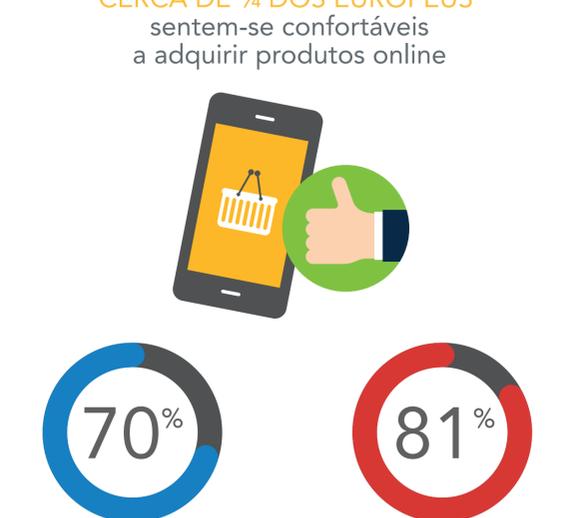
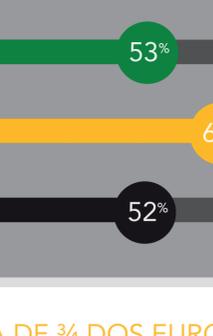
Houve uma antecipação na mudança definitiva para um consumo mais digital

### NOS ÚLTIMOS MESES.....

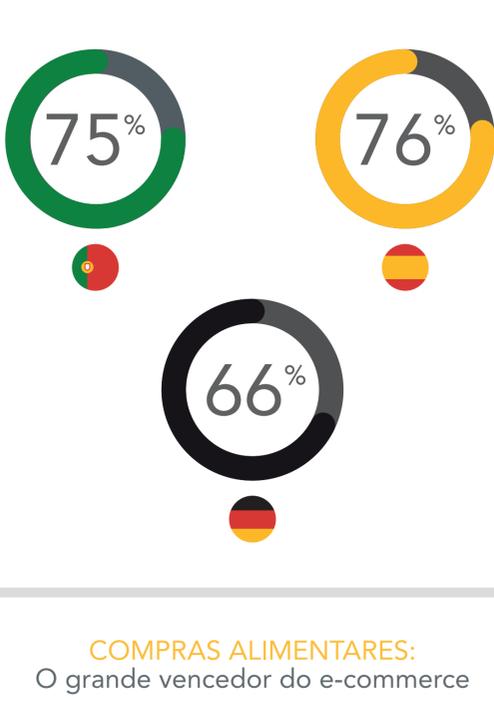


... descobriram pelo menos um novo serviço digital

### OS EUROPEUS MELHORARAM AS SUAS COMPETÊNCIAS RELATIVAMENTE ÀS FERRAMENTAS DIGITAIS



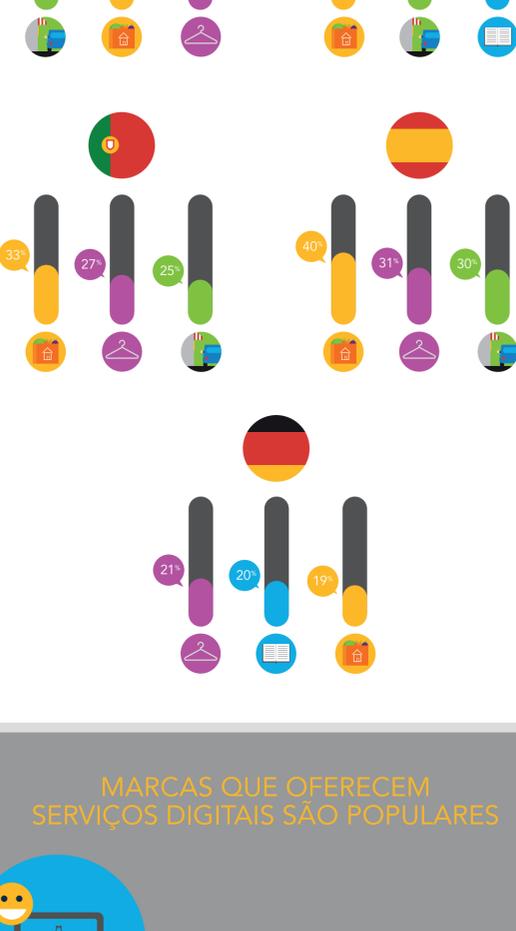
### CERCA DE ¾ DOS EUROPEUS sentem-se confortáveis a adquirir produtos online



### COMPRAS ALIMENTARES: O grande vencedor do e-commerce



Nos últimos 6 meses, As compras online que os europeus mais fizeram:



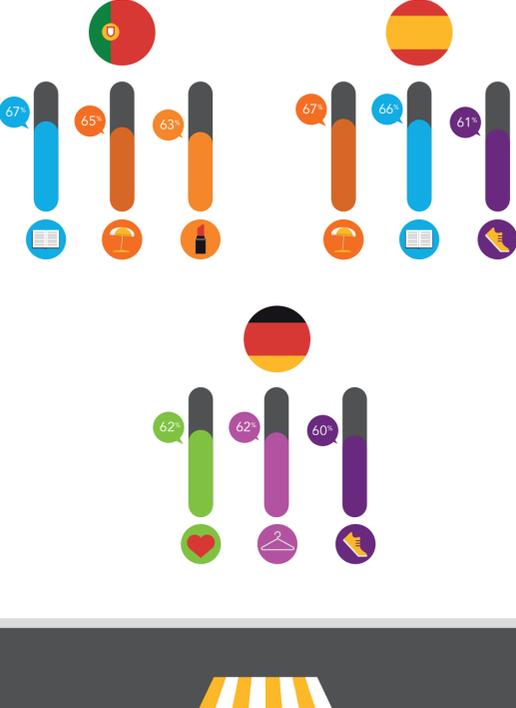
### MARCAS QUE OFERECEM SERVIÇOS DIGITAIS SÃO POPULARES



### O CONSUMO DIGITAL CRESCEU TAMBÉM NOUTROS SETORES



Mesmo depois do confinamento, os europeus mostraram interesse em continuar a comprar online:



### No entanto, 2/3 dos europeus preferem comprar na loja física



### SERVIÇOS DIGITAIS PODERÃO ESTENDER-SE A NOVAS ATIVIDADES:

Europeus querem um conselheiro remoto antes da compra e no serviço pós venda



### O DIGITAL AJUDOU A MANTER AS LIGAÇÕES SOCIAIS e o contacto com o «mundo lá fora»





82%



86%



77%



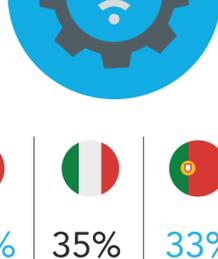
88%



74%

Revela interesse no contacto digital remoto

### ALGUNS SERVIÇOS DE HOMEBANKING FORAM USADOS PELA PRIMEIRA VEZ DURANTE O CONFINAMENTO



Pagamento de contas online	20%	35%	33%	23%	18%
Pagamentos online	11%	24%	25%	24%	12%
Assinatura eletrónica	15%	16%	9%	25%	8%
Investimentos online	7%	7%	8%	10%	7%

