

SNCS COMPROVA QUE A carne suína é a proteína que o brasileiro precisa

Ação estratégica no varejo aumenta todos os anos o consumo de carne suína no país



CONCEITO
ESCOLHA MAIS EM
CAMPANHAS **POR**
TUDO BRASIL

25% A MAIS DE TONELADAS VENDIDAS NO PERÍODO (SNCS 2023)



**VAREJO
ENGAJADO
E EQUIPES
TREINADAS**



**CAMPANHAS
CONECTADAS
(ON E OFF)**



**CARNE COM
MAIOR
POTENCIAL DE
CRESCIMENTO
NOS PRÓXIMOS
ANOS**

130
MILHÕES
DE PESSOAS
IMPACTADAS



**PRESENÇA GARANTIDA DO
VAREJO LÍDER DE MERCADO
(RANKING ABRAS)**

*Dados comparativos com mesmo período de maio/23, em que não houve campanha de incentivo

Reconhecida como a maior vitrine da proteína no varejo brasileiro, a Semana Nacional da Carne Suína (SNCS) idealizada pela Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS), vem em mais uma edição ampliar as vendas de carne suína Brasil a fora.

A iniciativa trouxe retorno positivo para todas as redes que registraram aumento de dois pontos percentuais em crescimento do volume, com lojas repletas de informação, campanha nas mídias digitais e muita comunicação nos pontos de venda das lojas.

SNCS: uma iniciativa consolidada que promove categoria

Semana Nacional da Carne Suína (SNCS) é uma ação consolidada já em seus 11 anos de existência. Case premiado no agronegócio brasileiro, a campanha também surpreende o varejo pela sua estratégia organizada e comprovada de resultados, que leva o consumidor ao centro e vem apresentando um crescimento de 45% de consumo per capita da carne suína no Brasil desde a sua estreia, em 2013.

Afinal, a SNCS une tendências, comportamento, técnicas de capacitação e conhecimento sobre saúde, sabor, versatilidade e vantagens da carne suína, uma equação que soma esforços entre produtores, frigoríficos, empresas do setor e varejo para apresentar a carne suína como ela tem que ser vista: ideal para qualquer ocasião, excelente custo-benefício e cheia de saúde para quem a consome.

A SNCS EM 8 PASSOS

Seu processo de execução minuciosamente planejado traz confiança para a cada edição agregar diferentes redes de varejo, destaque pelo seu tamanho ou pela sua categoria, seja ele hipermercado, hortifrúti, supermercado de vizinhança, que atende de forma abrangente os públicos de A à D. Em 2023, o tema “É tempo de saborear a felicidade. É tempo de carne suína” levou sentimento e motivação para os líderes de açougue, gerentes de loja, profissionais de marketing e do comercial no período de 1 a 17 de junho. A data da campanha, ainda no primeiro semestre, foi pensada para trazer destaque à carne suína e ser um aporte de aumento de demanda neste momento desafiador para a cadeia de suínos e melhorar os preços pagos ao produtor.

Mais uma vez a SNCS se provou eficiente em seus objetivos de atender a cadeia e também aumentar a participação da carne suína na mesa do consumidor. Segundo dados divulgados pela Kantar, uma das maiores empresas de pesquisa do mundo, a proteína



suína, ao contrário das demais, dobrou sua presença nos lares brasileiros nos últimos dois anos. Isso é a consagração do nosso trabalho conjunto, realizado por meio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS) e que leva uma parte de cada um de nós neste propósito comum.



ML
Marcelo Lopes
Presidente da ABCS

As maiores e as melhores redes de varejo do Brasil

Do hiper ao bairro, do premium ao varejo de economia, a SNCS está sempre perto

Redes Participantes



Potencial de impacto

130 milhões

DE CONSUMIDORES

Com experiência em loja, variedade, qualidade, custo-benefício, inovação, ofertas e uma comunicação 360°, o Extra Mercado, Pão de Açúcar, Compre Bem, Oba Hortifruti, Hortifruti Natural da Terra, Carrefour, Big Bompreço, Nacional, TodoDia, Amigão, Prezunic e o Super ABC criaram experimentação, oportunidades de venda, escoamento da oferta e fidelização de compra da proteína suína!

