



NIQ Monitor

Mensal

Setembro de 2023

Destaque de Setembro

Setembro
(28/08 à 01/10/23)
Var Valor vs Ano Anterior

Total Canais:
+8,3%

AS:
+2,5%

C&C:
+13,1%

Farma:
+13,2%

E-commerce:
+9,5%

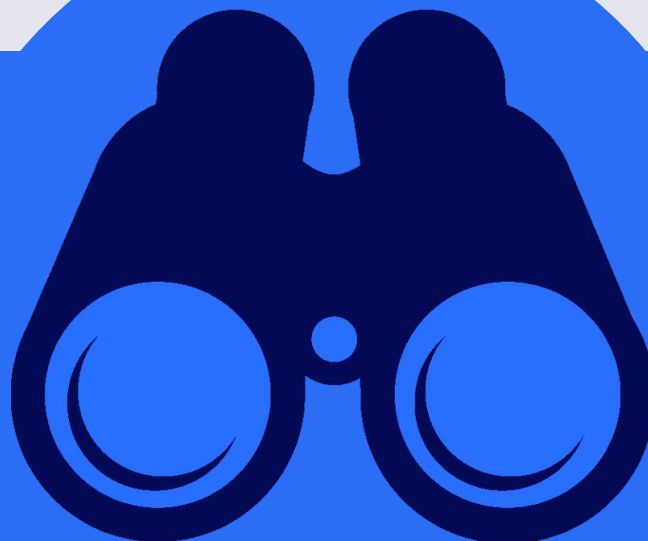
Destaque do mês vão para crescimento em volume, somado à alta de temperatura não esperada, puxando Perecíveis, Bebidas, H&B e Eletro

C&C cresce com aberturas, enquanto Farma continua apontando resultados puxados por alta de preços

Super Grande é o canal com crescimento mais equilibrado em Mesmas Lojas

Perecíveis, Bebidas, H&B e Eletro são fortemente impactadas pela alta de temperatura de Setembro

Na contramão, Commodities continuam a retrair em valor, embora apresentem crescimento em volume





NIO

*A única com cobertura completa,
confiável e imparcial de mais de*

1 milhão

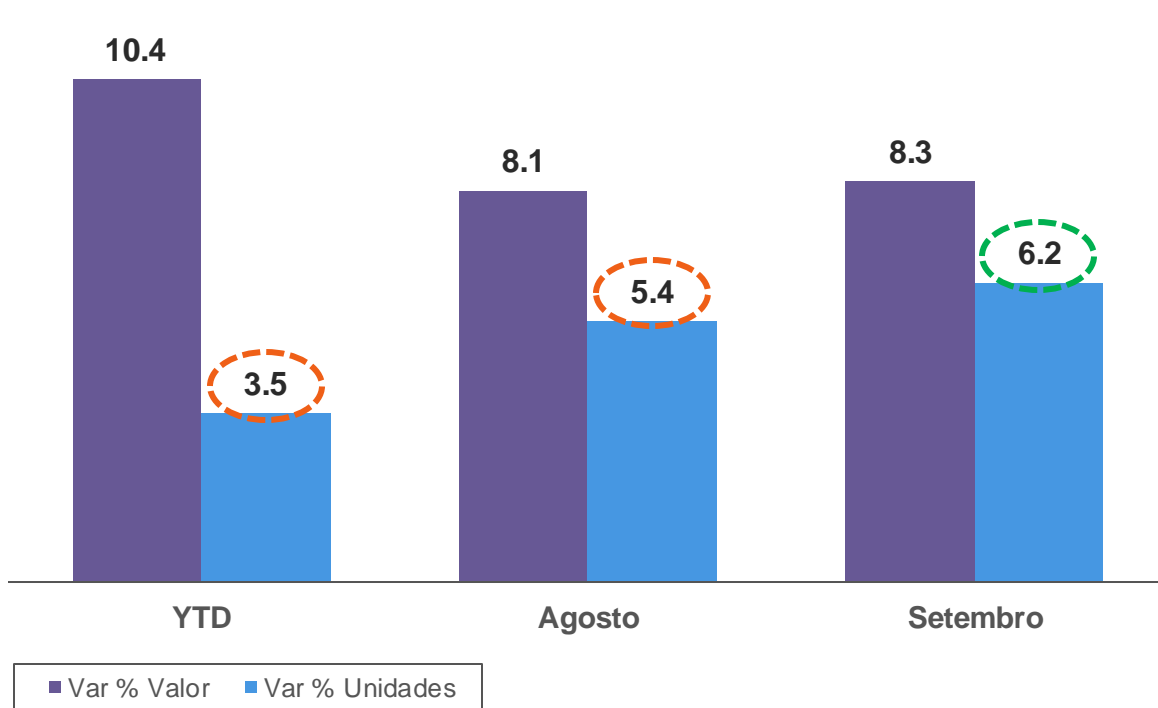
de pontos de venda no varejo brasileiro

Selic tem sequências de baixas e, com mercado apontando inflação alimentar mais controlada, Setembro cresce acima de Agosto, com destaque para volume

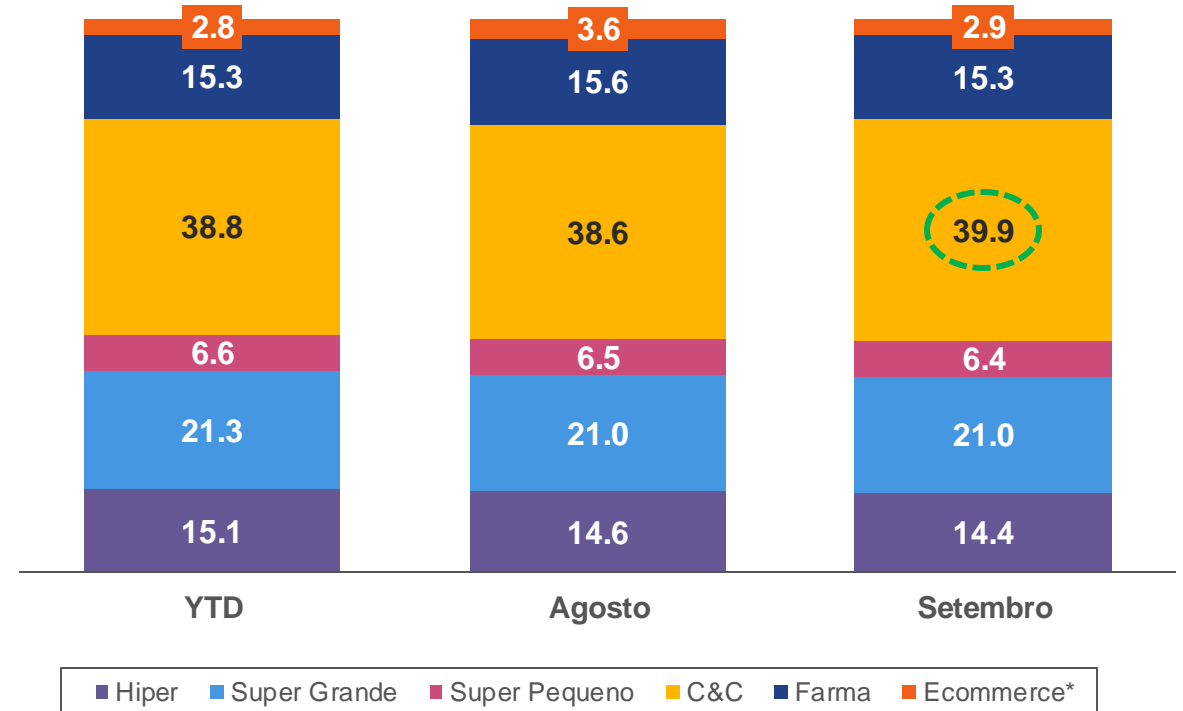
“ Selic a 12,75%: presidente do BC reforça corte de 0,50 p.p como o apropriado para agora (Money Times 03/10/23) ”

“ Ata do Copom afasta possibilidade de cortes maiores na Selic, avaliam especialistas (CNN – 29/09/23) ”

Varição % de Vendas vs mesmos períodos Ano Ant.



