

REDUINIQ[®]

Enhanced
Payment Experience

RETURN ON IDEAS

REDUINIQ[®] INSIGHTS

Retail | As Fases de Desconfinamento
09 de junho 2020



Empowered by
UNICRE

REDUNIQ[®] INSIGHTS

O **REDUNIQ Insights**, que resulta da parceria entre a REDUNIQ e a Return on Ideas, é uma solução de conhecimento que pretende disponibilizar análises de valor acrescentado aos seus clientes, com base em informação sobre a atividade do retalho nacional, suportando empresas na geração de insights e na tomada de decisões de desenvolvimento dos seus negócios.

A **REDUNIQ**, a maior rede de aceitação de cartões nacionais e estrangeiros em Portugal (tendo transacionado 20 mil milhões de euros em compras em 2019, num total de 539 milhões de transações) dispõe de informação detalhada sobre os perfis de consumo realizados em estabelecimentos servidos pela sua rede.

A **Return on Ideas** é uma empresa de estratégia e consumer knowledge que, alavancando o seu **Projecto C-Lab**, fundado em 2009, se afirma como conhecedora e intérprete diferenciada do comportamento dos consumidores portugueses e da evolução dos diferentes mercados de retalho em Portugal.

Durante o próximo mês, com recorrência semanal, o **REDUNIQ Insights** disponibilizará um conjunto de análises sobre a dinâmica de evolução de diferentes setores de atividade ao longo do período de confinamento e do(s) processo(s) de desconfinamento e de reabertura da atividade económica. Pretendemos contribuir para uma melhor compreensão das dinâmicas de recuperação do ecossistema de retalho português

Agenda

1. EVOLUÇÃO DA PERFORMANCE DO RETALHO
2. ANÁLISES SETORIAIS

Na sequência de 4 Relatórios onde, de forma sistemática, se aprofundou a análise da realidade do Sistema de Retalho quer em Estado de Emergência, quer nas Fases de Desconfinamento, este 5º Relatório define uma nova etapa do REDUNIQ Insights.

Exceção feita aos centros comerciais na Área Metropolitana de Lisboa, já não há setores de atividade (relevantes) ainda confinados.

De ora em diante focar-nos-emos com maior profundidade na compreensão da realidade “presente” do sistema de retalho e dos seus diferentes setores.

Progressivamente, deixaremos de nos centrar numa análise em base 100, tendo por referência a realidade pré-Covid, e passaremos, também, a desenvolver comparações com períodos homólogos.

Esta opção decorre do facto de a utilização da 1ª semana de março como base de comparação estar a perder efectividade num momento em que se entra numa fase do ano (Junho, Julho e Agosto) que tipicamente tem uma sazonalidade de crescimento muito forte.

O facto de, em diversas categorias e em diversos distritos, se estar já em valores sustentadamente acima dos 100 (em análises de base 100) poderá começar a gerar análises de performance menos assertivas.

Nas próximas semanas, forcar-nos-emos, não mais na compreensão estrita dos processos de perda e recuperação, mas, na tentativa de avaliar a forma como a realidade comparável de 2019 é alcançável.

■ Evolução Mensal da Performance do Retalho

Faturação | Número de Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos | Canal | Contactless

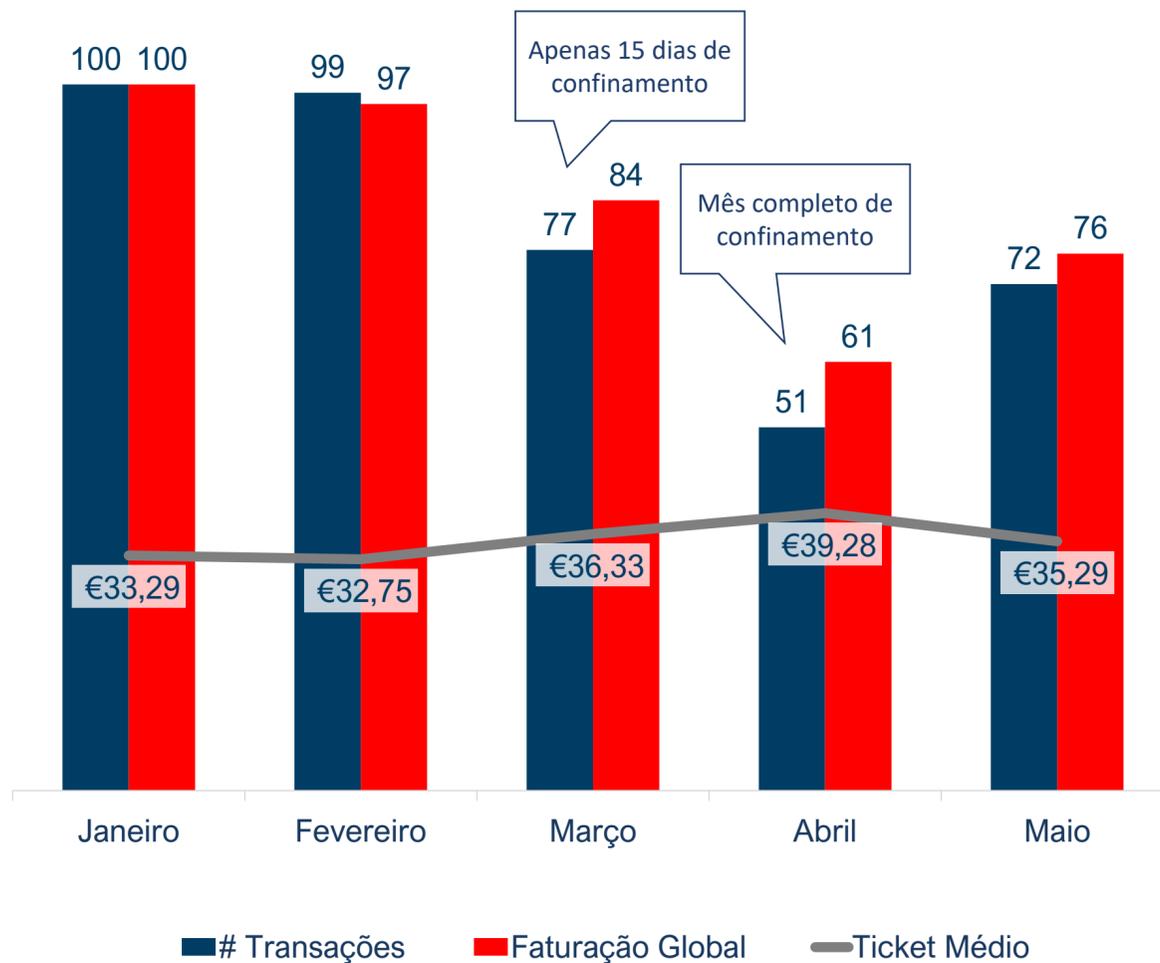


Evolução Mensal (Total Portugal)

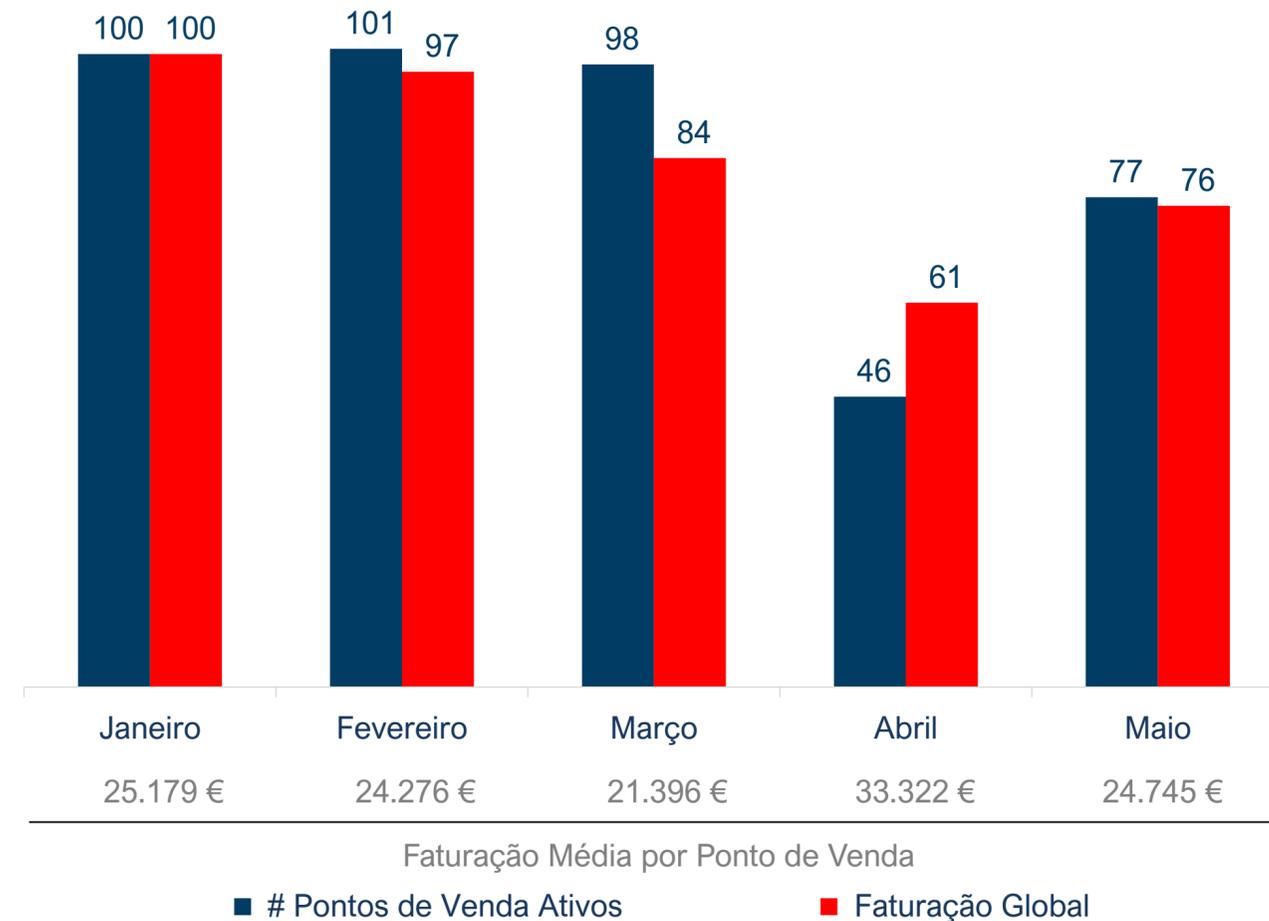
1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Evolução Mensal Faturação (2020)



Evolução da Faturação & Pontos de Venda “Ativos” (2020)



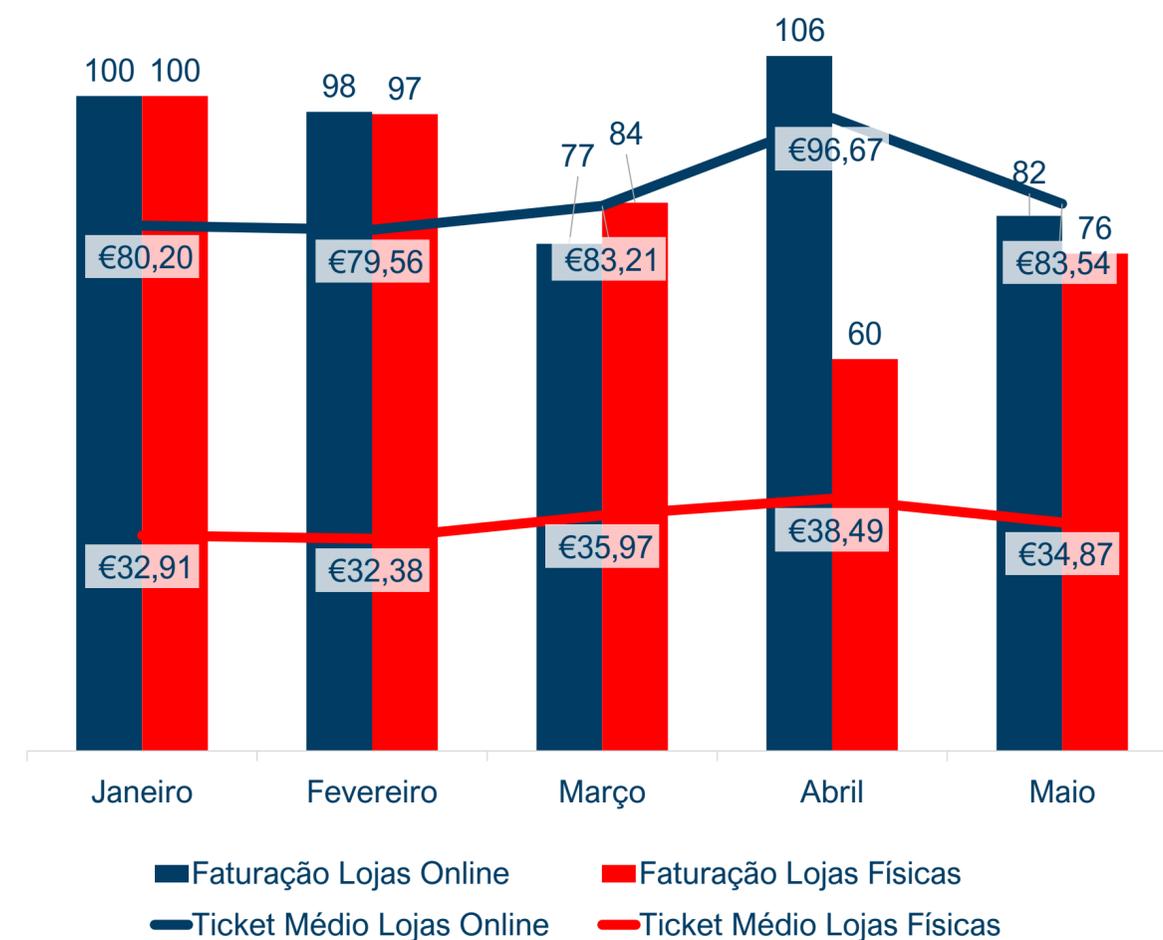
- ✓ Maio, o 1º mês completo em Fase(s) de Desconfinamento evidenciou uma tendência sustentada de recuperação do sistema (tendo como referência 100 o mês de janeiro)
- ✓ Nesta análise de base 100, e depois de se observar perdas de 40% em abril – o único mês completo de Estado de Emergência – o final de maio é pautado por perdas de “apenas” 25% (quer em termos de faturação, quer de número de pontos de venda ativos)
- ✓ A expressão da perda prevalente será ligeiramente maior se tivermos o mês homólogo de 2019 como ponto de comparação – análise que será aprofundada nos próximos Relatórios do REDUNIQ Insights

Evolução Mensal (Total Portugal)

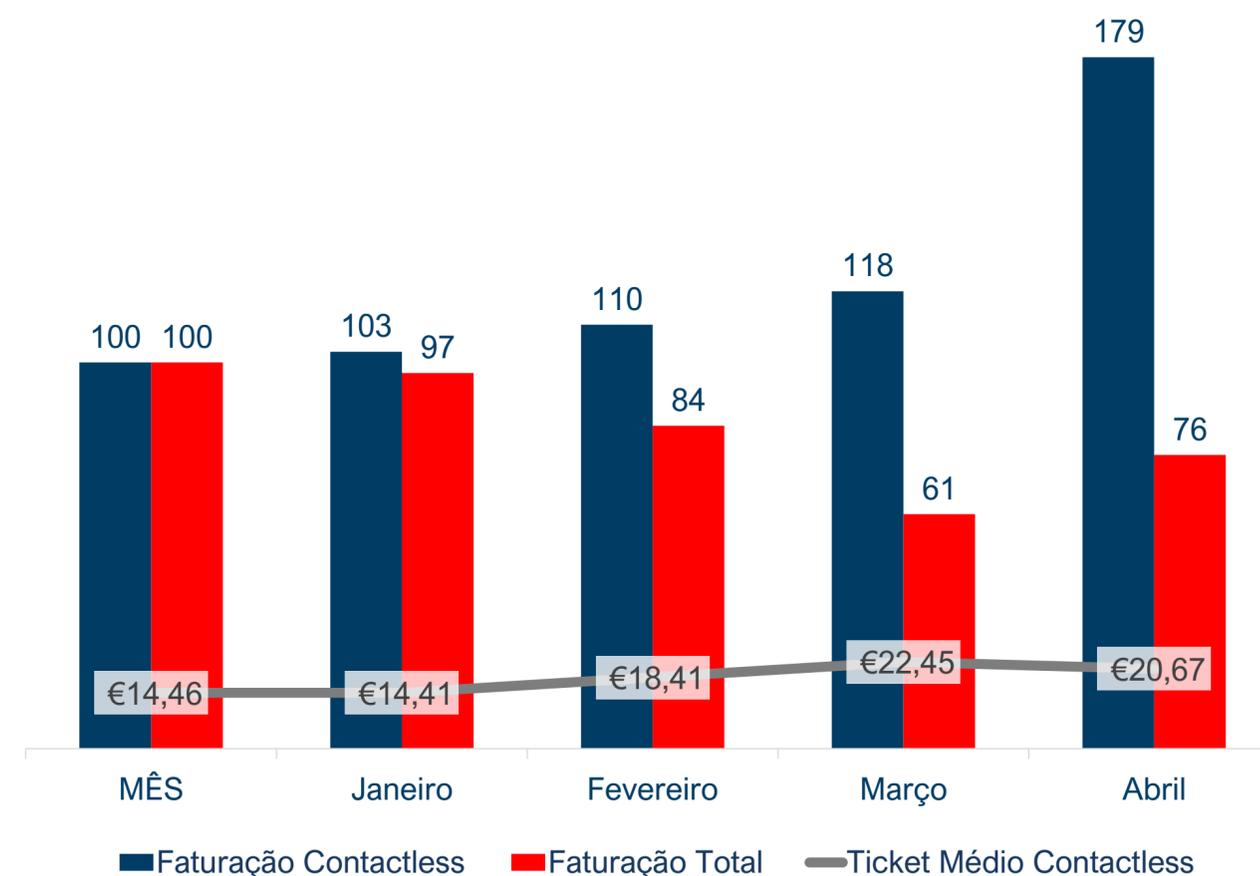
1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Evolução da Faturação por Canal (2020)