23
BANDEIRAS

Hipermercados, supermercados, minimercados e hortifrúti

- ✓ Marcas consolidadas
- ✓ Alcance nacional de norte a sul
- ✓ Capilaridade de públicos atendidos: classes A, B, C e D

20 **ESTADOS + DF**

Grande atuação nos principais polos populacionais e de consumo, no interior e no litoral brasileiro

FATURAMENTO

21%
do faturamento total do varejo alimentar no país (Abrás, 2023)

PRESENÇA

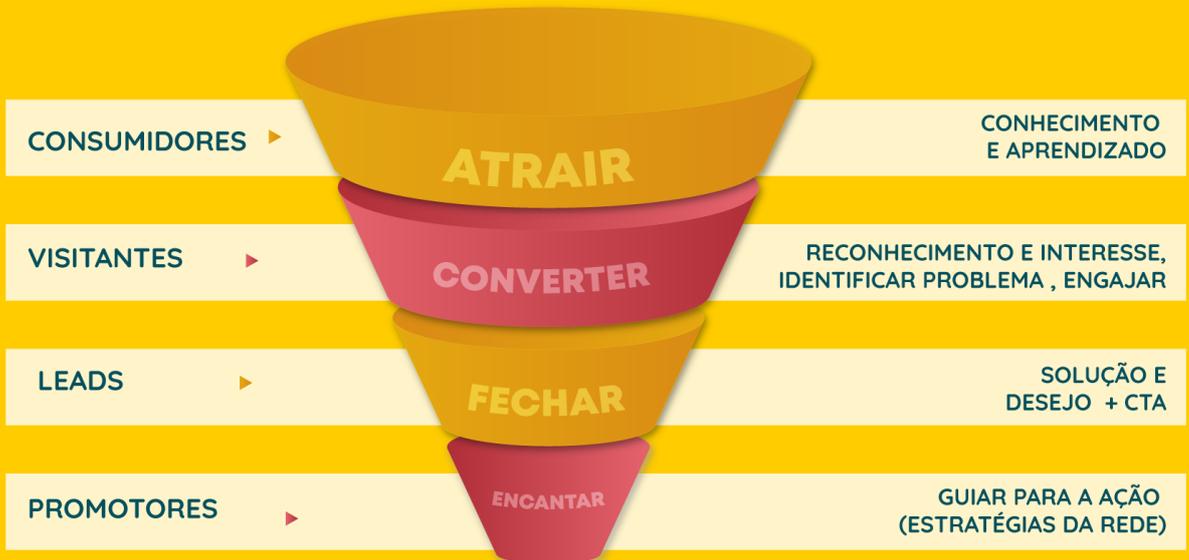
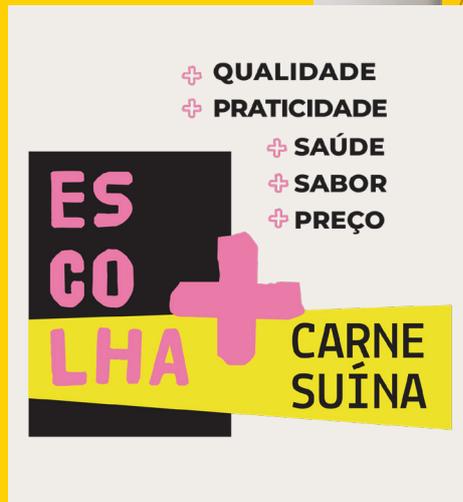
100%
digital e no e-commerce

