

Marketing para Pessoas Acima de 55 Anos: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Julho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“Os brasileiros de 55 anos ou mais são um dos grupos mais afetados pela pandemia de COVID-19. O surto, além de resultar em cuidado redobrado com a limpeza e higiene, acelerou a adoção de tecnologias por esse público.”
– Ana Paula Gilsogamo, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como a pandemia de COVID-19 está afetando o comportamento do consumidor de 55 anos ou mais
- Como a recessão econômica, agravada pelo surto de COVID-19, afeta o estilo de vida e poder de compra do consumidor de 55 anos ou mais
- Hábitos e atividades atuais dos brasileiros de 55 anos ou mais
- Lançamentos e interesse do consumidor em inovação
- Este relatório foi finalizado em 29 de julho de 2020

Em 2018, o público sênior no Brasil representava 13% da população do país. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2043 um quarto da população brasileira (25%) deverá ter mais de 60 anos. No entanto, o mercado ainda trata a população idosa como um mercado de nicho, com poucos produtos específicos para a faixa etária e baixa representatividade na comunicação. Assim, não é de se espantar que apenas 12% dos brasileiros de 55 anos ou mais se dizem representados na publicidade.

Empresas que ainda não começaram a desenvolver produtos e serviços adequados às necessidades dos mais velhos e uma comunicação que converse com esse público, deverão enfrentar grande concorrência no futuro, além de terem menos oportunidades de construir um relacionamento com os seniores mais jovens, que tendem a viver mais. De acordo com a projeção do IBGE, em 2043, a expectativa média de vida da população brasileira será de 80 anos.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Marketing para Pessoas Acima de 55 Anos: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Julho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

- O que você precisa saber
- Principais pontos deste relatório
- Definição

Resumo Executivo

- Visão geral do mercado
- O impacto da COVID-19 entre os brasileiros de 55 anos ou mais
 - Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazo para os brasileiros de 55 anos ou mais, julho de 2020
- O impacto até o momento atual
- Impacto em curto e médio prazo (até 2 anos)
- Impacto em longo prazo (entre 2-5 anos)
- Desafios
 - Desafios em curto e médio prazo
 - Desafios em longo prazo
- Oportunidades
 - Oportunidades em curto e médio prazo
 - Oportunidades em longo prazo
- O que nós pensamos

Fatores que Influenciarão o Mercado

- População idosa no Brasil deve dobrar nas próximas décadas, deixando de ser mercado de nicho
- Maior letalidade de COVID-19 entre os seniores motiva mudanças nos hábitos
 - Figura 2: Desinfetante lysoform que mata vírus
- Crise econômica acentuada pela pandemia impacta poder de compra dos seniores
- Desigualdade entre sexos no mercado de trabalho pode ter influência na menor intenção das mulheres de se aposentarem

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

- Empresas lançam iniciativas para minimizar possibilidade de exposição dos seniores à COVID-19
- Desejado pelos seniores, claim de benefício para a saúde cerebral tem espaço para crescer em alimentos e bebidas
- Marcas vêm quebrando tabu sobre a menopausa e produtos com este apelo conquistam mercado

Campanhas e Ações de Marketing

- Empresas lançam iniciativas para minimizar possibilidade de exposição dos seniores à COVID-19
- Horário especial de atendimento
- Transporte seguro
 - Figura 3: Ação "Transporte Solidário" da Hyundai
- Redes de ajuda para realização de atividades
 - Figura 4: Facebook lançou opção "Solicite ou ofereça ajuda" na rede social
- Contato seguro

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Marketing para Pessoas Acima de 55 Anos: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Julho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 5: "Túnel do abraço" do residencial geriátrico Três Figueiras

Gratuidade

Recco lança coleção 'colab' de lingerie que valoriza beleza e sensualidade das mulheres maduras

Figura 6: Linha 60+ de lingerie para mulheres maduras da Recco em parceria com Helena Schargel

Unilever cria programa para contratar estudantes de ensino superior que tenham mais de 55 anos

Quem está inovando?