### CONTACTO COM BANCOS É REMOTO

Com 80% dos europeus a usar os seus telemóveis



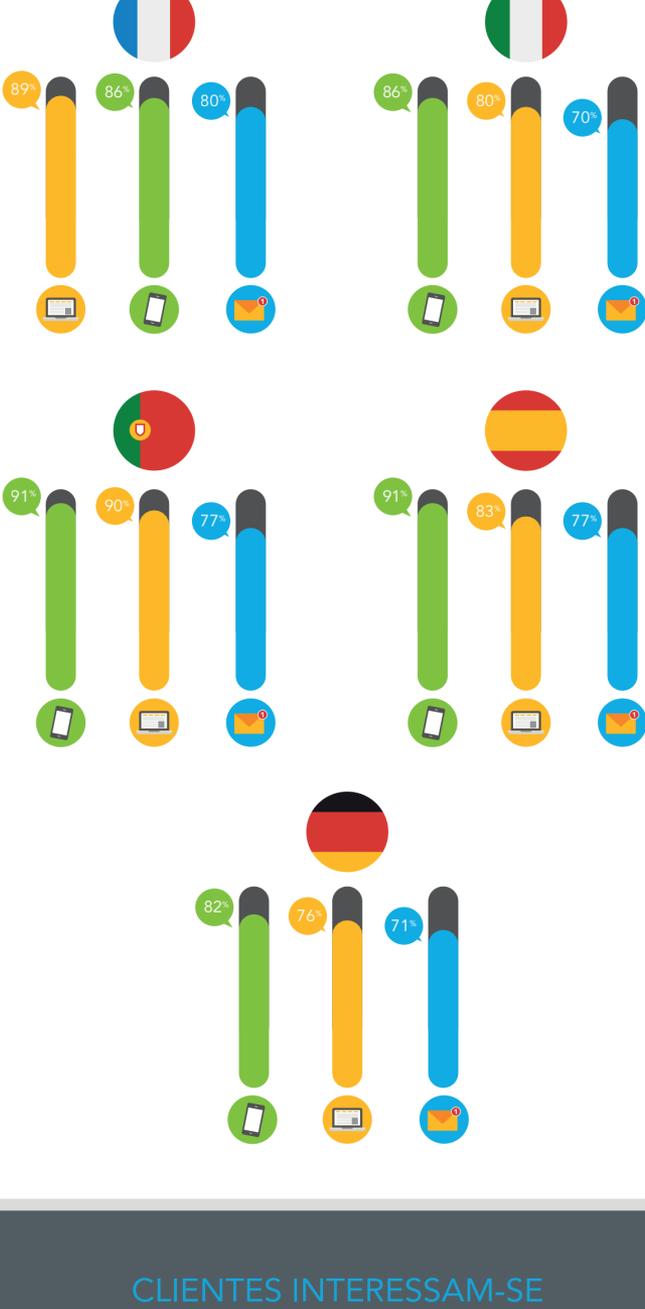
Via App



Página de Internet



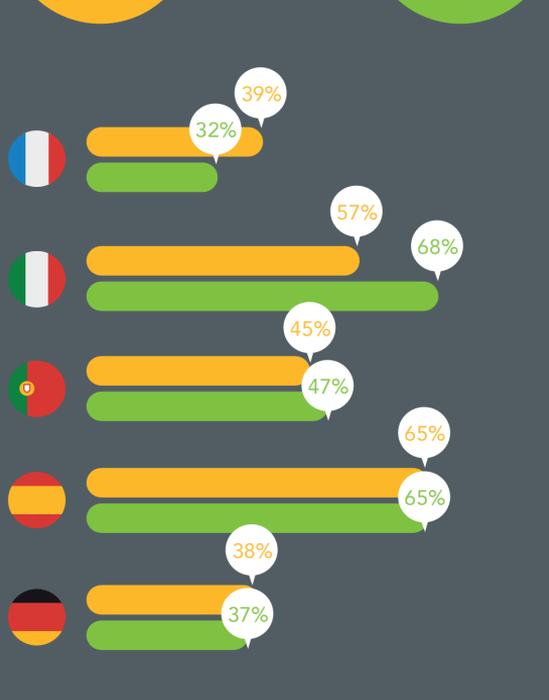
Via Email



### CLIENTES INTERESSAM-SE PELO CHAT ONLINE PARA INTERAGIR COM O SEU BANCO

Via Chat...

Via whatsapp



### EUROPEUS AUMENTAM A COMUNICAÇÃO COM O SEU BANCO ATRAVÉS DE CANAIS DIGITAIS

Chat	34%	49%	52%	41%	39%
Reunião Online	42%	50%	46%	34%	36%
Redes sociais	34%	50%	47%	35%	42%
Telefone	24%	39%	40%	40%	23%
Reunião nas instalações	15%	24%	8%	16%	17%

HÁ UMA TENDÊNCIA DE CRESCIMENTO DO DIGITAL, MAS NÃO DE FORMA A QUE PONHA EM CAUSA A RELAÇÃO ENTRE AS PESSOAS



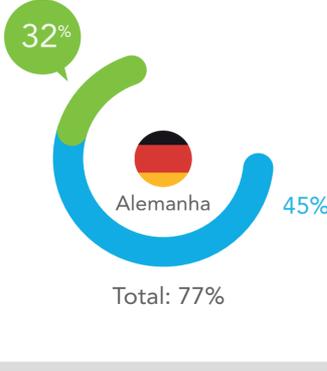
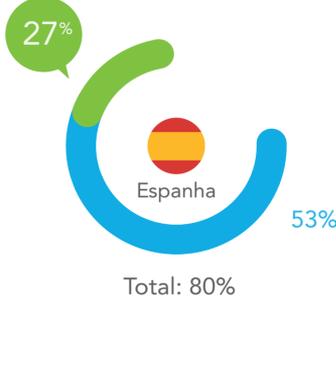
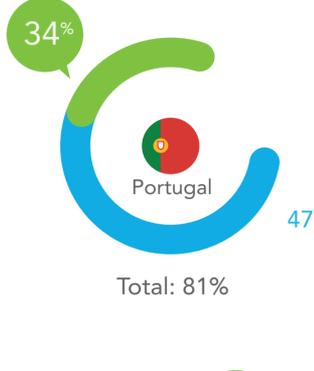
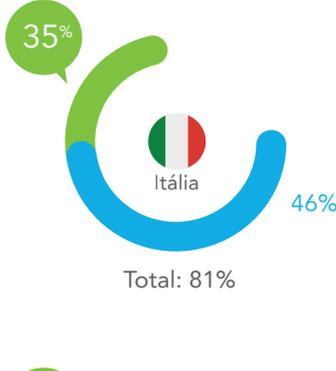
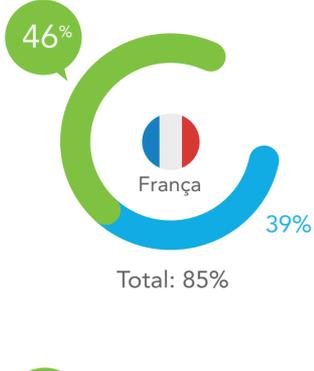
A presença de um conselheiro será sempre essencial



