

O JOGO POR TRÁS DO CONSUMO

Prepare-se para o momento-chave do ano em alimentos e bebidas. A próxima temporada do futebol já começou.



Mais
seleções



Mais
partidas



Mais
dias ativos



Isso significa **mais ocasiões de consumo, maior recorrência e uma operação** que precisará jogar com estratégia.



A oportunidade não acontece em apenas um dia: **o consumo se distribui rodada após rodada.**



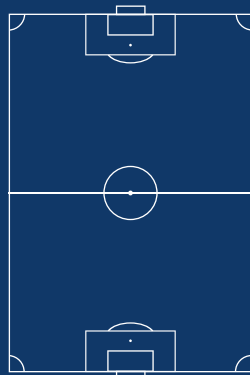
O CONSUMO NÃO SE IMPROVISA, SE EXECUTA.



Snacks, refrigerantes e formatos para compartilhar ganharam espaço, impulsionados por encontros e consumo dentro de casa.



As partidas importantes impulsionam o consumo além do estádio, ativando compras no varejo, lojas de conveniência e foodservice.⁽¹⁾



65%

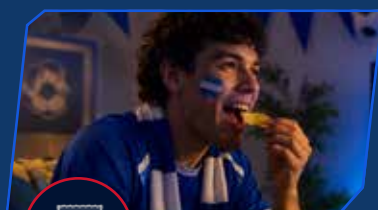
das **decisões** de compra são impulsivas, guiadas pela disponibilidade e facilidade de acesso.⁽²⁾



80%

foi o aumento **no fluxo** ao redor dos estádios durante a primeira semana da edição passada do torneio.⁽³⁾

CHUTES A GOL PARA APROVEITAR A TEMPORADA



SNACKS

Diferentes tamanhos para compartilhar e promoções antes das partidas.



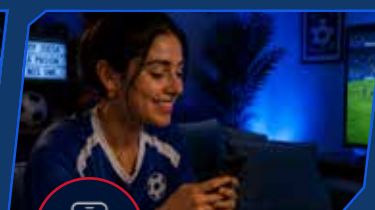
BEBIDAS

Multipacks e uma boa exposição podem aumentar a frequência de compra.



CÁRNICOS

As partidas podem impulsionar a demanda por asas de frango, boneless e embutidos bite size para reuniões.



FOODSERVICE

Menus temporários e promoções durante as partidas.

AS PARTIDAS PODEM IMPULSIONAR O CONSUMO E OS ENCONTROS

	Estádio	Segundo a Visa, 36% do gasto total dentro dos estádios foi em alimentos e bebidas. ⁽⁴⁾
	Impulso	Aumento de 22% registrado pela NIQ no ticket médio das "lojas de bairro" durante os horários das partidas. ⁽⁵⁾
	Varejo	Incidência de 90% na compra de produtos de consumo (snacks/bebidas) em supermercados. ⁽⁶⁾
	Encontros	75% dos consumidores relatam comprar alimentos e bebidas especificamente para assistir às partidas em casa.

A próxima grande temporada do futebol não apenas **impulsiona vendas**; também deixa aprendizados para 2027.