Evolução da Faturação em Contactless (2020)



- ✓ O Online, canal de centralidade ímpar em tempos de Confinamento, não manteve a sua tração durante o mês de maio, numa dinâmica em que o emergir de uma crise económica pode ser um fator explicativo
- ✓ A performance das lojas físicas reflete a realidade transversal do sistema
- ✓ A utilização de contactless é, provavelmente, a transformação mais profunda de comportamentos de consumidor que estes 3 meses de Crises (Sanitária e Económica) já determinaram

Evolução Semanal da Performance do Retalho

Faturação | Número de Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos

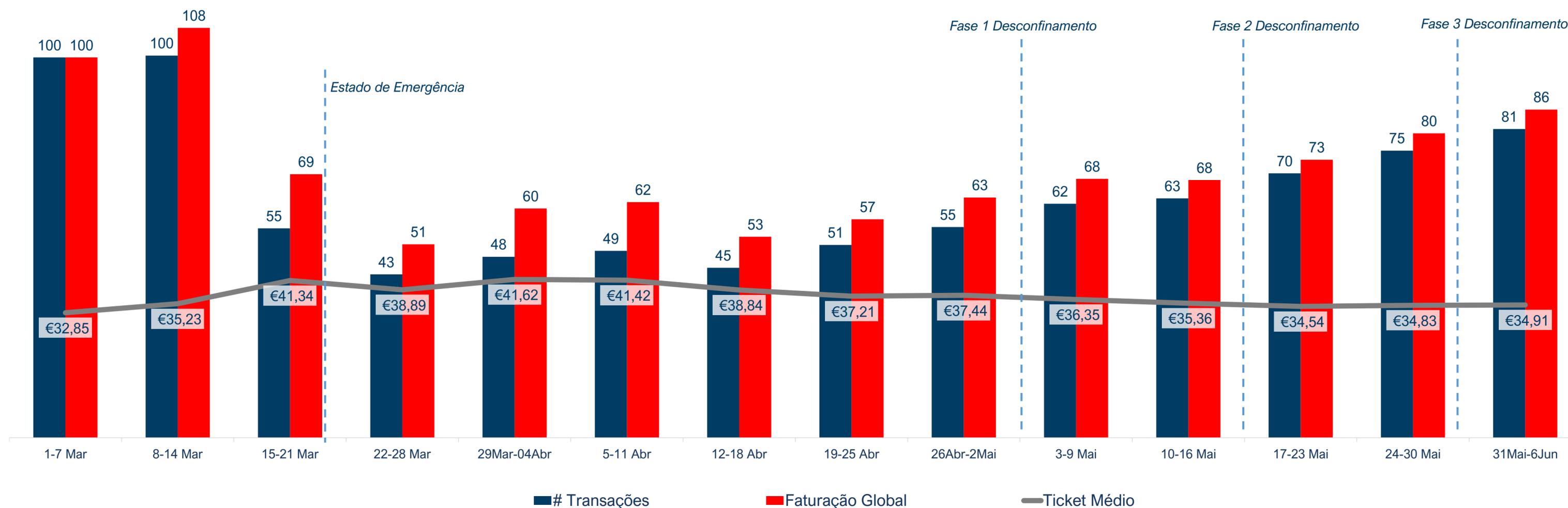


Evolução da Faturação (Total Portugal)

1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Semanal Mar2020 - Presente



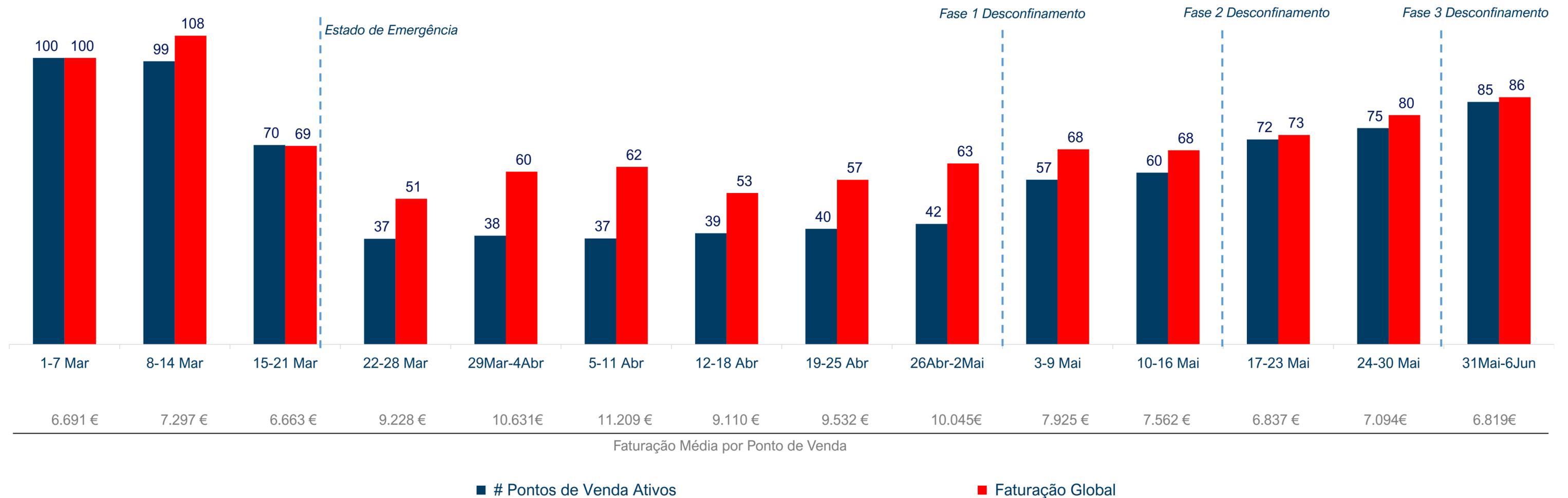
- ✓ Nas semanas que se seguiram ao Estado de Emergência observámos quebras na faturação na ordem dos 40%, valores muito aquém dos observados no início de março
- ✓ A 2ª fase de desconfinamento é marcada pela aceleração do crescimento dos níveis de faturação e transações, tendo ultrapassado os valores observados no início do período de Estado de Emergência
- ✓ No 1º mês de desconfinamento verificou-se uma recuperação gradual das 3 variáveis core do sistema analisadas (número de transações, faturação global e ticket médio). Na normalização observa-se, também, uma redução do ticket médio, reflexo do aumento de frequência de transações, com o aumento da “circulação de pessoas em espaço público”
- ✓ Na primeira semana de junho a tendência de crescimento / recuperação mantém-se, com níveis de faturação apenas 15% abaixo dos valores observados no período de pré-pandemia

Evolução da Faturação & Pontos de Venda “Ativos” (Total Portugal)

1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Semanal Mar2020 - Presente



- ✓ Com a entrada na 1ª fase de desconfinamento, e com a possibilidade de reabertura de alguns setores, o número de pontos de venda ativos no sistema cresceu de forma substancial, recuperando quase 20% face ao ponto de partida (reabertura de 10.000 pontos de venda no sistema REDUNIQ - aumento de 37% face à semana de 26 de abril)
- ✓ Na 3ª semana de desconfinamento verificou-se um crescimento gradual do número de pontos de venda ativos, 72% do baseline (no início de março), e um aumento de 12 p.p. face a semana anterior (10 de maio)
- ✓ A tendência de recuperação observada no 1º mês de desconfinamento evidenciou uma sólida de recuperação, com a abertura progressiva de pontos de venda. Na primeira semana de junho, com a abertura de centros comerciais, o sistema deu mais um salto de 10 p.p. atingindo 86% do valor do início do mês de março

Comentários & Análise

Visão Global – Estado de Emergência

Depois de um aumento de 8% na semana de 8 de março, na qual o tema da pandemia se adensou, a faturação evidenciou uma forte quebra nas semanas imediatamente antes e após o decretar do 1º Estado de Emergência, para níveis de 50% dos observados no arranque de março de 2020.

O mês de abril, mês completo de confinamento, terminou com quebras de 33% de transações e 27% na faturação face a março.

Na fase mais intensa da quebra, observou-se uma redução de quase 50% na faturação e 60% no número de pontos de venda ativos, por comparação com os valores de referência na 1ª semana de março.

As **elevadas quebras na faturação** observadas no decurso do Estado de Emergência / confinamento foram explicadas pela conjugação de (i) uma radical redução no número de transações (que chegou a cair aproximadamente 60% face aos valores pré-Covid) com (ii) um importante **aumento do ticket médio**.

Os números referentes a esse período contam a história de consumidores, que forçados ao confinamento, foram, por decreto, muito **menos vezes às compras tendo gasto mais por cada ida** (por cada incursão ao perigoso mundo com Covid).

O aumento do ticket médio (que chegou a ser de 25% face aos 32,9 € da 1ª semana de março) é, essencialmente, reflexo de consumidores que, no arranque do Estado de Emergência, criaram stocks de bens alimentares e investiram na infraestruturação das suas casas (que passaram a ser espaços de teletrabalho, de ensino remoto, e de entretenimento *in-home*).

O sistema falhou também do lado da oferta, com múltiplos setores a serem forçados a fechar. A **evolução do número de pontos de venda ativos** (aqueles que faturaram durante os períodos em análise) evidenciou uma brutal quebra / paragem do ecossistema de retalho.

Logo entre as semanas de 8-14 de março e de 22-28 de março assistimos a uma **queda de 63% no número de pontos de venda a faturar** face ao ponto de partida pré- Estado de Emergência.

As 6 semanas do Estado de Emergência, nas quais o contexto não se alterou (o confinamento era obrigatório e muitas atividades estavam encerradas) **foram assim caracterizadas por uma relativa estabilização do nível de consumo com perdas próximas dos 40%**.

Comentários & Análise

Visão Global – Desconfinamento Fase 1, 2, 3

As 5 semanas em Fases de Desconfinamento confirmam, e acentuam, uma tendência de recuperação que já se vinha a observar nas 2 últimas semanas de maio.

No arranque de junho, o “sistema” já recuperou para **níveis de faturação superiores** (ou aproximados) a 90% dos observados em pré-Covid.

Com as diferentes fases de desconfinamento (e as reaberturas que contemplaram) tem-se observado o atingir sequencial de novos patamares de recuperação da oferta (pontos de venda ativos) e da procura (faturação).

É evidente uma normalização crescente de fluxos quotidianos.

É evidente um progressivo reaproximar do consumo, observando-se interessantes picos de “fim de semana”.

As três fases de Desconfinamento já vividas pautam a expectável existência de patamares incrementais de recuperação.

No final da 1ª Fase estávamos com valores de faturação correspondentes a 68% do ponto de partida em março. Duas semanas depois, com a 2ª Fase completa, atingimos os 80% (recuperando de níveis mínimos de 50% observados em meados de abril).

Com a entrada na Fase 3 (com algumas limitações na Área Metropolitana de Lisboa) e, ao final de apenas 1 semana, a faturação no sistema atingiu 85 em base 100.

3/4 da perda está recuperada!

Com mais de 1 mês de desconfinamento as 3 variáveis chave do sistema já estão todas acima dos 80% / 85% vs. início de Março: faturação (86%); número de transações (81%); número de pontos de venda ativos (85%).

Desde o fim do Estado de Emergência que se observa uma recuperação nos níveis de faturação de 23 pontos percentuais (86 vs. 63), que configura uma taxa de crescimento da de aproximadamente 36% (taxa que é de 62% face ao ponto mínimo). Uma clara evidência de uma tendência sólida de recuperação.

Os **consumidores**, com mais graus de liberdade voltaram ao espaço público, normalizaram (na medida do possível) os seus quotidianos e recuperaram alguns comportamentos de Shopper. **Os fins de semana voltaram a existir!**

As próximas semanas serão decisivas para se compreender até que ponto a recuperação se manterá. Passar-se-á rapidamente dos 90%, ou a realidade de Distritos como o de Lisboa pode impactar os números globais? As férias terão impacto?

O que acontecerá se se confirmar uma 2ª vaga de Covid na AML?

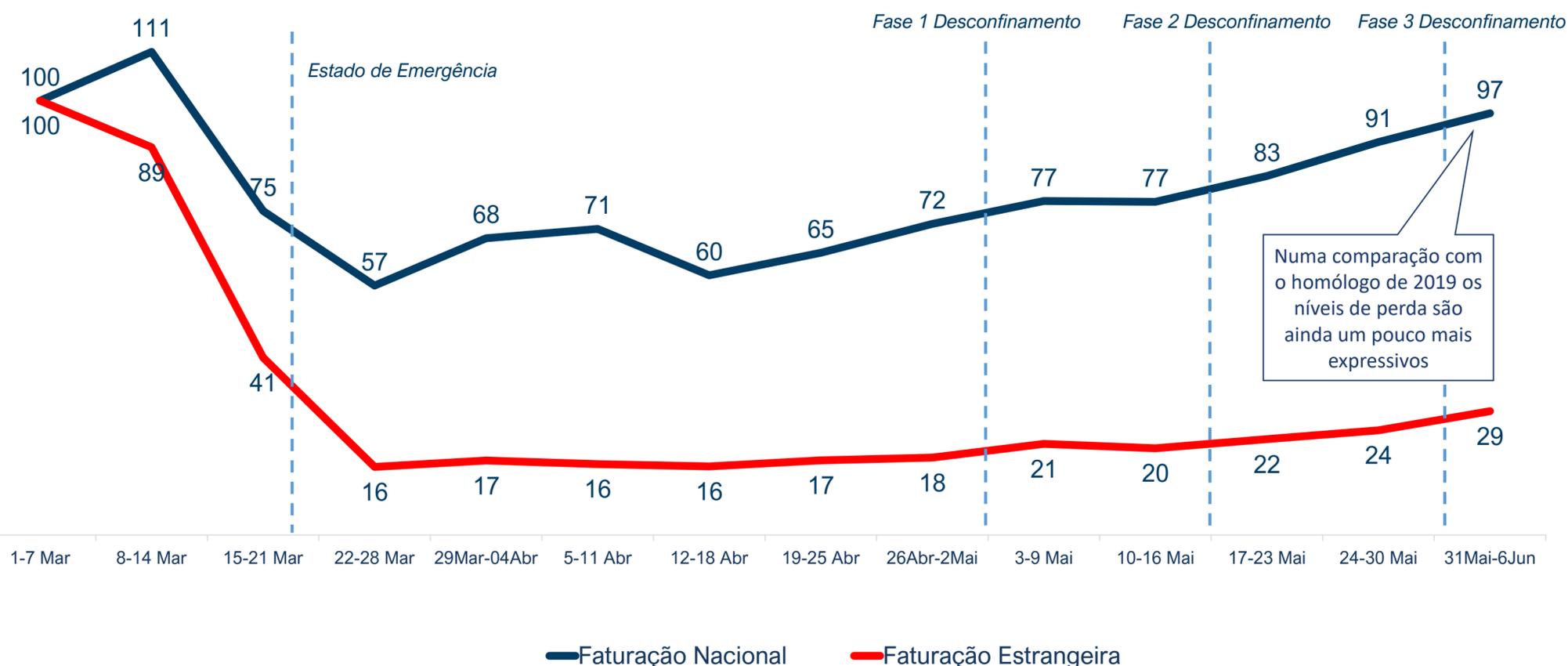
Evolução da Faturação por Nacionalidade

1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Evolução da Faturação por Nacionalidades (Total Portugal)

Análise Semanal Mar2020 - Presente



Uma parte importante da quebra de faturação no sistema foi explicada pelo total colapso do turismo em Portugal (que representou 20% do total de faturação ao longo de 2019 – 15,6% no 1º trimestre de 2020). **Em termos práticos, o desaparecimento do turismo tirou 15% ao valor total do sistema.**

Após o decretar do 1º Estado de Emergência, e durante todo o período de análise, o **consumo feito por cartões estrangeiros desapareceu de forma quase integral** (uma queda de cerca de 85% do valor base de comparação), tendência que reflete uma radical quebra no turismo.

Olhando para o que podemos apelidar de “**Consumo Nacionalizado**”, a faturação assegurada por consumidores portugueses já recuperou praticamente toda a perda (97 pontos em base 100).