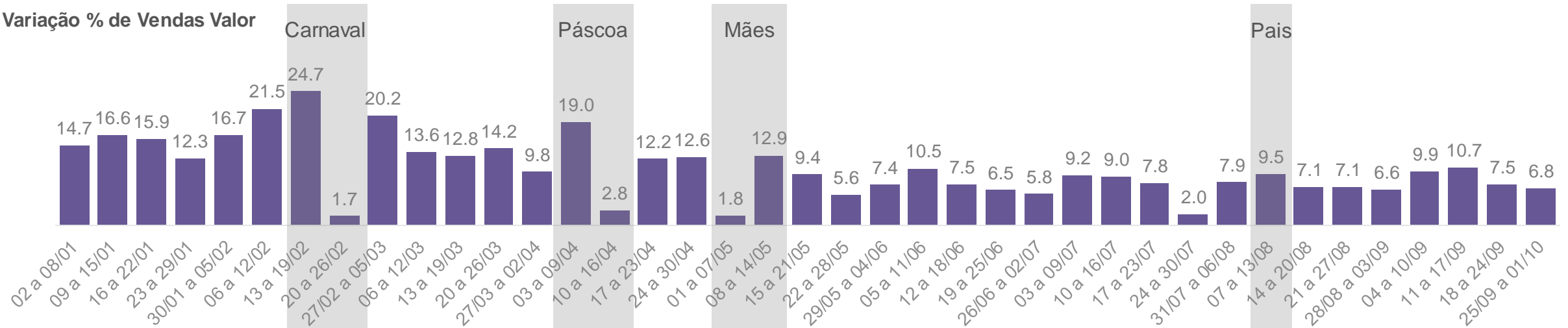
Importância % em valor entre canais



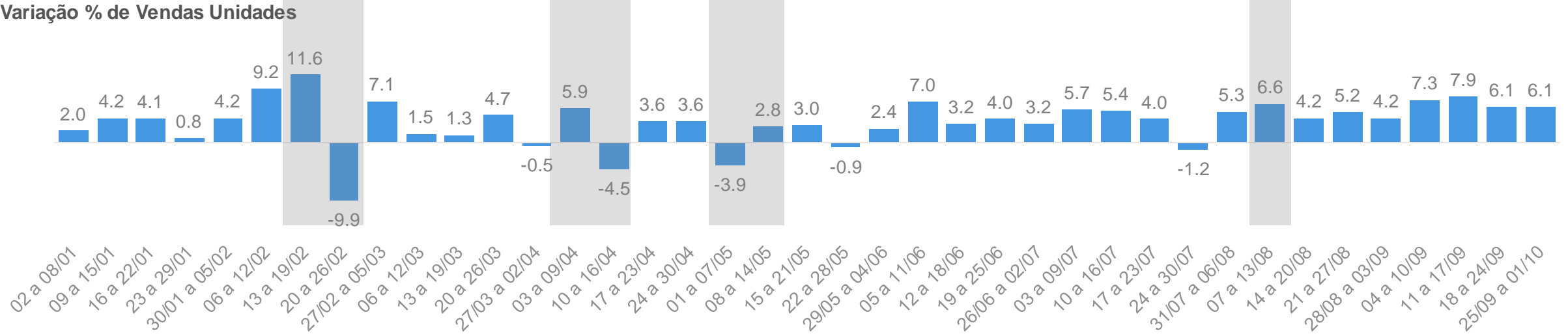
Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | *Ecommerce apenas FMCG | Super Pequeno: Autosserviços com área de vendas até 1000m² / Super Grande: Autosserviços com área de vendas entre 1000 e 2500m² / Hiper: Autosserviços com área de vendas > 2500m²

Volume e valor se mantêm positivos em todo o mês

Variação % de Vendas Valor



Variação % de Vendas Unidades



Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | Evolução 2023 vs 2022

Crescimento em unidades é puxado pelo C&C, único que fica acima da média

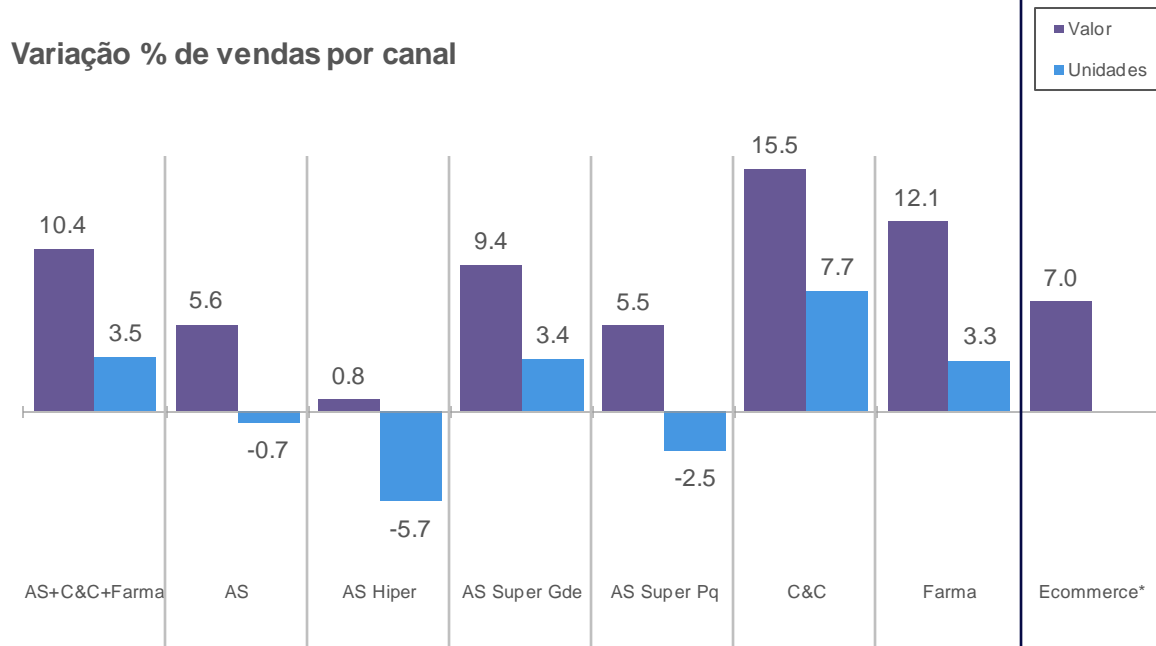
Movimentações de canais no **Total Lojas**

