

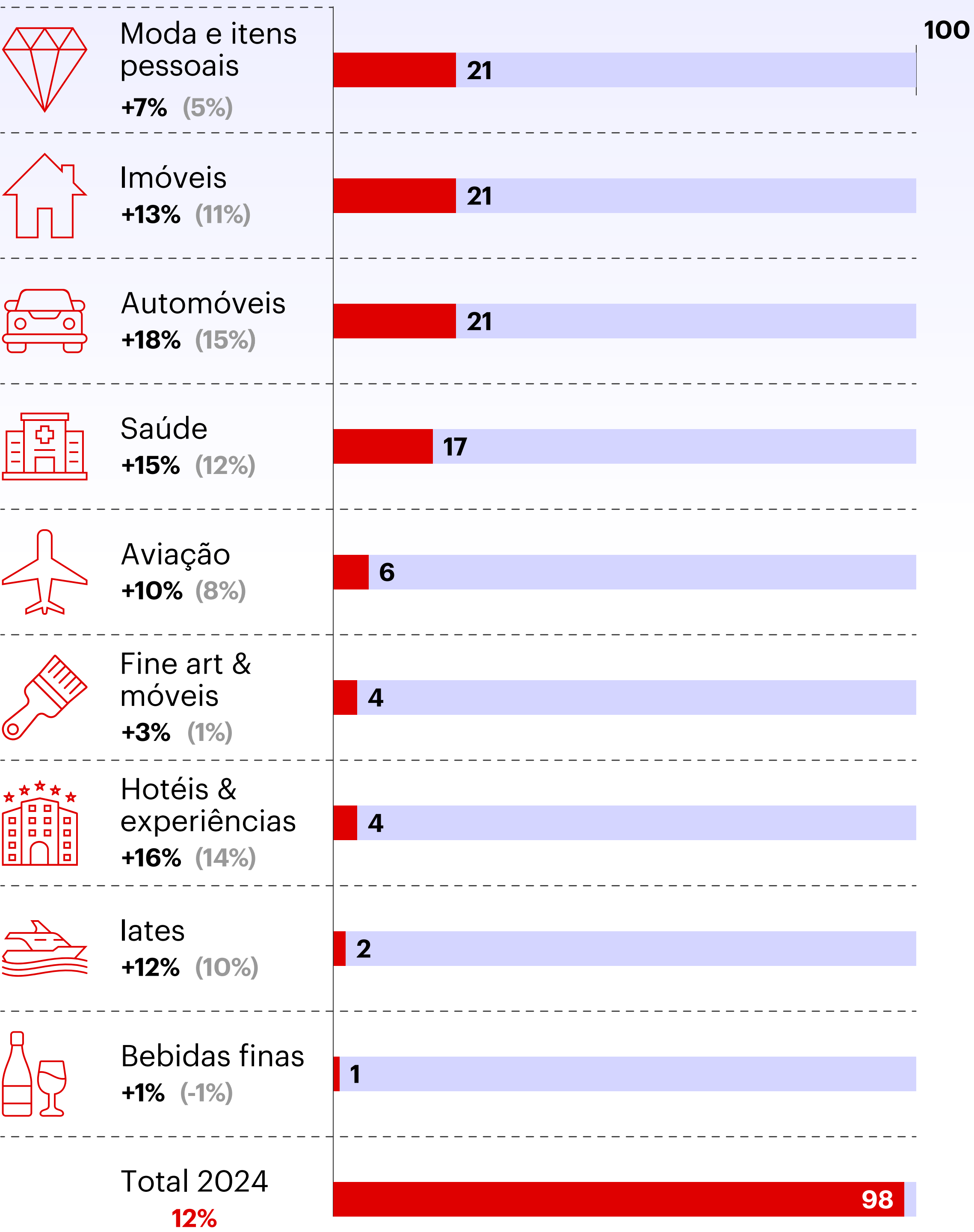
Resiliência dos consumidores brasileiros

Mesmo diante de incertezas globais, o mercado de luxo brasileiro segue em ascensão

Crescimento permeou todos os segmentos, mas com destaque expressivo para imóveis, automóveis, saúde e hotelaria