Desejado pelos seniores, claim de benefício para o a saúde cerebral tem espaço para crescer em alimentos e bebidas

Figura 7: Lançamentos mundiais de alimentos e bebidas, por posicionamento funcional, 2014-2019

Produtos de beleza e cuidados pessoais com proteção à "luz azul" devem seguir crescendo

Figura 8: Lançamentos mundiais de produtos de beleza e cuidados pessoais com o termo "blue light (luz azul)" dentro do total de lançamentos da categoria, por média móvel anual, agosto de 2017 a julho de 2020

Estudos de caso

Marcas vêm quebrando tabu sobre a menopausa e produtos com este apelo conquistam mercado

Figura 9: Comunidade da Pause Well-Aging para falar sobre menopausa

Magnum realiza campanha de sucesso com influenciadora senior Iris Apfel

Figura 10: Campanha da Magnum com a influenciadora senior Iris Apfel

O Consumidor – O que você precisa saber

Brincar com animal de estimação ajuda na manutenção da saúde mental e emocional dos seniores

Distanciamento social traz impacto para principais hábitos da rotina de beleza dos brasileiros de 55 anos ou mais

Produtos sem/com baixa lactose podem ser posicionados para público senior com o claim de fácil digestão

Pandemia acelera uso da tecnologia entre seniores, mas há necessidade de alfabetização digital desse público

Avós podem ver suas habilidades valorizadas pelos netos com mudanças de hábitos e prioridades gerados pela pandemia

Hábitos e atividades atuais e importância de ações para se ter uma boa qualidade de vida

Brincar com animal de estimação ajuda na manutenção da saúde mental e emocional dos seniores

Figura 11: Hábitos e atividades atuais, maio de 2020

Figura 12: Campanha "Foster a Dog, Get Busch" da Busch Beer

Figura 13: Live de Adoção realizada pela subem

Pandemia gera oportunidade para incentivar a prática de exercícios entre as mulheres de 55 anos ou mais

Figura 14: Ações para manter a saúde física, por gênero, maio de 2020

Figura 15: Campanha da Petz com série de exercícios para fazer junto com os animais de estimação

Mulheres encaram melhor o tempo sozinhas, mas prezam mais pela a socialização para uma boa qualidade de vida

Figura 16: Hábitos e atividades atuais, por gênero, maio de 2020

Figura 17: "Happy Meal Senior" do McDonald's Suécia

Figura 18: projeto Revivendo Memórias #EmCasa do Museu do Futebol

Rotina de Beleza e Cuidados Pessoais

Distanciamento social traz impacto para principais hábitos da rotina de beleza dos brasileiros de 55 anos ou mais

Figura 19: Rotina de beleza e cuidados pessoais, maio de 2020

Perfumes podem proporcionar vínculo com sensação de limpeza desejada durante pandemia

Vitaminas e suplementos de beleza têm oportunidade de ganhar espaço entre os seniores

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Marketing para Pessoas Acima de 55 Anos: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Julho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Interesse em Claims Saudáveis

Apesar de interessados por claims saudáveis a maioria dos seniores não está disposta a pagar mais por isso

Figura 20: Interesse em claims saudáveis, maio de 2020

Produtos sem/com baixa lactose podem ser posicionados para público sênior com o claim de fácil digestão

Figura 21: Interesse em claims saudáveis, por faixa etária, maio de 2020

Homens com 55 anos ou mais têm maior interesse em produtos fáceis de mastigar

Figura 22: Interesse em claims saudáveis, por gênero, maio de 2020

Atitudes e Opiniões

9 entre 10 seniores não se sentem representados na publicidade

Figura 23: Atitudes e opiniões, maio de 2020

Figura 24: Campanha contra o "ageísmo" no mercado de trabalho da cidade de Toronto

Pandemia acelera uso da tecnologia entre seniores, mas há necessidade de alfabetização digital desse público

Figura 25: Nutren Senior Conect@

Seniores se preocupam com fake news, mas checagem de fonte antes de disseminação de conteúdo não é prática universal

Figura 26: Central de Informações sobre o coronavírus do Facebook

Atividades e Cuidados com Netos(as)

1 em cada 4 avós contribui no pagamento das despesas dos netos

Figura 27: Atividades e cuidados com netos(as), maio de 2020

Avós podem ver suas habilidades valorizadas pelos netos com mudanças de hábitos e prioridades gerados pela pandemia

Figura 28: Aulas da plataforma Aprenda Com Uma Avó

Figura 29: Kit Social Oven

Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com