Já o, ainda, incipiente crescimento da faturação estrangeira, permite antecipar que, sem a recuperação do turismo muitos setores de atividade, como a hotelaria e a restauração, (e muitas regiões) não terão, no curto e médio prazo, capacidade de recuperar a sua performance. **Continuamos a observar quebras de 70% nos níveis de faturação, por comparação aos valores no período de pré-pandemia.**

Evolução da Performance do Retalho

Faturação | Lojas Físicas vs. Online



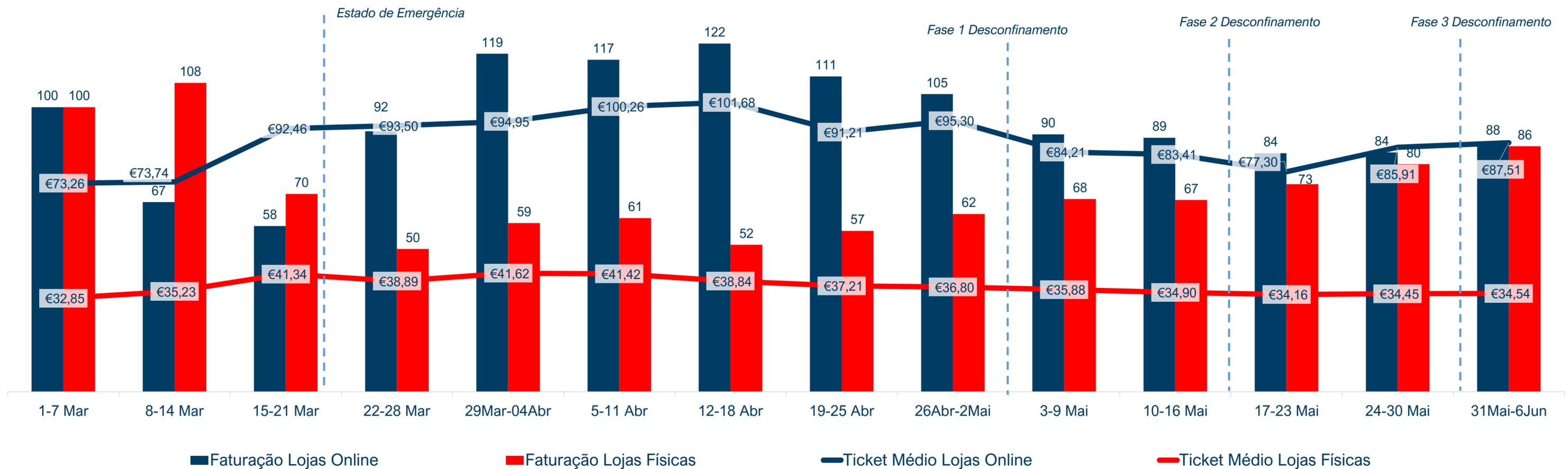
Evolução da Faturação do Sistema por Canal (Loja Física vs. Online)

1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Evolução da Faturação por Canal (total Portugal)

Análise Semanal Mar2020 - Presente



- ✓ Com o passar do tempo, e o reabrir da economia, o e-commerce verificou níveis de faturação inferiores aos observados no arranque de março (16% abaixo do baseline). Esta tendência tem-se mantido ao longo das últimas 4 semanas de desconfinamento, com uma redução quase de 20 p.p. do nível no arranque de março e 40 p.p. abaixo do máximo observado em meados de abril
- ✓ O aumento significativo do número de casos de Covid-19 em algumas regiões do país, nomeadamente na Área Metropolitana de Lisboa, pode explicar o crescimento do e-commerce na última semana (31 de maio). Num efeito de compensação de compras em centros comerciais por ora adiados

Comentários & Análise

Faturação Física vs. Online

Os tempos de confinamento ditaram um célere reconfigurar dos comportamentos de shopper dos portugueses

Impossibilitados, ou receosos, de aceder a lojas físicas (que, em muitas categorias como a moda, estavam encerradas), os portugueses viram-se “forçados” a experimentar as compras online. **A penetração aumentou, como aumentou também o número de categorias de compra.**

Num contexto de digitalizações múltiplas – trabalho, educação, entretenimento – o e-commerce e o home-delivery aceleraram.

O crescimento do “online”, se assim o quisermos chamar, foi particularmente relevante no retalho alimentar, nos eletrodomésticos & tecnologia e na restauração

Em retrospectiva verificamos que, com o arranque do Estado de Emergência, as vendas em pontos físicos observaram, como já se enunciou, uma tendência de quebra progressiva e acentuada (que chegou a ser de 50%).

Em contraciclo, nesse mesmo período, as vendas no **canal online evidenciaram uma importante aceleração** (tendo aumentado cerca de 20% face ao ponto de partida).

O e-commerce, foi a solução possível para consumidores criarem stocks de bens alimentares e infraestruturarem as suas casas, substituírem os seus consumos de entretenimento e continuarem a ter acesso a ofertas de moda e optarem por serviços food delivery.

Durante todo o Estado de Emergência, as vendas online estiveram, sustentadamente, acima do seu ponto de partida. Com o passar do tempo, e sobretudo com o Desconfinamento, o rebalanceamento dos canais começou a observar-se.

A faturação em pontos de venda física aumentou, naturalmente. O online regrediu, estando agora em valores perto dos 20% abaixo dos verificados no arranque de março.

Como se pode explicar que o online, um dos vencedores anunciados da crise do Covid, esteja agora a fraquejar?

Antecipamos que esta tendência se explique pela conjugação de dois fatores.

Por um lado a **reabertura de pontos de venda e o desconfinamento**, com mais graus de liberdade no acesso ao “mundo físico”.

Por outro, a **retração no consumo, ditada pela Crise Económica, das categorias em que o online foi mais relevante** durante o Estado de Emergência.

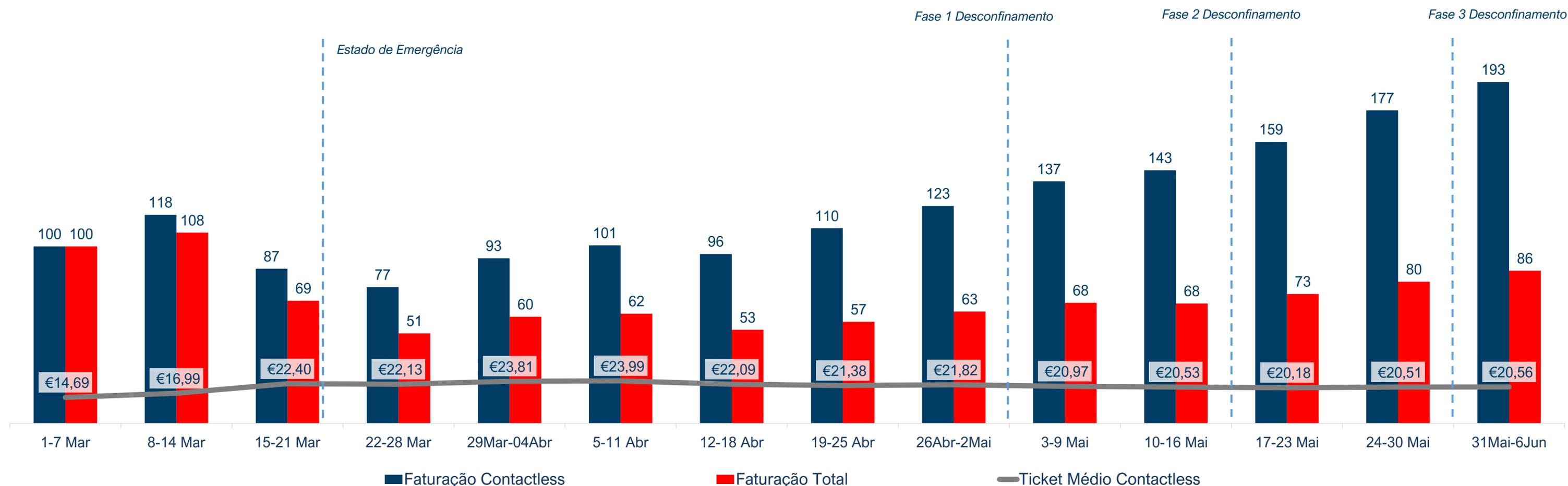
Será, assim, fundamental perceber o que ficará, no futuro, do grande fenómeno de experimentação digital observado!

Evolução da Faturação em Contactless (Total Portugal)

1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Semanal Mar2020 - Presente



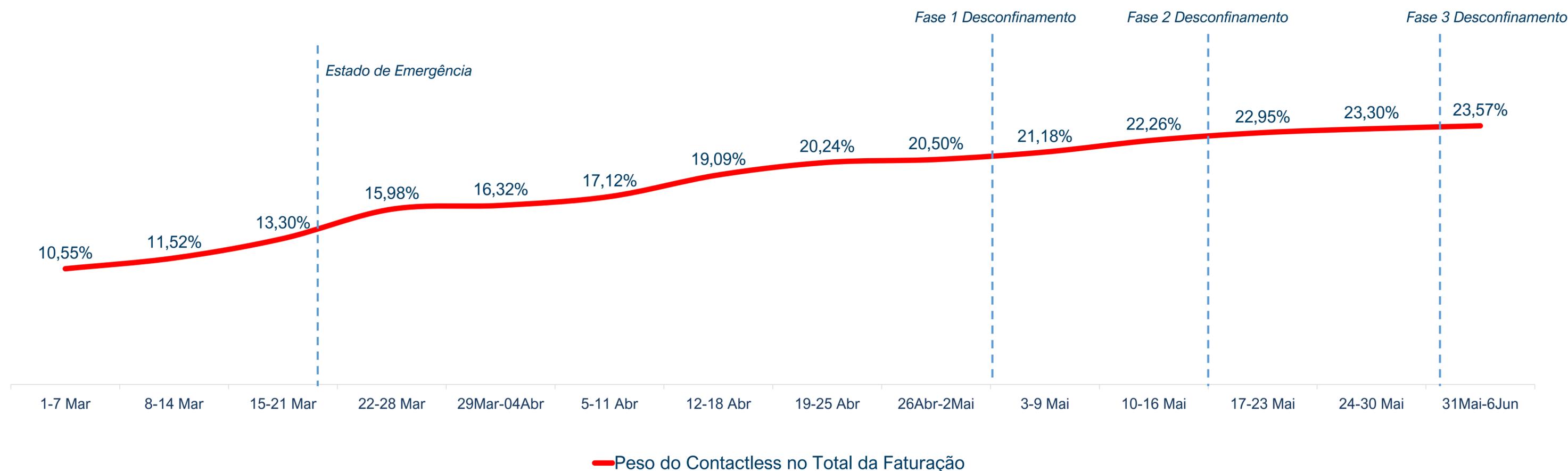
- ✓ Impressionante aumento de 160% de pagamentos por contactless em abril, face ao mesmo período de 2019 (comportamentos para mitigação de riscos de contaminação)
- ✓ Contactless representa já 23% do total de toda a faturação em lojas físicas com sistema REDUNIQ
- ✓ O ticket médio aumentou cerca de 40% desde o início da pandemia (de 14,69€ para 20,51€) – Contactless sem necessidade de PIN aumentou de 20€ para 50€
- ✓ O crescimento da penetração do contactless acelerou, naturalmente, com o desconfinamento e com o regresso ao espaço público e ao retalho em lojas físicas

Evolução do Peso da Faturação em Contactless no Total da Faturação

1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Semanal Mar2020 - Presente



- ✓ O peso do contacless no conjunto dos pagamentos amentou 2,5x em pouco mais de 2 meses
- ✓ O aumento do recurso ao pagamento por contactless pode ser um importante acelerador da substituição da utilização de dinheiro
- ✓ Desde o início do mês de março, passado o período de Estado de Emergência e com o arranque da Fase 3 de Desconfinamento, observa-se um crescimento gradual do peso do contactless no total da faturação do sistema, no que se antecipa que seja um comportamento que prevalecerá nos próximos tempos

Comentários & Análise

Contactless

A utilização de meios de pagamento contactless, soluções de pagamento de “baixo risco de contágio”, cresceu de forma sustentada ao longo de todo o período de análise

Após o mês de março com uma subida de 113% em relação ao período homólogo, e de um mês de abril com mais 160% face ao mesmo mês de 2019, a utilização do contactless mantém a tendência de crescimento durante as semanas de desconfinamento pautadas pela reabertura de milhares de estabelecimentos.

Em termos de número de transações, o contactless representa neste momento aproximadamente 1/4 do total da faturação (quando em março esse valor se situava pouco acima dos 10%).

A julgar por dados externos à UNICRE, a circulação de dinheiro (físico) reduziu de forma estrutural, não só durante as 6 semanas de Estado de Emergência, mas também durante este 1º mês de desconfinamento.

A eventual transferência de meios de pagamento pode ser um dos legados desta crise.

Será que a utilização de dinheiro se reduzirá na restauração, num processo de migração para meios de pagamento eletrónicos?

Será que parte do forte e sustentado crescimento dos cabeleireiros (em dados de REDUNIQ) também não se explica pela substituição de pagamentos em dinheiro por pagamentos em cartão?

Questões a que se responderá, com análises mais finas, nas próximas semanas.



Evolução da Performance do Retalho

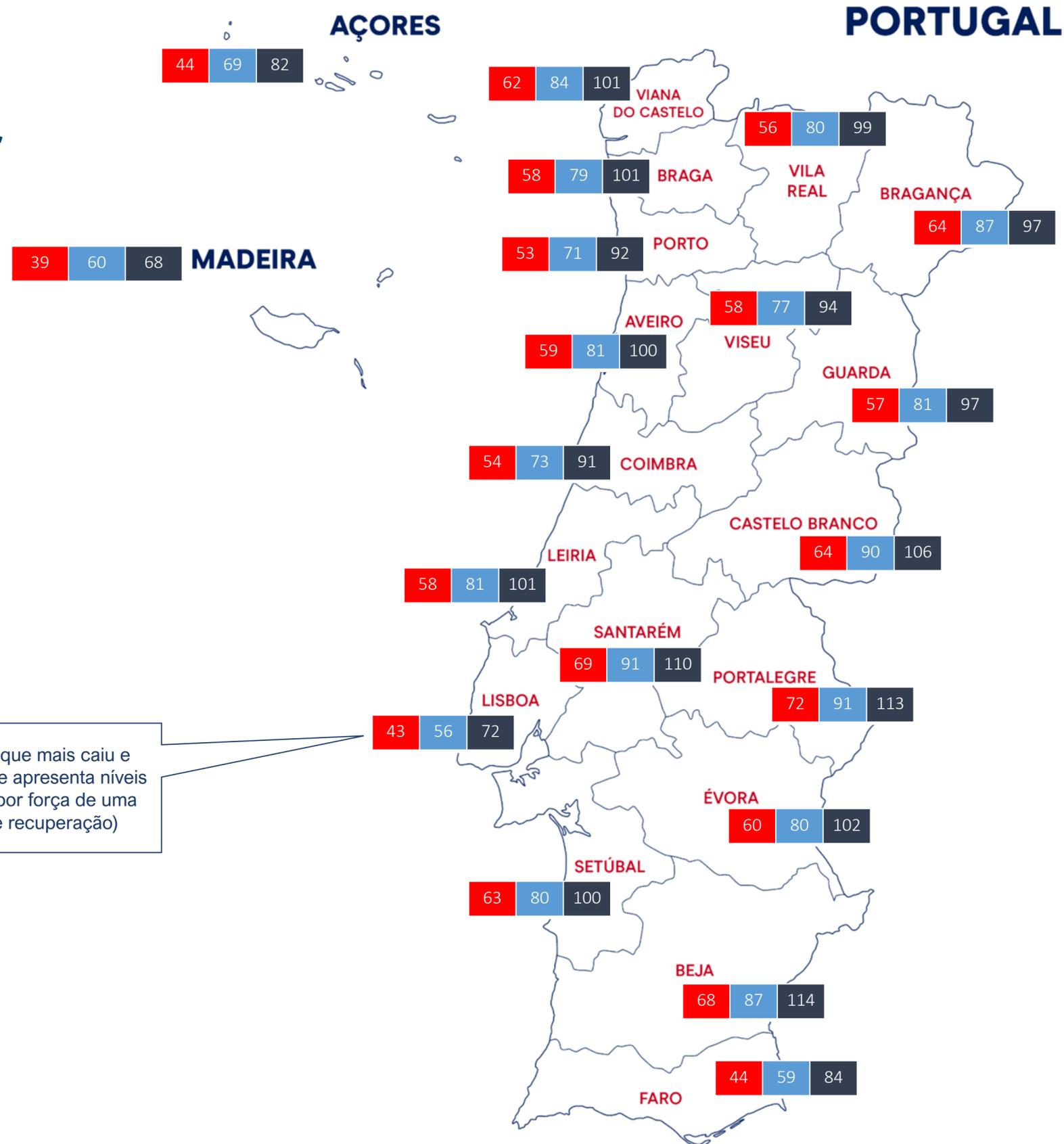
Análise por Distritos

REDUNIQ[®]
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS

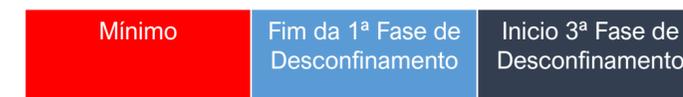


Evolução da Faturação por Distritos



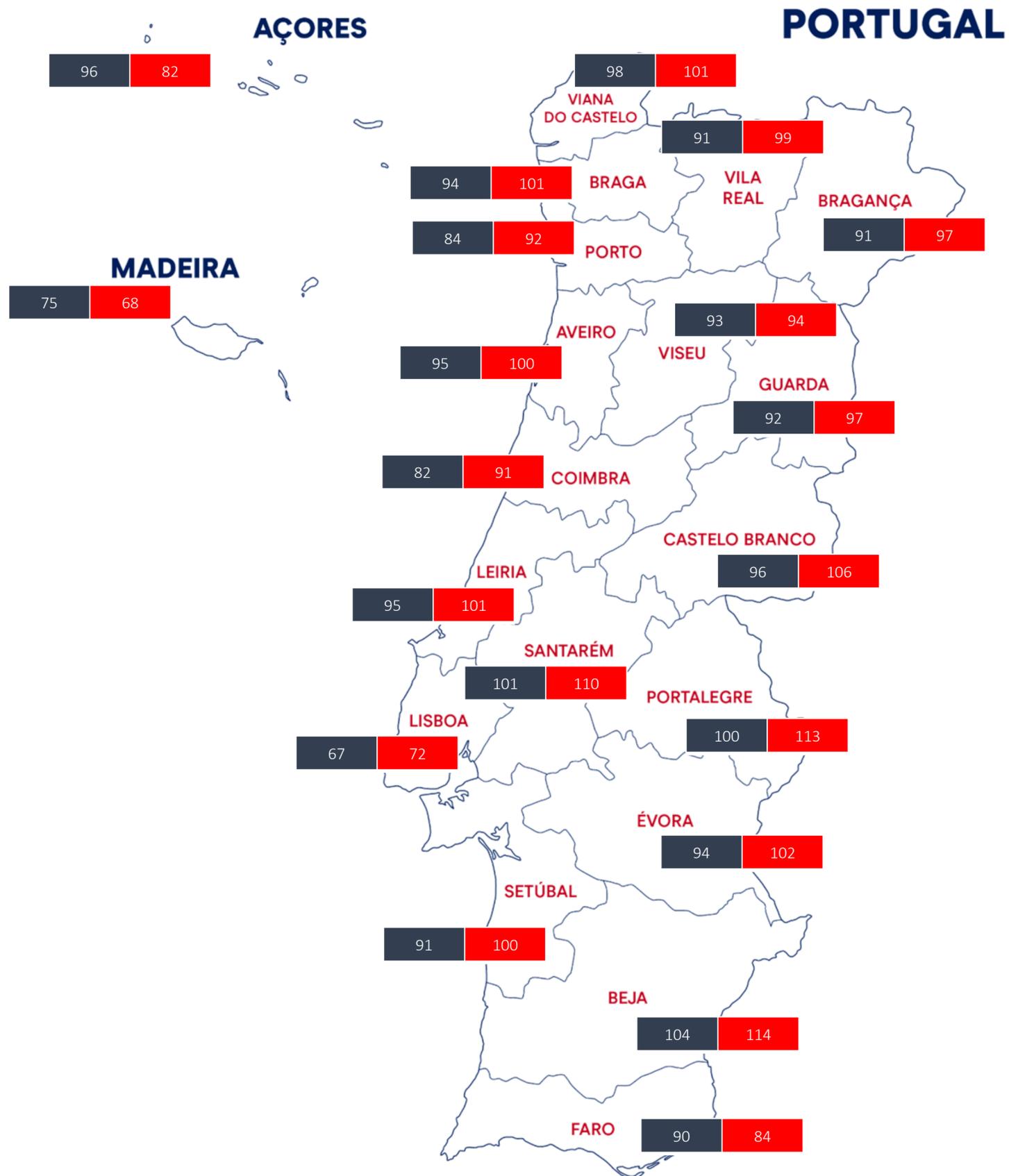
Lisboa foi dos distritos que mais caiu e continua a ser aquele que apresenta níveis mais baixos (em parte, por força de uma menor capacidade de recuperação)

- Este mapa torna particularmente evidente a existência de:
 - Perdas profundamente diferenciadas
 - Níveis diferenciados de recuperação
 - Ritmos diferenciados dessa recuperação
- A grande maioria dos distritos já recuperou
- As quebras prevalecem sobretudo nos distritos maiores, mais expostos ao turismo



Evolução da Faturação por Distritos

- A análise do nível atual do número de transações, por comparação com os valores pré-Covid, deixa claro que ainda há um caminho de renormalização a percorrer, mesmo nos distritos em que a faturação já recuperou
- Há um evidente redefinir de tickets médios neste processo de recuperação
- Lisboa e Porto, dão mostras de ser os distritos menos desconfiados, sobretudo, como se verá em seguida, por força dos Concelhos “sede” de Lisboa e Porto, justamente



Comentários & Análise

Performance por Distritos / Estado de Emergência

As macro tendências evidenciadas pelos números agregados, primeiro de perda acentuada, depois de recuperação progressiva, são transversalmente observadas na grande maioria dos distritos.

