

# Análise e Ações

## #ATREVIACovid19

Abril 2020

## KEY OPINION



*“As marcas deverão nesta situação de crise de continuar a ser aquilo que são, ou seja, a ser exigentes consigo próprias mantendo a qualidade e características que as distinguem ou lhes deram notoriedade”.*



**JOSÉ ANTÓNIO ROUSSEAU**  
Presidente do Fórum do Consumo

José António Rousseau é o Presidente do Fórum do Consumo. É Licenciado em Direito, com especialização em Distribuição e Comércio, Mestre em Marketing e fez o Doutoramento em Ciências Empresariais. Desta forma, utiliza os seus conhecimentos em consultoria de Marketing, Distribuição e Logística. É também Professor no IADE, IPAM, ISEG e PBS, e autor de livros. Nesta entrevista, José Rousseau, fala-nos de como está o mundo a sobreviver a esta crise do COVID19, no âmbito do consumo.

## **P | Quais as três coisas não podemos esquecer numa crise como esta?**

**R |** Se bem compreendi a pergunta direi que não podemos prescindir numa crise como esta de paciência, resiliência e capacidade de adaptação.

## **P | Como devem as empresas abordar esta crise despoletada pelo Covid 19?**

**R |** Precisamente com os três requisitos que referi na questão anterior.

## **P | Que papel podem as marcas cumprir perante a sociedade num contexto como este?**

**R |** As marcas deverão nesta situação de crise de continuarem a ser aquilo que são, ou seja, deverão continuar a ser exigentes consigo próprias mantendo a qualidade e características que as distinguem ou lhes deram notoriedade. Pois, caso facilitem e percam alguns dos seus atributos quando a crise passar poderão perder muitos consumidores..

## **P | Como devem comunicar perante uma sociedade/opinião pública tão atenta e sensibilizada para esta problemática?**

**R |** Deverão naturalmente adaptar a sua comunicação à atual situação de pandemia o que aliás já estão a fazer na imprensa escrita e na publicidade televisiva.

## P | Vamos conseguir regressar ao mundo tal como o deixámos?

R | Nunca o mundo, com crises ou sem crises, se manteve, ao longo dos séculos, o mesmo pois, como sabemos, está sempre em mudança. Assim, no pós-crise, haverá

necessariamente aspetos diferentes na nossa vida, mas outros irão naturalmente manter-se numa continuidade até desejável.

## P | Existirão danos irreversíveis no setor?

R | Depende do sector em causa. No sector alimentar, desde a produção ao retalho, haverá mudanças mas não me parece que existam danos e muito menos irreversíveis. No sector não

alimentar, sim, poderá haver fortes danos e alguns de natureza irreversível, principalmente, na indústria e no retalho de moda e acessórios.



***“Há sempre um antes e um depois, em consequência do surgimento de “cisnes negros” como foi a crise financeira de 2008 e é a atual crise pandêmica do Covid-19.”***

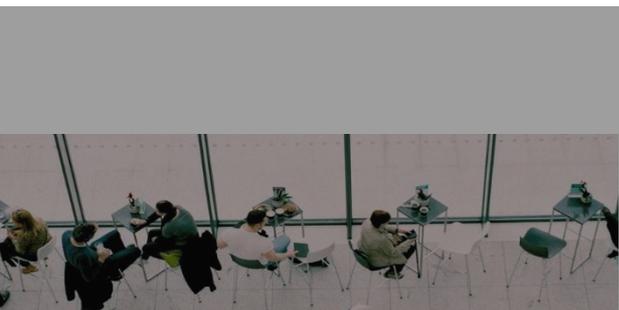
## **P | Considera que vai haver um antes e depois da crise, no âmbito do consumo?**

**R |** Há sempre um antes e um depois, em consequência do surgimento de “cisnes negros” como foi a crise financeira de 2008 e é a atual crise pandêmica do Covid-19. No caso do consumo, a minha expectativa é que esta crise aumente a consciência

individual e coletiva face ao consumo consciente, nas suas vertentes de consumo sustentável, responsável, solidário e saudável como aliás o Fórum do Consumo tem vindo a defender desde a sua criação em 2012.

## **P | O que devemos aprender para o futuro?**

**R |** Devemos aprender que tudo, mas tudo mesmo, de bom ou de mau, nos pode acontecer a todo o momento, como indivíduos ou como sociedade. E assim, estarmos sempre preparados para aceitar e enfrentar tudo o que nos acontece de forma objetiva, equilibrada e sem medos.



**No Departamento de Corporate da ATREVIA Brasil seguiremos a situação e atualizaremos a informação aqui partilhada.**