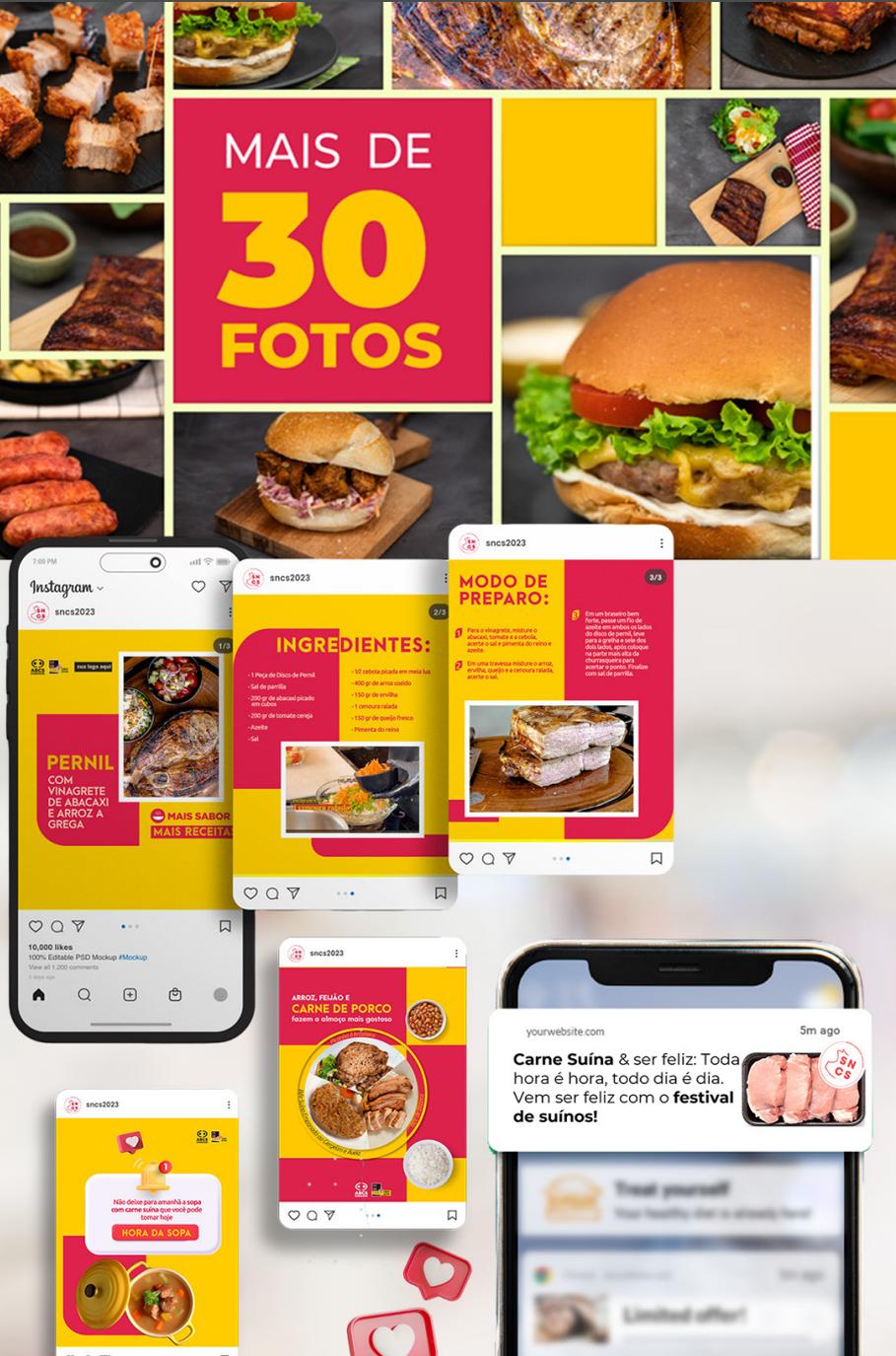
Pacote inspiracional: Estratégia de conteúdo para diferentes perfis de varejo

A ABCS se consolida como uma fonte de referência e confiança para as redes de varejo quando o assunto é carne suína e seus benefícios em diversas esferas. Com a expertise de anos de atuação e produção de conteúdo exclusivo da proteína com especialistas médicos, nutricionistas, preparadores físicos, veterinários e de marketing, a associação prepara um pacote inspiracional de comunicação para contribuir para a conexão do varejo junto aos seus consumidores em diversas mídias e canais para ampliar as vendas da carne suína.

Conceito “Escolha + Carne Suína”: um facilitador na conquista de consumidores

O conceito traz a representação do propósito da cadeia da suinocultura de se aproximar do seu consumidor levando não apenas um produto, mas um significado de vantagens para quem insere a carne suína nas suas escolhas diárias:





Marketing

Com o intuito de atrair, converter e encantar, foram criados mais de 60 conteúdos que se adequassem a diversos formatos, sejam eles digitais, impressos ou Ponto de Venda (PDV), divididos nas seguintes categorias:

CONTEÚDO DO PACOTE

30

Fotos

6

Stories

8

Posts Dinâmicos

3

Stories

2

Pushs

6

Reels

2

Selos de bandeja

3

Jingles

Com a definição do tema **“É tempo de saborear a felicidade, é tempo de carne suína”** para 2023, a estratégia para o desenvolvimento do pacote foi apostar no papel possibilitador da carne suína. De vendas, de momentos únicos, de um dia a dia mais simples ou mais especial.