Não obstante, em termos de valores absolutos, há marcantes diferenças entre regiões. **Podemos, em termos de performance, organizar os distritos em 4 grupos diferenciados:**

- Distritos de menor dimensão, sobretudo “interiores”, como Beja, Bragança, Castelo Branco, Portalegre ou Santarém
- Distritos de média dimensão como Aveiro, Braga, Coimbra ou Setúbal
- Distritos de grande dimensão, como Lisboa e Porto
- Distritos “Turísticos” como Lisboa, Faro ou Madeira

Os primeiros deram sinais de uma **relativa resiliência durante o Estado de Emergência** (mantendo a faturação em níveis de 80% face ao ponto de partida), e de uma sustentada capacidade de recuperação para níveis de faturação pré-Covid (atingindo já valores acima da base 100).

Esta menor perda e mais rápida, pode ser explicada, por um lado, (i) pelo facto de serem regiões com importante peso de “emprego público” (menos impactado pela Crise Económica), por outro (ii) por terem sistemas de mobilidade mais flexíveis e, finalmente, (iii) porque tendo sistemas de retalho maioritariamente alicerçados em grandes players de retalho moderno (retalho alimentar, tecnologia e eletrodomésticos, bricolage ou mesmo combustíveis) a rápida recuperação destes acelera a performance global.

No polo oposto tivemos distritos como **Lisboa, Madeira, ou Faro** que tendo observado quedas de 60%, ainda pouca capacidade de recuperação evidenciaram. Estes números são o **reflexo do colapso do turismo**, importante contribuidor líquido para os sistemas de retalho destes distritos (peso do Turismo no arranque de março: Faro 39%, Madeira 36% e Lisboa 19%).

As diferenças entre os distritos de maior dimensão como Lisboa e Porto, Braga e Aveiro e a generalidade dos distritos de menor dimensão, podem, complementarmente, ser explicadas pela disparidade das “crises de redução de rendimentos¹” que neles se vivem.

1 - Em linha com o que se observou na crise de 2009, distritos onde o peso do “emprego público é maior” são mais resilientes aos efeitos de perdas de rendimento, perdas essas que se extremam em distritos onde os perfis de especialização das atividades mais determinam desemprego e layoffs (indústria, restauração e hotelaria)

Comentários & Análise

Performance por Distritos / Desconfinamento

As assimetrias regionais, previsivelmente, não se estão a esbater (os distritos resilientes estão de forma sustentada a aproximar-se da recuperação total, enquanto os distritos turísticos ainda registam perdas entre 20% e 30% face ao ponto de partida da análise – arranque de março).

As 5 semanas de desconfinamento que já se viveram permitem concluir que, paradoxalmente, estão a ser as zonas mais ricas, mais dinâmicas, mais inovadoras (as cidades de maior dimensão) aquelas que mais dificuldade têm em acelerar as suas recuperações. **(ver adiante dados dos Concelhos de Lisboa e Porto)**

As suas micro economias estão a ter dificuldades de (re)normalizar.

Parte dos seus fluxos quotidianos de trabalhadores ainda não foram recuperados (por força da prevalência do teletrabalho e a assistência a filhos sem escola presencial que assim o determinam).

Os seus sistemas de mobilidade estão fortemente condicionados em face do receio expresso pelos cidadãos em usar transportes públicos.

O turismo, como já foi referido, eclipsou-se.

Os centros comerciais, prevacentes nas grandes cidades ainda não abriram em Lisboa (apenas abrirão depois do dia 15 de junho ao contrário da data de 1 de Junho inicialmente prevista).

A existência de surtos de Covid nos distritos de Lisboa e de Setúbal (um proxy da Área Metropolitana de Lisboa) pode configurar-se como mais um inibidor da normalização de fluxos quotidianos e de comportamentos de consumo por parte de indivíduos, ainda toldados por receios sanitários.

Finalmente, poderá ser nas grandes cidades que o impacto da crise no aumento do desemprego (em atividades turísticas) mais rapidamente se fará sentir.

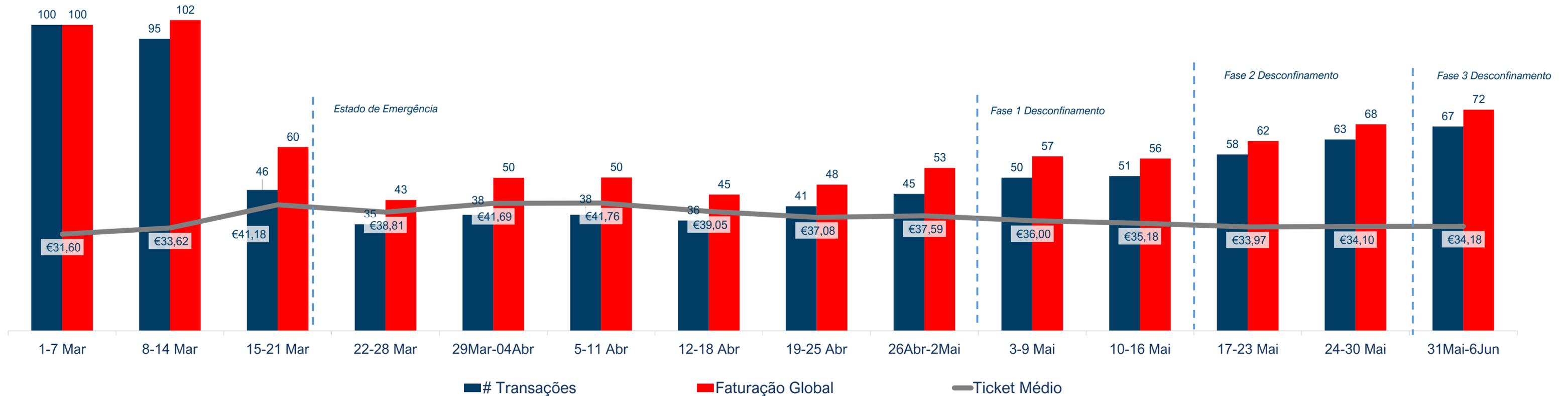
Lisboa pode vir a ter longos tempos de perda, difíceis de recuperar.

Evolução da Faturação por Distritos

1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

A NÃO RECUPERAÇÃO DE LISBOA



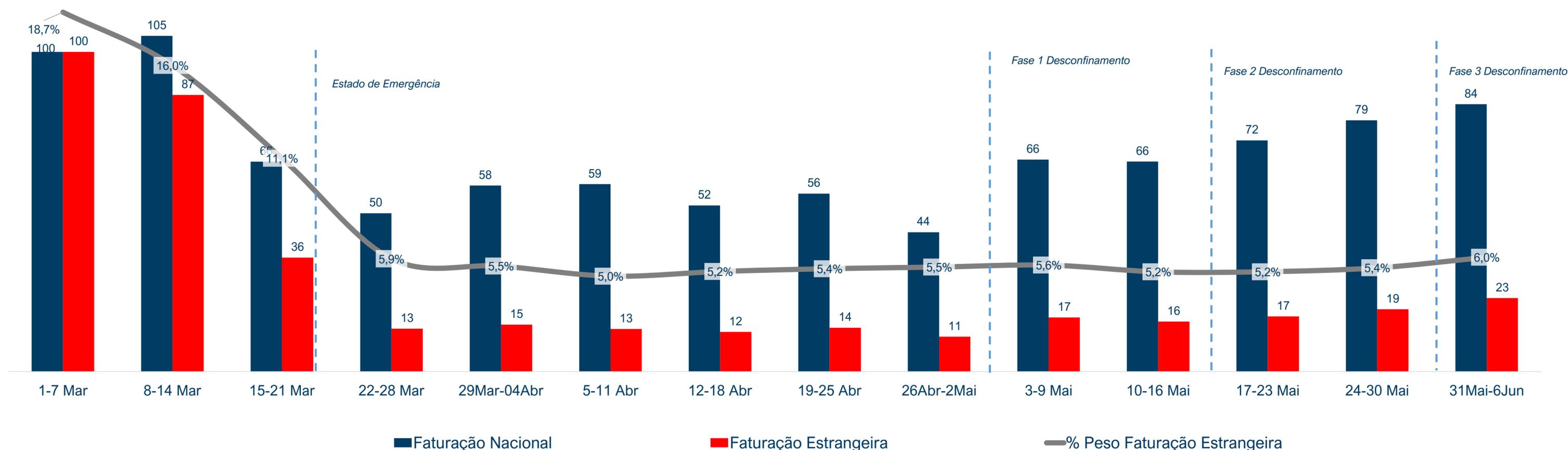
- ✓ Lisboa foi a região em que se observou perdas mais céleres, mais profundas e mais duradoras.
- ✓ No momento mais extremo, as quedas no número de transações foram de 65% e as quebras de faturação de quase 60%.
- ✓ No caso de Lisboa, há fatores, para além do colapso do turismo, que justificam a amplitude da crise. O facto de ser uma cidade de serviços que migraram para teletrabalho retirou fluxos expressivos da cidade. A dimensão da crise de rendimentos é, como já vimos, mais marcante.
- ✓ Dados disponibilizados pelo Google e pela NOS evidenciaram que cidades como Lisboa, Porto e Setúbal foram as cidades que mais depressa se fecharam em casa, e as que evidenciaram uma menor capacidade de reação no fim do período confinamento. Ainda assim, passadas as duas fases de desconfinamento, a recuperação de alguns concelhos do distrito já é evidente.
- ✓ A recuperação tem sido lenta e parcial. O Turismo não regressou. O teletrabalho ainda prevalece em grande medida. O efeito escolas paradas tem mais impacto neste distrito

Evolução da Faturação por Distritos

1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

A NÃO RECUPERAÇÃO DE LISBOA



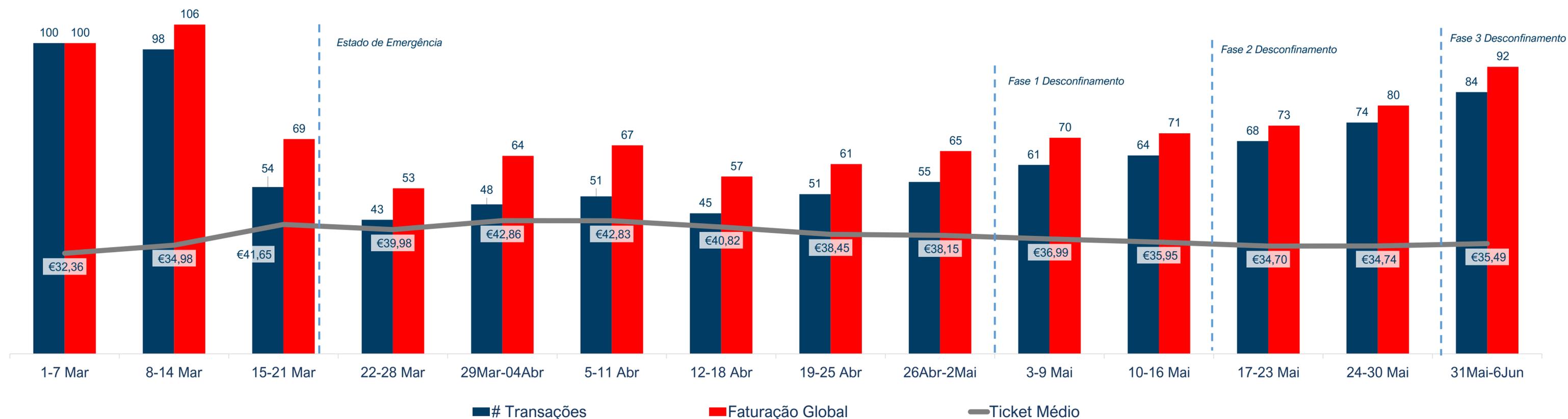
- ✓ No distrito de Lisboa, a faturação nacional está perto dos níveis observados no início de março que pode ser explicada por uma maior vivência nas áreas de residência ao invés das zonas de trabalho, o que explica a célere recuperação de determinados concelhos.
- ✓ Apesar da recuperação gradual do distrito, estes valores contrastam com valores observados no concelho de Lisboa, onde os níveis de faturação não ultrapassam os 55% (ver análise adiante).
- ✓ Lisboa ainda tem perdas no mercado “nacionalizado”

Evolução da Faturação por Distritos

1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

A RECUPERAÇÃO RELATIVA DO PORTO



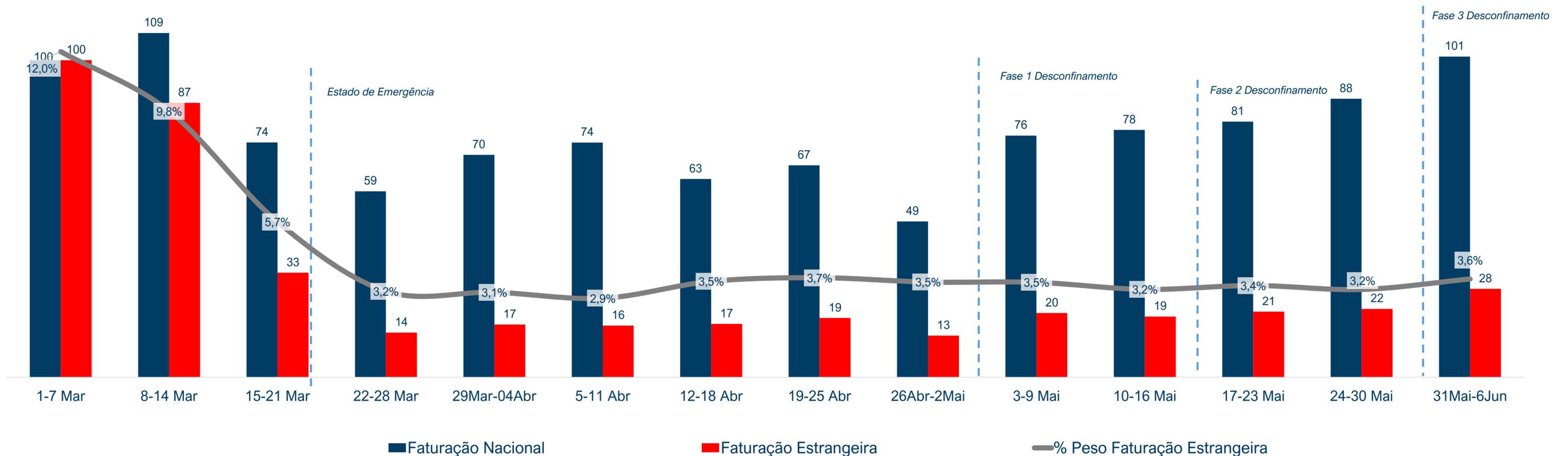
- ✓ O distrito do Porto apresenta valores de recuperação bastante mais positivos, estando a operar praticamente aos valores observados no arranque do mês de março
- ✓ Num período marcado pela melhoria na evolução da pandemia no Norte do país, a recuperação é notável e pode ser explicada pelo aumento gradual do número de transações – num período onde a reabertura dos pontos de venda e a normalização dos comportamentos em espaços públicos ocorreram mais cedo

Evolução da Faturação por Distritos

1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

A RECUPERAÇÃO RELATIVA DO PORTO



- ✓ Os valores da faturação nacional já ultrapassaram os observados no início de março, e os níveis da faturação estrangeira tendem a aproximar-se de valores similares aos da semana que antecedeu o Estado de Emergência, ainda assim estruturalmente abaixo dos níveis de referência de base
- ✓ Na semana de 31 de maio constatamos que o peso da faturação estrangeira já recuperou para níveis superiores aos verificados na primeira semana de Estado de Emergência (22 de março), ainda assim 70% abaixo do valor de baseline
- ✓ A perda no Porto é uma perda explicada pela ausência de turismo

