

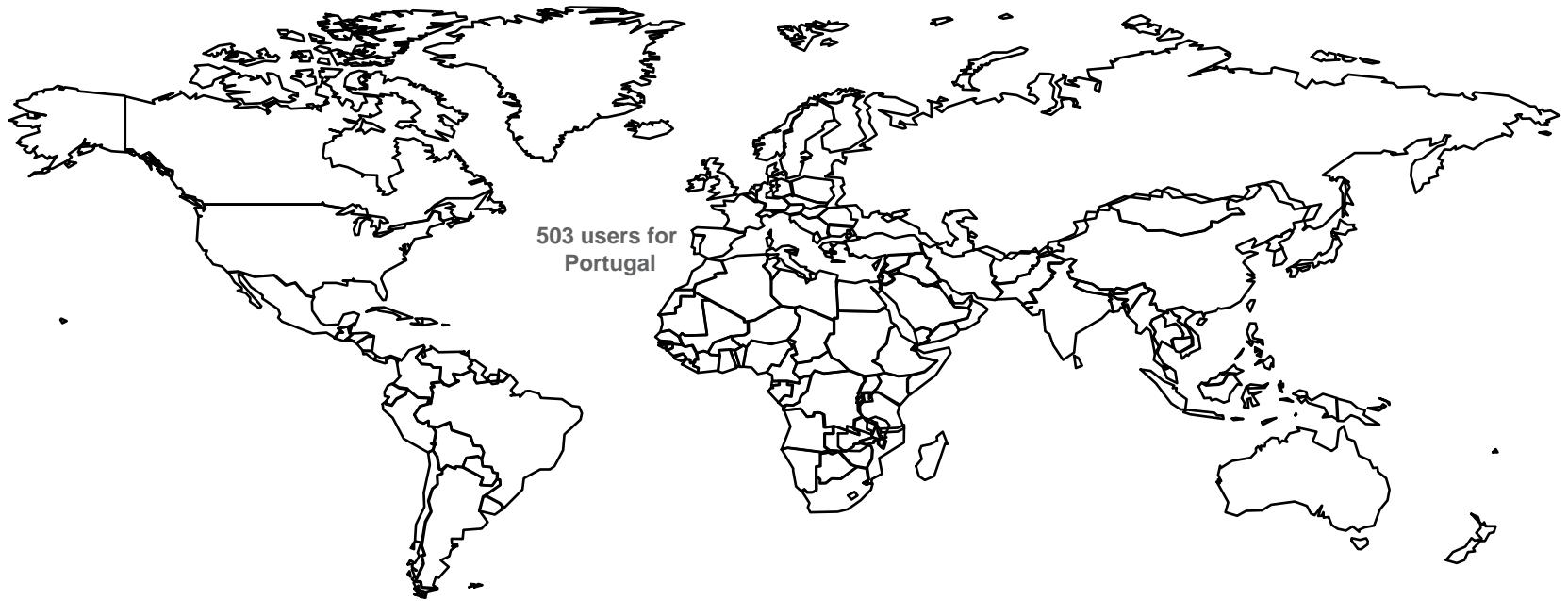
Índice de Confiança Nielsen

Nielsen Consumer Confidence Index – Global Survey 3Q 2010

Dados de Portugal



Nielsen Consumer Confidence Index: 6 Regiões /53 Países



The Nielsen Global Online consumer 3Q 2010: Sample of 29,570 Internet users representing a global online population of close to one billion consumers.

The Quarter 3 Survey was fielded from September 3 - September 21, 2010.

The Global Online Survey is an Internet survey that takes about 20 minutes to complete.
Sample are representative of adult Internet users in each country.

Sumário - Índice de Confiança Nielsen Q3:

- Consumidor Português tem o mais baixo Índice de Confiança de todos os países analisados
 - Portugal tem mínimo histórico de Índice de Confiança
- Portugueses têm no topo das preocupações o Trabalho/Emprego
 - “Perspectivas de Emprego” e “Estado das Finanças Pessoais” são indicadores onde os Portugueses têm índices muito baixos
- Portugueses assumem estar a mudar hábitos para poupar
 - Menos Fora do Lar, Menos Vestuário e mais M.Distribuição
- Portugueses valorizam e têm boa percepção das Marcas da Distribuição vs Média Mundial

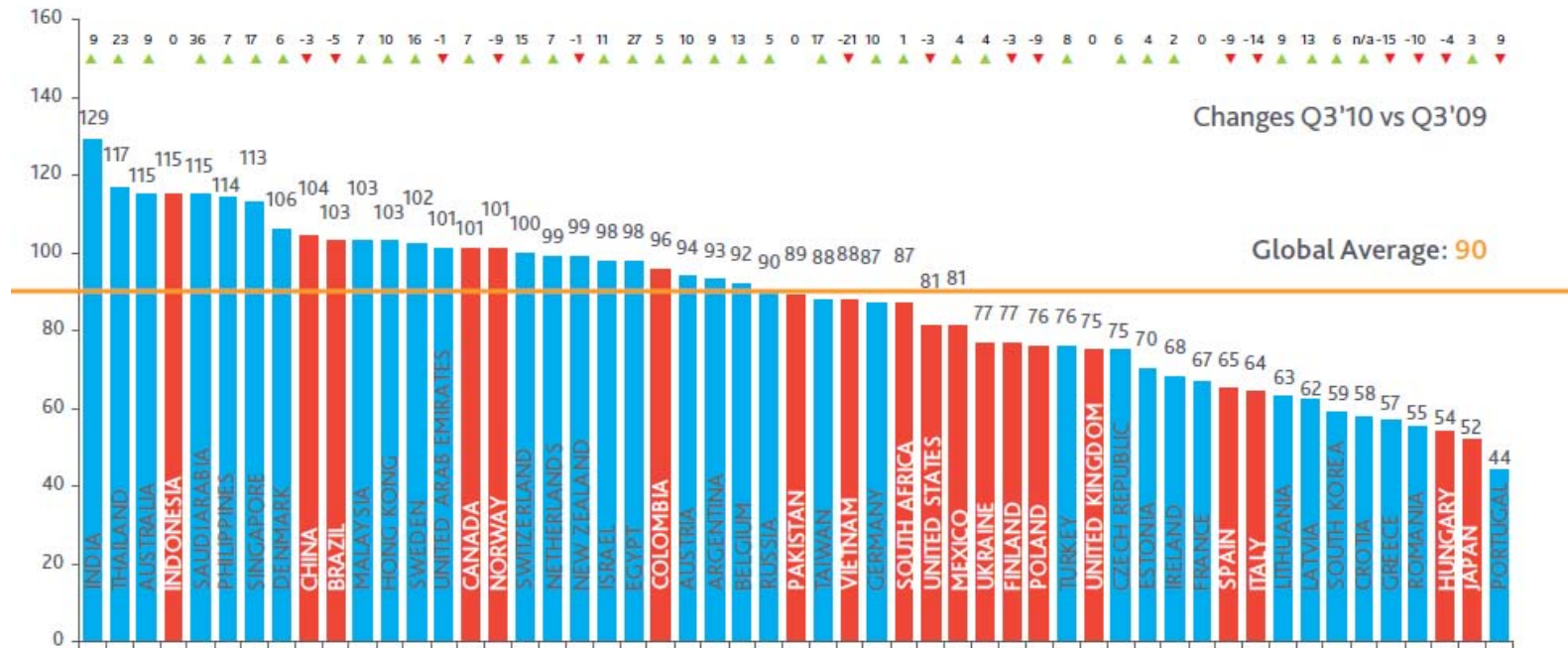
Índice de Confiança dos Consumidores Portugueses

