

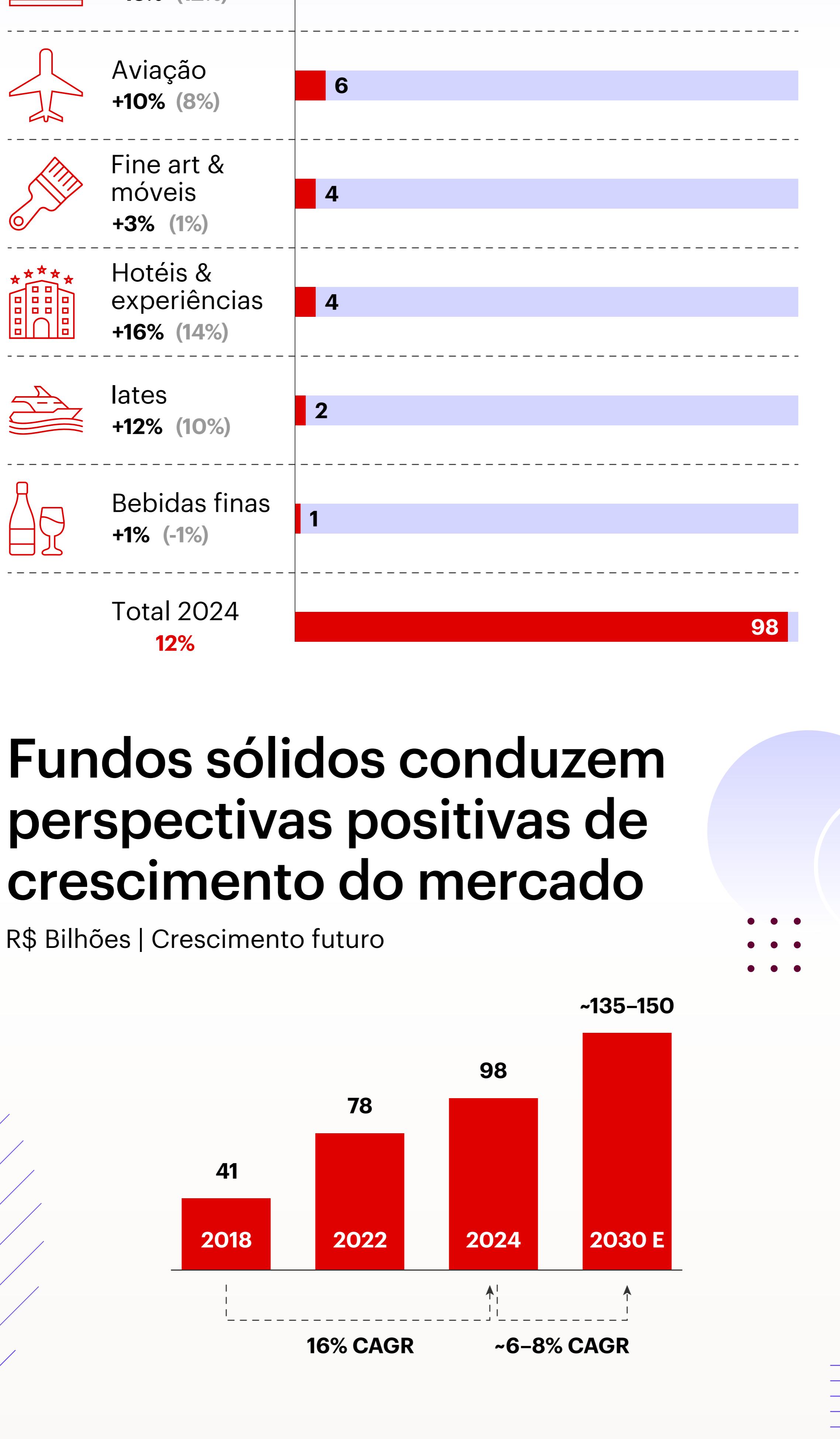
Resiliência dos consumidores brasileiros

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

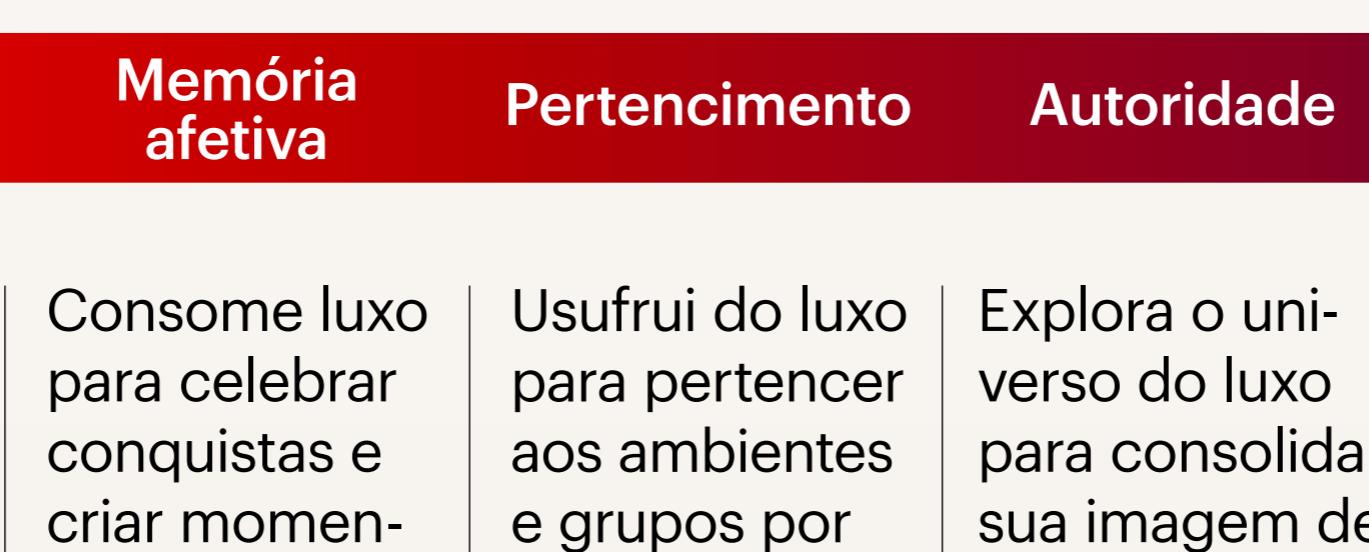
Mercado de luxo brasileiro (R\$ Bilhões | 2024)

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

“ Nem sempre o luxo é o melhor: eu avalio criteriosamente o que vale meu investimento e não é qualquer coisa”

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

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”

