

“O nicho somos nós, a classe AB”, diz André Toretta no 2º Forum de Marketing Empresarial

Especialista em capmanhas para classe C aponta os desafios as empresas para conversar com o mercado que já é maioria no Brasil

Existe dinheiro em qualquer classe social. E, no Brasil, a maior parte está com a nova classe média - que é mulata, mulher e mora na periferia. Com essa definição do público-alvo, o consultor e especialista em pesquisas e projetos de hábitos de consumo das classes C, D e E **ANDRÉ TORETTA** apresentou como se comporta o mercado de maior potencial consumidor do Brasil a 200 executivos no 2º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL, no Sofitel Jequitimar, no Guarujá.

“72% do mercado consumidor brasileiro tem algum nível de analfabetismo funcional. A maioria não consegue acompanhar legendas em programas de TV. Um em cada 10 não consegue ler ou escrever um bilhete. Que comunicação devemos usar para chegar a esse consumidor?”, perguntou o fundador da consultoria A PONTE ESTRATÉGIA.

Segundo pesquisa da empresa e Toretta, mais da metade dos brasileiros vai trabalhar utilizando transporte público, 74% não sabe o que são ou para que servem os impostos, 63% faz compras a pé. A cidade que mais cresce no Brasil é Sinop, no interior do Mato Grosso, e em 10 anos metade da população será evangélica.

“São 100 milhões de pessoas com dinheiro para gastar. O nicho somos nós”, observou, referindo-se à classe AB. Para Toretta, para conversar com essa nova classe média, é preciso democratizar as marcas. “Éramos, por exemplo, o quinto mercado mundial de cosméticos. Hoje somos o segundo, e vamos crescer muito mais, porque tomamos banho todo dia! Papel higiênico de folha dupla, por exemplo, hoje é maioria”.

Gerações distantes e os heróis brasileiros

De acordo com o especialista em consumo, os “rótulos importados” não se aplicam aos brasileiros. “Não existe geração Y no Brasil, a não ser alguns poucos gatos pingados. Geração Y são as pessoas que já nasceram conectadas. O brasileiro classe média só chegou ao computador há poucos anos. Não tem como ser Y”, explicou.

Segundo Toretta, o surgimento dessa nova classe média, com mais dinheiro, mais estudos e mais consumo, está gerando um novo fenômeno: o distanciamento das gerações. “A mulher jovem, por exemplo, não consegue conversar com o próprio pai sobre carreira e planos. Esse Brasil está aí e somos nós, para o bem e para o mal”.

“Há ainda uma geração de brasileiros profissionalmente frustrados, que escolhem cursos e universidade em função de haver transporte público perto e preço mais baixo. A vocação fica em último plano”.

Executivos debatem evolução do marketing no mercado brasileiro

A 2ª edição do FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL, promovido pelo GRUPO DORIA e pela EDITORA REFERÊNCIA, acontece de 12 a 14 de agosto, no Sofitel Guarujá Jequitimar (SP) e reúne cerca de 200 empresários e dirigentes do setor das mais importantes empresas do País. Organizado pelo LIDE - Grupo de Líderes

Empresariais, o evento terá como tema central *O mercado brasileiro de consumo e a evolução do marketing na nova década*.

SOBRE O GRUPO DORIA - Grupo de comunicação e marketing no Brasil, que promove os mais importantes eventos empresariais do País, entre eles o Fórum Empresarial de Comandatuba, CEO´s Family Workshop, Meeting Internacional, Fórum de Empreendedores e Fórum de Marketing Empresarial. O grupo congrega ainda o LIDE-Grupo de Líderes Empresariais, associação de empresários destinada a fortalecer o pensamento, o relacionamento e os princípios éticos de governança corporativa no Brasil. E, em sociedade com a Editora Abril, o Grupo Doria comanda o renomado evento de arquitetura e decoração Casa Cor. O Grupo possui ainda uma produtora de TV, responsável pelo programa Show Business, uma editora, que publica sete títulos, um centro de convenções e um shopping sazonal em Campos do Jordão (SP).

SOBRE A EDITORA REFERÊNCIA - Publica o jornal "Propaganda & Marketing" e as revistas "Marketing" e "Propaganda". Criada no fim de 1983, a Divisão Gráfica da Editora Referência nasceu para suprir às necessidades das publicações da Editora. A Divisão Gráfica conta com um moderno maquinário e atende aos diversos clientes do segmento editorial. Realiza trabalho de impressão, acabamento, pré-impressão e sistema. A Editora Referência Divisão Gráfica acaba de ampliar a sua atuação para o mercado publicitário.

Mais informações para a imprensa:

Vanessa Meriqui

vanessa@cdicom.com.br

Taluana Borba

taluana@cdicom.com.br

(11) 3034-1940