Portugal vs Média Global
Portugal vs Europa



Consumidores Portugeses são os menos confiantes de todos os países analisados

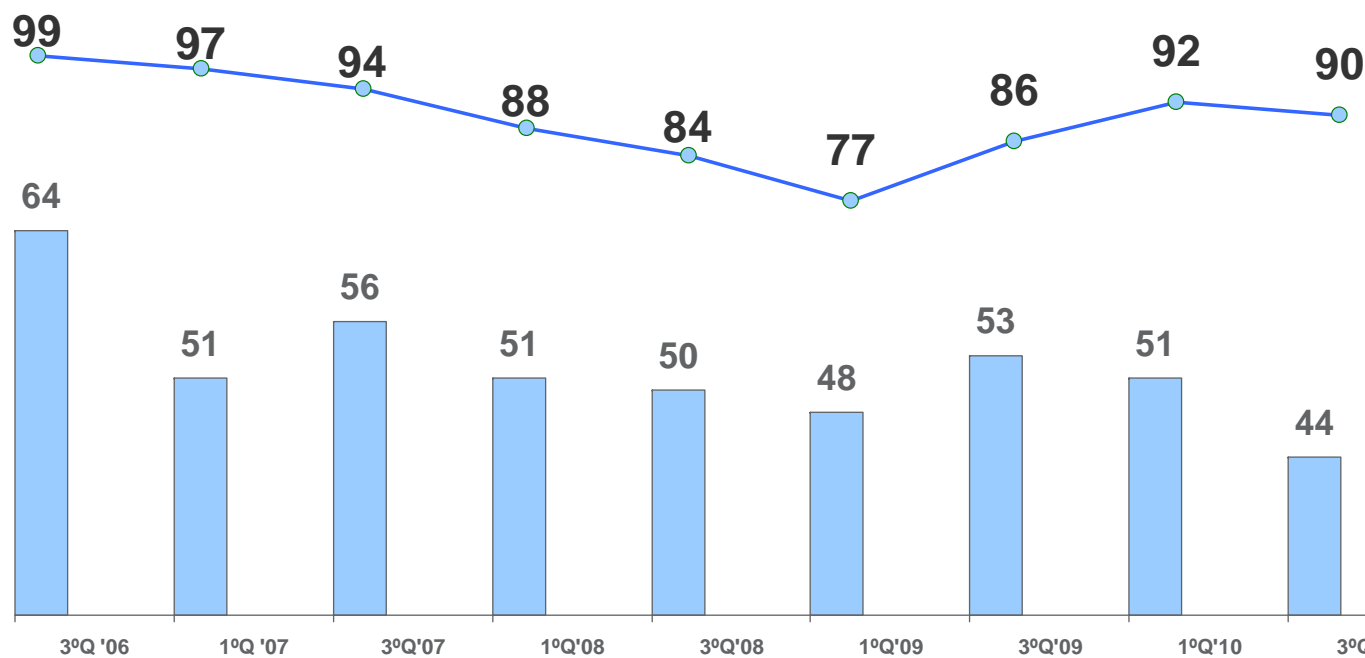
3rd Quarter 2010 Nielsen Global Consumer Confidence Index



Consumidor Português com mínimo de confiança

Evolução do Índice de Confiança do Consumidor:

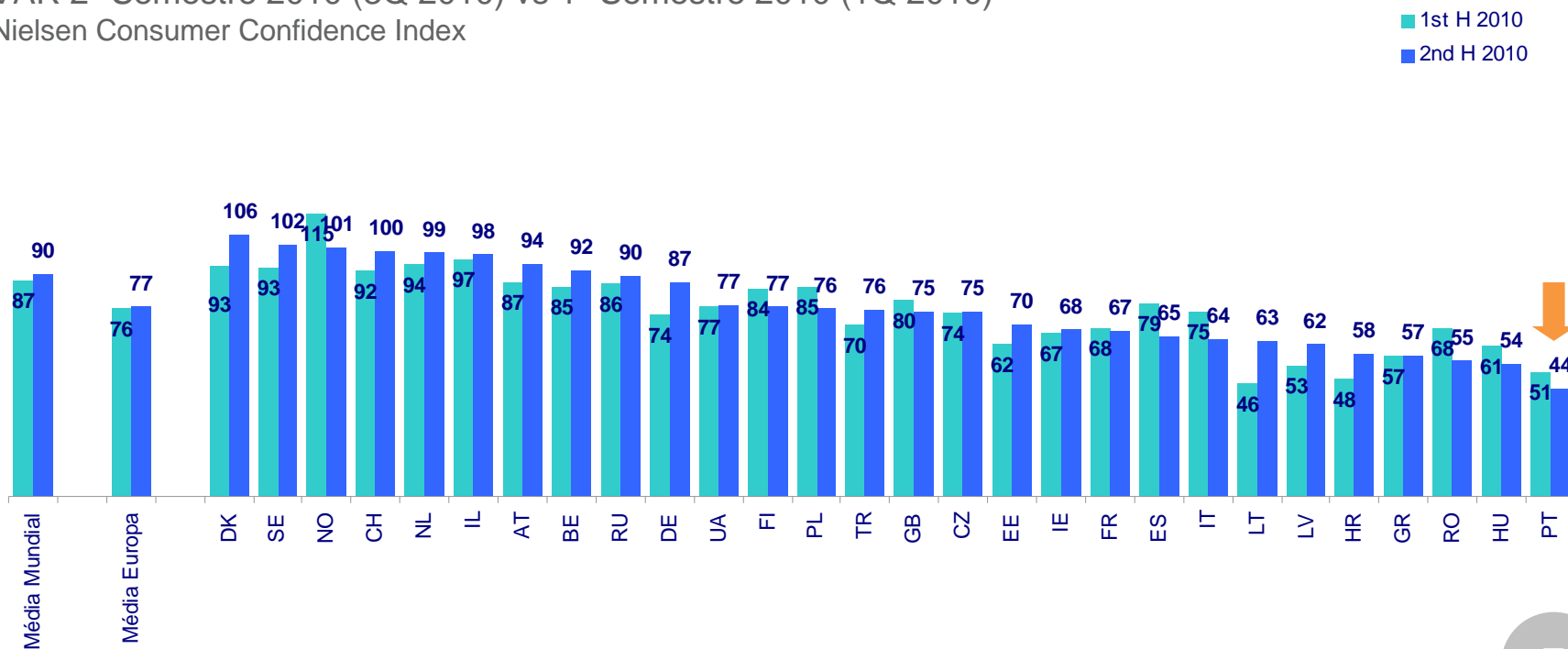
Média Global
Mundial



Portugal

Consumidores da Europa mantêm confiança vs início do ano, mas ainda estão distantes da média mundial

VAR 2º Semestre 2010 (3Q 2010) vs 1º Semestre 2010 (1Q 2010)
Nielsen Consumer Confidence Index



O que mais preocupa os Consumidores?