Evolução da Performance do Retalho // A Crise Extremada Lisboa & Porto

Análise por Concelhos

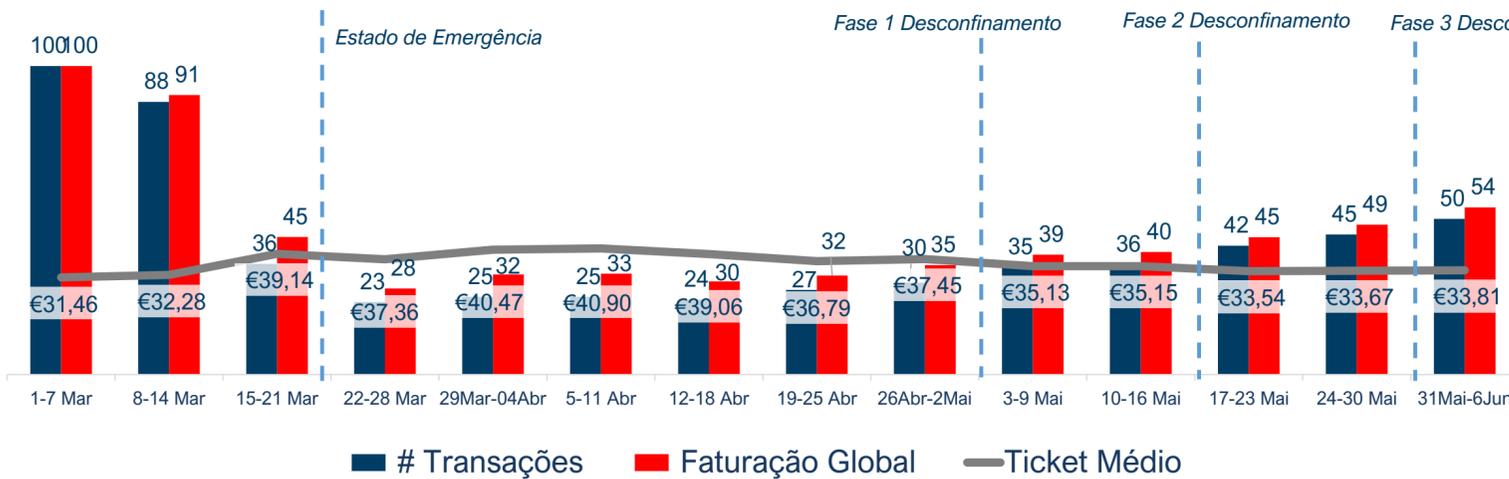


Evolução da Faturação por Concelhos

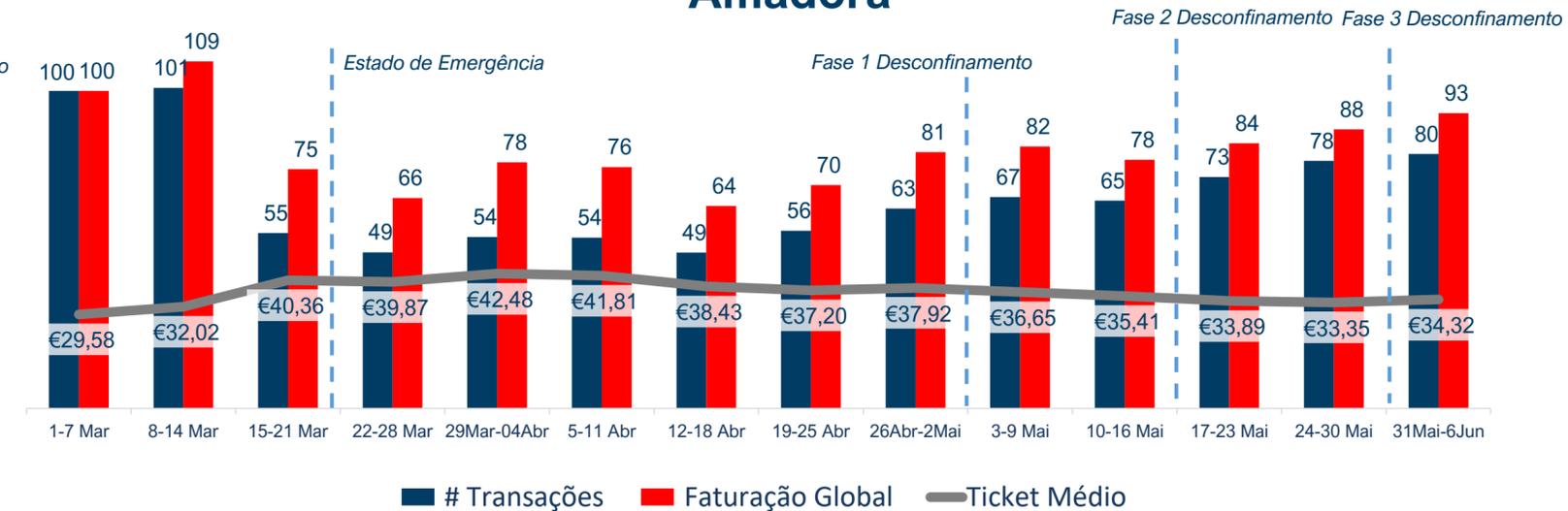
1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

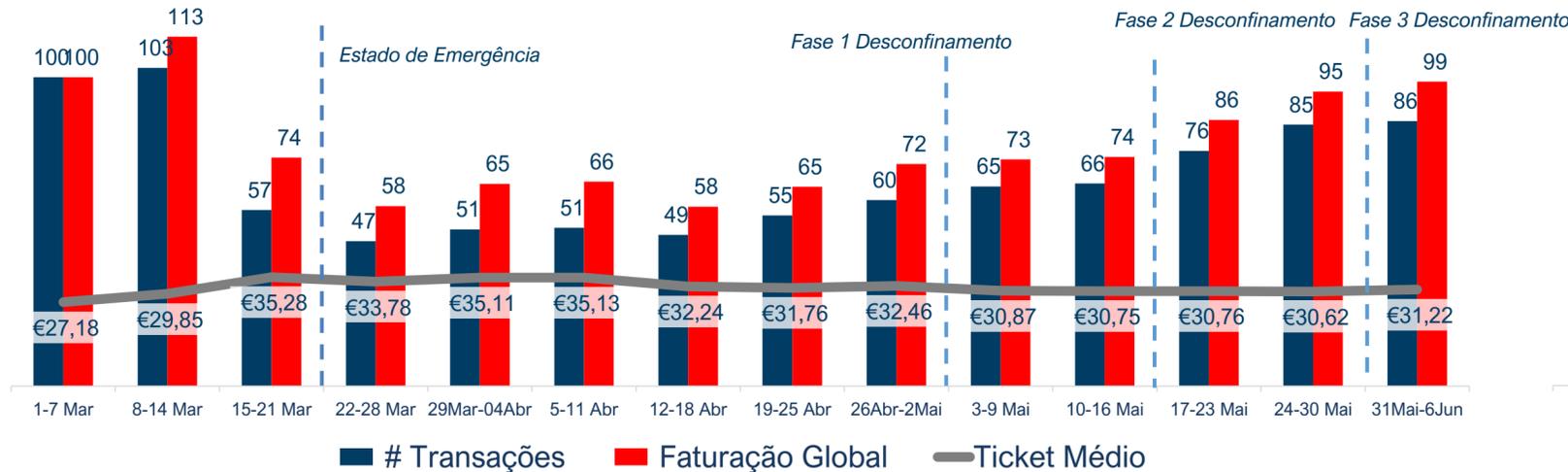
Lisboa



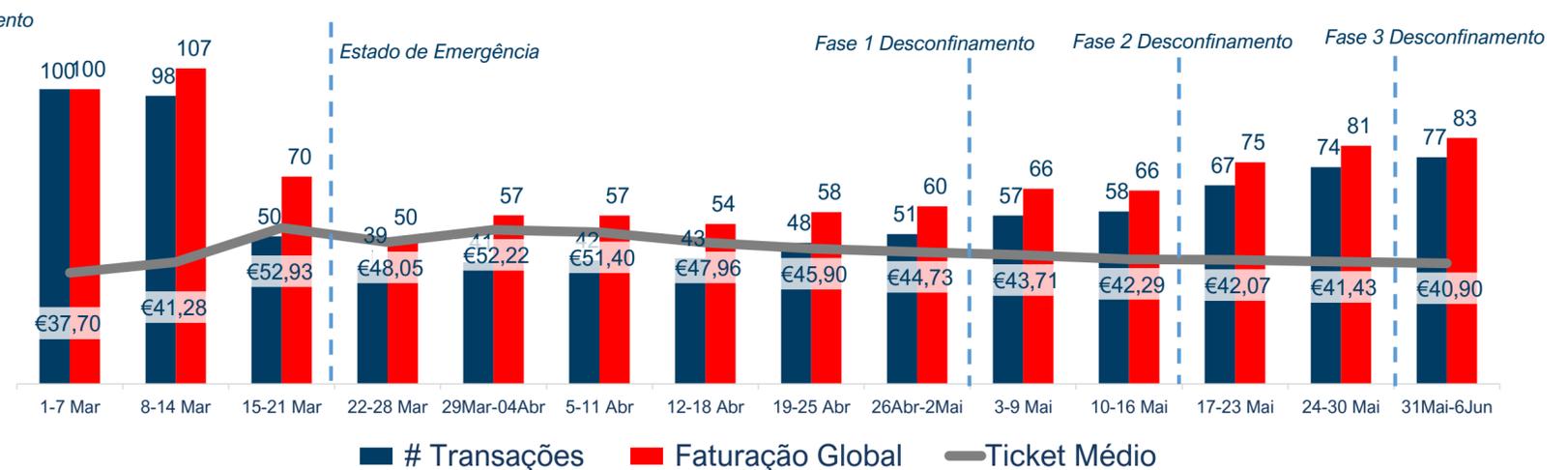
Amadora



Almada



Oeiras



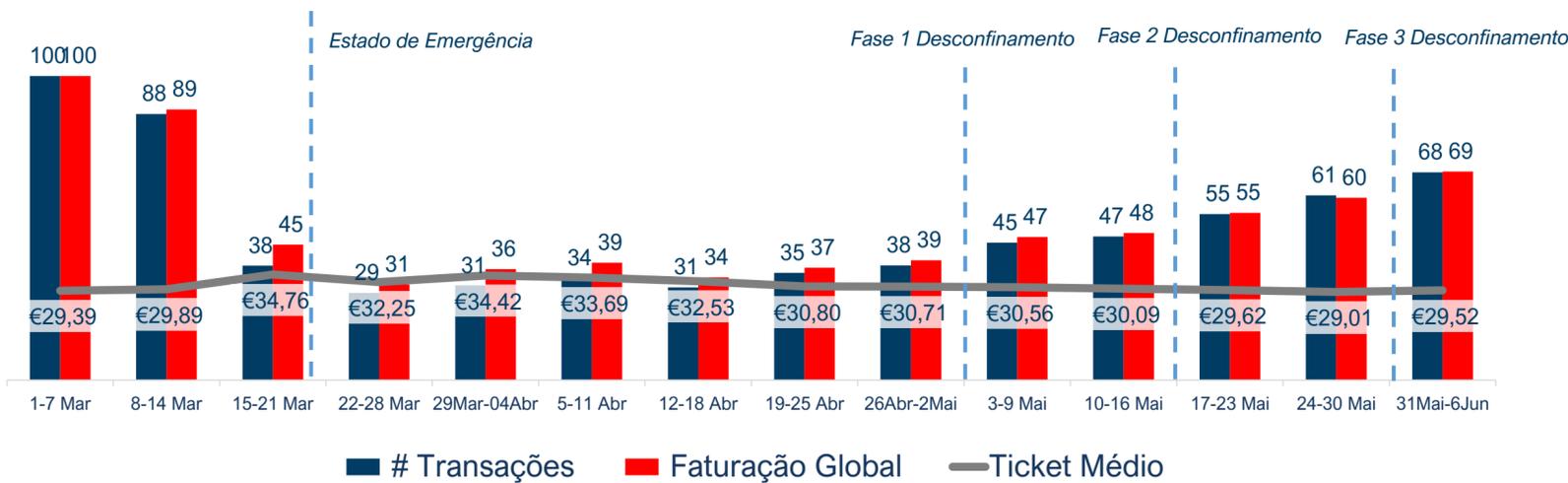
- ✓ Este conjunto de gráficos evidenciam como a “cidade” de Lisboa é estruturalmente a mais impactada e com menor capacidade de recuperação (desde logo em comparação com algumas das “cidades” do mesmo distrito que a circundam)
- ✓ Evidência de uma cidade turística, sem turistas, e de workers e serviços em regime de teletrabalho. Uma cidade em que o peso dos residentes no consumo é, assim, bastante mais reduzido do que o que se observa em territórios residenciais
- ✓ Ao entrar na 3ª Fase de Desconfinamento, a recuperação de concelhos circundantes é bastante mais evidente na última semana (31 de maio) para níveis idênticos aos do início do mês de março

Evolução da Faturação por Concelhos

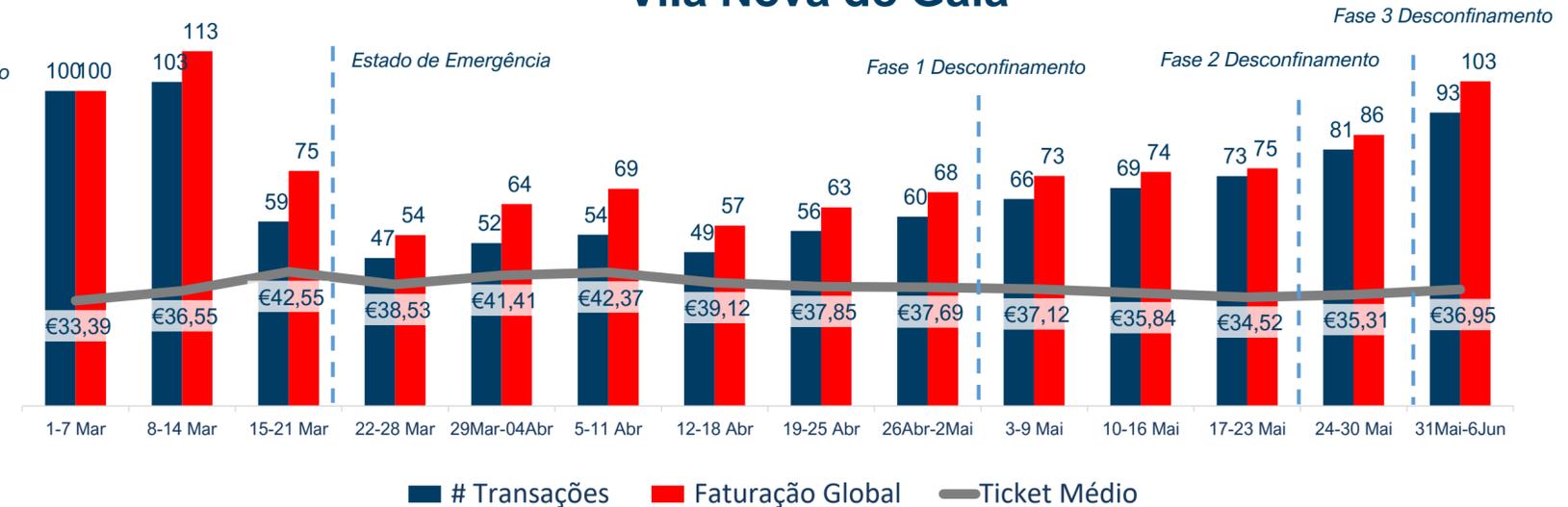
1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

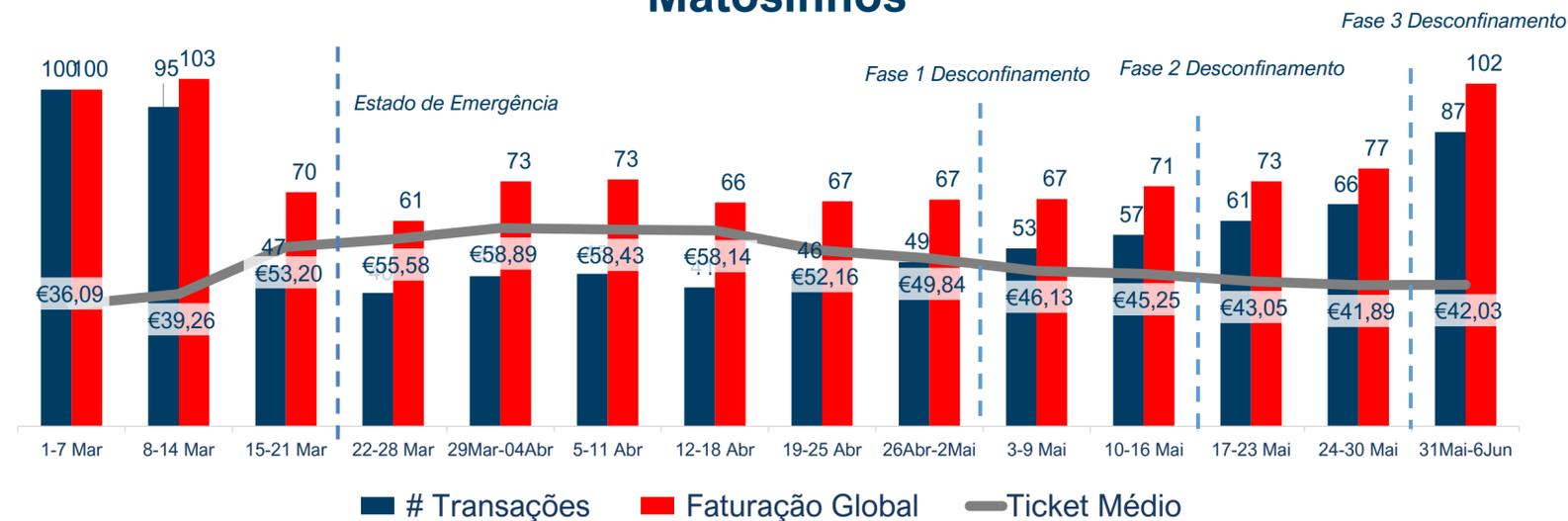
Porto



Vila Nova de Gaia



Matosinhos



✓ A “cidade” do Porto, ainda que com números menos dramáticos, reflecte uma realidade similar à da cidade de Lisboa – com maior dificuldade na recuperação por comparação aos concelhos circundantes, que já ultrapassaram, de forma clara, valores observados no pré-Covid