YTD até Setembro

Importância % em Valor



Varição % de vendas por canal



Var % Preço Médio

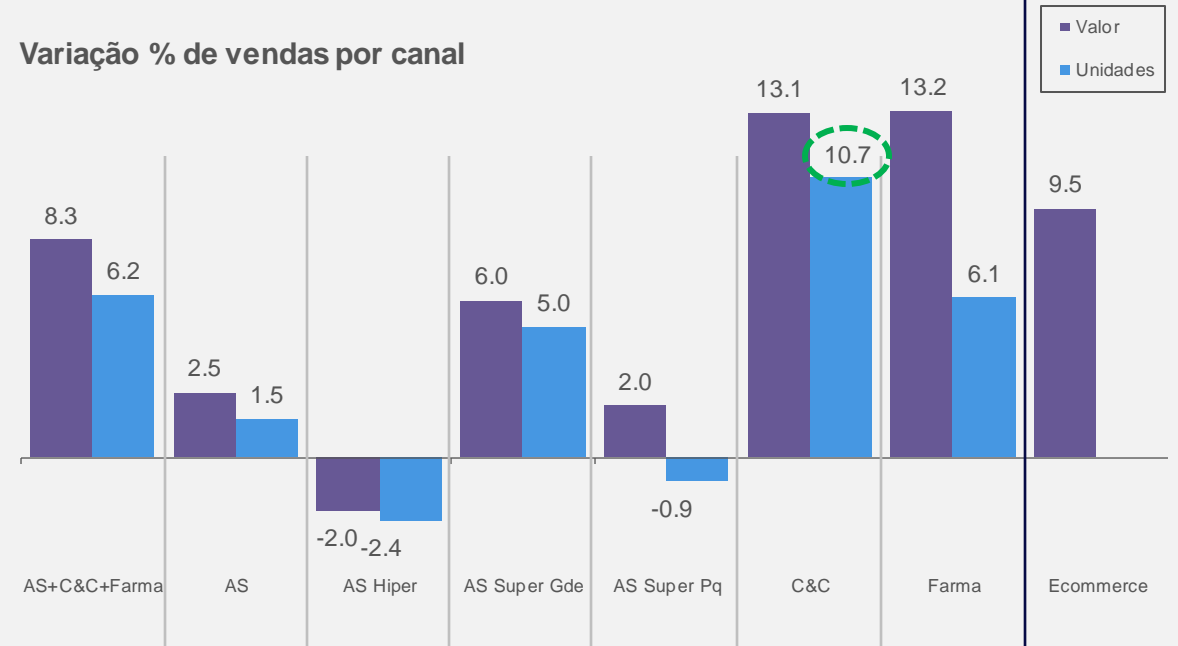


Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior

Importância % em Valor



Varição % de vendas por canal



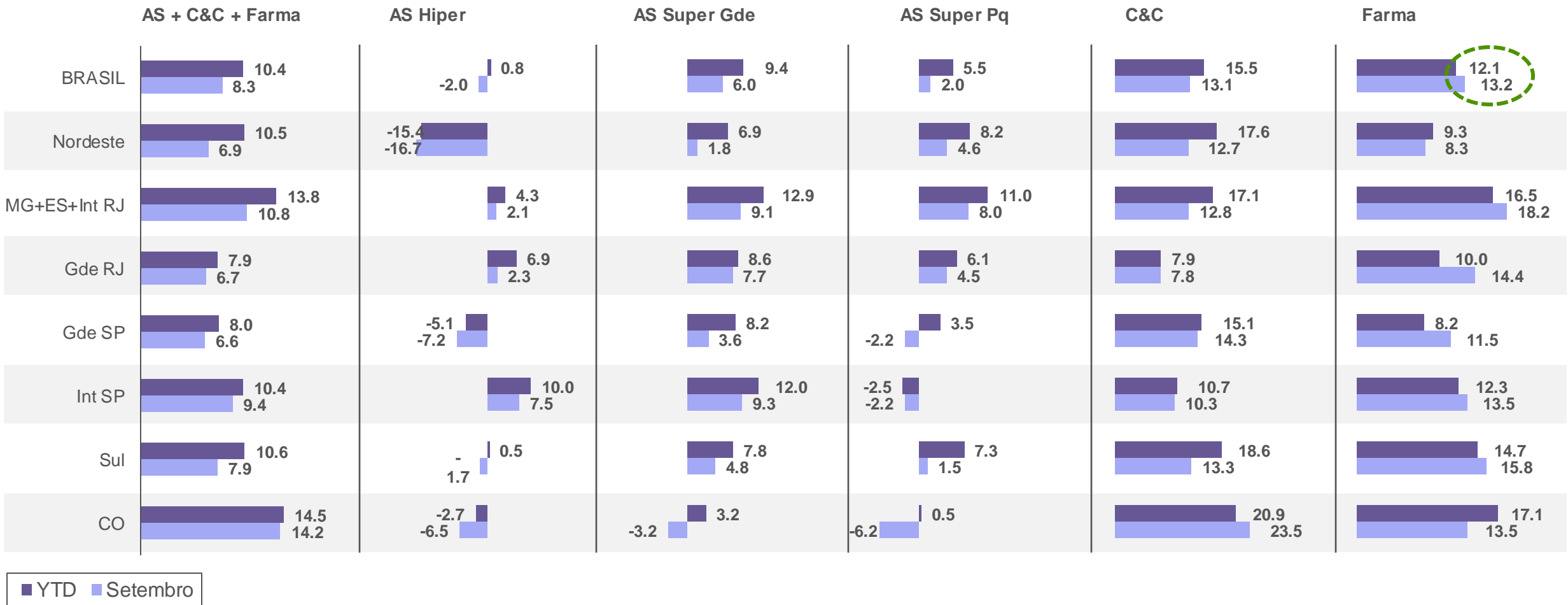
Var % Preço Médio



Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 02/01 – 01/10/2023 vs 2022

Farma, com maior repasse, é o único canal a crescer em valor acima da sua média anual

Varição % de vendas em **valor** por Região no **Total Lojas** – YTD e Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior



Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 02/01 – 01/10/2023 vs 2022

Sem aberturas de lojas, no entanto, Super Gde é o canal que tem melhor desempenho em volume; Farma mantém alto patamar em valor com repasses

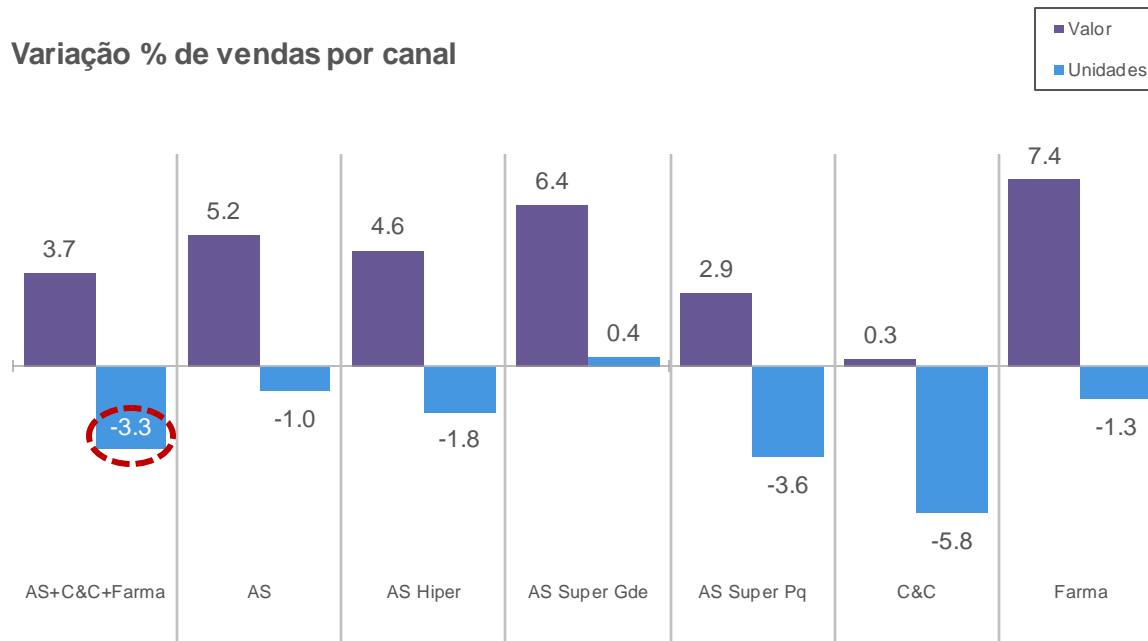
Movimentações de canais nas *Mesmas Lojas*

YTD até Setembro

Importância % em Valor

| | | | | | | |
|-----|------|------|------|-----|------|------|
| 100 | 46,6 | 16,4 | 23,1 | 7,1 | 36,8 | 16,5 |
|-----|------|------|------|-----|------|------|