Portugal vs Média Global
Portugal vs Europa

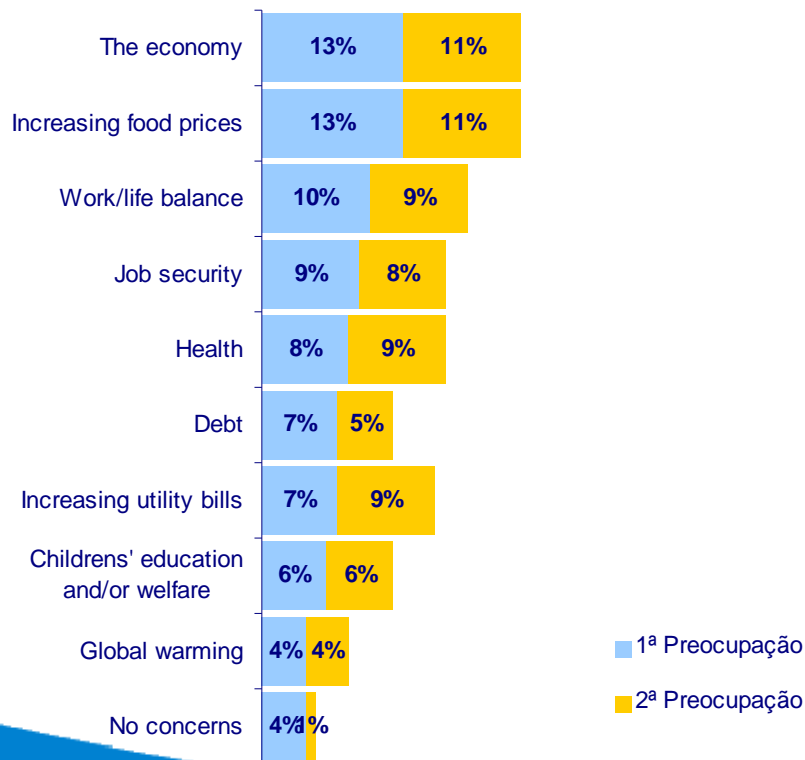


Portugueses têm o “Emprego” no Topo das suas preocupações

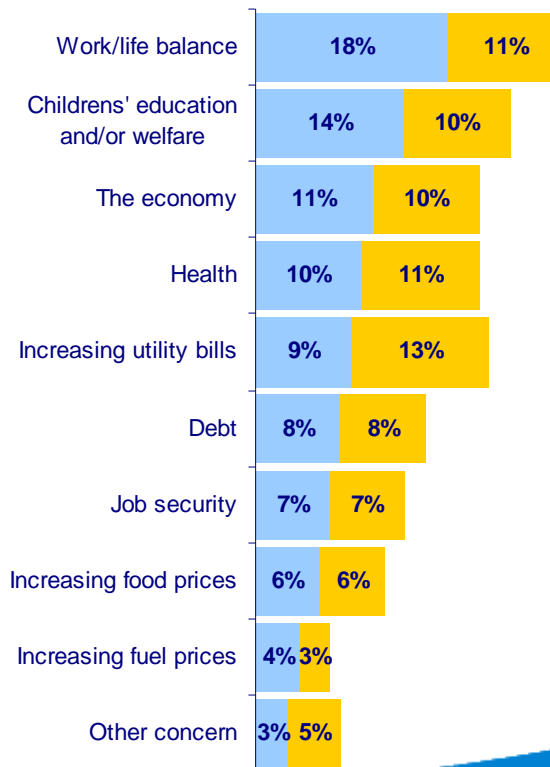
Em seguida o bem-estar dos Filhos, a Economia e a Saúde

Maiores preocupações nos próximos meses

Média MUNDIAL



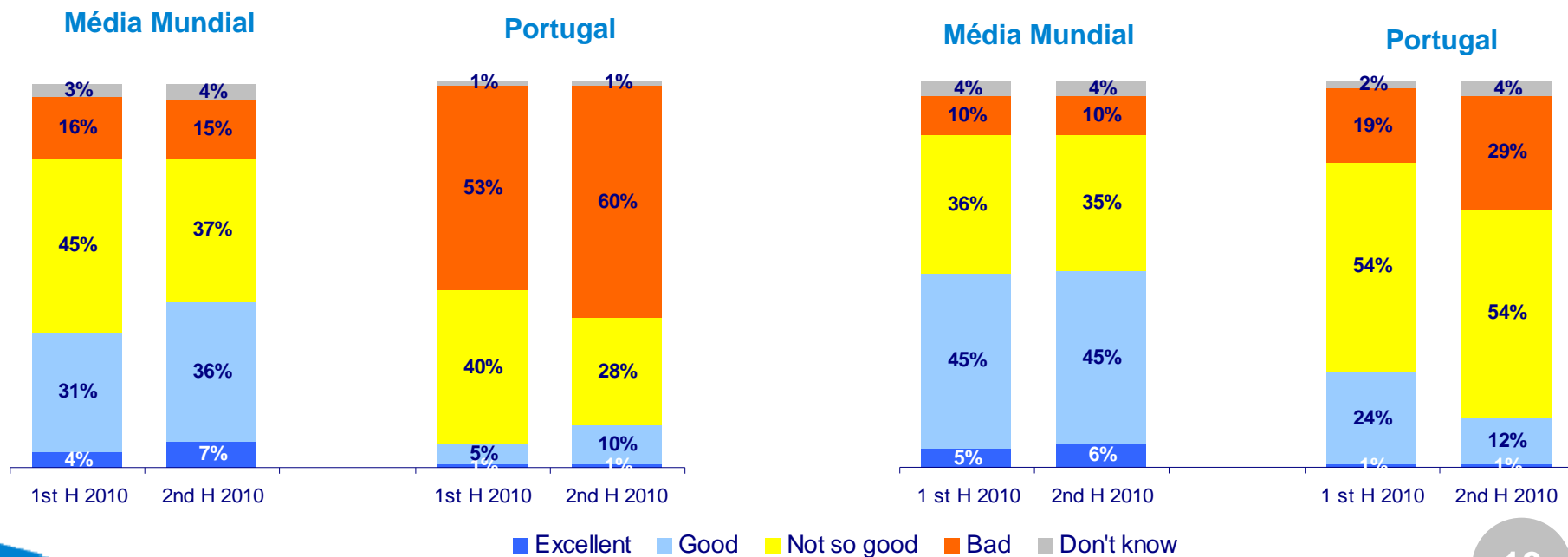
PORTUGAL



Consumidores Portugueses muito distantes da média mundial nas Perspectivas de Emprego e Estado das Finanças Pessoais