Sim, sempre



Sim, mas apenas às vezes



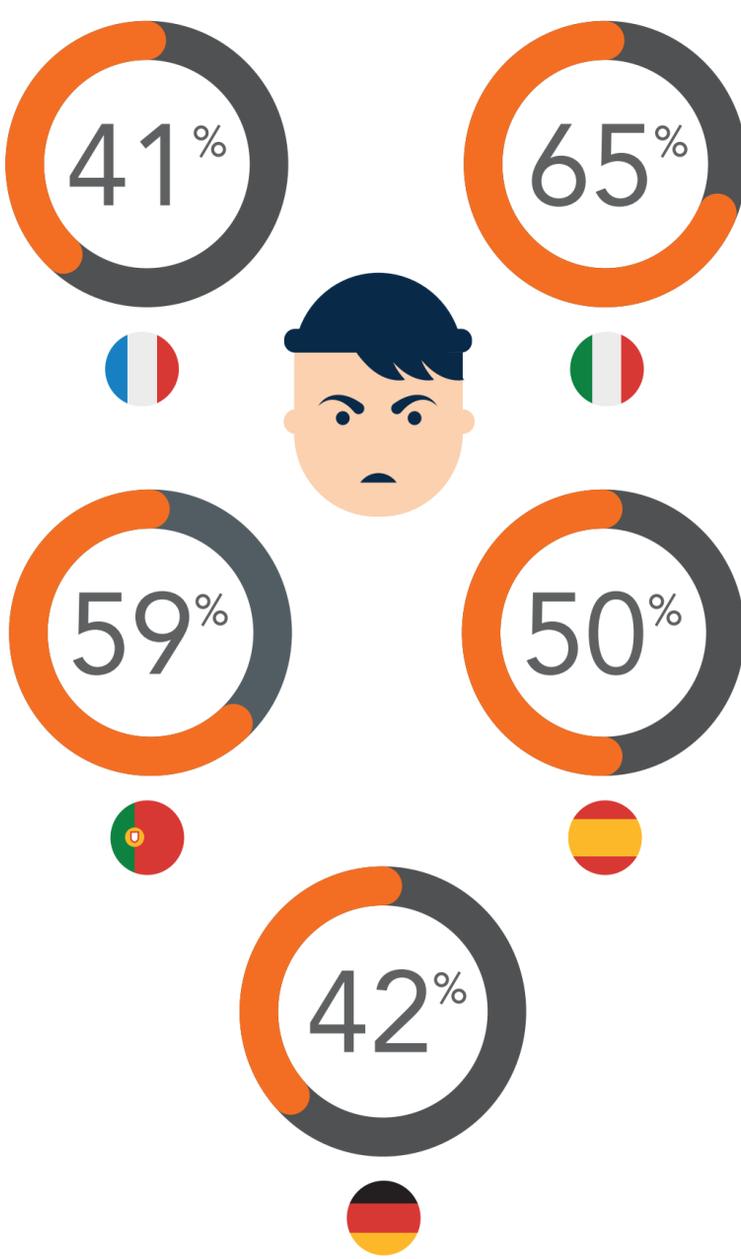
# 4

## PAGAMENTO CONTACTLESS ESTÁ A SER MAIS USADO

PAGAMENTO CONTACTLESS É AGORA O PREFERIDO POR METADE DOS CONSUMIDORES EUROPEUS



Não conseguir usar o pagamento contactless é agora considerado incómodo



COM A CRISE SANITÁRIA EMERGIRAM SOLUÇÕES DE PAGAMENTO CONTACTLESS INOVADORAS



Pagamento peer-to-peer



Pagamento biométrico



Amazon Pay

Os europeus querem usar frequentemente:



O estudo ONEY foi feito online pela OpinionWay com uma amostra representativa de pessoas com 18 anos ou mais, de acordo com o género, grupo socioeconómico e região, em França, Itália, Portugal, Espanha e Alemanha. 1000 pessoas foram inquiridas por país entre 22 e 30 de junho de 2020.