Seguindo o preceito do marketing de conteúdo, a ABCS trouxe conteúdos atuais, baseados no funil de venda, estratégia conhecida e de efetividade comprovada no marketing e nas redes sociais:

O pacote é entregue em uma identidade padrão que poderia ser utilizado em sua totalidade, como foi o caso da rede ABC Supermercados, ou cumprir seu papel inspiracional para gerar outras novas formas de comunicar a carne suína, tornando a presença frequente e fidelizar clientes.

Mais de
60
formas
DE COMUNICAR

No canal certo e na hora certa

Os varejos criaram experiências individuais e personalizaram as mensagens para o cliente

Diversas estratégias foram desenvolvidas para manter o consumidor fiel à carne suína. Com dinamicidade e experiência, as redes de varejo atuaram diretamente no comportamento de compra do consumidor, estabelecendo alter-

nativas de diferenciação e destacando suas propostas de valor. Nestas páginas, contamos um pouco do plano de comunicação e marketing desenvolvidos para essa edição.



Jornada cross-channel

Integração entre todos os canais de contato foi o grande destaque, um planejamento de marketing para atingir o cliente onde quer que ele esteja. No PDV, WhatsApp, e-mail, aplicativos de delivery, anúncios em redes sociais como facebook, instagram, TikTok, e muitos outros canais.

Menos promoção, mais conexão

Com a estratégia de trazer novos clientes para o segmento de carne suína, as redes geraram campanhas de marketing com base em conexões emocionais, buscando aumentar a frequência ou o ticket médio da compra. A principal diferença entre o físico e digital é a possibilidade de experimentar o produto em lojas com ações de degustação em eventos promocionais e de fidelização, além de benefícios na compra de produtos, como participar do sorteio de airfryers.

CANAIS DE INTERAÇÃO: Onde os clientes estiverem



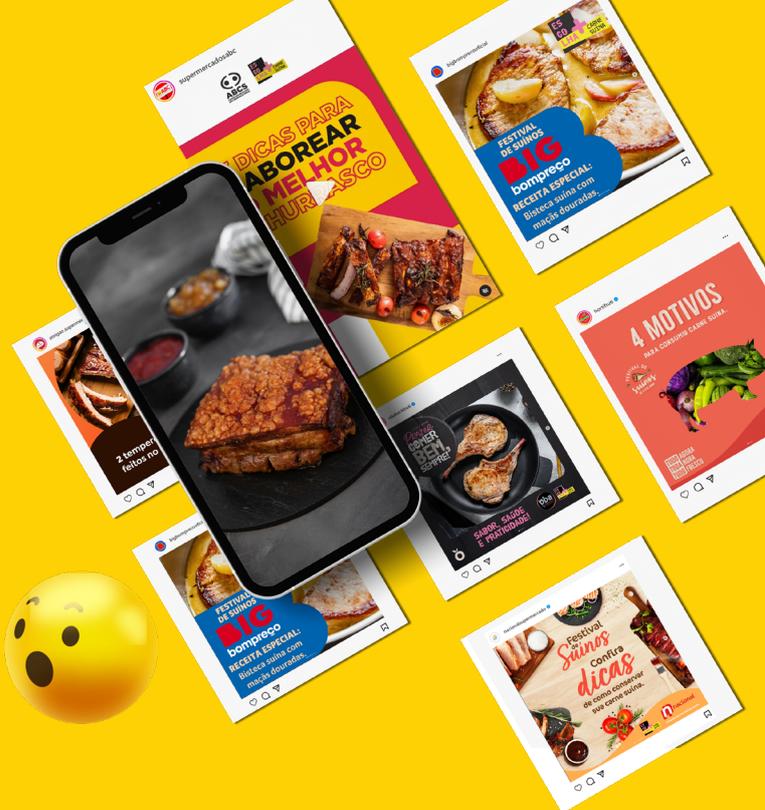
Mídias sociais: feijão com arroz que dá certo

Fotos de qualidade, bem trabalhadas e editadas continuaram chamando atenção do público. Ações interativas no Instagram, com stories e movimentos de desafios no Tiktok renderam likes e muitos compartilhamentos de carne suína, receitas, preparos e muita informação de qualidade. A estratégia dos marketings das redes foi criar uma programação de conteúdo que gerasse interesse no seu público específico.