Perspectivas “Emprego/Trabalho”? Próximos 12 meses

Estado das Finanças Pessoais? Próximos 12 meses

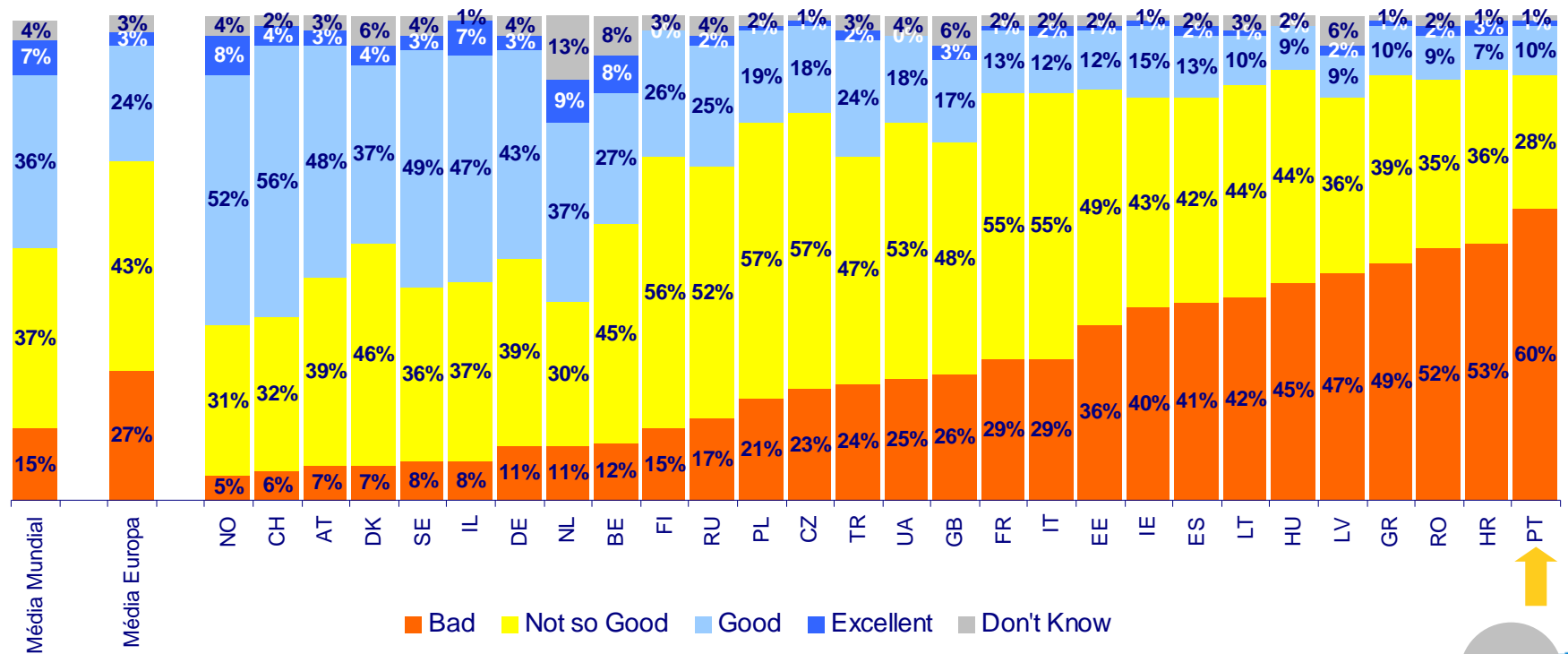


PT são os mais preocupados com perspectivas de emprego

Dados Europeus são piores do que a Média Mundial

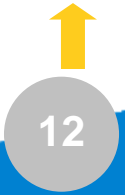
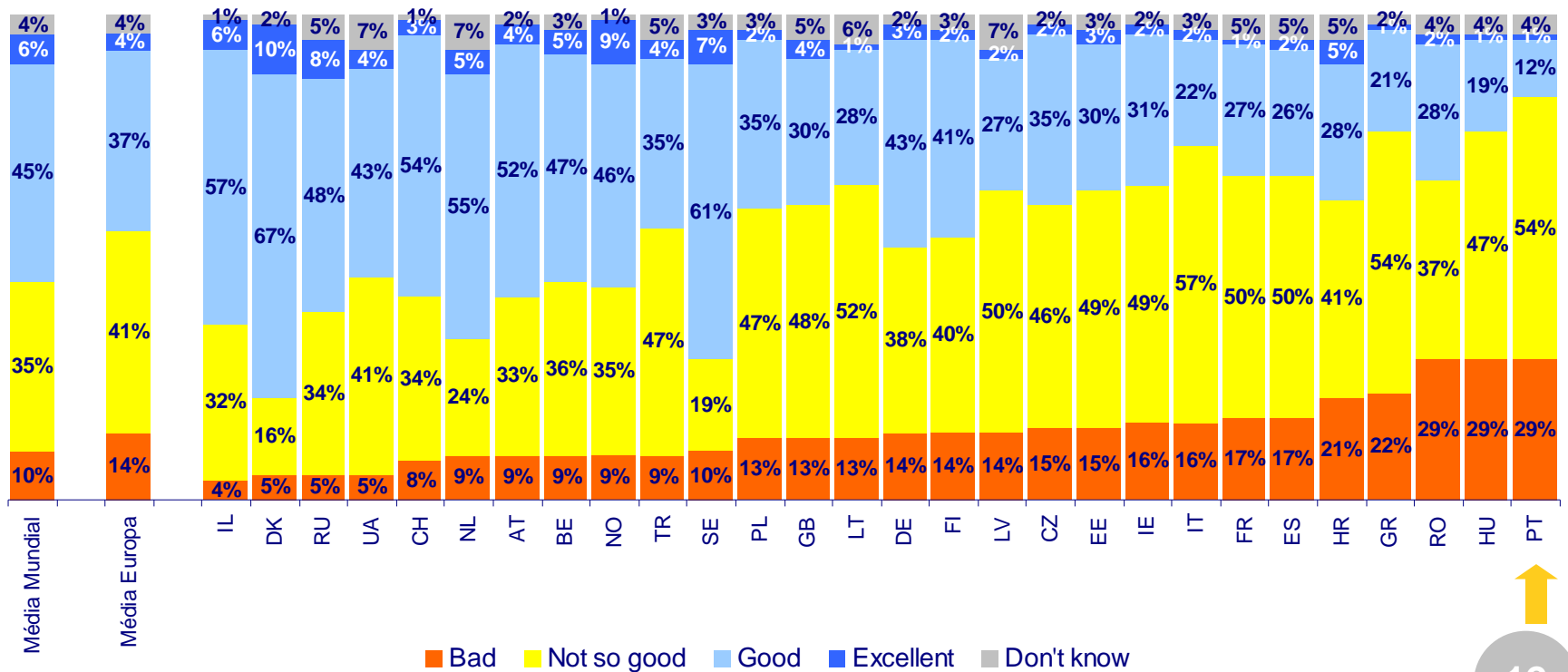
Perspectivas “Emprego/trabalho” – Países da Europa

Próximos 12 meses



Somos dos menos optimistas nas Finanças Pessoais

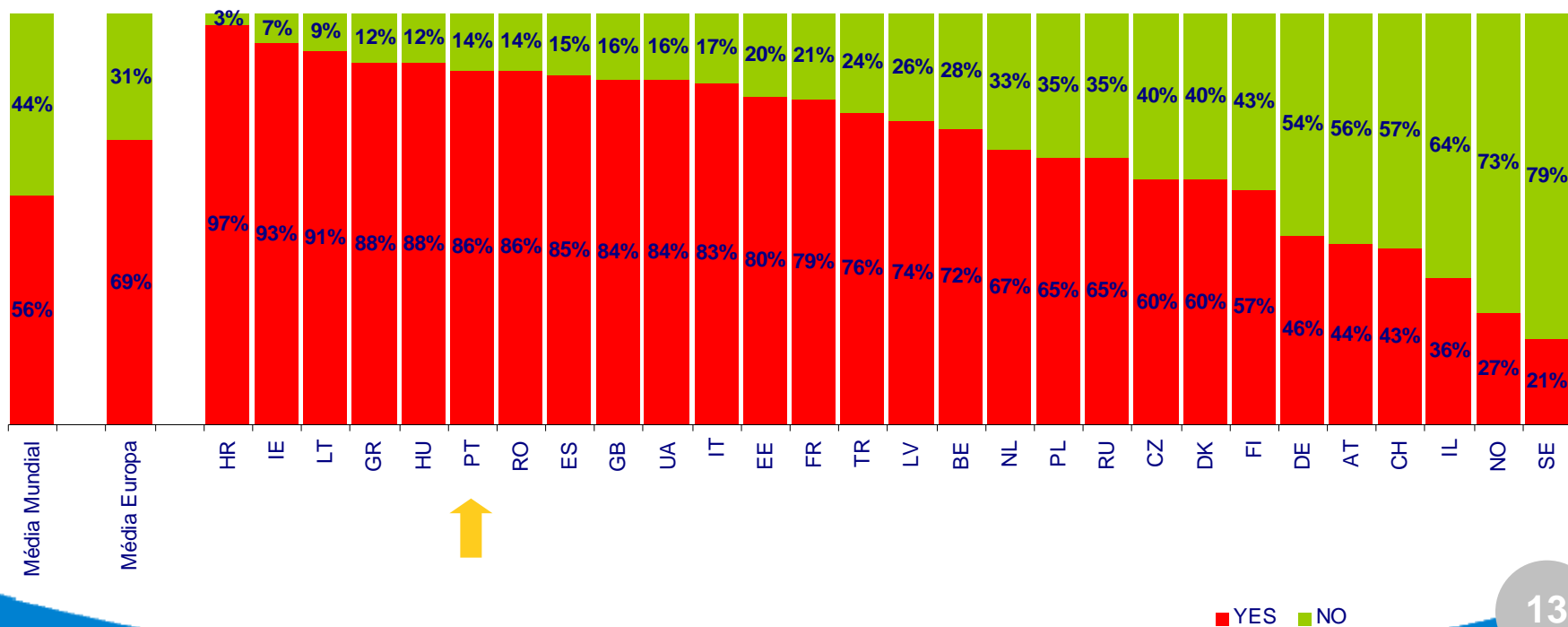
Estado das Finanças Pessoais – Países da Europa
Próximos 12 meses



4/5 dos Portugueses reconhece recessão Económica

2/3 dos Europeus reconhece que os tempos não são fáceis para o seu País.

“O País está actualmente em recessão económica”?