Análises Setoriais

Faturação Lojas Físicas

REDUNIQ[®]
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS

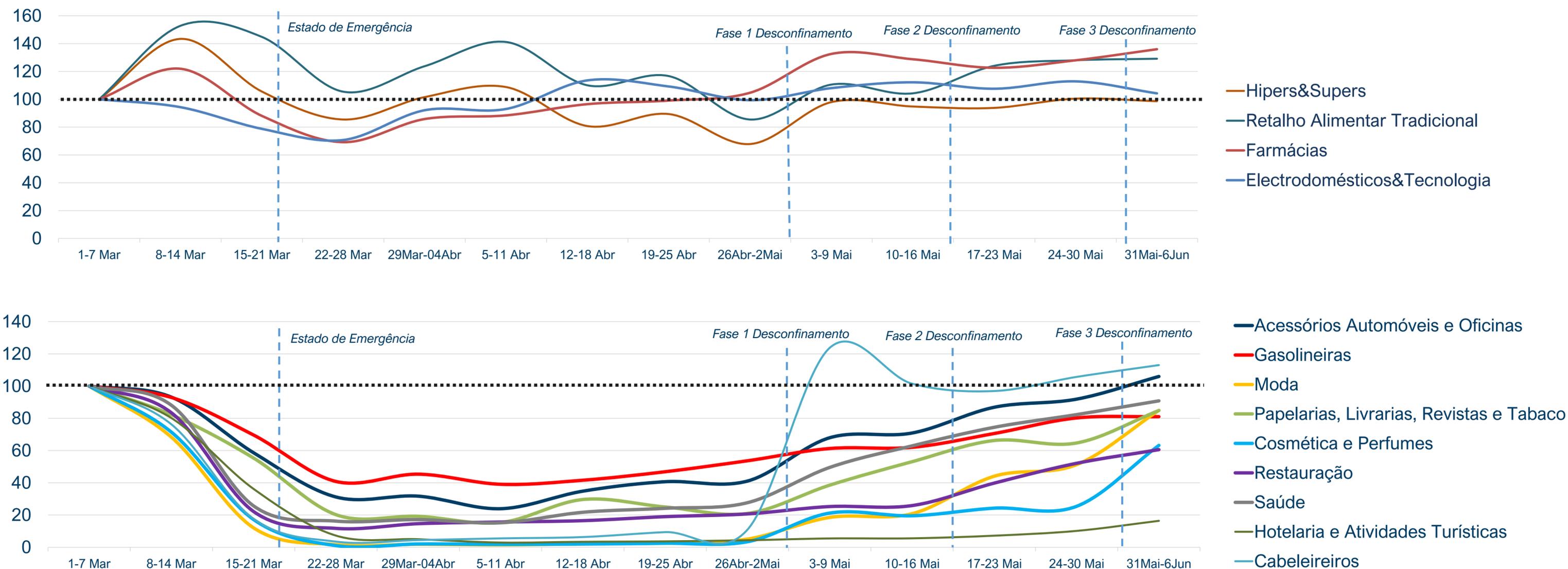


Análise Comparativa da Performance dos Setores (Faturação)

2. Análises Setoriais

Análise base 100

Análise Semanal Mar2020 - Presente



- ✓ A 1ª semana de junho, com o arranque da 3ª Fase de Desconfinamento pautou-se por um evidente acelerar da recuperação de categorias como a Moda, a Perfumaria & Cosmética e mesmo a Restauração
- ✓ Este acelerar poderá ser, em parte, explicado pela reabertura dos centros comerciais, em todo o país menos na Área Metropolitana de Lisboa (em que representam cerca de 35% do número total nacional)

Comentários & Análise

Faturação por Setor de Atividade

A performance dos diferentes setores é profundamente díspar em função dos impactos que as medidas do Estado de Emergência tiveram no seu funcionamento. Houve estruturais condicionamentos da oferta!

Houve categorias que se mantiveram sempre “abertas”. Outras foram encerradas (total ou parcialmente) por decreto.

Das que fecharam, umas puderam reabrir na 1ª Fase de Desconfinamento, outras apenas na 2ª, outras ainda, só abrirão de novo na 3ª fase.

Naturalmente, também a criticidade das categorias nos modelos de consumo em Modo de Emergência e em Modo de Desconfinamento, definiu recriações de procura!

O TEMPO DE ESTADO DE EMERGÊNCIA

Centrando a análise nas 6 semanas de Estado de Emergência, **podemos dividir as diferentes Categorias em 3 grandes grupos**

- As que evidenciaram uma expressiva resiliência: Retalho Alimentar Tradicional + Hipers & Supermercados + Farmácias + Eletrodomésticos & Tecnologia;
- As que tendo sido impactadas por quebras de consumo, apresentam, ainda assim, reduções contidas face ao contexto: Gasolineiras + Acessórios Automóveis e Oficinas;
- E as que, praticamente, deixaram de faturar durante todo o estado de emergência (em alguns casos, atividades encerradas por decreto) : Papelarias Livrarias e Tabacarias + Saúde + Restauração + Hotelaria & Atividades Turísticas + Moda + Perfumarias + Serviços Estado

Estas evoluções, retratam, de forma muito nítida, a história do confinamento dos portugueses e da forma como criaram e viveram aquilo a que o C-Lab apelidou de “Planos Pessoais de Emergência”

Vivemos 6 semanas de **consumos essenciais, estruturalmente depurados, centrados na vida em casa!**

Vivemos 6 semanas em que as performances dos vários setores se mantiveram, naturalmente, relativamente estáveis. **Foram tempos de monotonia de consumo e de radical afastamento de espaços físicos!**

Comentários & Análise

Faturação por Setor de Atividade

O TEMPO DE DESCONFINAMENTO

As 2 Fases de Desconfinamento já vividas definiram, naturalmente, novos comportamentos por parte dos consumidores.

Procura e Oferta têm se vindo a realinhar em função dos respetivos desconfinamentos, num processo de descoberta de novas experiências de retalho e consumo.

Os números aparentam contar a história de indivíduos com menores receios, do que expectável, e pouca estranheza de um mundo de máscaras e distanciamento social.

A evolução das diferentes categorias conta, durante o mês de maio, o filme de uma sociedade que regressa ao espaço público, que “recupera” a confiança e que volta a ter onde estar e comprar.

Passadas 5 semanas de desconfinamento dever-se-á, agora, **organizar as diferentes categorias em 4 grupos distintos:**

- Os Resilientes às Crises (Sanitária e Económica): Retalho Alimentar Tradicional + Hipers & Supermercados + Farmácias + Eletrodomésticos & Tecnologia;
- Categorias em rápida normalização (ou mesmo normalizadas), com vidas em normalização: Saúde + Gasolineiras + Acessórios Automóveis e Oficinas + Cabeleireiros;
- Categorias em recuperação, eventualmente com novos limites por força de “capacidades limitadas”, em tempos de reabertura (papelarias, moda, perfumarias, restauração)
- As categorias que não conseguem retomar: hotelaria e atividades turísticas

As categorias que mais perderam, algumas que objetivamente “pararam” estão a ser, naturalmente, aquelas que mais dificuldade têm evidenciado em acelerar a recuperação.

São categorias associadas a consumos discricionários e com componentes de experiência, que assim são impactados pela crise sanitária e pela crise económica.

Os Resilientes estão a consolidar níveis de faturação superiores aos que tinham antes da crise do Covid, consequência de um retomar dos naturais comportamentos de consumo alimentar e de centralização de consumos (de crise económica) nestes formatos.

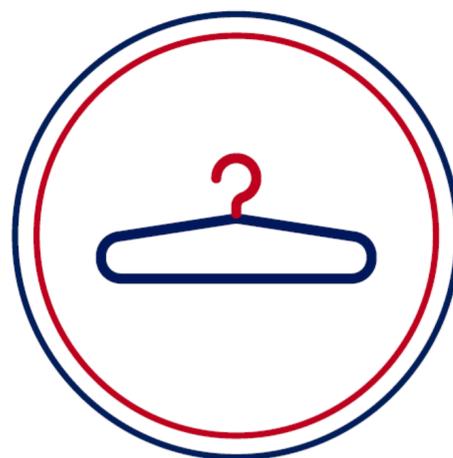
A generalidade dos demais setores vai consolidando progressivamente patamares de recuperação à medida que as fases de desconfinamento se sucedem e que as necessidades dos consumidores não podem, mais, ser adiadas.

Zoom in Setoriais - Análise do Efeito da Reabertura dos Centros Comerciais

Faturação | Número de Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos |



Setores em Análise



Moda



**Cosmética
e Perfumes**

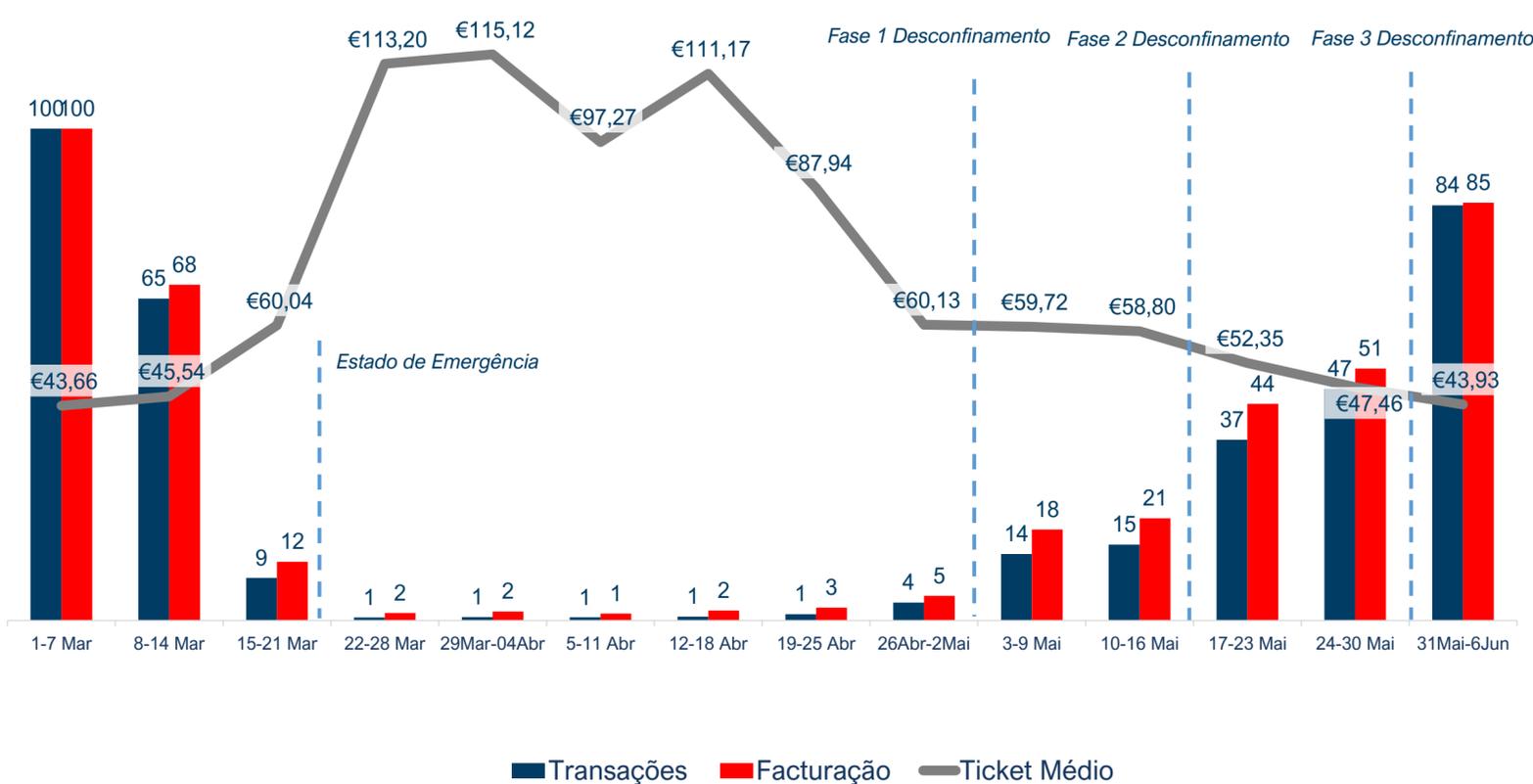
NOTA : As diferenças entre os valores em base 100 dos números dos pontos ativos semanais vs. diários, resulta da forma como são estimados. Os diários, reflectem, naturalmente, todos os pontos que num determinado dia transacionaram. Os semanais, tendem a ser mais elevados do que a média dos diários porque nele são considerados todos os pontos de venda, distintos, que faturaram pelo menos uma vez durante a semana de análise

Moda | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

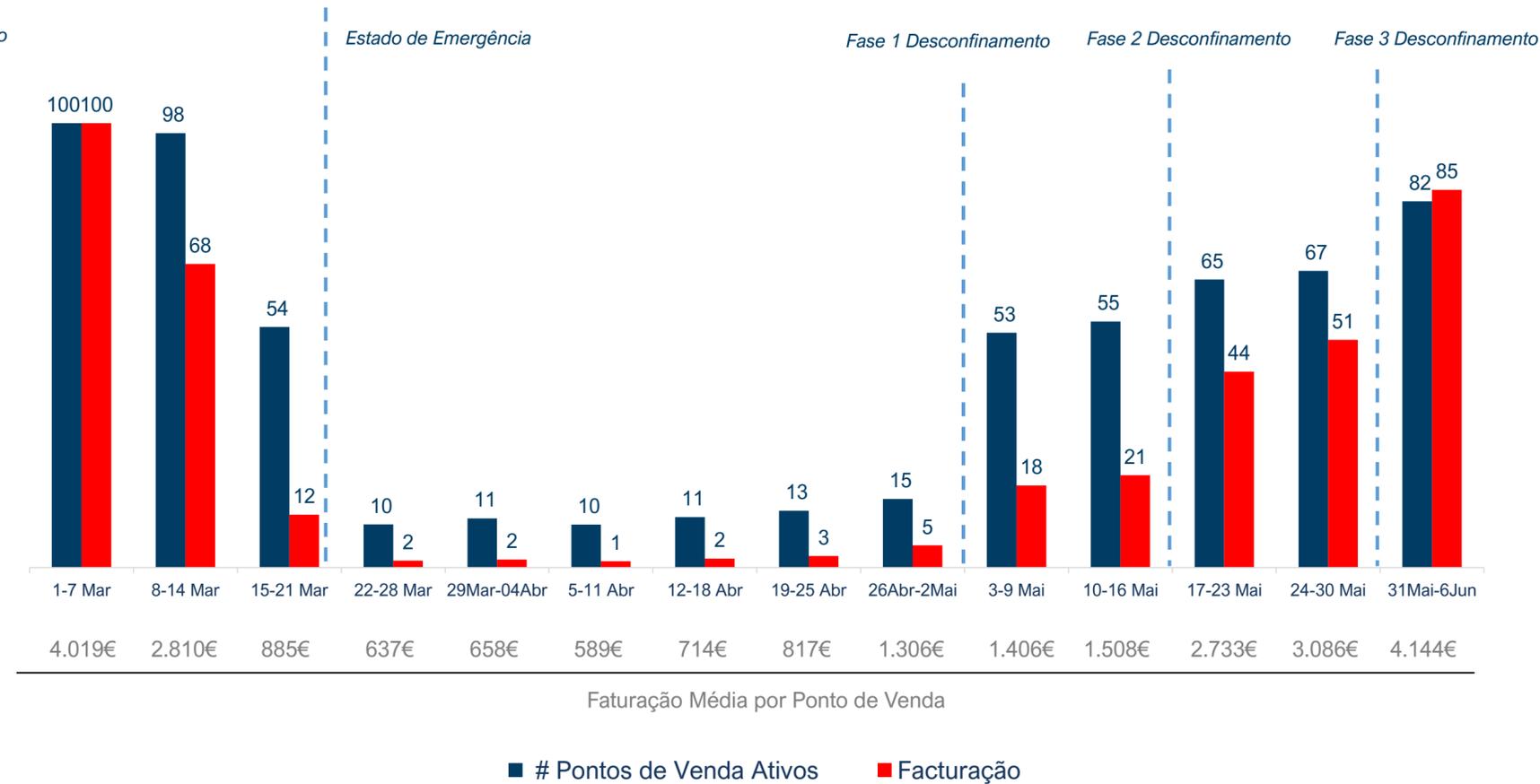
3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente
Evolução Pontos de Venda Ativos