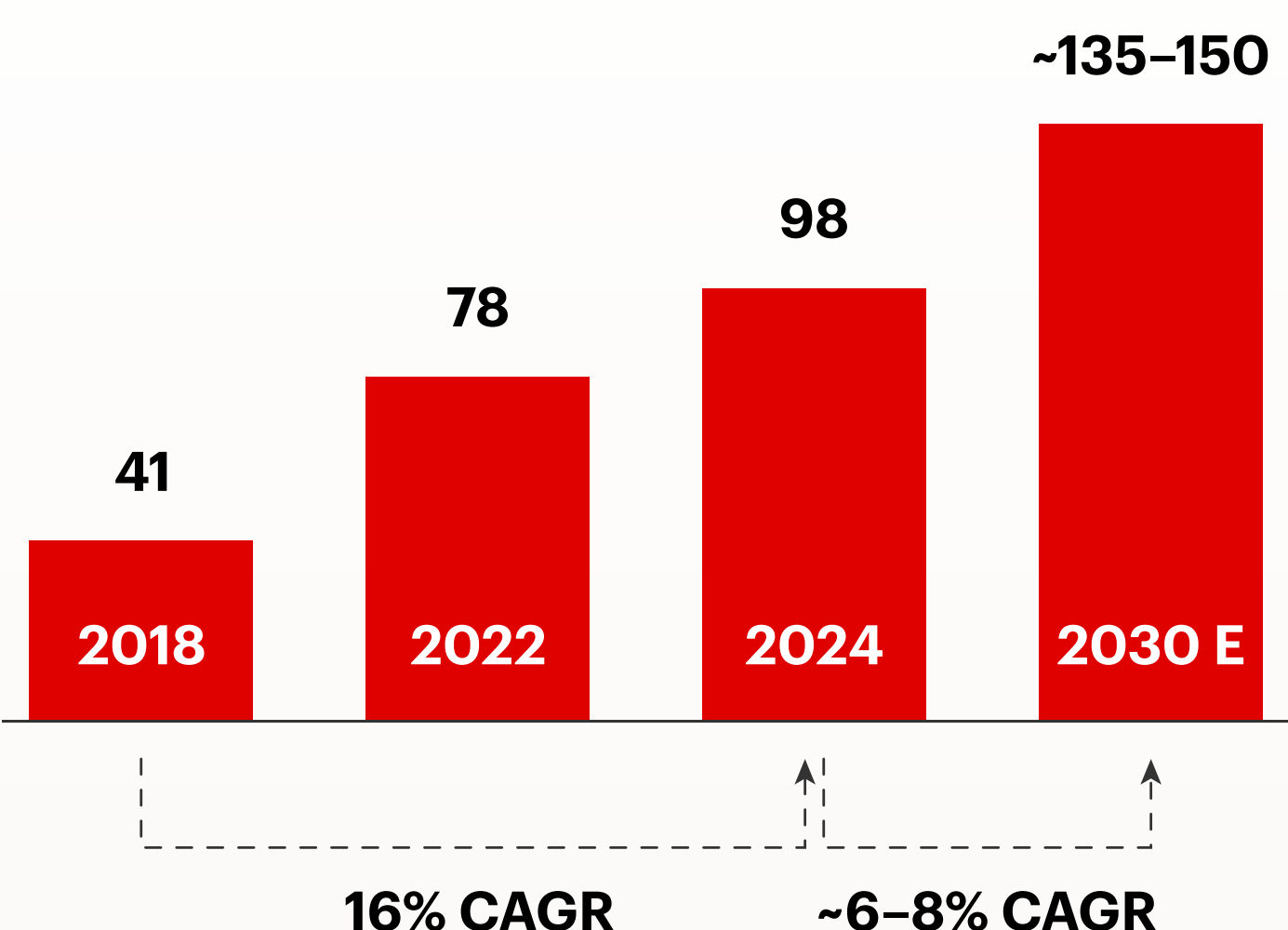
Mercado de luxo brasileiro (R\$ Bilhões | 2024)

CAGR 22x24
(%R\$) (%USD)



Fundos sólidos conduzem perspectivas positivas de crescimento do mercado

R\$ Bilhões | Crescimento futuro



O consumo de luxo reflete atitudes contextuais que mudam com o tempo, o momento de vida e a natureza da compra

Motivação intrínseca
Inward

Motivação extrínseca
Outward

Ceticismo	Memória afetiva	Pertencimento	Autoridade	Prestígio
Busca o luxo de forma crítica, questionando seu real valor nas suas compras, seus grupos sociais e no mercado	Consome luxo para celebrar conquistas e criar momentos especiais, sempre em harmonia com seus valores pessoais	Usufrui do luxo para pertencer aos ambientes e grupos por meio de leituras e adoção dos códigos do luxo	Explora o universo do luxo para consolidar sua imagem de referência em temas de interesse perante grupos relevantes	Expressa o luxo como forma de prestígio e autenticidade, validando conquistas pessoais e posição social
“ Nem sempre o luxo é o melhor: eu avalio criteriosamente o que vale meu investimento e não é qualquer coisa	O luxo é uma forma de ter bons momentos e histórias para contar e celebrar com quem me importa	O luxo me permite sentir conforto e pertencimento em certos ambientes e grupos que frequento	Eu entendo profundamente do luxo em temas que me interessam consumir e falar sobre	Eu consumo o luxo que conversa comigo e que a sociedade reconheça onde cheguei

”