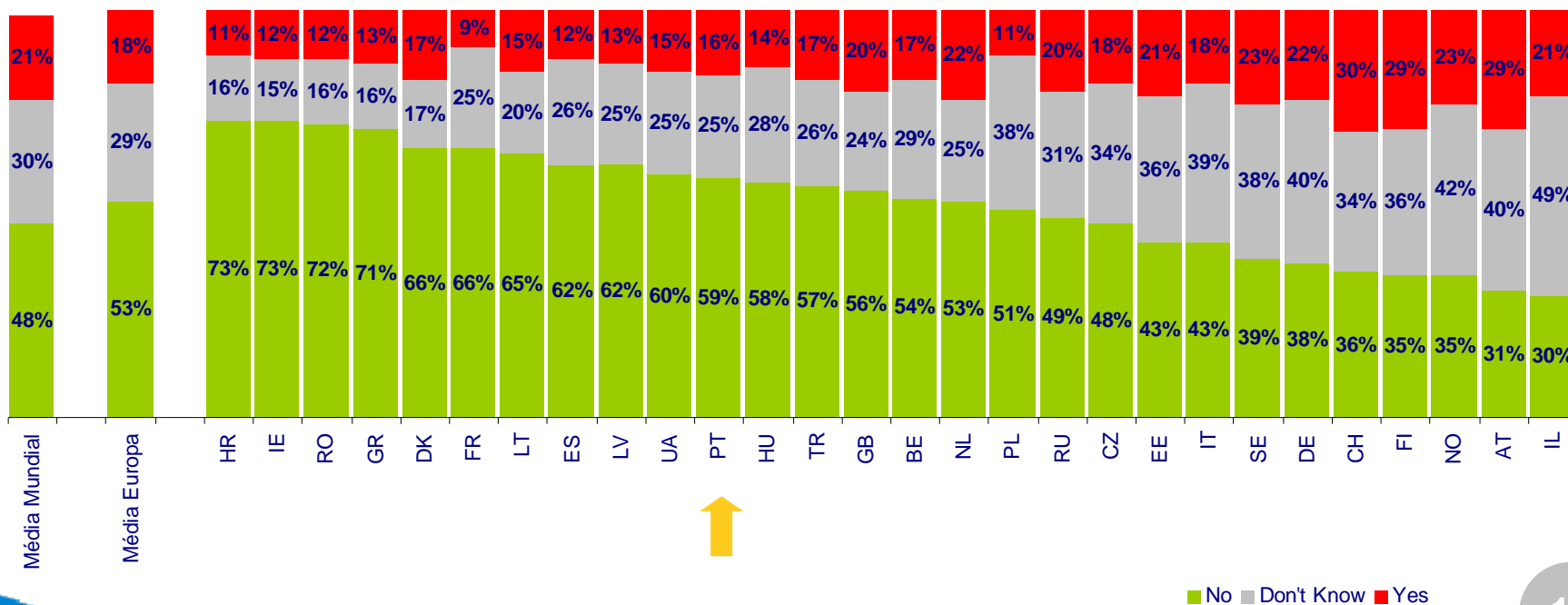


2/3 dos Portugueses tem confiança em sair da recessão

Europeus mais otimistas em relação ao futuro do que a média mundial

“O País vai estar em recessão económica”?

Próximos 12 meses



Estão os consumidores a mudar os seus hábitos?

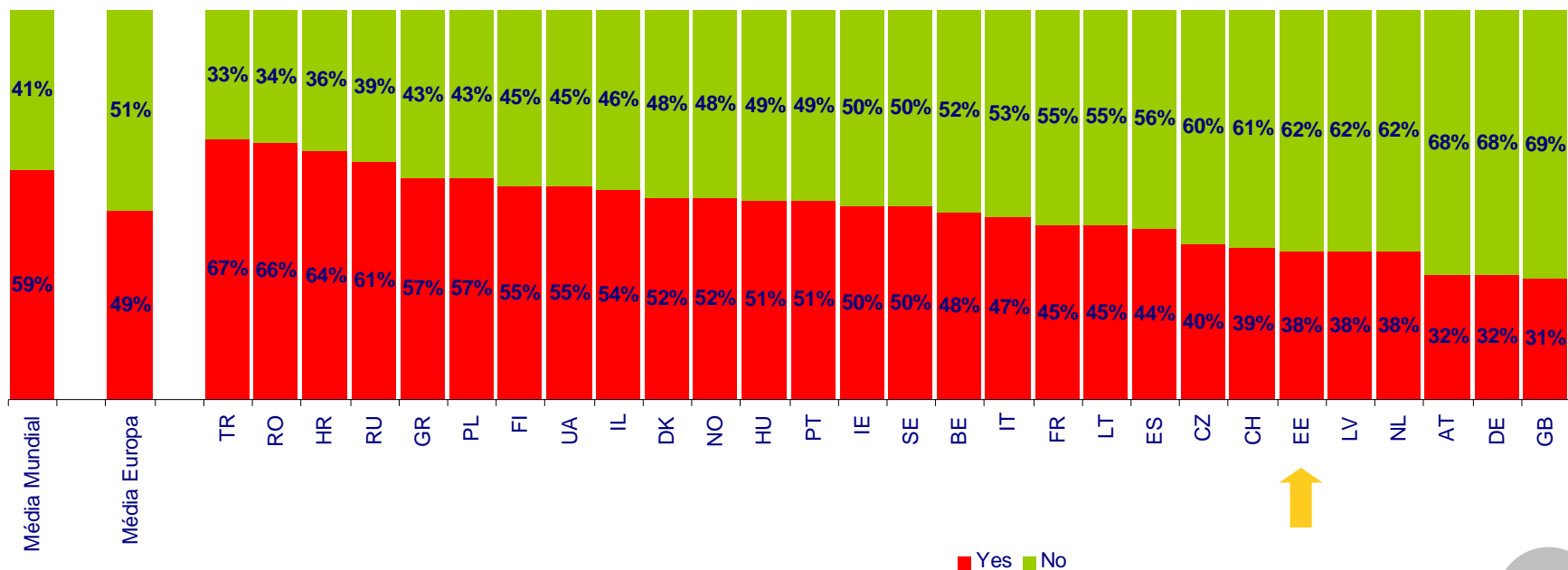
Portugal vs Média Global
Portugal vs Europa



Portugueses mudam hábitos de compra para poupar

2/3 dos Consumidores Mundiais (e da Europa) dizem estar a mudar de hábitos

“Comparando com o último ano, considera estar a mudar os seus hábitos de compra, para poupar?”



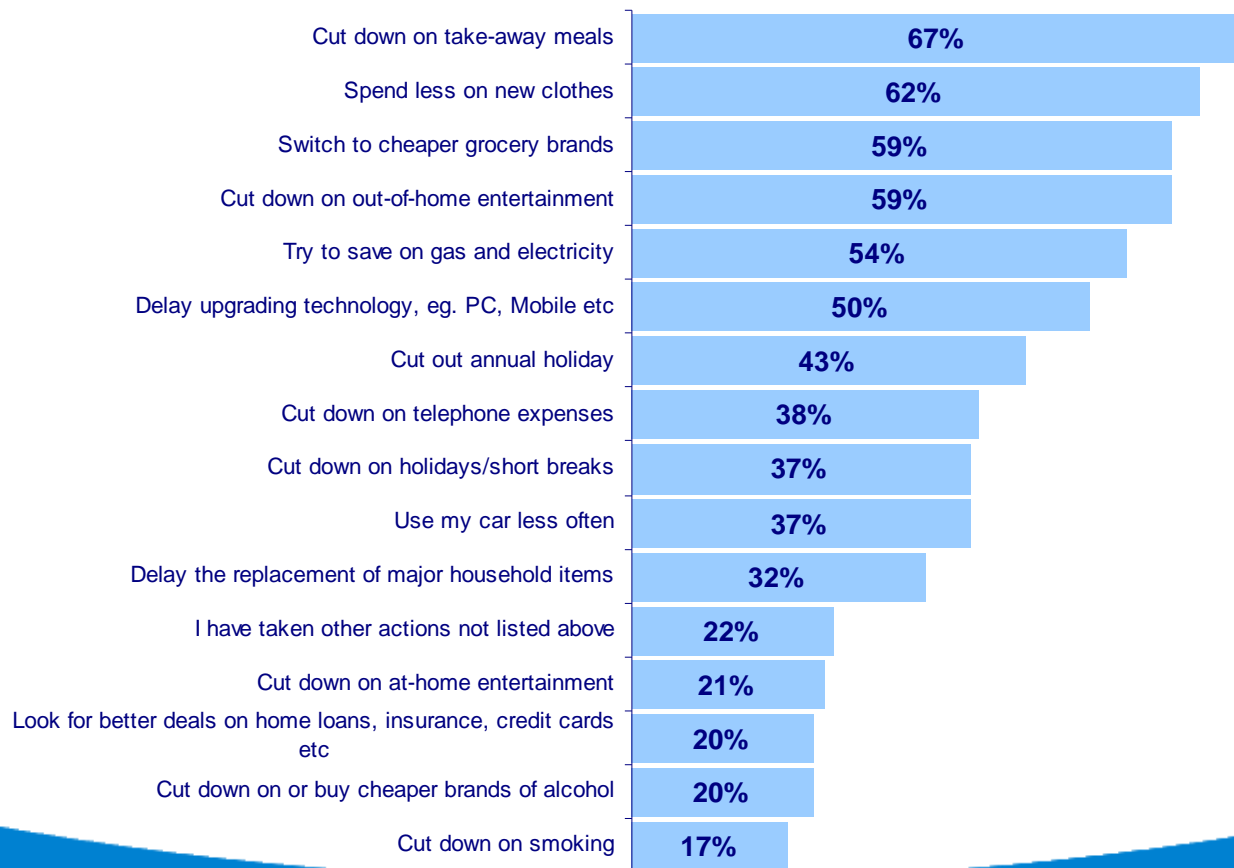
Source:
“Global On-Line Consumer Omnibus”
September 2010: 29 570 respondents globally

Menos Fora do Lar, menos Vestuário e mais MDD's

São o Top 3 das acções dos Portugueses para poupar nas despesas mensais

PORTUGAL

Comparando com o ano passado, quais destas acções tem feito para poupar nas suas despesas mensais?

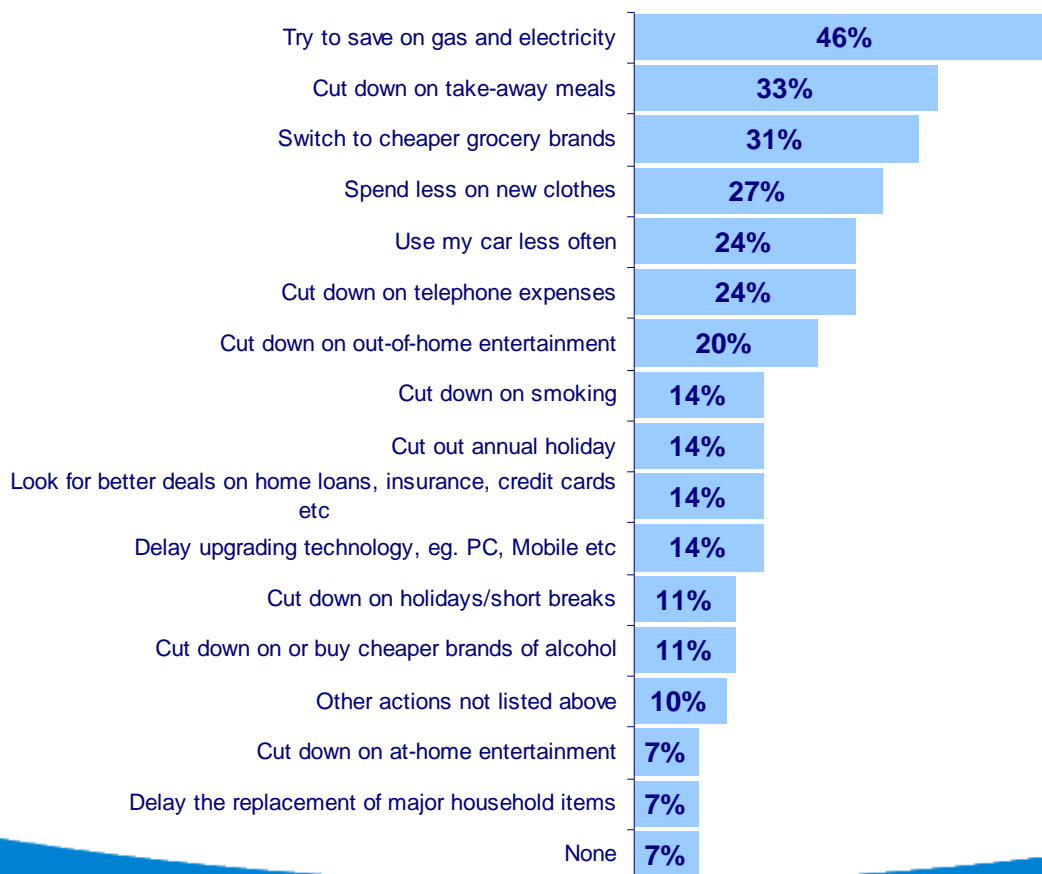


17

Preocupação ecológica (Luz, Gás, Automóvel) e compra de MDD manter-se-ão após a crise

PORTUGAL

Quando as condições económicas/financeiras melhorarem, quais destas acções vai continuar a fazer?



18

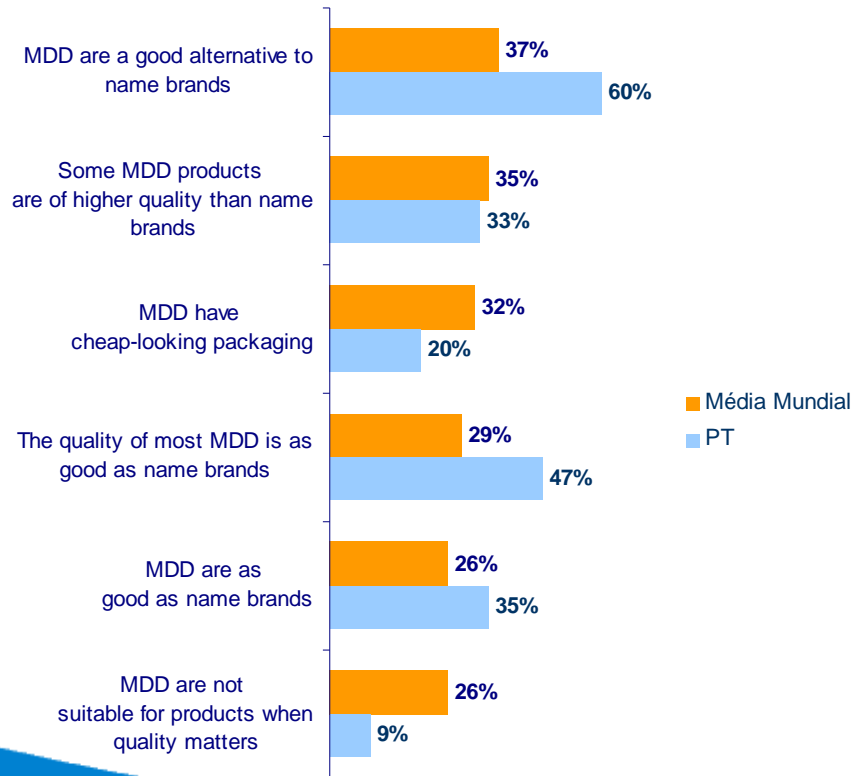
Marcas da Distribuição

Portugal vs
Média Mundial

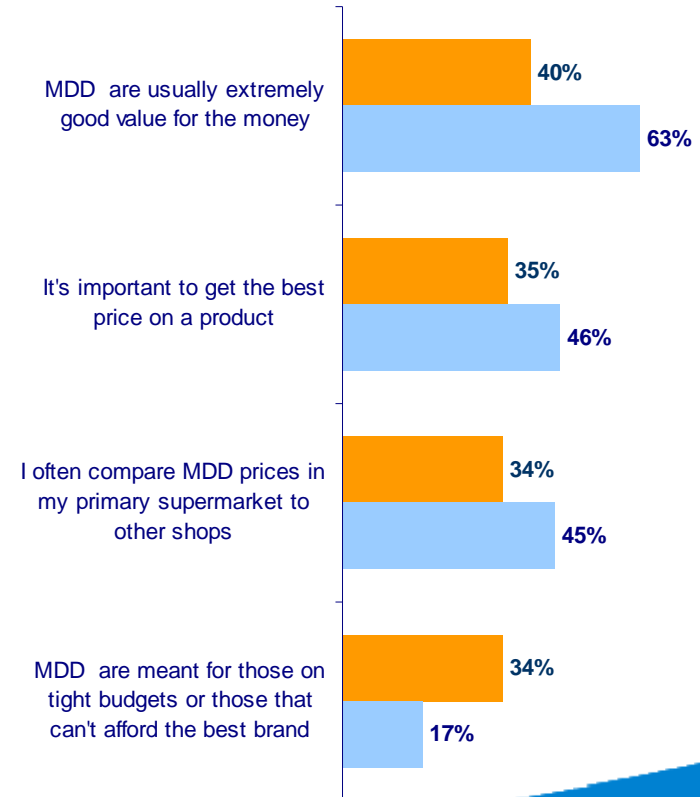


Portugueses têm boa percepção e valorizam as Marcas da Distribuição vs Média Mundial

“Qual a sua opinião sobre a qualidade das MDD?”