Faturação Média por Ponto de Venda



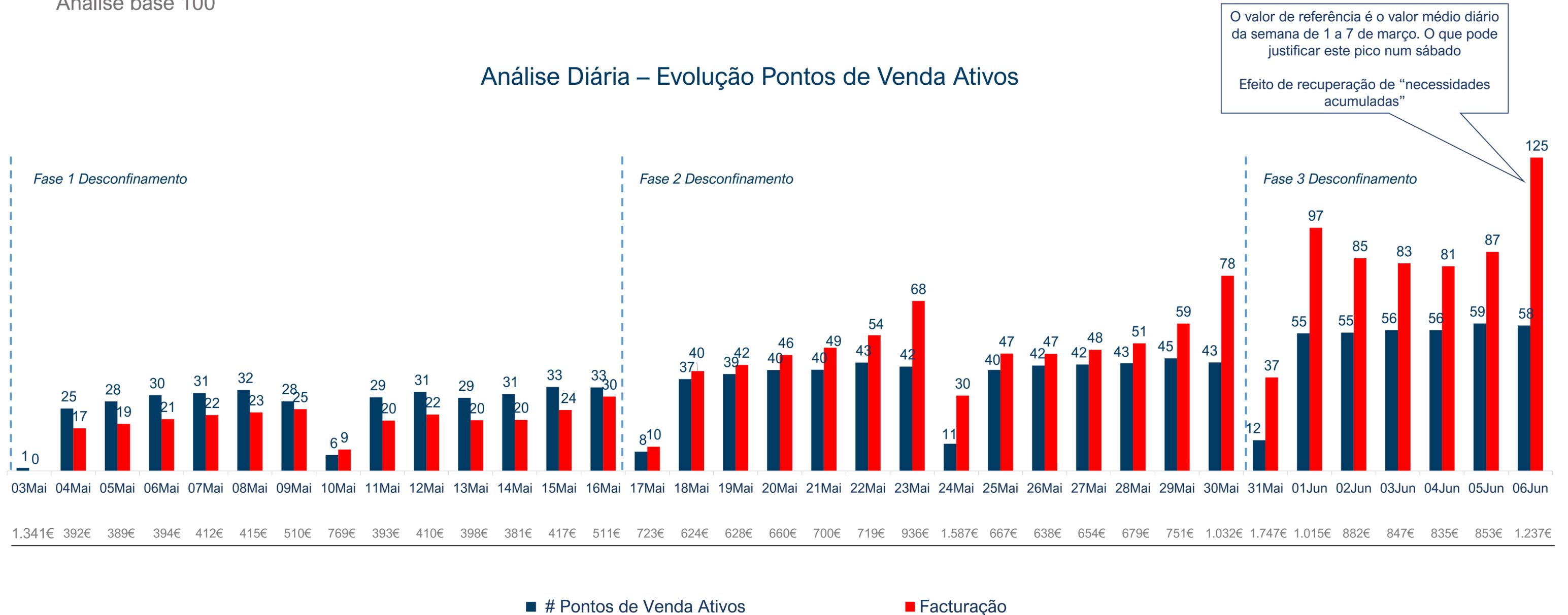
- ✓ A categoria moda, em termos práticos, fechou. O online não teve real impacto em tempos de confinamento que ditaram um radical afastamento dos consumidores de gastos na categoria
- ✓ Logo na semana prévia à declaração do 1º Estado de Emergência observou-se uma queda de quase 90% da faturação da moda
- ✓ Ao longo das 2 primeiras fases de desconfinamento observou-se um paulatino recuperar da atividade. Com a entrada na 2ª Fase de Desconfinamento, houve um aumento de 10 p.p. no número de pontos de venda ativos - lojas de moda com 400m² com porta para a rua puderam reabrir
- ✓ Na última semana, com a abertura dos centros comerciais, observou-se um impressionante crescimento do número de pontos de venda ativos perto dos 23% e de mais de 66% na faturação face à semana anterior

Moda | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



O valor de referência é o valor médio diário da semana de 1 a 7 de março. O que pode justificar este pico num sábado

Efeito de recuperação de “necessidades acumuladas”

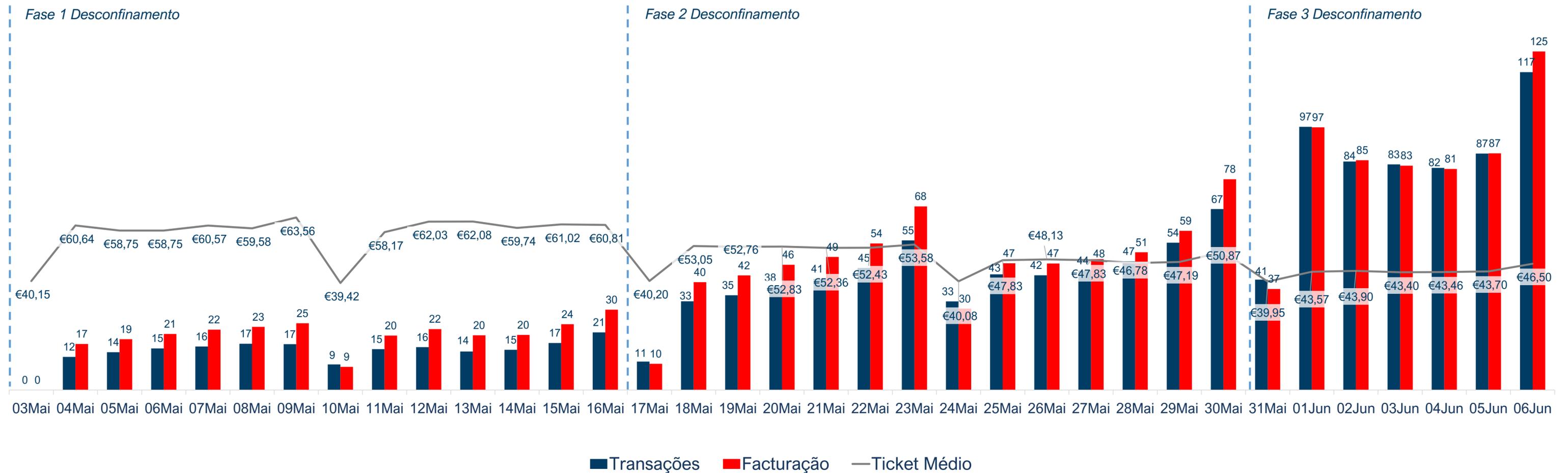
- ✓ A reabertura dos centros comerciais contribuiu para o acelerar da recuperação da moda, com números, ao longo de todos os dias da semana, perto dos 90% da base de referência estabelecida com a semana de 1 a 7 de março.
- ✓ Importa reter a ideia de que estas vendas estão a ser concretizadas com apenas 60% dos pontos de venda reabertos!
- ✓ Prevalcem por (re)abrir 40% do número de pontos de venda existentes no arranque de março. O que falta? Centros Comerciais na AML? Pontos de venda que não vão mais reabrir?

Moda | Evolução da Faturação & Número de Transações

3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação



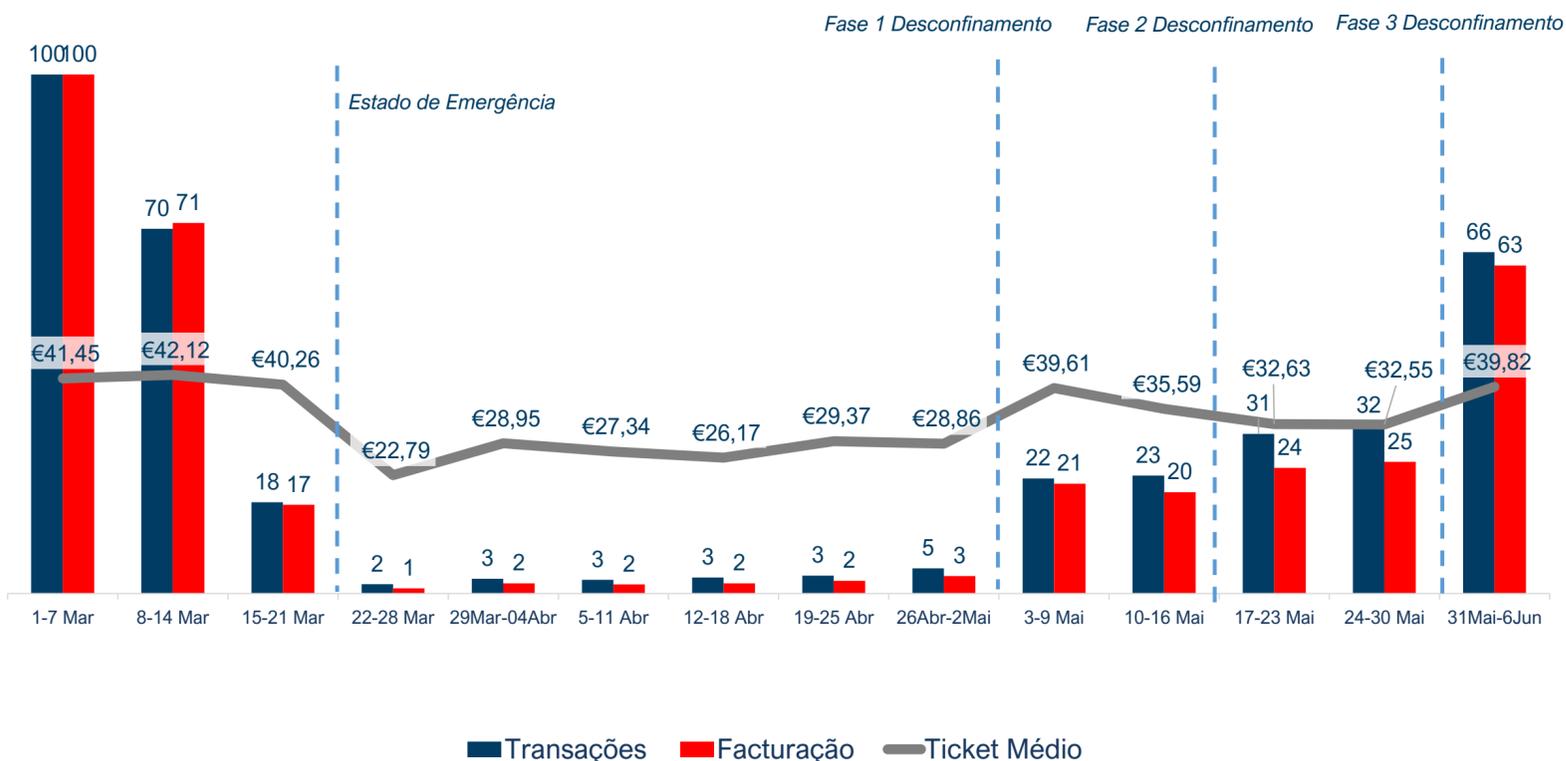
- ✓ A recuperação está a ser suportada por um aumento no número de visitas a pontos de venda que, naturalmente, aumentaram com a reabertura dos centros comerciais
- ✓ O efeito fim-de-semana já se notou de forma expressiva nas duas últimas semanas, no que assumimos ser um efeito de recuperação de tempo perdido e de realização de compras para os tempos de verão que se aproximam (depois de 2 meses e meio sem comprar “nada” de moda)

Cosmética e Perfumes | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

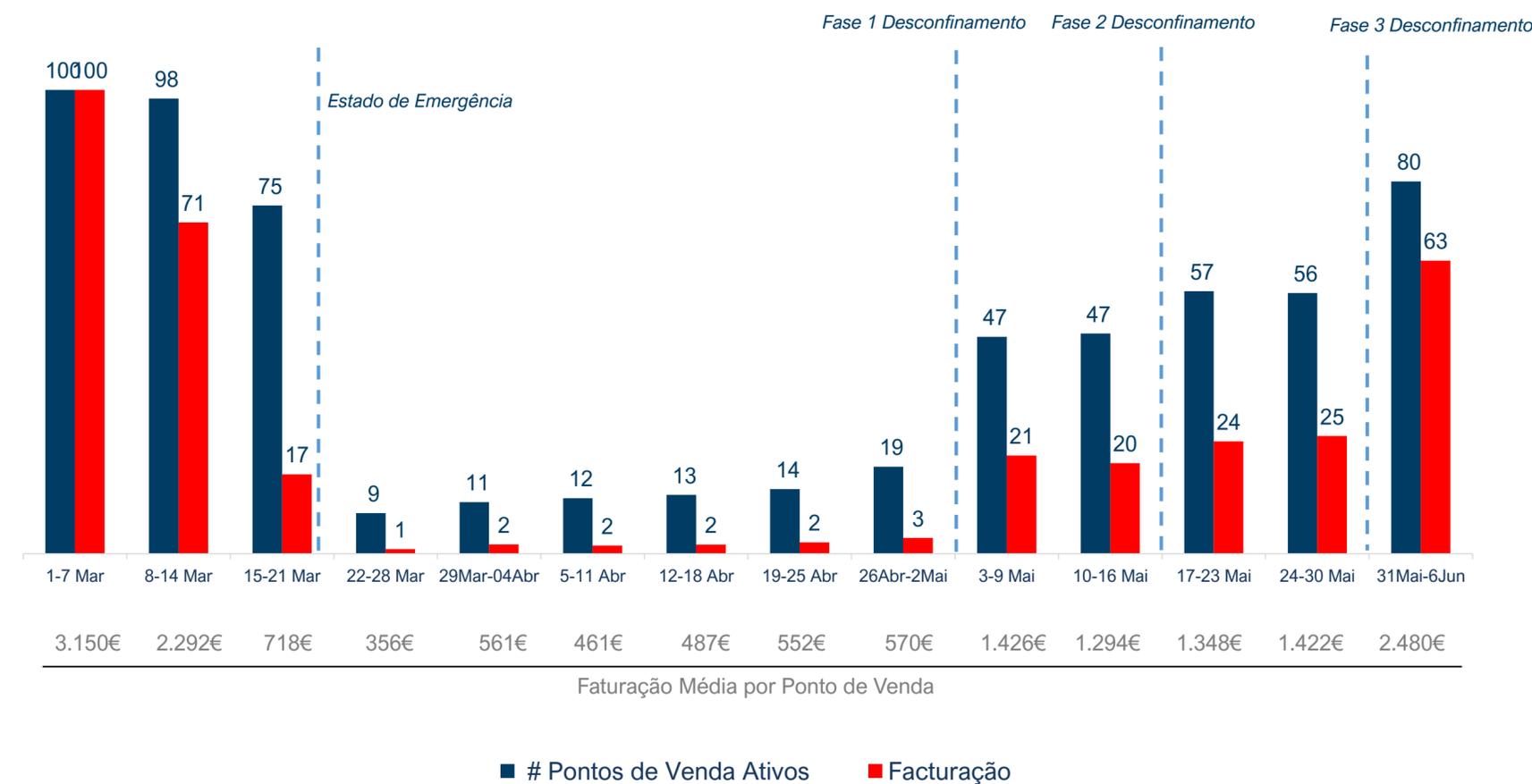
3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente
Evolução Pontos de Venda Ativos



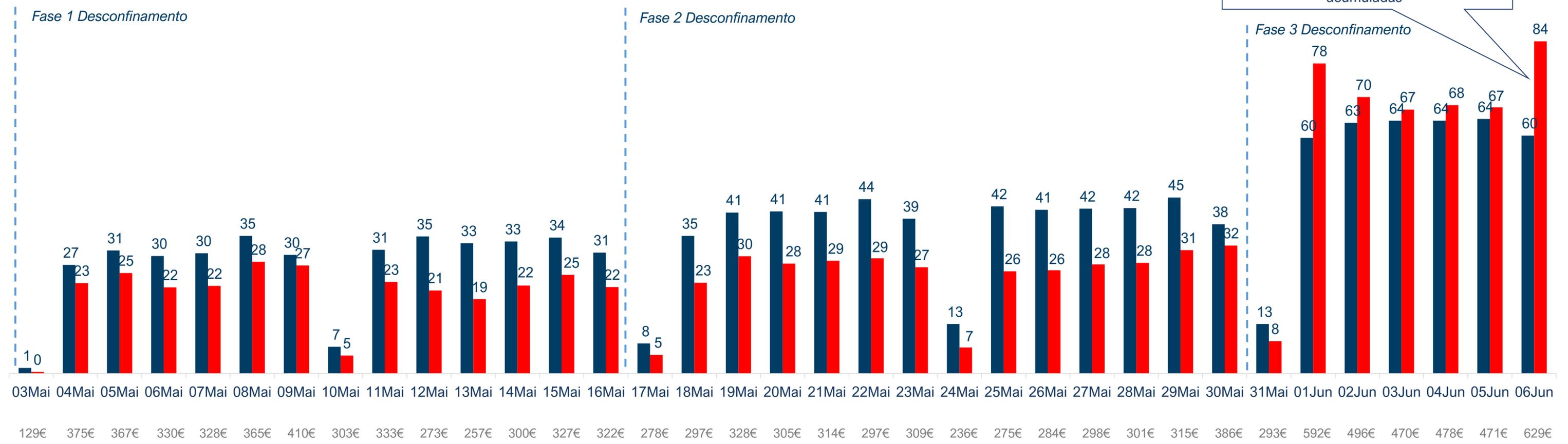
- ✓ Durante o Estado de Emergência as perfumarias estiveram fechadas (com alguma substituição de consumos a migrar para os hipers&supers) e as suas vendas praticamente a nível zero
- ✓ Ao longo das 2 primeiras fases de desconfinamento observou-se um paulatino recuperar da atividade... mais ao nível dos pontos de venda (re)abertos do que das vendas, que se mantiveram com quebras de aproximadamente de 75%
- ✓ Com a abertura dos centros comerciais, na 1ª semana de junho, observámos mais um salto significativo no número de pontos de venda ativos, a que se juntou, um já expressivo recuperar dos níveis de faturação (de mais de 150% face à semana imediatamente anterior)

Cosmética e Perfumes | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



O valor de referência é o valor médio diário da semana de 1 a 7 de março. O que pode justificar este pico num sábado

Efeito de recuperação de “necessidades acumuladas”

■ # Pontos de Venda Ativos

■ Facturação

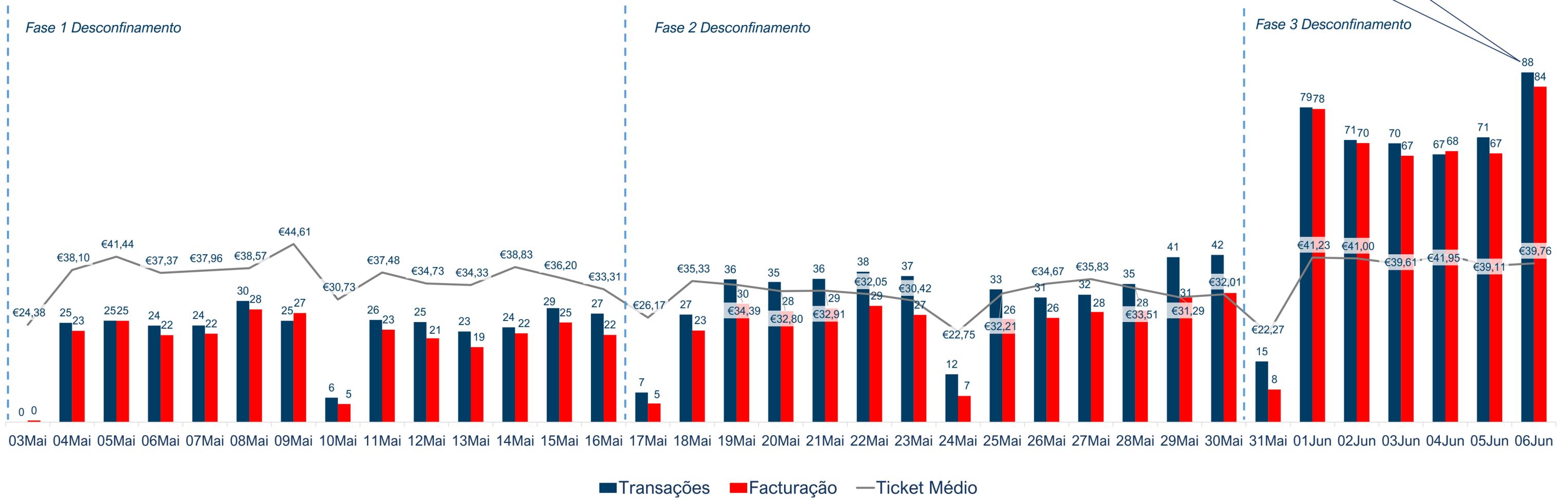
- ✓ Este gráfico deixa claro o peso que os centros comerciais têm na configuração dos gastos em Perfumarias e Cosmética.
- ✓ Depois de 4 semanas de estagnação nos números, a 1ª semana de junho, define o alcançar de um novo patamar (e ainda sem a abertura dos centros comerciais na Área Metropolitana de Lisboa)
- ✓ Prevelem por (re)abrir 40% do número de pontos de venda existentes no arranque de março. O que falta? Centros Comercias na AML? Pontos de venda que não mais vão reabrir?