Varição % de vendas por canal



Var % Preço Médio

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 7,2 | 6,2 | 6,5 | 5,9 | 6,8 | 6,4 | 8,9 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

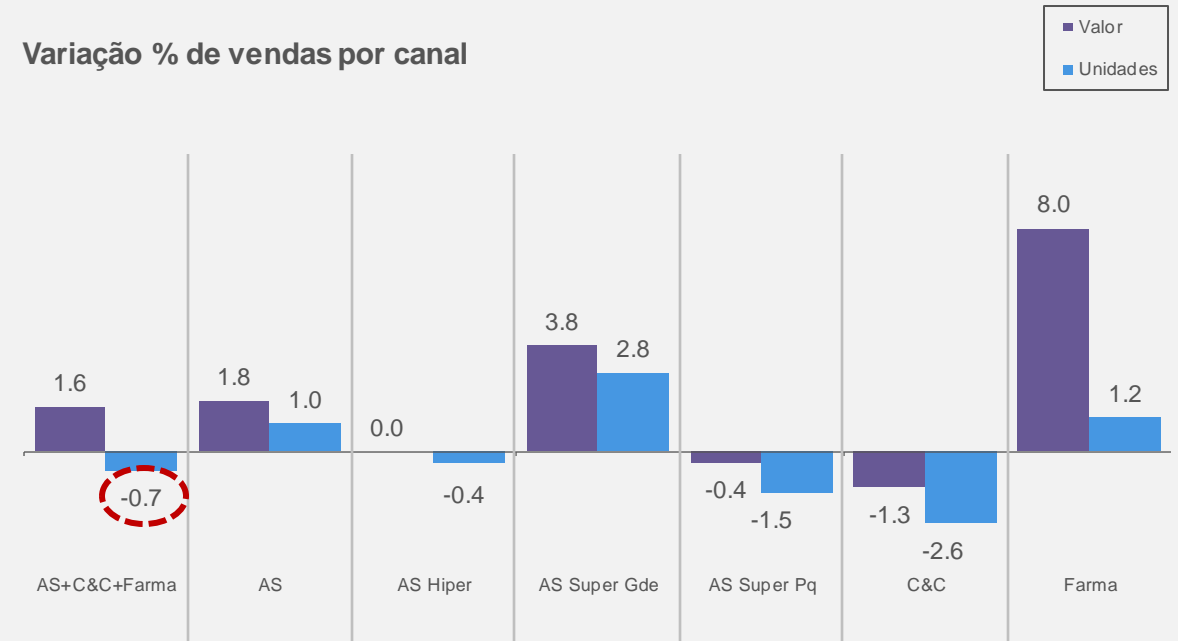
Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 02/01 – 01/10/2023 vs 2022

Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior

Importância % em Valor

| | | | | | | |
|-----|------|------|------|-----|------|------|
| 100 | 45,1 | 15,5 | 22,7 | 6,9 | 38,2 | 16,7 |
|-----|------|------|------|-----|------|------|

Varição % de vendas por canal

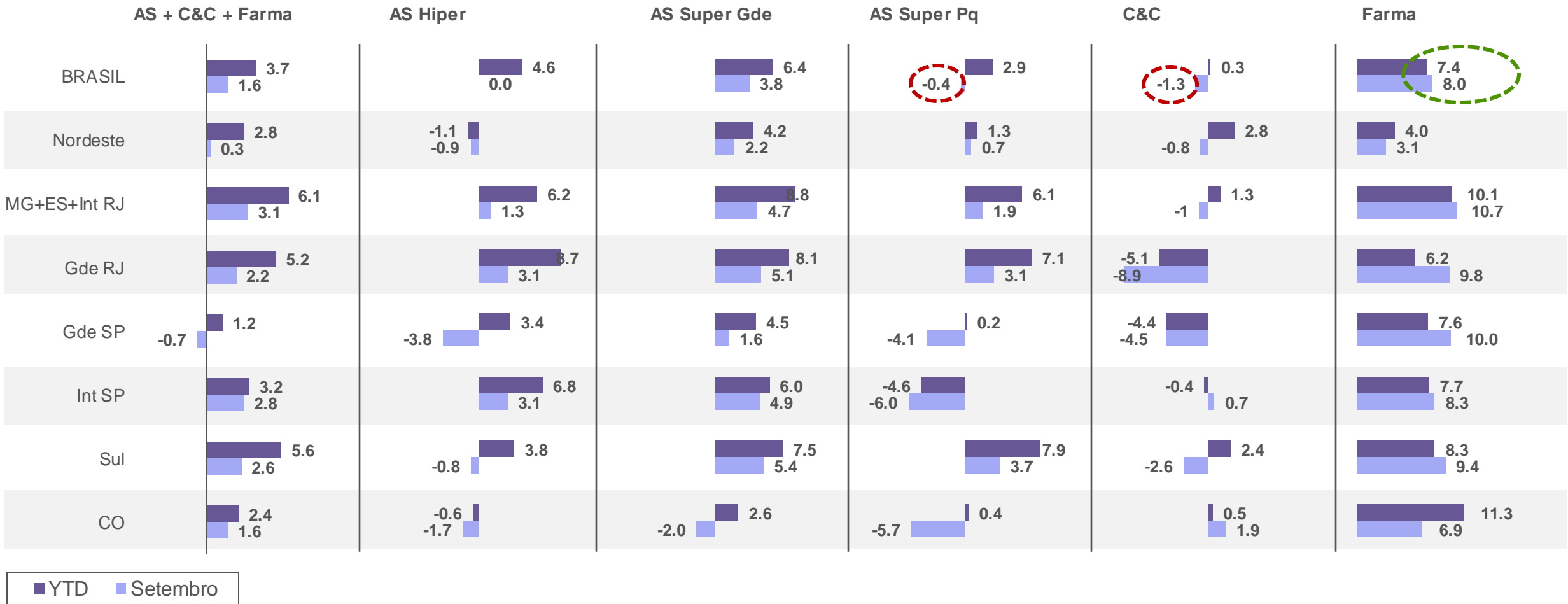


Var % Preço Médio

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 2,3 | 0,8 | 0,5 | 0,9 | 1,2 | 1,3 | 6,8 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

Nesta visão, C&C e Super Pq são os únicos canais que retraem em Setembro

Variação % de vendas em **valor** por Região no **Mesmas Lojas** – YTD e Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior



Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 02/01 – 01/10/2023 vs 2022

Per. Frescos e Eletro são destaque em volume, enquanto Bebidas tem alto impulso vs YTD