“Qual a sua opinião sobre o valor das MDD?”



3/4 dos portugueses comprou recentemente MDD

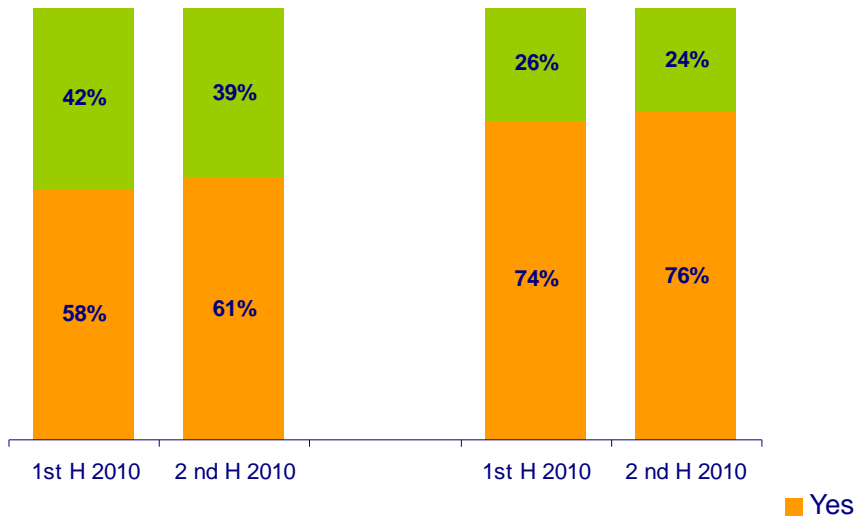
E a maioria diz que irá continuar a fazê-lo após esta “recessão”

“Comprei mais MDD’s durante a actual recessão económica”?

“Quando a economia voltar a crescer vou continuar a comprar MDD’s”?

Média Mundial

Portugal



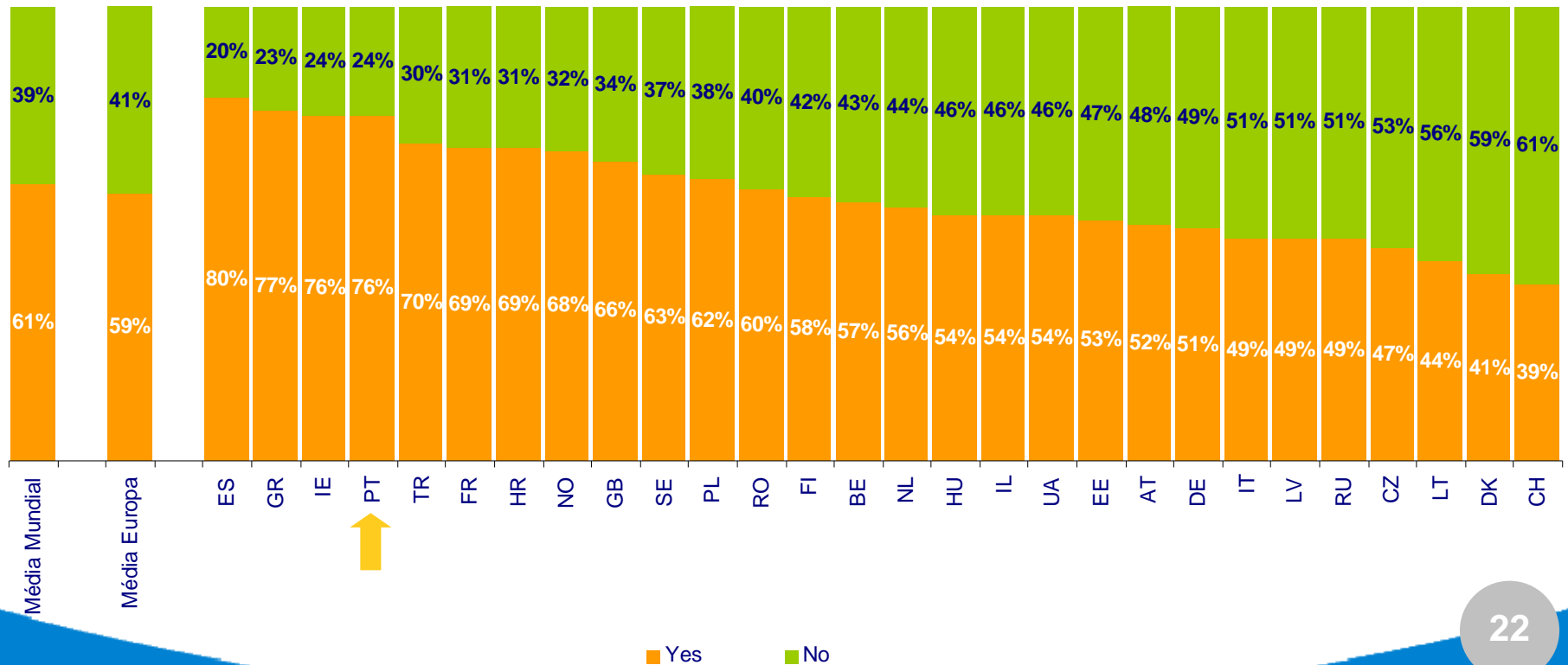
Média Mundial

Portugal



Em termos de % de Consumidores, só Espanha, Grécia e Irlanda compram mais MDD's que os Portugueses.

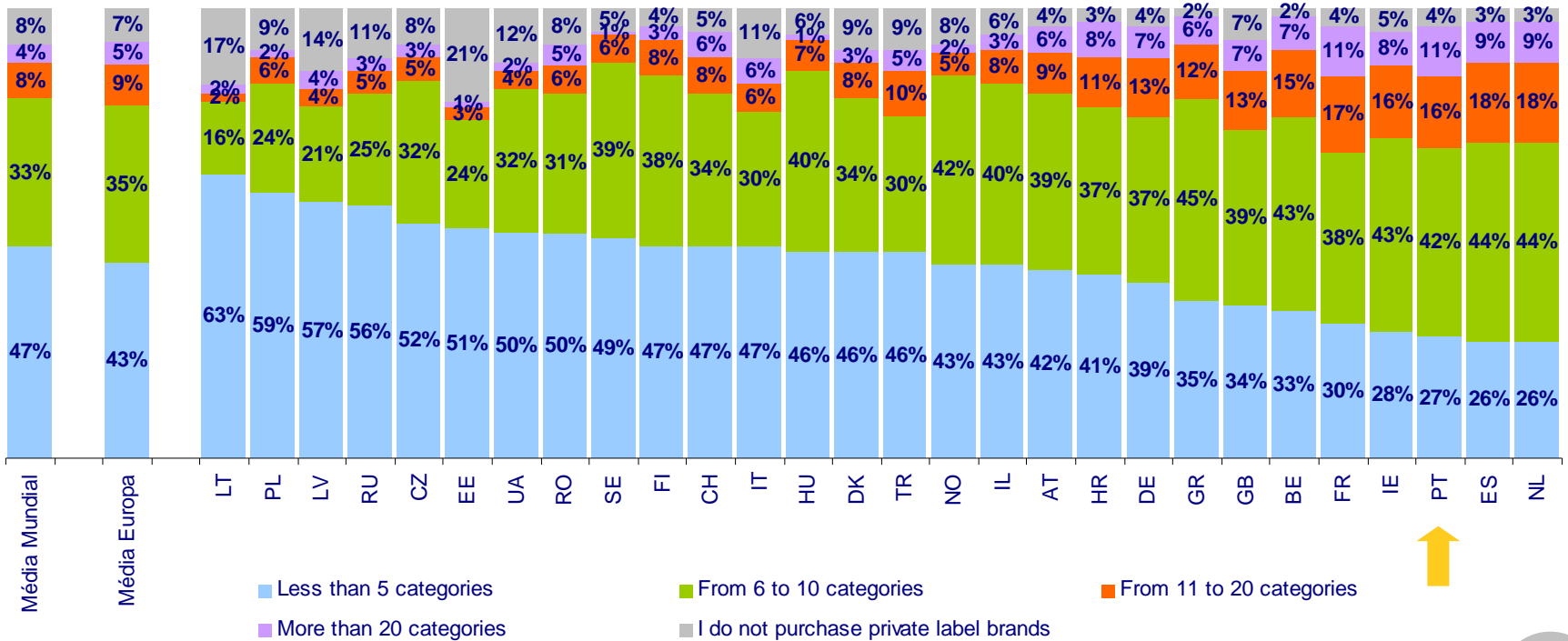
Compra de MDD durante a recessão económica – Países da Europa



Compra de MDD não é generalizada a todas as Categorias

70% dos Portugueses compra MDD em menos de 10 categorias

“Quantas categorias costuma comprar de MDD’s?”