ESTRATÉGIAS

- ✓ **Otimização**
Reconhecimento das estratégias que deram certo e reaplicar
- ✓ **Engajamento**
Envolver todo time de loja na campanha da carne suína
- ✓ **Descoberta**
Atingir novos clientes que não levavam carne suína para casa
- ✓ **Experimentação**
Ofertas de novas receitas e cortes, gerando experimentação e aprovação do produto
- ✓ **Novas Audiências**
Alcance de novos clientes relevantes para manter a frequência de compra.



Influenciadores: a prova social que acrescenta

A presença desses profissionais nesta edição reforçou a importância que eles exercem na movimentação da opinião pública e na geração de alcance da mensagem. A estratégia foi uma mistura entre o depoimento testemunhal e a distribuição da ideia que cozinhar carne suína é fácil, prático e muito saboroso.

O ponto de venda ainda vende

O local que atrai a atenção do potencial cliente e estimula sua decisão de compra ganhou destaque em mais de 1.300 lojas espalhadas pelo país. De Norte a Sul, a carne suína foi protagonista em gôndolas, balcão de exposição, bandeiras, freezers horizontais e até em placa de carrinho. Não pôde faltar nesse enxoval o selo de bandeja, que já é um queridinho do varejo para a Semana Nacional da Carne Suína e que acompanha o cliente até a sua casa.



Capacitação e motivação em diferentes formatos para conquistar clientes

Um dos pilares do trabalho da SNCS está no engajamento e capacitação dos colaboradores do varejo. Para melhor atender as redes participantes, se adaptam ao novo momento do mercado e aprimoram

a estratégia, em 2023 foram realizados três modelos de treinamento, comprovando a eficácia da estratégia, independente do formato escolhido por cada rede participante.

Os treinamentos cumprem o propósito de transmitir aos times de loja e açougue o conhecimento que vai embasar a comunicação com os consumidores e trazer segurança para um diálogo educativo e que resulte em venda. O tema da saúde e a segurança da carne suína foram trabalhados em 2023, quebrando mitos de maneira dinâmica através de um quiz respondido por profissionais consultores da ABCS.



Híbrido

Presencial



Online



Em busca de motivação e compartilhar propósito junto aos times das redes, a ABCS trouxe uma palestra sobre felicidade, onde a Agência Q9 traz um personagem descontraído para falar sobre as necessidades do cliente, de forma leve, com carisma e muito humor, trazendo dicas de atendimento e venda.

E para aprimorar ainda mais os conhecimentos do time, foram entregues aulas digitais completas, com exercícios valendo prêmios!

ASSISTA AQUI
UM RESUMO DOS
TREINAMENTOS



Conectividade com a felicidade: Como o varejo impacta nas redes sociais



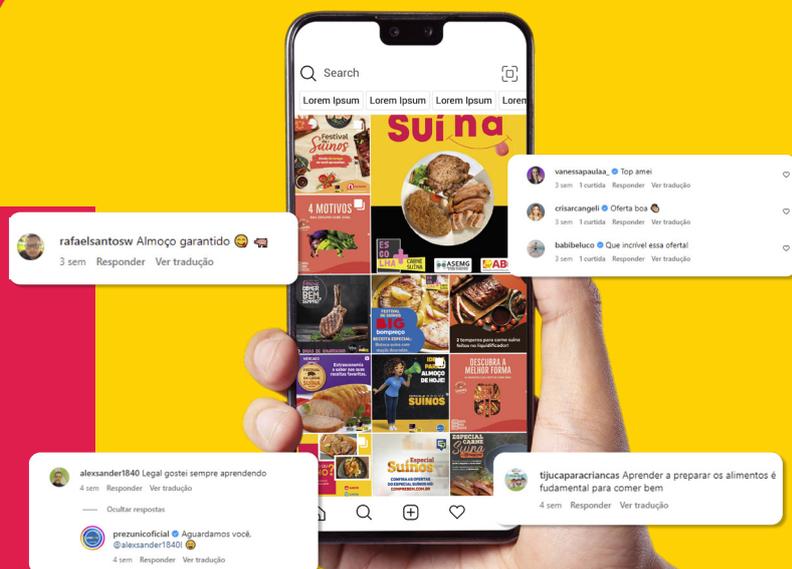
Uma das estratégias aplicadas durante a Semana Nacional da Carne Suína (SNCS) foi o acompanhamento diário das campanhas das redes de varejo nas mídias sociais, uma janela para o mundo dos consumidores modernos.