Cosmética e Perfumes | Evolução da Faturação & Número de Transações

3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

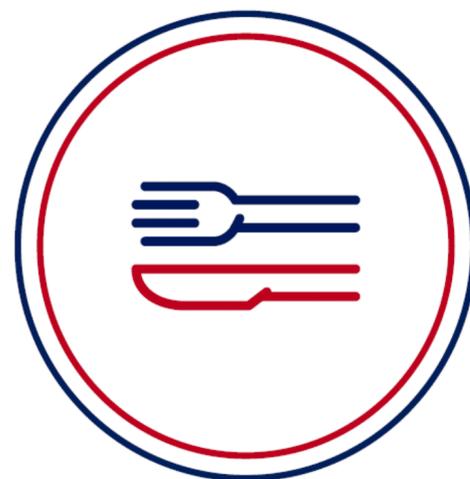
Análise Diária – Evolução da Faturação



O valor de referência é o valor médio diário da semana de 1 a 7 de março. O que pode justificar este pico num sábado

- ✓ A recuperação está a ser suportada por um aumento no número de visitas a pontos de venda que, naturalmente, aumentaram com a reabertura dos centros comerciais
- ✓ Pela 1ª vez na categoria, no que também pode ser sintomático da reabertura dos centros comerciais, observa-se o “efeito fim de semana”, com valores já acima dos 80 pontos em base 100

Setores em Análise



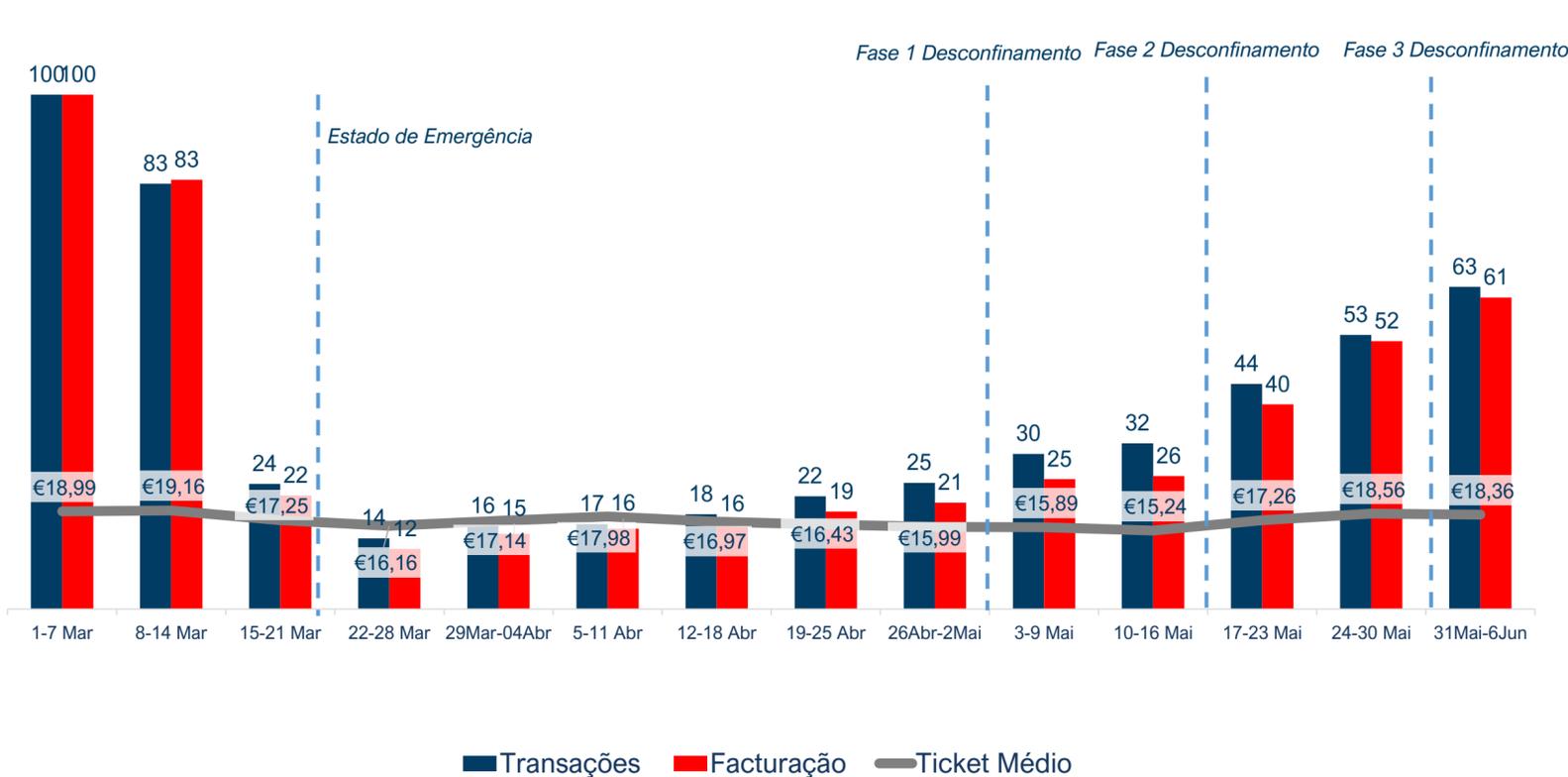
Restauração

Restauração | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

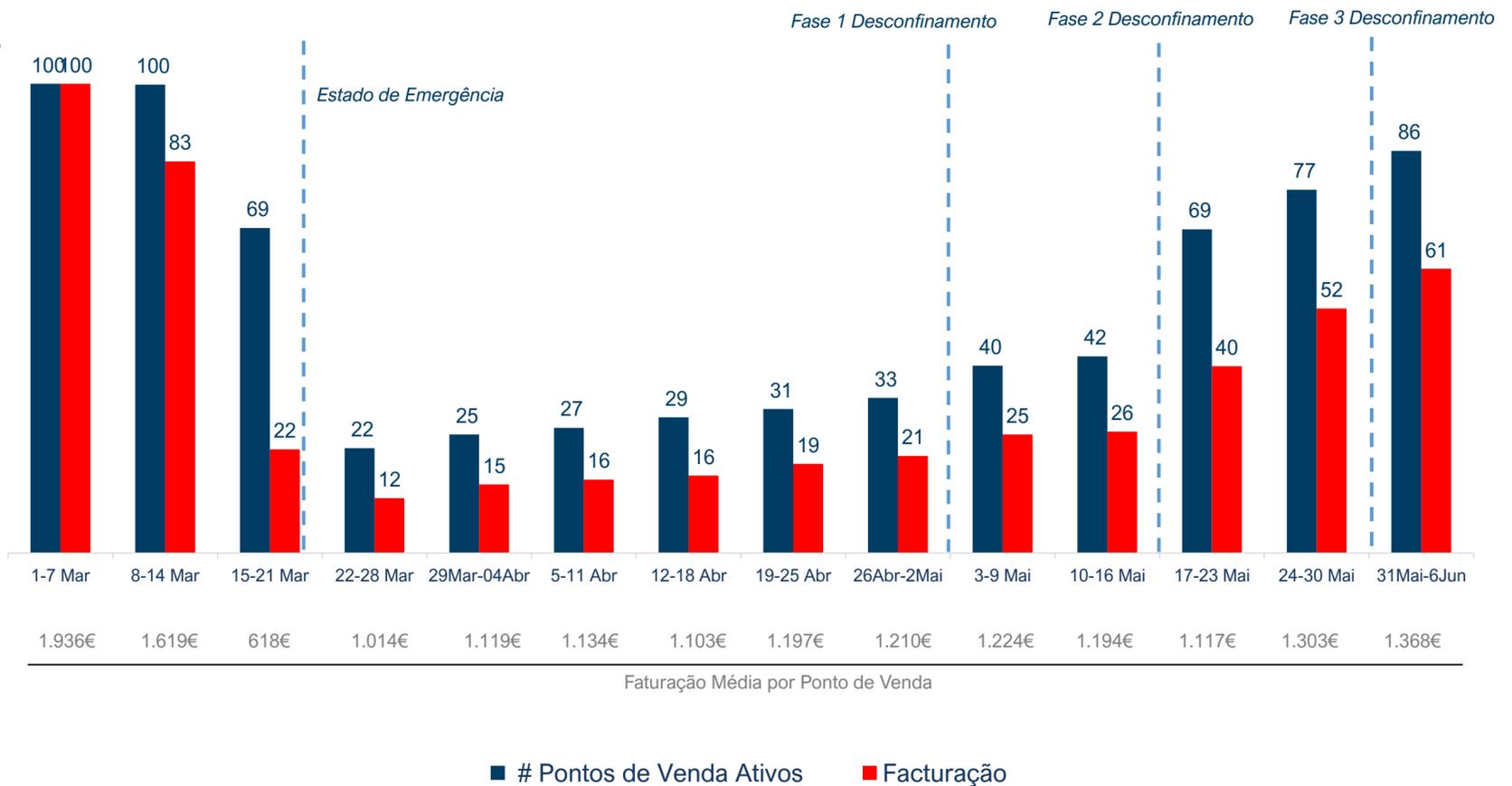
3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente
Evolução Pontos de Venda Ativos



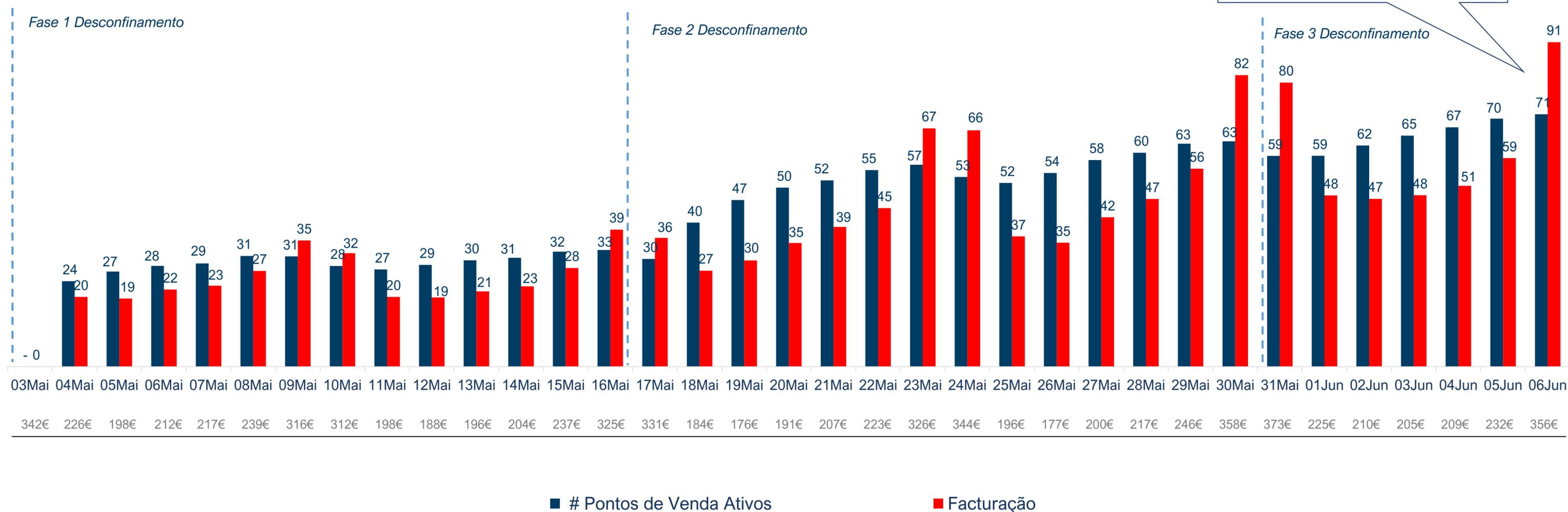
- ✓ Durante o Estado de Emergência a atividade da restauração esteve limitada a take-away e delivery, o que ditou quebras de 85% na faturação e o encerramento (temporário) de cerca de 75% dos pontos de venda
- ✓ A 1ª Fase de Desconfinamento ditou uma muito ténue tendência de recuperação (até 40% dos níveis de faturação em março)
- ✓ A 2ª Fase, em que já foi permitida a reabertura das “salas” dos restaurantes e cafés (ainda que com capacidades muito limitadas) foi marcada pelo progressivo aumento do número de pontos de venda em funcionamento, até um nível de 77% do baseline. Não obstante, a faturação cresceu a níveis bastante inferiores.
- ✓ A 3ª fase de desconfinamento, é pautada por uma manutenção do “declive” da recuperação, quer de pontos de venda, quer de faturação (que já triplicou face aos níveis mínimos)

Restauração | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



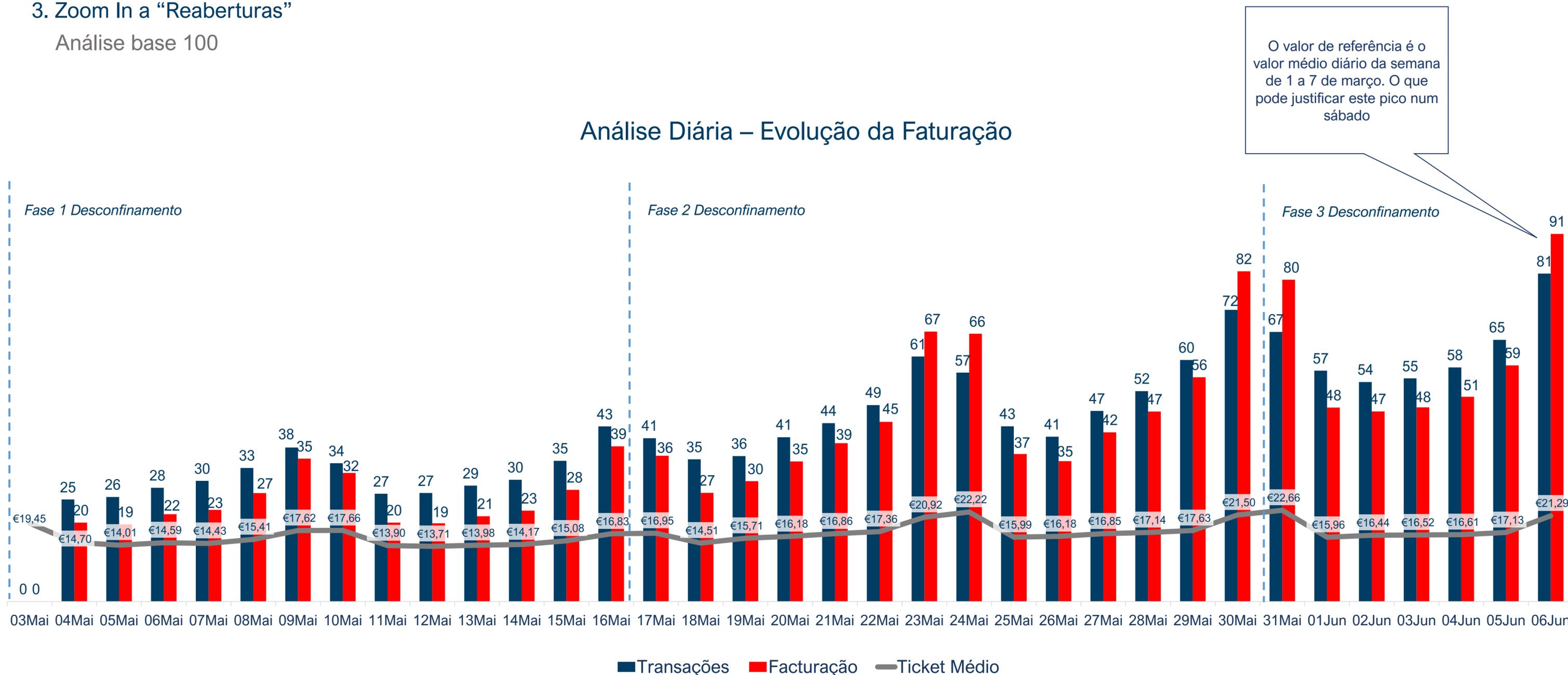
- ✓ Deste gráfico podemos inferir que a reabertura dos restaurantes nos centros comerciais não teve impacto significativo no recuperar da atividade do setor
- ✓ A faturação poderá estar a crescer por força da desmaterialização de um conjunto de pagamentos que eram feitos em dinheiro vivo
- ✓ A faturação crescerá também, em alguns players, por força do aumento em regime do delivery

Restauração | Evolução da Faturação

3. Zoom In a "Reaberturas"

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação



- ✓ Aumento quotidiano das vendas, que em dias equivalentes das 3 últimas semanas tiveram um crescimento sustentado quer em número de transações quer nos níveis de faturação
- ✓ A recuperação está a ser suportada por um aumento no número de visitas a pontos de venda (mais do que por efeito de ticket)
- ✓ O "efeito fim de semana" já se observou sustentadamente nas últimas 3 semanas, com um pico de consumo no último sábado de 90 em base 100

Obrigado.

REDUNIQ[®]
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS