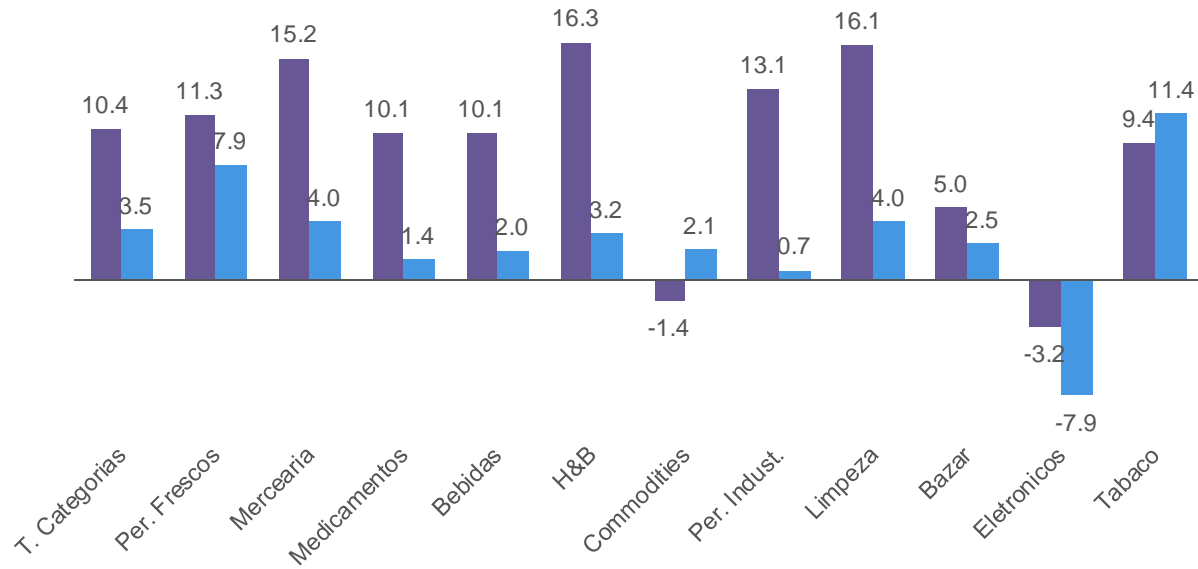
Movimentações entre cestas

YTD até Setembro

Importância % em Valor



Varição % de vendas por cesta

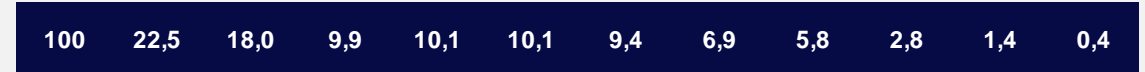


Var % Preço Médio

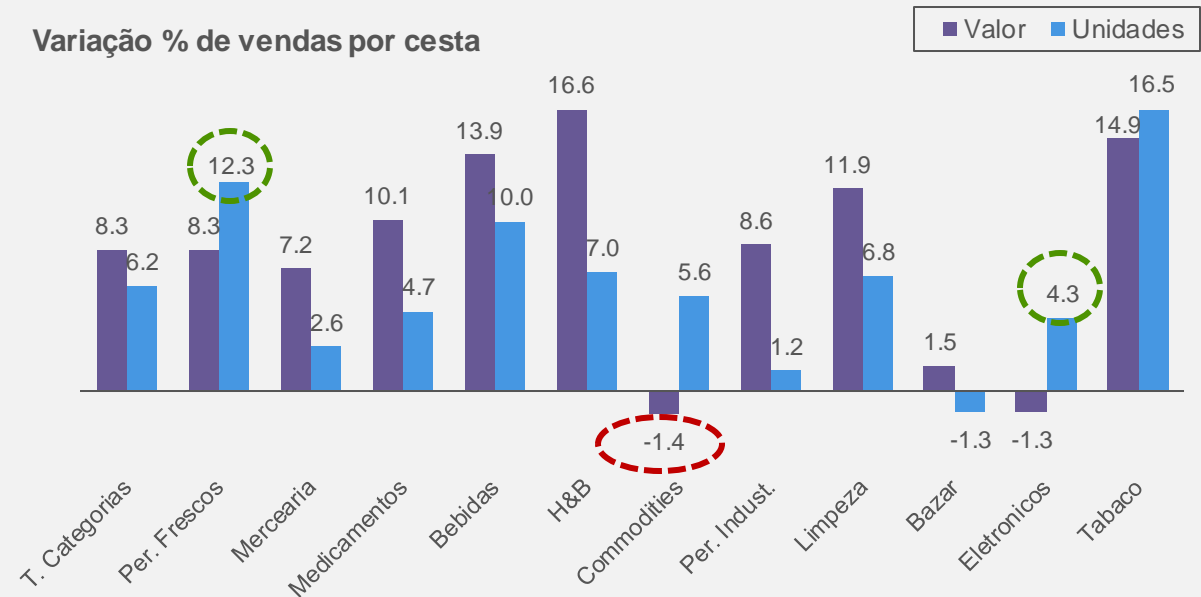


Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior

Importância % em Valor



Varição % de vendas por cesta



Var % Preço Médio

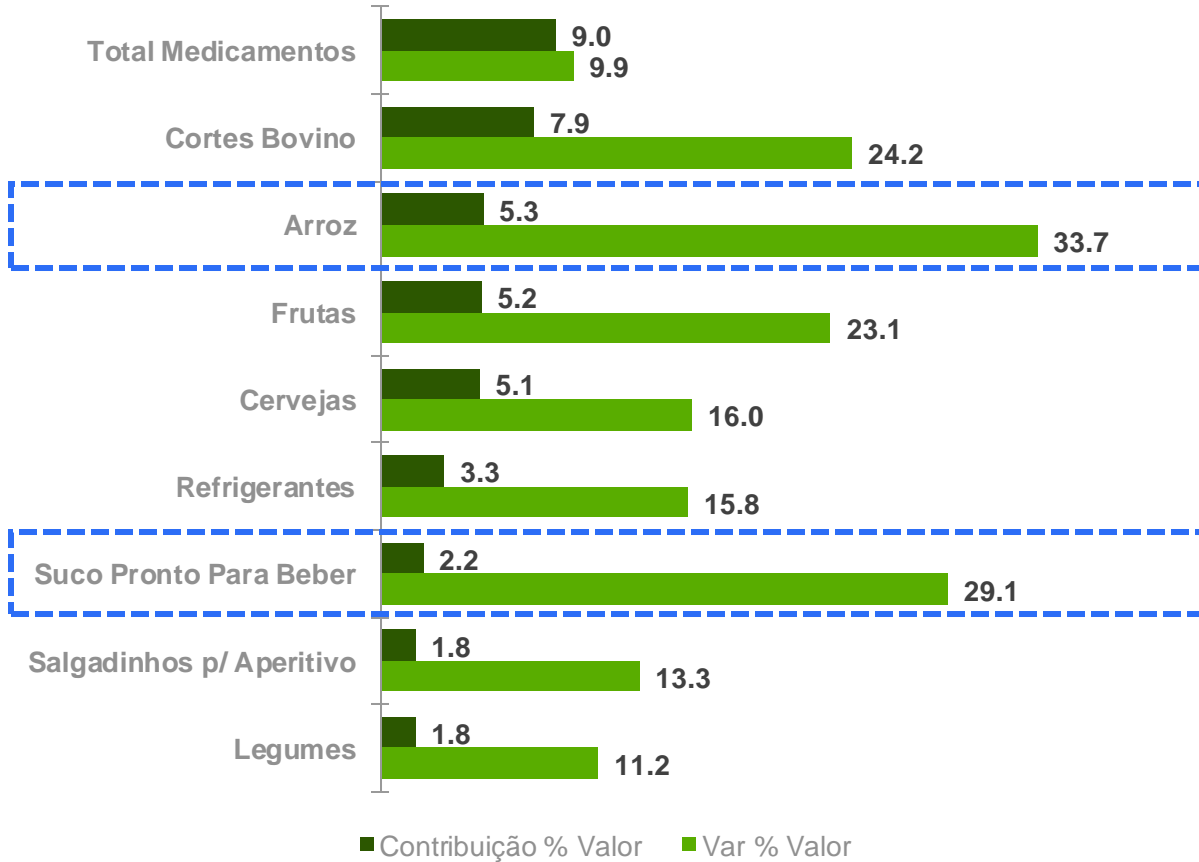


Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 02/01 – 01/10/2023 vs 2022