Por meio desse acompanhamento meticuloso, a equipe de comunicação realizou um mapeamento detalhado da divulgação da carne suína tanto de forma quantitativa quanto qualitativa, além de mostrar as diferentes possibilidades de se comunicar sobre sabor, saúde, diversidade de cortes e preparos da carne suína, de acordo com o perfil de cada rede, em busca de melhor impactar o seu cliente.



Através dessa análise minuciosa é possível identificadas tendências e opiniões compartilhadas pelos consumidores. Essa análise qualitativa possibilita uma compreensão mais profunda dos sentimentos e expectativas dos consumidores em relação à carne suína, fornecendo insights valiosos para aprimorar as estratégias de comunicação.

Sarah Nunes
Coordenadora de Marketing e Comunicação da ABCS





é tempo de **SABOREAR** a **FELICIDADE**, é tempo de carne

Suína

1 a 17 de junho | vamos juntos alimentar essa emoção!



Presidentes do Sistema ABCS e diretores comerciais das redes de varejo participantes.

União por um propósito: transformar o consumo de carne suína no Brasil

Conectar os elos da cadeia de valor da suinocultura em prol da carne suína foi o objetivo do evento de lançamento da SNCS, que aconteceu no dia 1º de junho, no primeiro dia da campanha.



O lançamento também representa a consolidação da estratégia de unir concorrentes para promover a carne suína como uma categoria, sem distinção de marcas, um trabalho que há 11 anos transforma o consumo de carne suína no Brasil.



O evento contou também com uma palestra do Eco Moliterno, um dos 20 maiores publicitários do Brasil, que falou sobre as novas tendências que colocam o consumidor no centro, abordagem adotada na construção da SNCS e que tem trazido os resultados mostrados neste informativo.

CONFIRA COMO FOI O EVENTO



Fala das redes

A SNCS é uma iniciativa que engloba todo o varejo! Do açougue, ao comercial e marketing à diretoria e presidência, a campanha engaja equipes comprometidas, além de quebrar barreiras e unir redes concorrentes por um propósito em comum: levar a carne suína para a casa dos brasileiros.



Fabricio Caldas
Gerente Comercial de
In Natura do Prezunic

Vimos numa parceria muito forte com a ABCS, crescendo bastante na nossa categoria de suínos, que ganha mais relevância a cada ano. Todas as lojas estão preparadas para vender e vamos com tudo!



Marlon Veloso
Diretor Comercial do
Hortifruti e Natural da
Terra

A campanha conversa muito com a gente, estamos muito antenados a felicidade e a saúde dos nossos consumidores. Vendemos saúde, então associar a carne suína a uma proteína saudável que ele pode consumir de forma versátil no dia a dia é maravilhoso



Marcos Pozzi
Diretor Executivo
Comercial do Grupo
Amigão

O grupo Amigão deseja uma excelente campanha em 2023, quero agradecer a ABCS e aos produtores que estão fazendo esse evento acontecer. Mais uma vez vamos fazer história em conjunto!



Francisco Homs
Diretor Vice Presidente do
Oba Hortifruti

Para nós é prioritário sempre estar com os produtores. Liderança, intercambialidade e busca de propósito, e é isso que precisamos continuar repetindo todo ano na Semana Nacional da Carne Suína.



Patrícia Mendes
Diretora comercial de
perecíveis do GPA

Incluir todos os elos da cadeia é o que faz a diferença, por isso que a SNCS é o sucesso que é, pois conseguimos chegar até o consumidor. É o que temos feito junto à ABCS, e é um motivo de orgulho imenso para mim e para o GPA.



Carlos Eduardo Souza
Diretor Nacional de Açougue do
Carrefour

Ninguém faz nada sozinho, e eu acredito muito que tudo que foi construído aqui foi feito por todos nós. A gente aprende com vocês, não somos especialistas, nós vendemos a especialidade de vocês.



Leandro Guedes
Gerente Comercial
Perecíveis do ABC
Supermercados

O suíno sempre foi um produto estratégico para o nosso negócio, e quando a ABCS veio com todo o conteúdo robusto e profissionalismo nós envolvemos e engajamos todas as equipes na iniciativa de demonstrar a reafirmar a importância disso para nós.



é tempo de **SABOREAR** a **FELICIDADE**, é tempo de carne

Suína

Realização:



Apoio:



Redes Participantes:

