

REDUNIQ®

Enhanced
Payment Experience

RETURN
ON IDEAS

REDUNIQ® INSIGHTS

Retail | A Fisionomia da Crise e da Recuperação
25 de Junho 2020

VISA

VISA
Electron



MasterCard.
SecureCode.

VERIFIED
by VISA



Empowered by
UNICRE®



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.



Após 5 números do REDUNIQ Insights em que se acompanhou a performance do retalho em tempos de Estado de Emergência e das 3 Fases de Desconfinamento, pretende-se com este 6º número, entrar numa nova lógica de análise da realidade.

Até agora foram essencialmente desenvolvidas “análises de base 100” (que tiveram o mês de março como referência 100), por se considerar tratar-se da forma mais eficiente de desenhar e compreender as linhas das performances do sistema – perda e recuperação. Com o passar do tempo essas “análises de base 100” começaram a evidenciar limitações, sobretudo na medida em que o mês de março deixou de ser um referencial efectivo para avaliar o que “deveria” ser a performance dos diferentes setores, num mês de junho (com efeitos do verão e do turismo) na eventualidade de não haver a Crise do Covid-19.

Assim, a partir deste 6º número do REDUNIQ Insights, optámos por concretizar lógicas de “comparação com o homólogo”, permitindo ter uma maior nitidez sobre a profundidade da crise que se vive em quase todas as regiões e em quase todas as categorias. Na verdade, as referidas “análises de base 100”, usando o mês de março como referência 100, estavam a concorrer para a ilusão de que algumas realidades territoriais e setoriais já tinham (quase) recuperado da crise. Análises dos meses de desconfinamento, de maio e junho de 2020, com os homólogos de 2019, e do acumulado de 2020 com o acumulado em igual período do ano passado, tornam explícita uma profunda crise!

É evidente que, face aos números do mês de Shut Down de abril, maio foi um mês de crescimento (em termos de faturação global do sistema, maio representou um crescimento de 25% face abril, mês em que se tinha observado uma quebra de 27% face a março). Mas, é também óbvio que a recuperação tem ainda um longo caminho pela frente.

Os próximos meses serão críticos para se perceber a sustentabilidade e o ritmo da recuperação, perigosamente posta em causa, pelo agravamento de casos de Covid-19.

— Agenda

**1. EVOLUÇÃO DA PERFORMANCE DO SISTEMA DE
RETALHO (2020 VS. 2019)**

2. ANÁLISES SETORIAIS (2020 VS. 2019)

3. ANÁLISES REGIONAIS (2020 VS. 2019)



— Evolução da Performance do Sistema do Retalho (2020 vs. 2019)

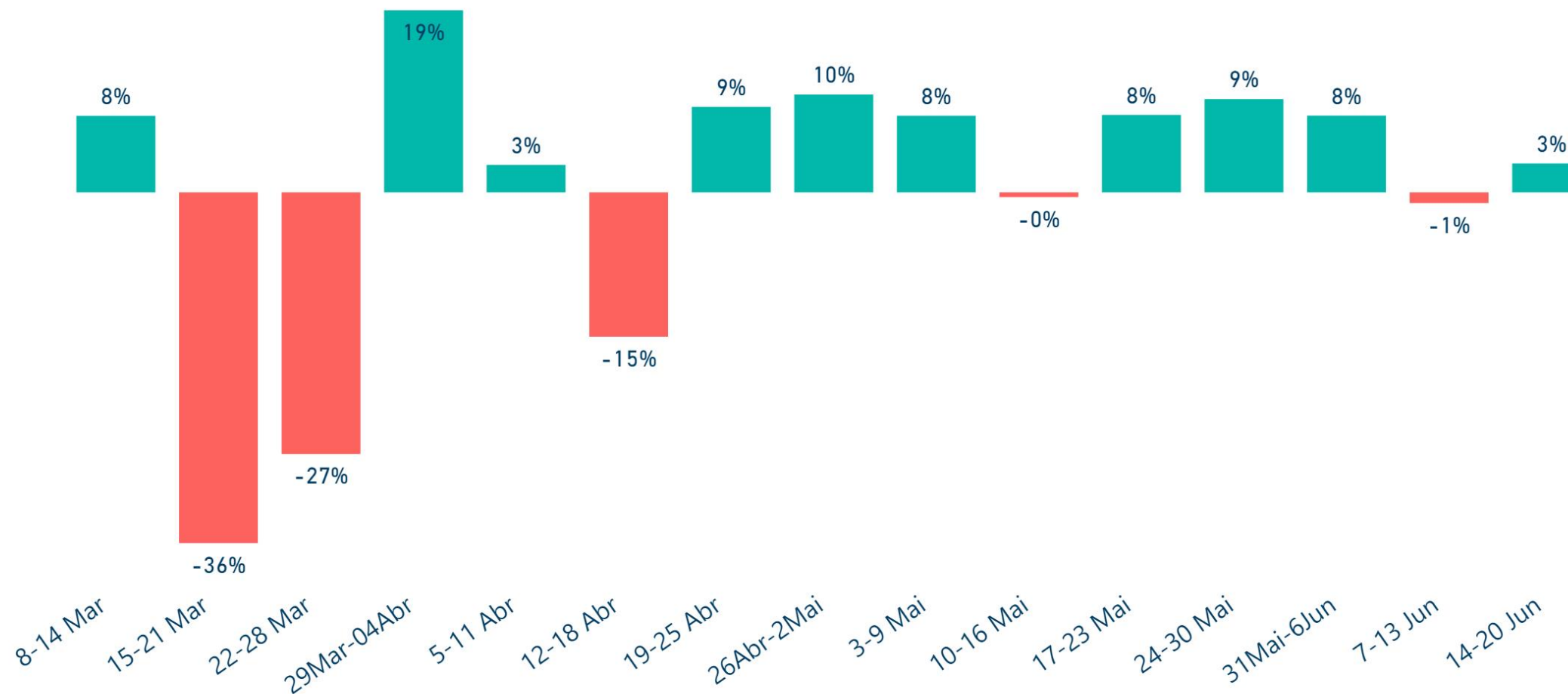
Faturação | Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos

REDUNIQ[®]
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS

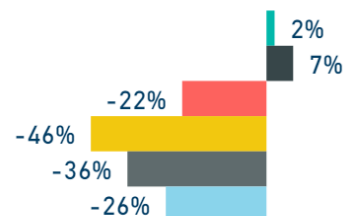


Variação da Faturação face à semana anterior - 2020

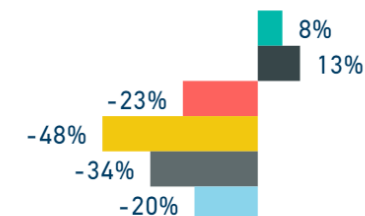


Faturação e Número de Transações - Evolução Homóloga

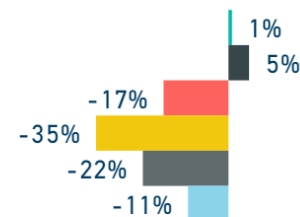
Faturação Total



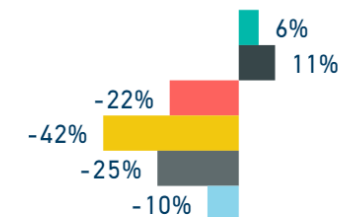
Transações Total



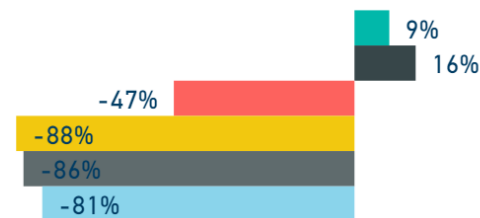
Faturação Nacional



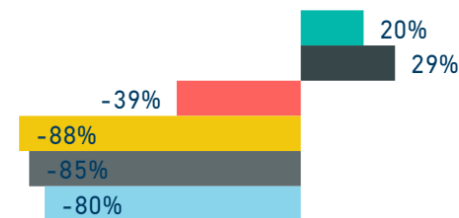
Transações Nacionais



Faturação Estrangeira



Transações Estrangeiras



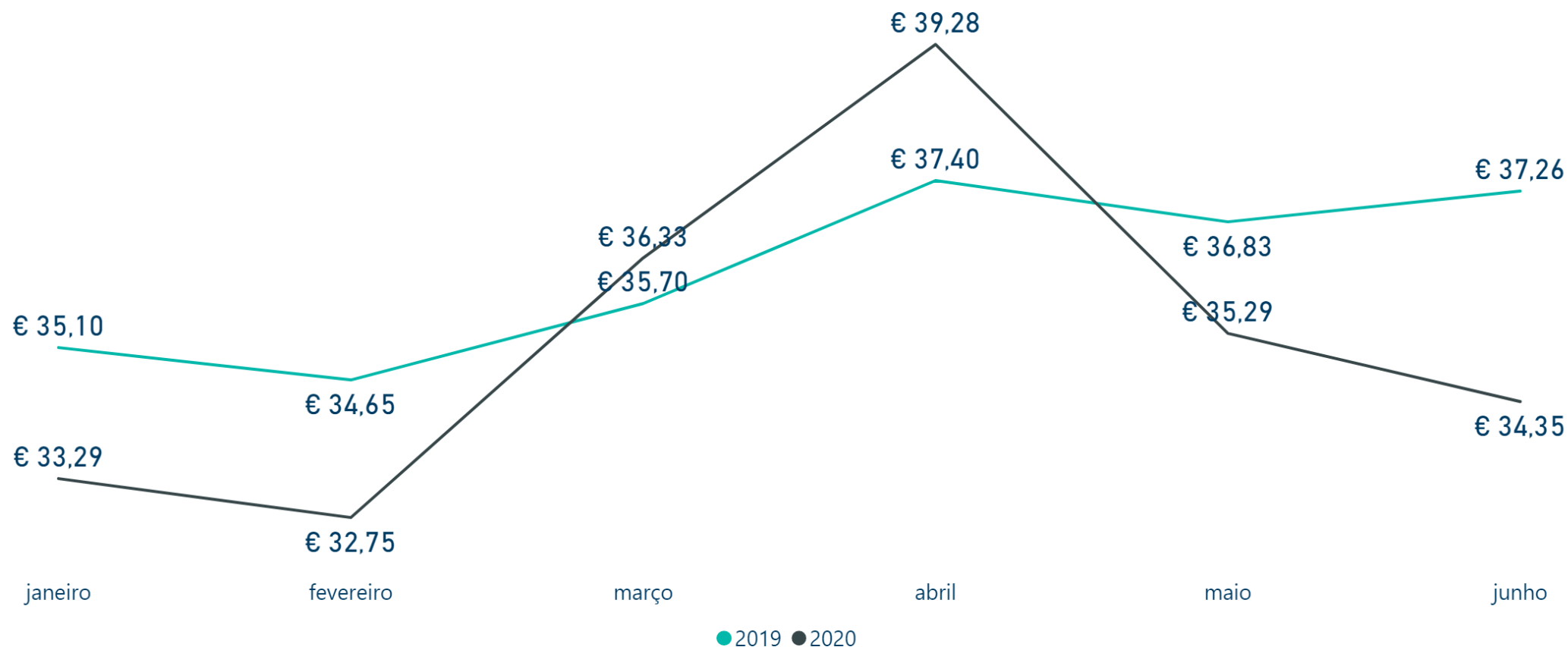
● Jan ● Fev ● Mar ● Abr ● Mai ● Jun

● Jan ● Fev ● Mar ● Abr ● Mai ● Jun

- No Report 5 do REDUNIQ Insights, concluíam-se que a faturação global já havia recuperado para valores próximos dos 85% da faturação observada no início de março (faturação da semana 1-7 março). Esse número poderia levar a concluir que se estava perante uma rápida recuperação num curto espaço de tempo de desconfinamento.

- Esta análise de variações homólogas permite-nos compreender que, apesar da dinâmica de recuperação, a realidade ainda está muito longe dos valores de referência que deveríamos ter neste momento do ano, com quebras superiores a 25% face ao homólogo, eminentemente explicadas pelo colapso do turismo (com a facturação estrangeira no sistema a evidenciar quebras superiores a 80% face ao homólogo)

Evolução do Ticket Médio Mensal 2020 vs. 2019



- Os valores do ticket médio aumentaram durante o período de Estado de Emergência (nos meses de março e abril), situando-se acima dos observados nos períodos homólogos. Este crescimento foi o reflexo da história de consumidores, que forçados a um confinamento, foram, por decreto, muito menos vezes às compras tendo gasto mais por cada ida.
- Os meses de maio e junho (até dia 20), marcados por diferentes fases de desconfinamento, revelam uma queda relevante do ticket médio, para valores inferiores aos de maio e junho de 2019, no que pode ser já o reflexo do adensar de uma crise económica, que dita comportamentos de compra muito mais racionais e económicos.

Evolução dos Pontos de Venda Ativos 2020 (base 100)

SETOR ▲	março	abril	maio	junho
Acessórios Automóveis e Oficinas	100	85	99	95
Cabeleireiros	100	12	98	102
Electrodomésticos&Tecnologia	100	70	90	94
Farmácias	100	104	109	107
Gasolineiras	100	97	101	99
Hipers&Supers	100	97	100	99
Hotelaria e Atividades Turísticas	100	34	50	61
Moda	100	20	70	94
Papelarias, Livrarias, Revistas e Tabaco	100	54	82	93
Perfumarias	100	20	61	95
Restauração	100	35	79	91
Retalho Alimentar Tradicional	100	86	100	106
Saúde	100	54	96	101

Em face do período de referência (março) verificamos uma notável recuperação do número de pontos de venda ativos na grande maioria das categorias. Apenas a categoria Hotelaria e Atividades Turísticas está a operar 40% abaixo do valor observado no início do mês de março.

Note-se que o crescimento do número de pontos de venda em algumas categorias, nomeadamente Farmácias, pode ser explicado pelo aumento de novas adesões no sistema (sobretudo na aceitação de pagamentos contactless).

— Evolução das Performances Setoriais (2020 vs. 2019)

Faturação | Mix de Consumo

REDUNIQ[®]
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS

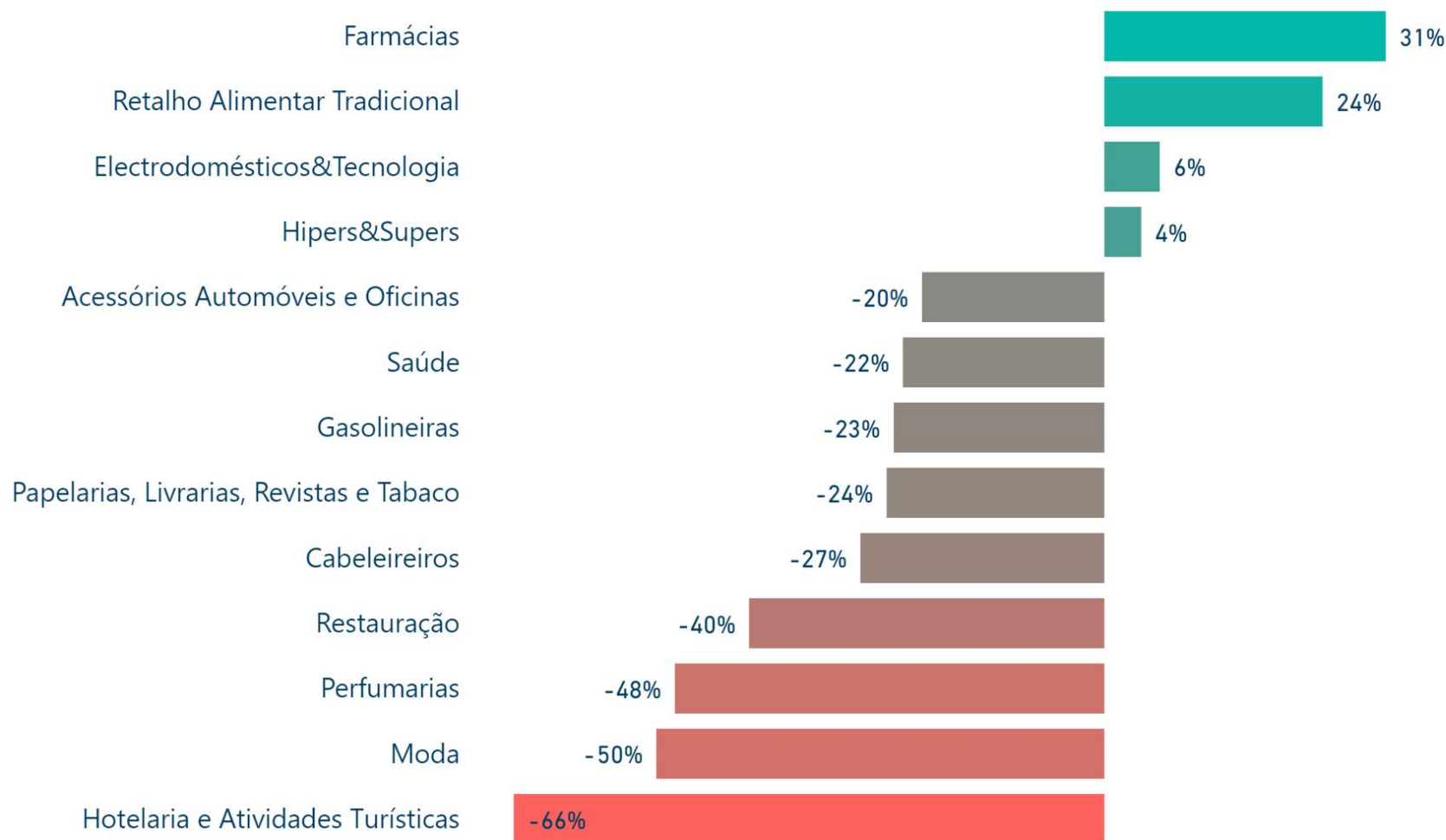


Faturação por Categoria - Evolução Homóloga



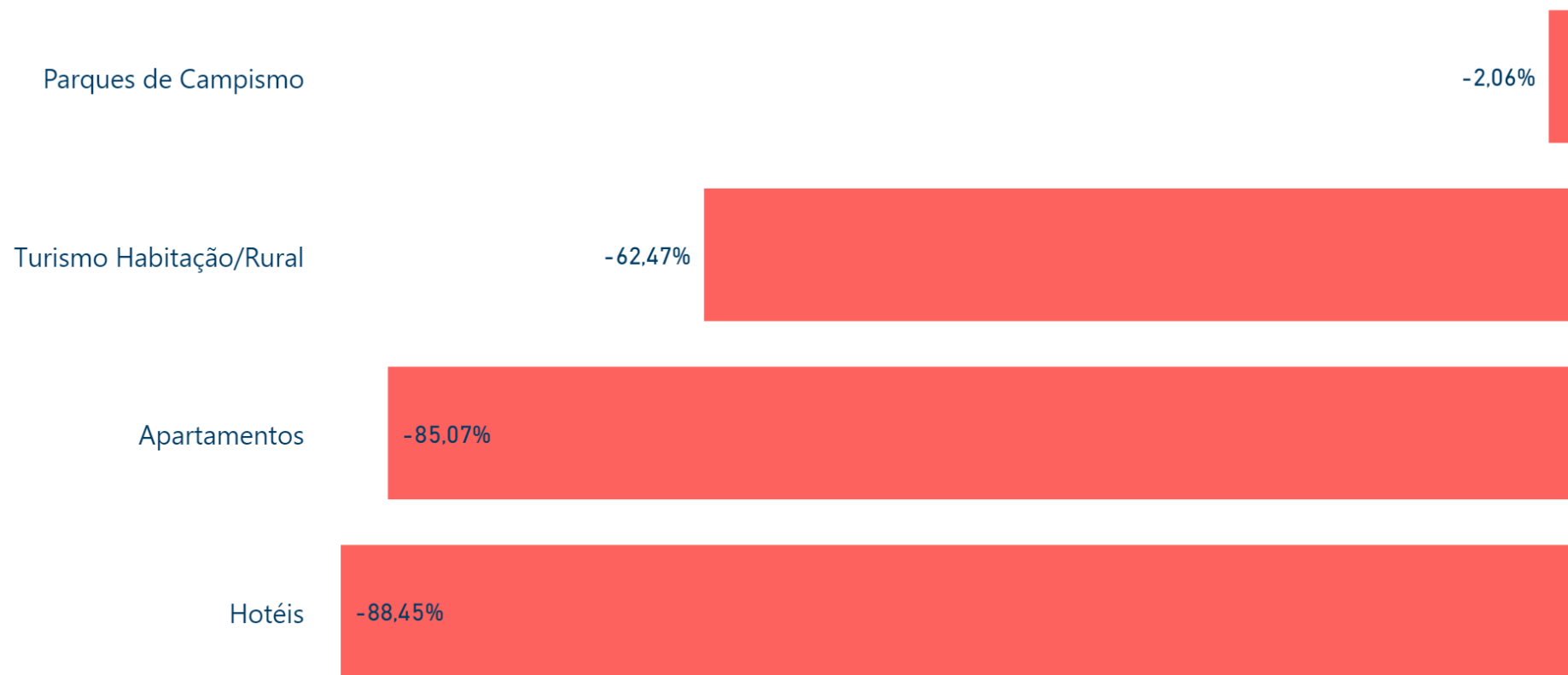
- Depois de os meses de janeiro e fevereiro estarem a indiciar um ano de 2020 com crescimentos interessantes, o Covid ditou quebras brutais numa grande maioria das categorias.
- Em tempos de Estado de Emergência e Desconfinamento há uma evidente polarização de performances. Um evidente reconfigurar de cabazes de consumo e o desaparecimento do turismo, determinam a existência de setores com performances sólidas ao longo dos últimos 3 meses e outros com quebras estruturais, quase totais, ainda muito longe de estarem recuperadas.
- O mês de junho (até dia 20) define o momento em que setores como a Saúde, Cabeleireiros e Acessórios Automóveis e Oficinas aparentam estar a reentrar nos seus ritmos de cruzeiro.

Faturação por Categoria Acumulada a Junho (até dia 20) - Evolução Homóloga



- A análise da realidade do ano de 2020 (acumulada) até 20 de Junho permite-nos perceber com maior certeza a polarização referida no slide anterior. Temos duas categorias (e formatos de proximidade), as Farmácias e o Retalho Alimentar Tradicional com fortes crescimentos em 2020. Electrónica e Hipers&Supers apresentam crescimentos interessantes, mas muito mais baixos. Todos os demais setores têm quebras acumuladas superiores a 20% (face a 2019), em alguns casos superiores a 50%.
- As perdas são muito expressivas e certamente deixarão feridas.

Zoom In: Variação Homóloga da Faturação na Hotelaria (Junho 2020 vs. 2019 - até dia 20)



- A Hotelaria e Atividades Turísticas foi uma das categorias mais afetadas face ao período homólogo, com uma quebra acumulada superior a 60%.
- A análise das sub categorias permite-nos inferir que a quebra de faturação dos Parques de Campismo e Turismo Habitação/Rural, face ao mesmo período do ano anterior (junho 2019 - até dia 20), aparenta uma maior resiliência. Tal situação é demonstrativa da possível preferência dos clientes por espaços ao ar livre e/ou mais isolados.

— Evolução das Performances por Distrito (2020 vs. 2019)

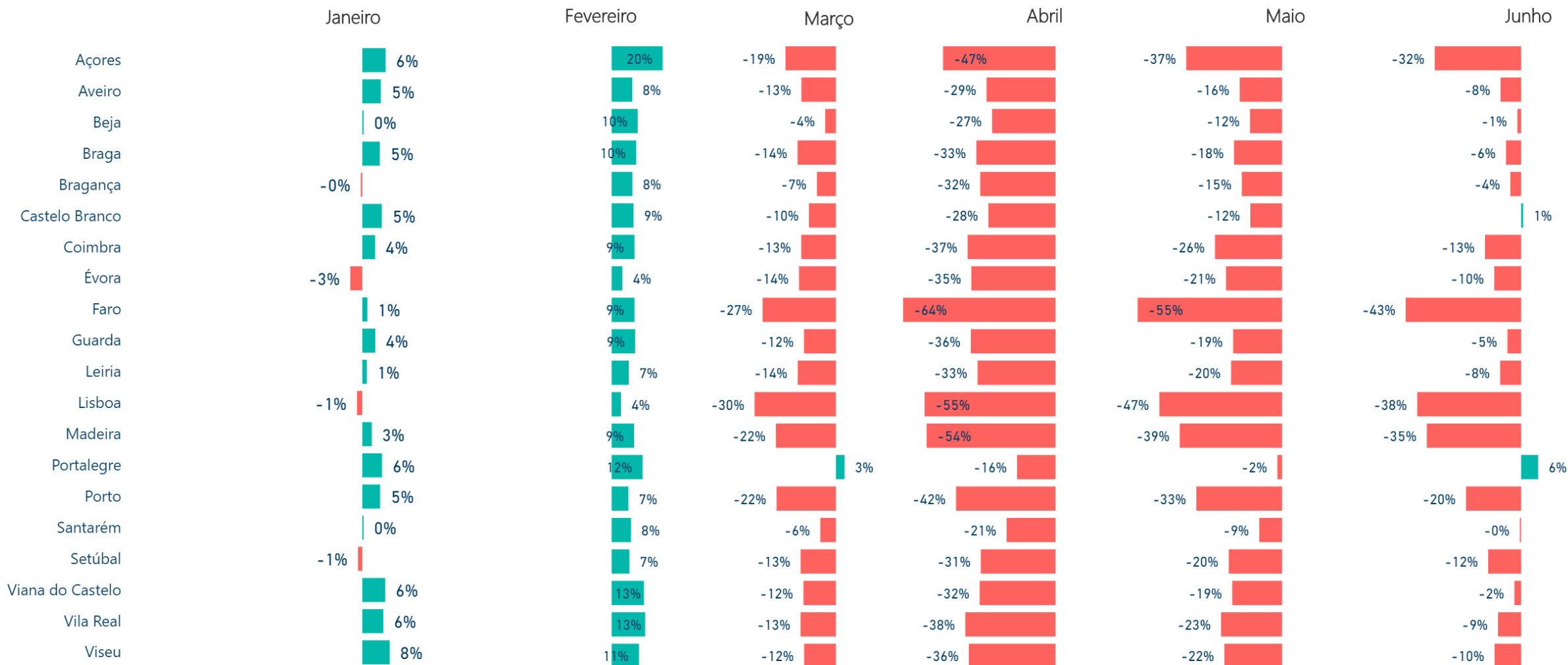
Faturação

REDUNIQ[®]
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS



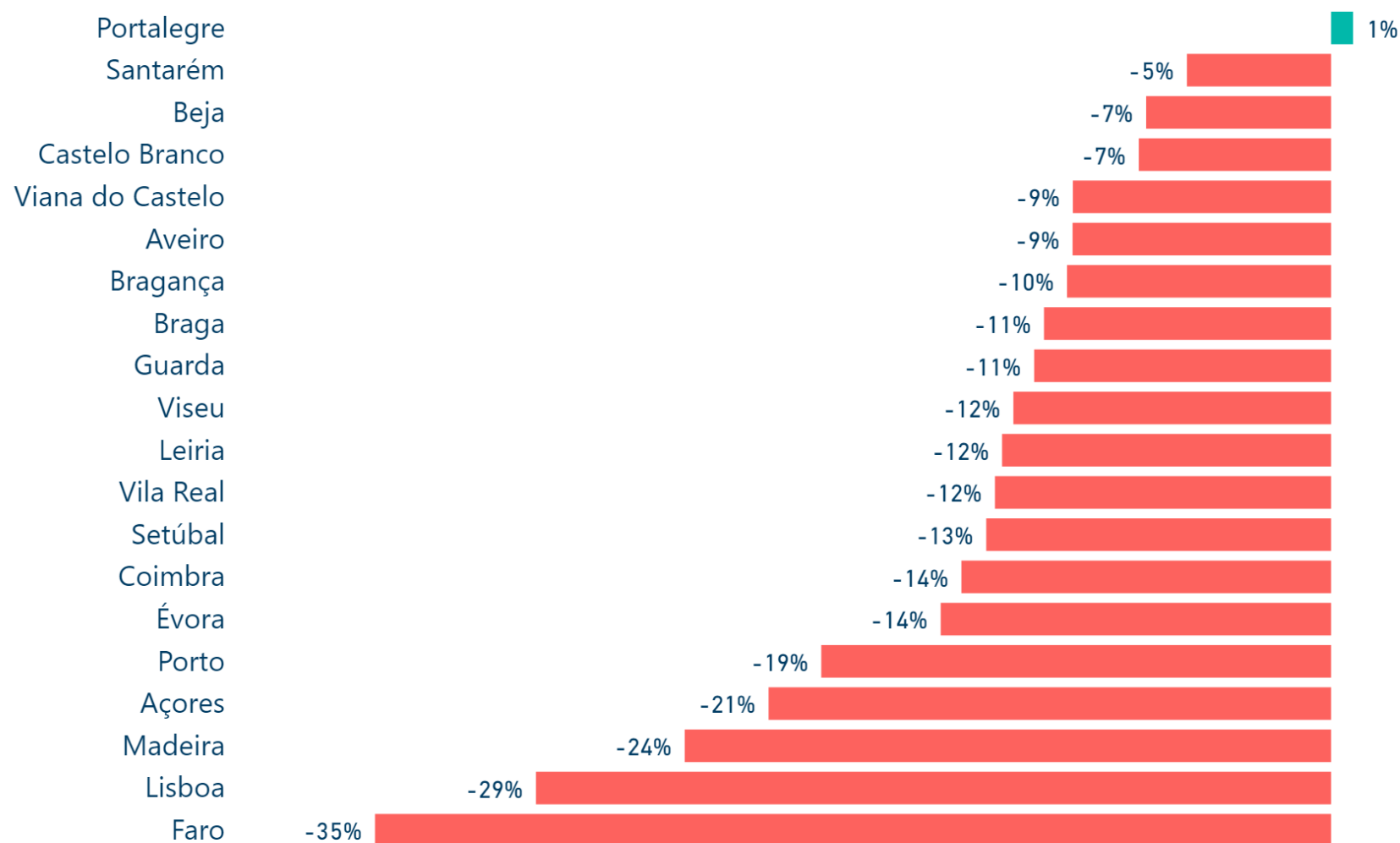
Variações Homólogas por Região



- A análise da variação homóloga por região expõe a profundidade da crise que se viveu e ainda vive na quase globalidade do território português. Também nesta configuração de análise se torna evidente que os distritos mais impactados (brutalmente impactados) são aqueles em que o turismo era central no modelo de procura – Lisboa, Faro, Madeira, Açores. Seguem-se Distritos do Litoral com “cidades grandes” – Porto e Setúbal. Mesmo distritos mais resilientes mostram ainda, em junho, quebras expressivas face ao período homólogo de 2019.

- Portalegre e Castelo Branco são, até ao momento, os únicos distritos com uma recuperação positiva em Junho (até dia 20) face ao período homólogo.

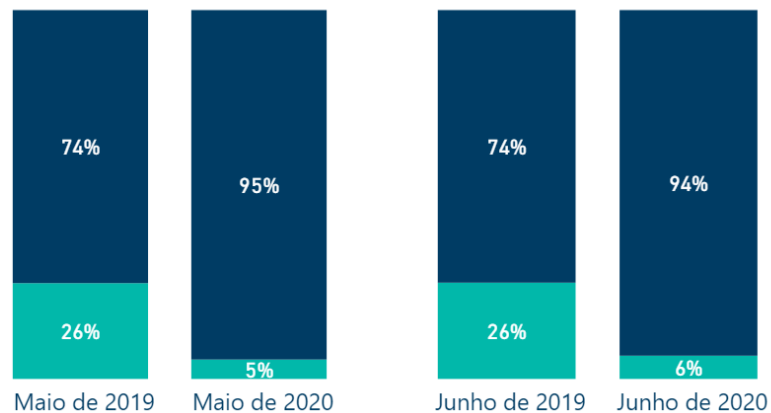
— Faturação por Distrito Acumulada a Junho (até dia 20) - Evolução Homóloga



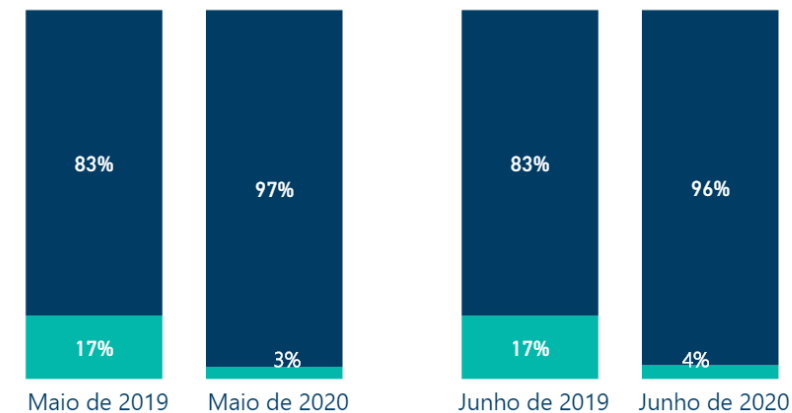
- A análise da realidade do ano de 2020 (acumulada) até junho (dia 20), apresentada na forma de ranking, permite-nos perceber as disparidades regionais de forma ainda mais evidente. As regiões turísticas não recuperarão de forma expressiva enquanto o turismo não retomar. As demais regiões poderão recuperar se a crise económica não se adensar. Podemos estar perante o consolidar de novos baselines dos níveis da atividade de retalho em linha com as recentes projeções, do Banco de Portugal, de quebra de 10% do consumo privado em 2020.

— Peso da Faturação Estrangeira nos Distritos com maior Peso de Turismo

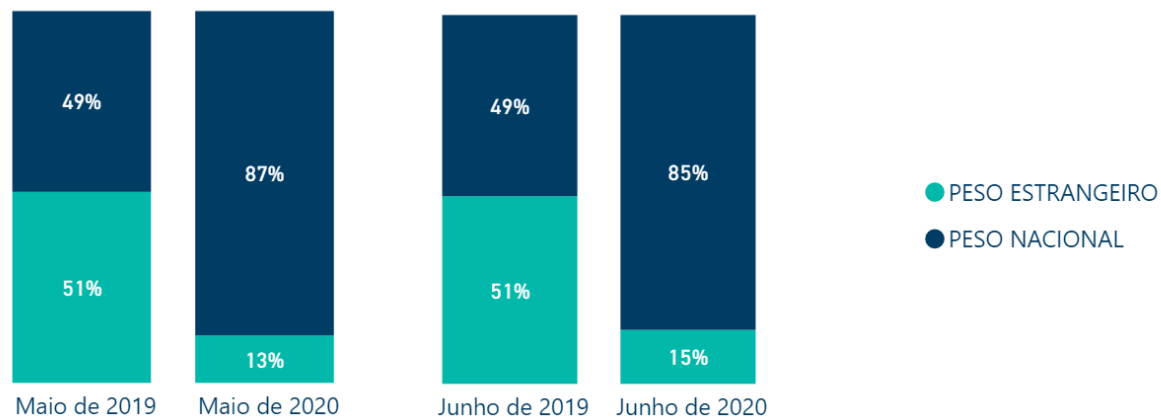
Lisboa



Porto



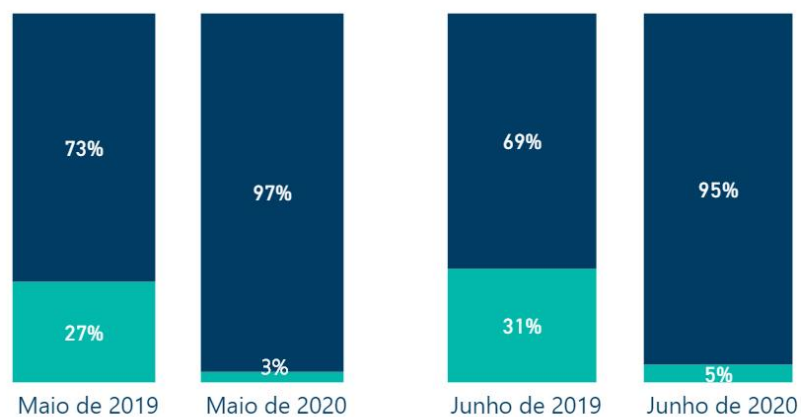
Faro



- Estes gráficos tornam visível a expressão que o Turismo tinha em 2019, nos distritos com maiores quebras - Lisboa, Faro, Madeira, Açores e Porto – e o radical desaparecimento dessa procura específica tão crítica para setores como a hotelaria ou a restauração. Sem turismo, os valores de referência históricos perdem aplicabilidade. No futuro próximo, 2 a 3 anos, estas regiões viverão com níveis de faturação do sistema de retalho estruturalmente abaixo dos observados no passado recente.
- O distrito com maior quebra percentual da faturação estrangeira foi Faro (cerca de 35 p.p.)

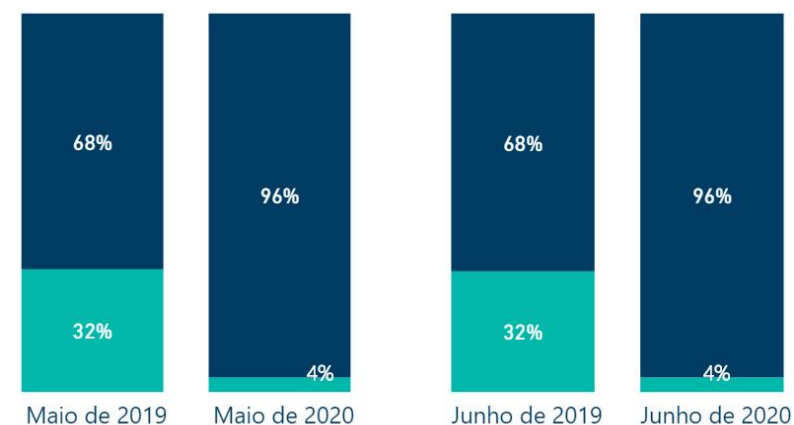
— Peso da Faturação Nacional e Estrangeira por Região

Açores



● PESO ESTRANGEIRO
● PESO NACIONAL

Madeira



- Açores e Madeira com quebras percentuais da faturação estrangeira muito idênticas nos meses de Maio e Junho (até dia 20).

— Evolução do Pagamento Contactless

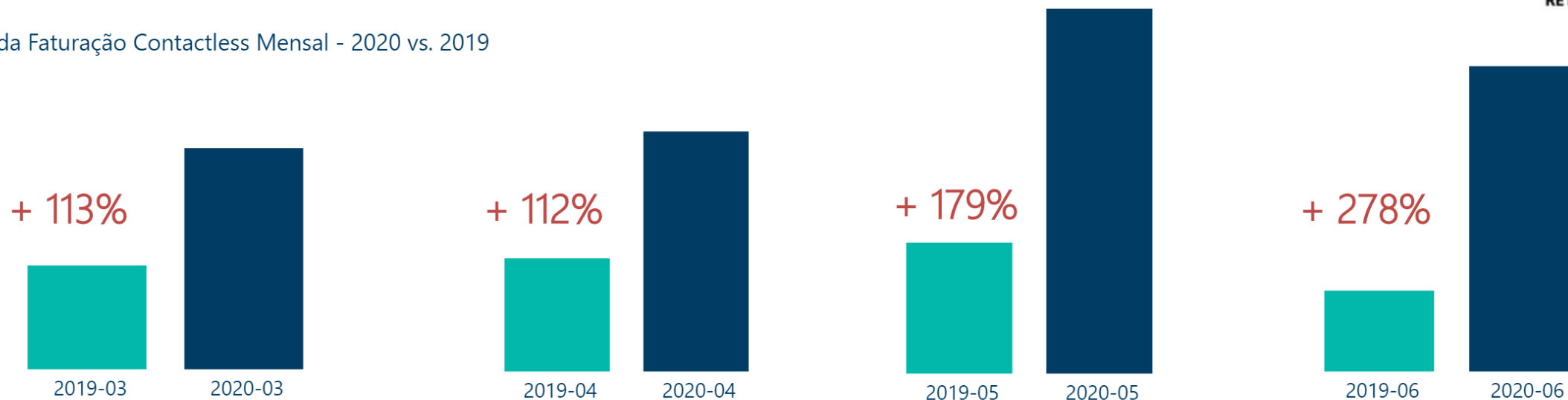
REDUNIQ
INSIGHTS

RETURN
ON IDEAS

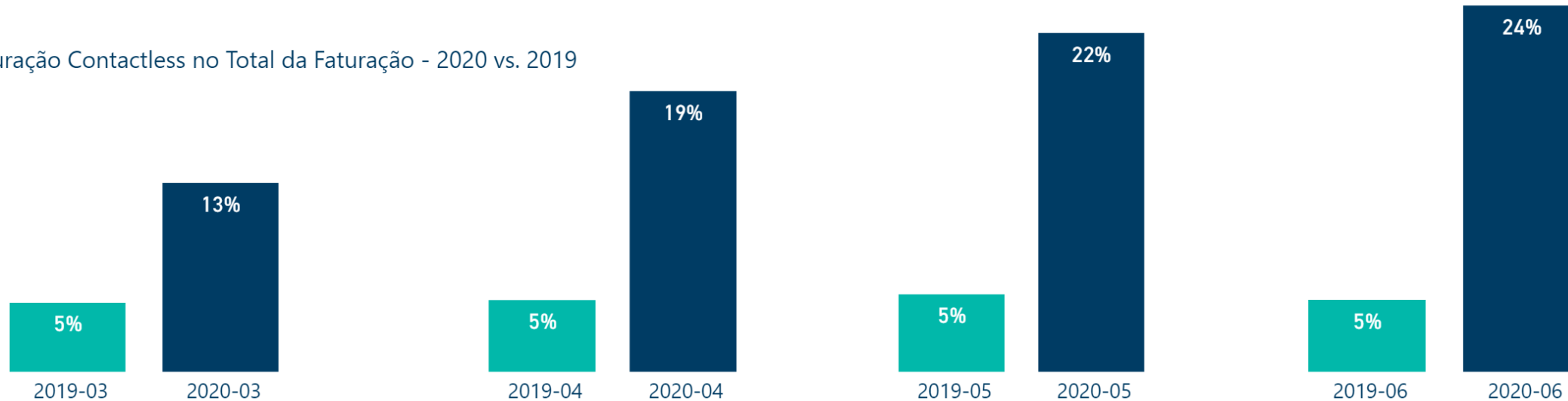


Faturação Contactless - Evolução Homóloga

Evolução da Faturação Contactless Mensal - 2020 vs. 2019



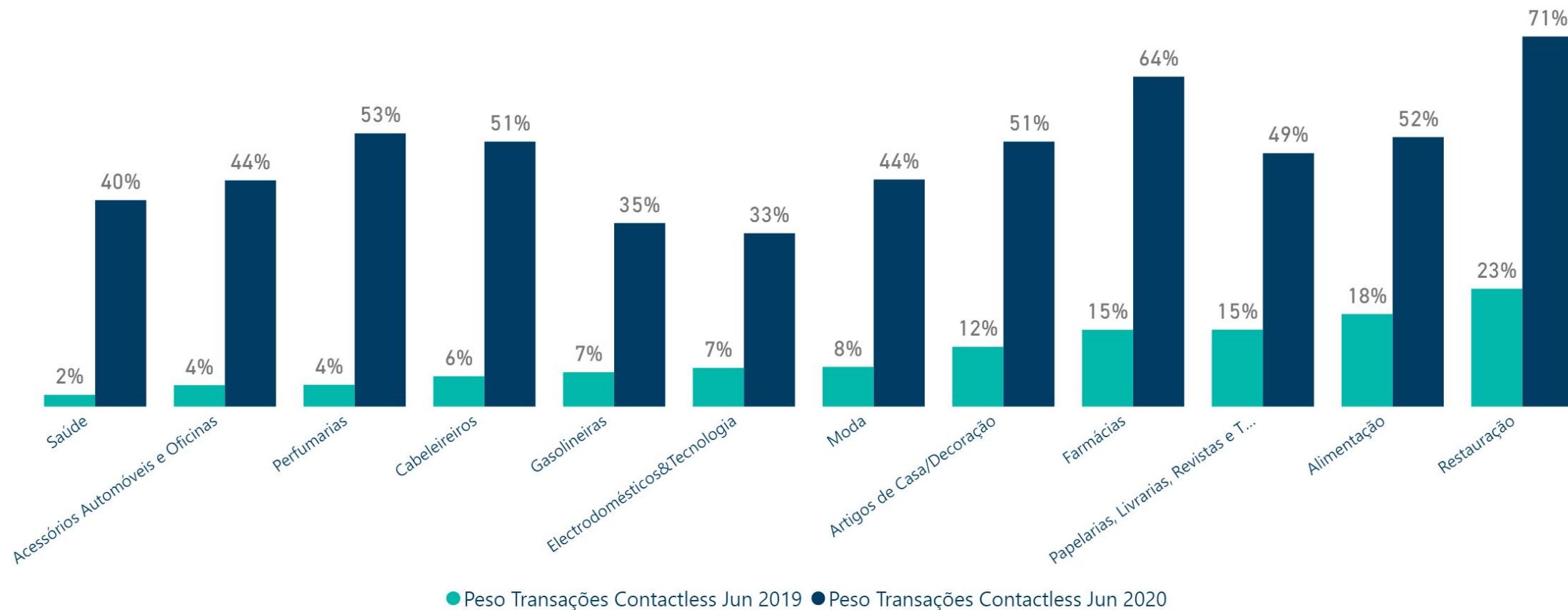
Peso da Faturação Contactless no Total da Faturação - 2020 vs. 2019



- Tem-se verificado um impressionante aumento da utilização de Contactless, tendência em muito ditada por receios sanitários dos consumidores.
- Em pouco mais de 3 meses, desde março, o peso do Contactless no total dos pagamentos duplicou, representando em junho, quase ¼ do total da faturação (um aumento de mais de 5x face ao período homólogo de 2019).

Faturação Contactless - Peso

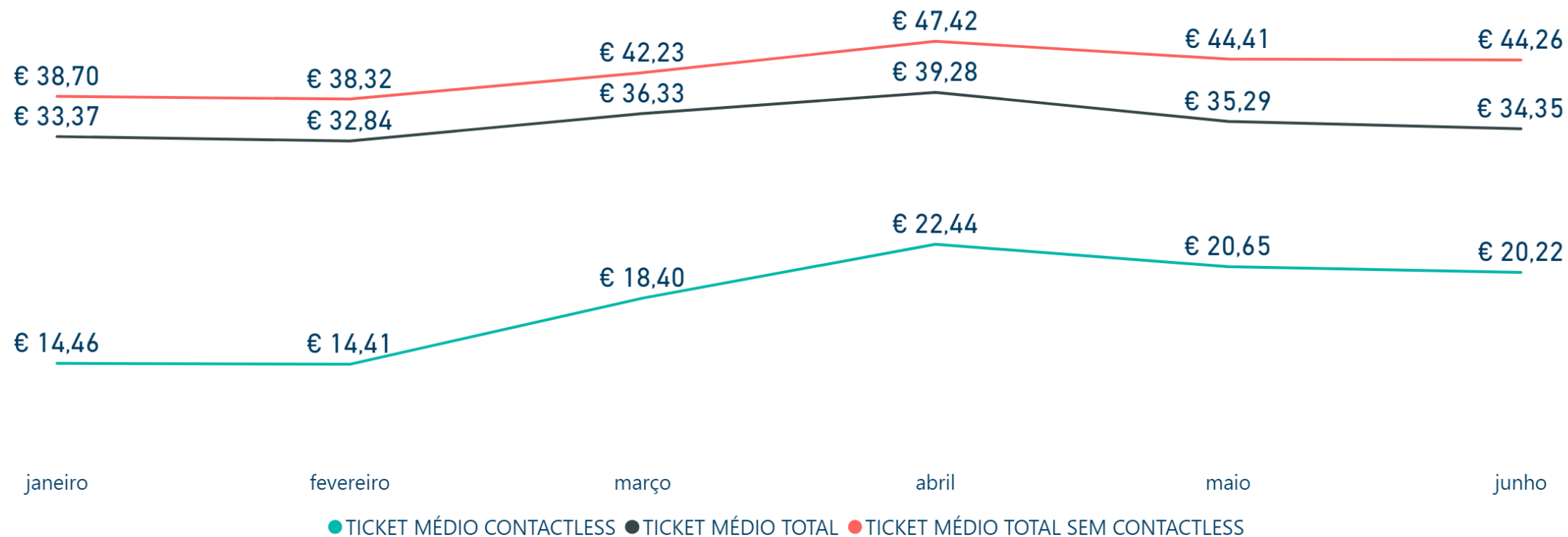
Peso Transações Contactless Jun 2020 (até dia 20) vs Jun 2019 (até dia 20) por Setor de Atividade



- O peso das transações contactless em junho 2020 (até dia 20) aumentou de forma significativa face ao ano anterior - todas as categorias apresentaram um crescimento de mais 30 p.p. face ao período homólogo.

- A Restauração foi uma das categorias onde o crescimento foi mais notório, assim como, a Saúde e os Cabeleireiros onde o peso era muito reduzido em junho de 2019.

Faturação Contactless - Ticket Médio 2020



- Durante o período de confinamento (março e abril) verificou-se um aumento do ticket médio por força da redução do número de transações – gasto maior por cada ida às compras.
- Importa notar que se constata um crescimento expressivo do ticket médio do contactless face aos valores no início do ano. Em fevereiro este valor estava perto dos €15 e em junho ronda os €20 no que aparenta ser um comportamento que se democratizou após o período de confinamento.