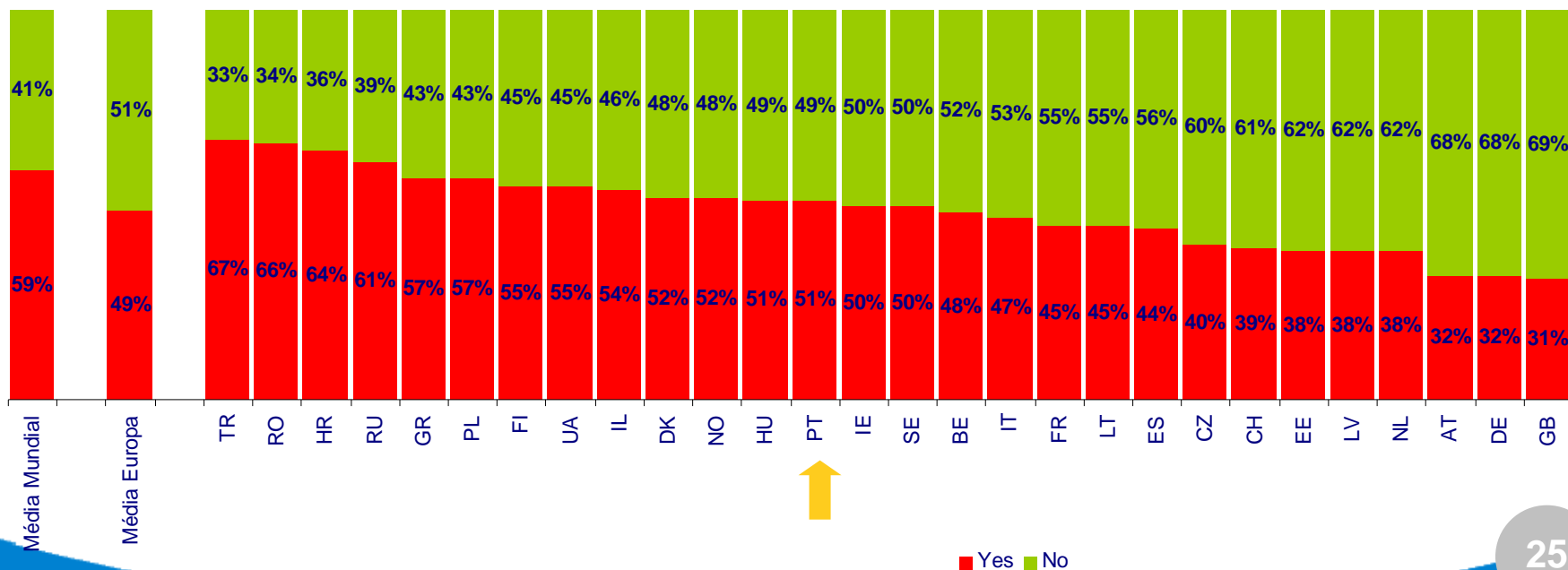


São os
consumidores
influenciados pela
actividade
promocional?



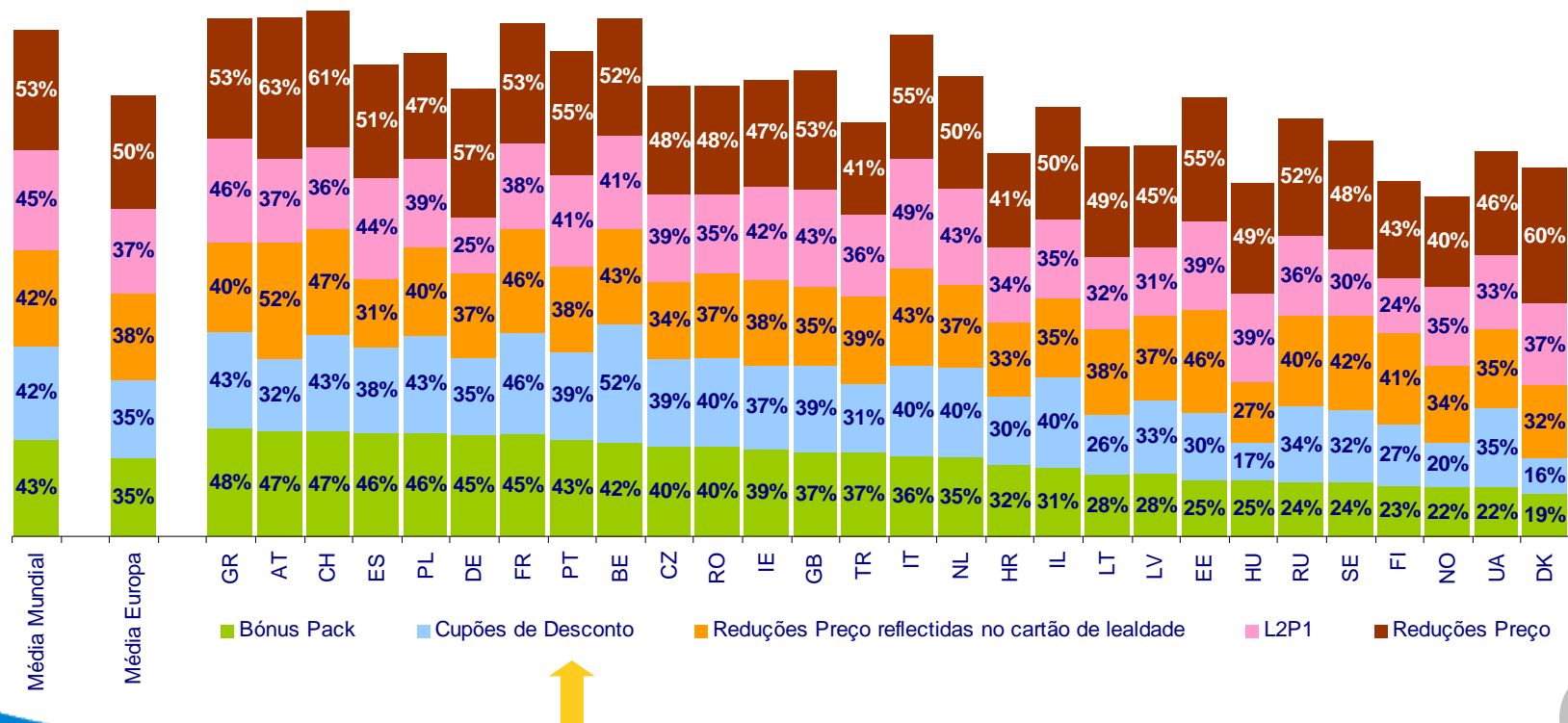
Portugueses estão na média Europeia em termos de adesão à actividade promocional

“No último ano, comprou algum produto/marca de Grande Consumo com base na promoção que apresentava?”



Redução de Preço “pura” é a promoção preferida na maioria dos Países Europeus

“Qual a sua disposição para comprar um produto/marca em determinado tipo de promoção?”



Obrigado

The Nielsen logo is positioned in the bottom right corner of the slide. It consists of the word "nielsen" in a lowercase, serif font, with a horizontal line of seven dots underneath it. The logo is contained within a white circular shape that is partially obscured by a light blue curved shape at the bottom of the slide.

nielsen