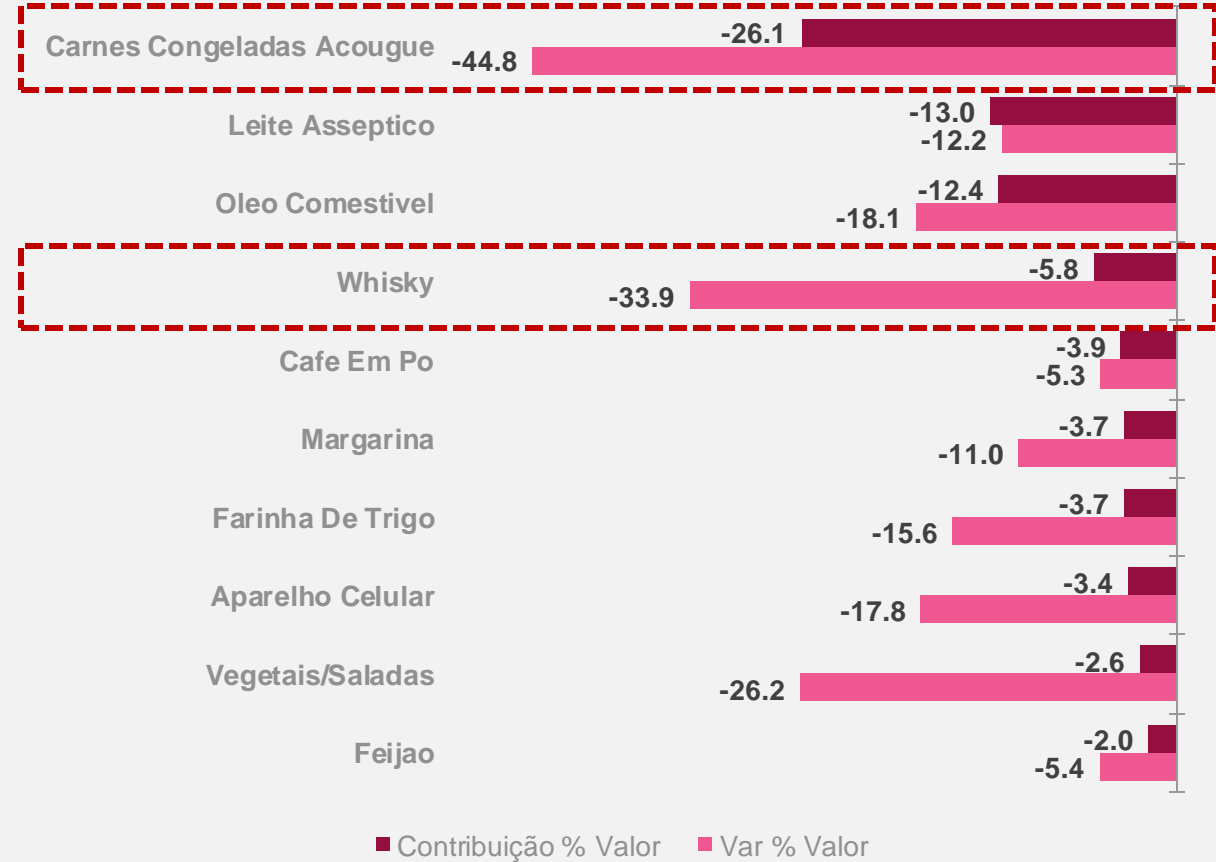
Apesar de maioria da cesta de Commodities contribuir negativamente por deflação, Arroz é destaque de crescimento no mês; por outro lado Carnes Congeladas e Whisky tem forte queda

Destaques de categorias – **Total Cestas** – Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior

Categorias destaque com maior contribuição ao crescimento



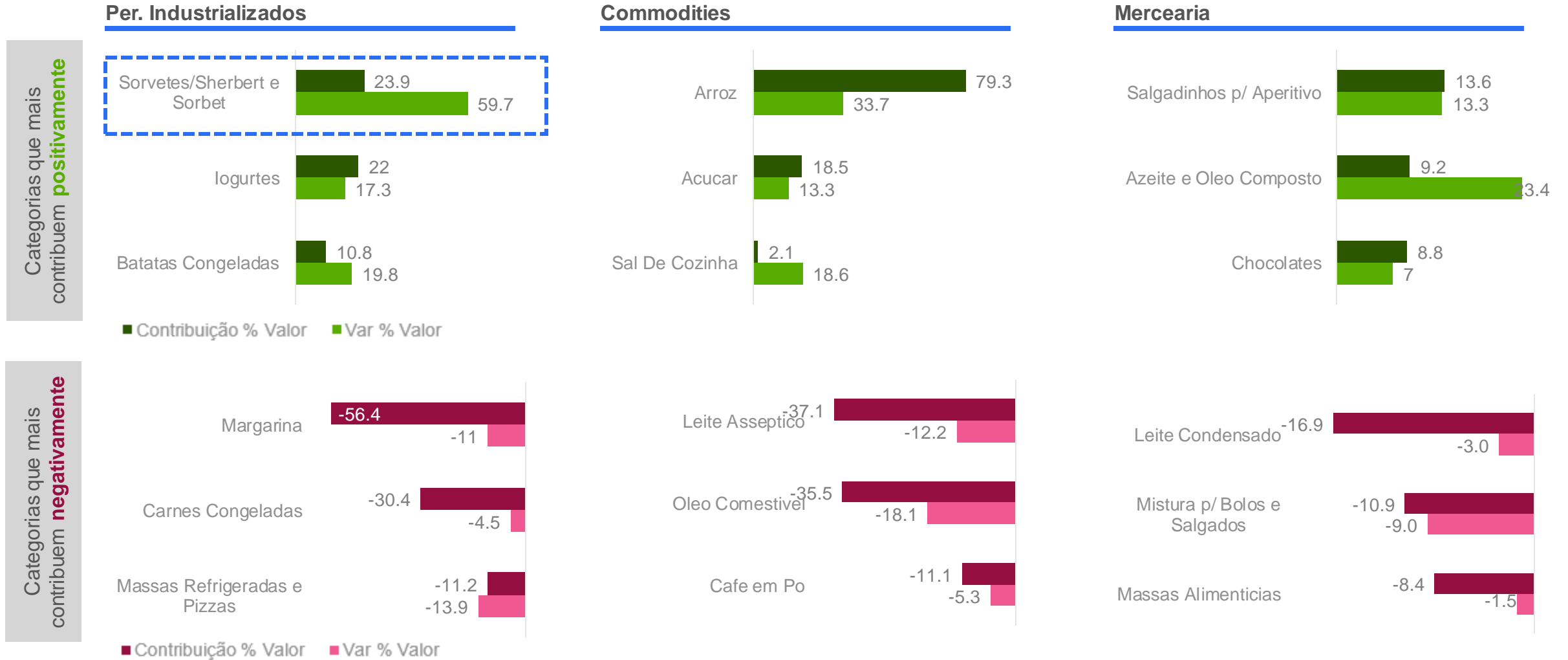
Categorias destaque com maior contribuição à retração



Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 28/08 – 01/10/2023 vs 2022

Sorvetes marca alto crescimento decorrente de alta temperatura fora de época

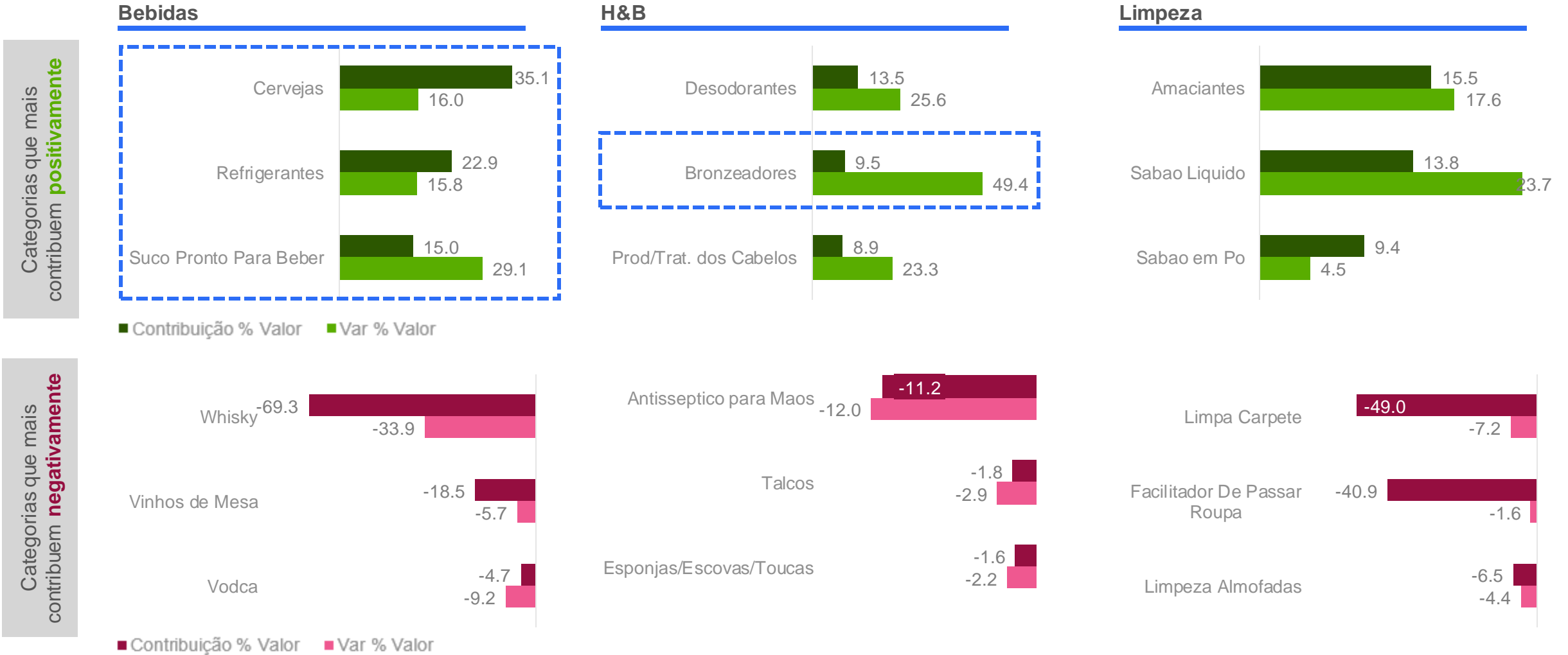
Destques de categorias *por Cesta* – Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior



Fonte: NIQ Total Store Read – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 28/08 – 01/10/2023 vs 2022

Movimento que também impacta cestas de Bebidas e H&B

Destaques de categorias *por Cesta* – Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior



Fonte: NIQ Total Store Read – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 28/08 – 01/10/2023 vs 2022

E até mesmo Eletro: Ventiladores e Ar Condicionado crescem acima de 100%

Destaques de categorias *por Cesta* – Setembro (28/08 à 01/10/23) vs mesmo mês do ano anterior



Fonte: NIQ Total Store Read – Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 28/08 – 01/10/2023 vs 2022

E para Outubro:

Cesta Sazonal

Dia das Crianças / Halloween
2022 vs 2021



NIQ

Dia das Crianças / Halloween 2022

Out/22 | Varejo Moderno (AS+C&C+Farma)

Faturamento de
R\$ 936 mi

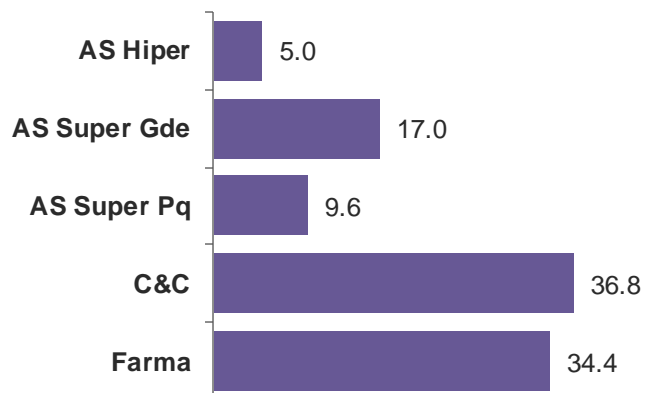
Outubro de 2022
(03/10-30/10/23)

Uma variação de
+21,1% vs Out'2021

C&C e Farma crescem mais no período com a cesta sazonal

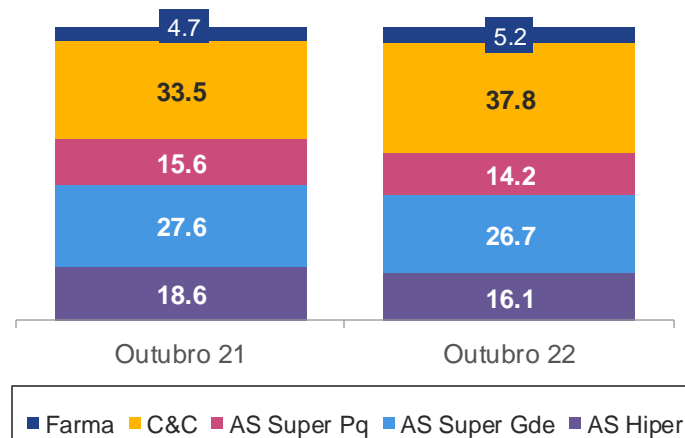
Variação % Valor

Cesta Dia das Crianças/Halloween | Out'22 vs Out'21



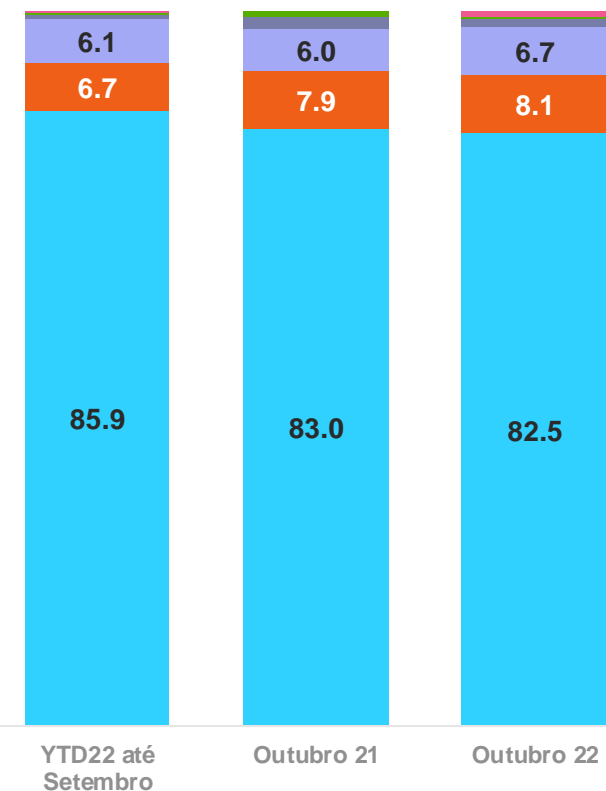
Importância dos Canais em Valor

Cesta Dia das Crianças/Halloween



Importância dos Canais em Valor

Cesta Dia das Crianças/Halloween



- Chocolates
- Balas
- Gomas de Mascar
- Tablet
- Games / Jogos
- Games / Consoles

Dia das Crianças / Halloween 2022

Out/22 | Varejo Moderno (AS+C&C+Farma)

Faturamento de
R\$ 936 mi

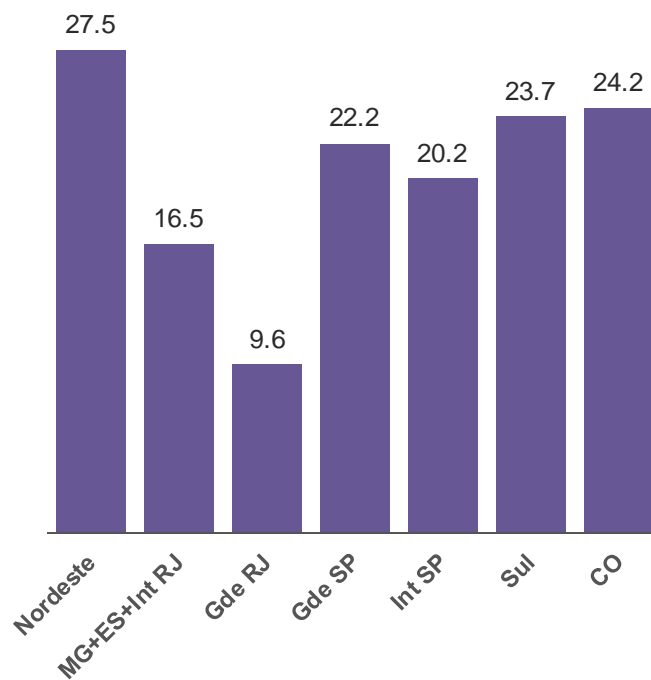
Outubro de 2022
(03/10-30/10/23)

Uma variação de
+21,1% vs Out'2021

Em 2022, crescimento em todas as áreas, puxado principalmente por SP, NE e Sul

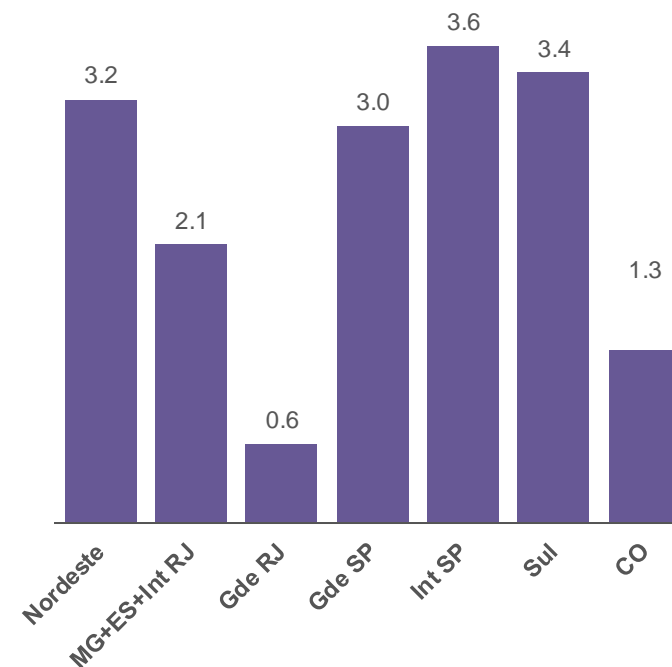
Variação % Valor

Cesta Dia das Crianças/Halloween | Out'22 vs Out'21



Contribuição pp p/ Var % Valor

Cesta Dia das Crianças/Halloween | Out'22 vs Out'21



Dia das Crianças / Halloween 2022

Out/22 | Varejo Moderno (AS+C&C+Farma)

Faturamento de
R\$ 936 mi

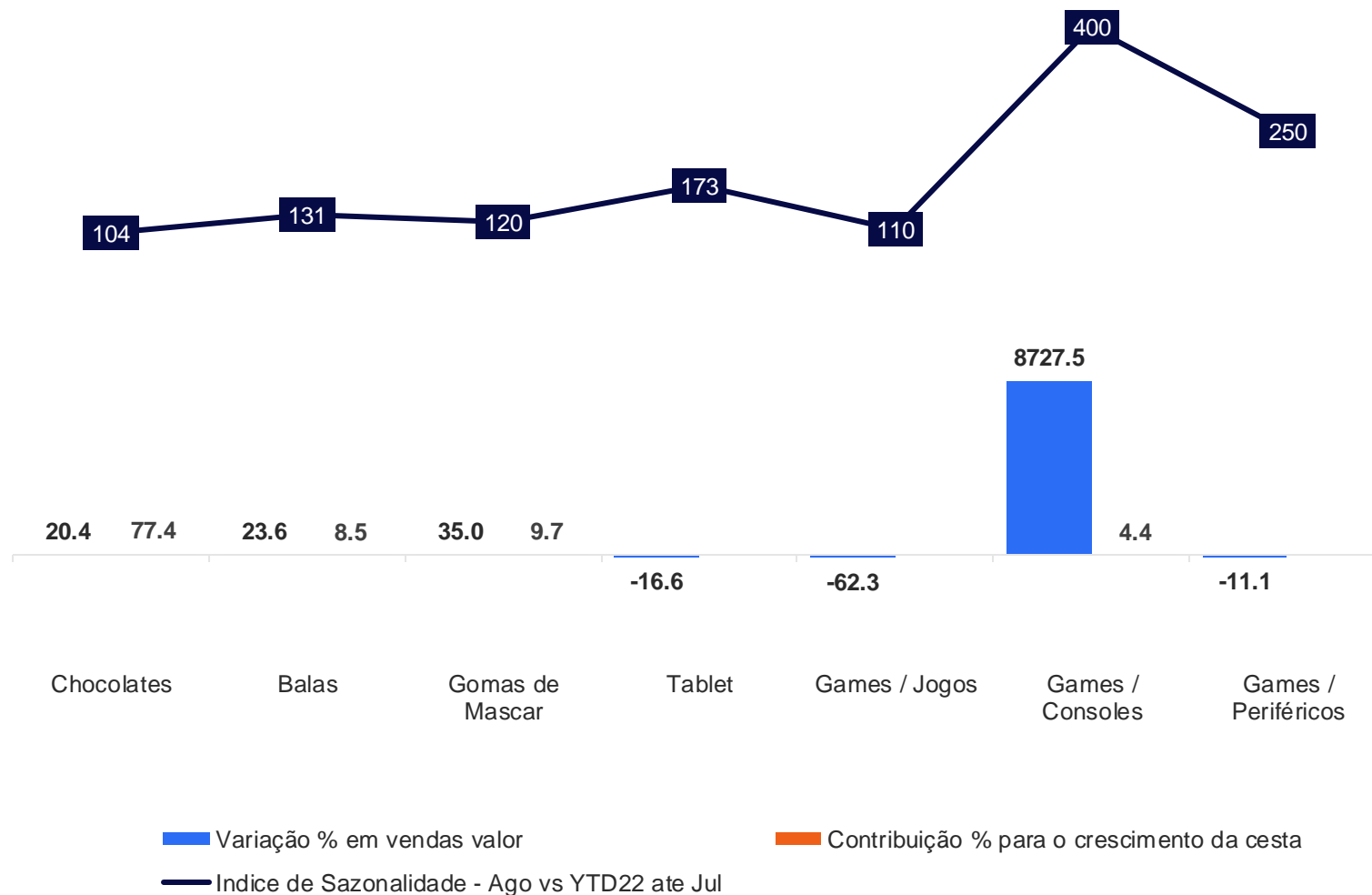
Outubro de 2022
(03/10-30/10/23)


Uma variação de
+21,1% vs Out'2021

NIQ

Apesar da alta importância de Chocolates, Videogames foram destaque de crescimento

Crescimento e contribuição – Cesta Dia das Crianças/Halloween





Outubro marca o início do último trimestre. Pensando no encerramento do ano, como crescer e aumentar a eficiência do seu negócio?

NIQ Revenue Optimizer (NRO) é a solução da NIQ que usa inteligência artificial para criar um plano otimizado de precificação e promoções, tanto para indústrias quanto varejistas



**Aprendizado e insights
sobre preço e promoção**



**Desenvolvimento de
estratégia para o portfólio**



**Arquitetura de preço /
embalagem**



**Avaliação de promoções e
otimização do trade**



“

*Esta solução nos permitiu
revisar a estratégia em todo o
nosso portfólio que resultou em
uma melhora significativa da
eficiência comercial, ao mesmo
tempo em que impulsionou
tanto o crescimento de top-
line como de bottom-line*

Campbell's

A maior cobertura do varejo brasileiro

*Deixe aqui seu feedback
sobre o material*