



Benchmarking - Perfil da República Tcheca

País localizado no leste europeu, fazendo divisa com Alemanha, Polônia, Áustria e Eslováquia. Sua capital é a deslumbrante Praga, com 1,3 milhão de habitantes.

Com PIB de 198 bilhões de dólares (13% do brasileiro) e população de 10 milhões de pessoas, sua Renda Per Capita é alta, chegando a 19 mil dólares (quase duas vezes e meia a nossa).



Quando ao varejo alimentício, o país foi invadido pelas redes estrangeiras, como ocorreu com a maioria dos ex-países satélites da URSS.

Das 10 maiores redes supermercadistas, só duas são locais. As cinco maiores (todas estrangeiras) têm

alta participação no mercado (42,4%), percentual próximo ao dos demais países ricos europeus.

Operam quase todos os formatos de loja, sendo supermercados e hipermercados os mais populares. As lojas de desconto estão em franco crescimento numérico.

REDES	VENDAS EURO \$	% DE MERCADO	NUM LOJAS
REWE	2.619	10,8	536
SCHWARZ	2.588	10,7	316
AHOLD	1.849	7,6	279
TESCO	1.826	7,5	166
METRO	1.412	5,8	13
5 MAIORES	10.294	42,4	1.310
MERCADO TOTAL	24.261	100	

Os alemães estão chegando

À medida que as perspectivas econômicas pioram na Europa, cadeias de supermercados que oferecem grandes descontos aos consumidores, como as redes alemãs de Hard Discount Lidl e Aldi, estão ganhando força. Enquanto isso, grandes varejistas, como o Carrefour, vêm perdendo espaço.

Na França, por exemplo, o Lidl não tem a tradição dos supermercados locais e dos pequenos armazéns familiares. Há pouca variedade de produtos, que são colocados em caixas de papelão empilhadas no chão ou em prateleiras baixas.

Mas as vendas estão indo muito bem. Antes, a presença do Lidl em Paris se restringia aos subúrbios, mas, com o aumento dos preços dos alimentos e com as preocupações com o poder de compra no país, este formato de desconto começou a se expandir.

Estas cadeias geralmente vendem de 30% a 40% mais barato do que os supermercados tradicionais.

Na Grã-Bretanha, a Aldi e a Lidl, que lutaram durante anos por mais espaço, agora são também os formatos que mais crescem no país.



Frases a ponderar

...“A vida pune os que chegam tarde demais”
Mikhail Gorbachev



Smart & Final desenvolve nova rede

Esta conhecida rede americana de “lojas compactadas de atacado” e de supermercados foi vendida em 2007 por 813 milhões de dólares para a Apollo Management.

Opera na costa oeste americana 290 lojas, assim distribuídas:

- Smart & Final e Smart & Final Extra com 195 lojas.
- Henry's e Sun Harvest 41
- Cash & Carry Store 53

E agora opera um SmartCo, inaugurado no último 23 de junho em Denver, no Colorado (EUA).

Em cinco anos estarão com 25 dessas lojas no estado. Este SmartCo é um formato híbrido de supermercado com loja depósito e foco em grandes famílias, transformadores, pequenos negócios, hotéis etc.

Características dessas lojas:

- 3,6 mil a 5,5 mil m² de área total
- 100 colaboradores em tempo integral
- Têm 30 mil SKUs e declaram ter tudo o que você precisa
- Todas as seções de perecíveis, mercearia e higiene e beleza têm diversas opções de embalagem
- Seus preços são os mais baixos da cidade

O que mais você precisa para ser cliente?

Não a conheço, mas pelo que li tem um jeitão da extinta rede brasileira Superbox, que chegou a operar 12 lojas depósito no país...

Sabeco meio século

A rede de supermercados espanhol Sabeco, hoje pertencente ao grupo francês Auchan, completa 50 anos.

Sua primeira loja foi inaugurada em 16 de abril de 1960 em Zaragoza. Hoje opera 129 lojas no país, com as bandeiras Sabeco, Simply Market, Simply City e alguns hipers compactos Hiper Simply. Enquanto isso a empresa mãe opera 50 hipermercados Auchan, tendo iniciado suas atividades no país em 1981.

As vendas somadas do Auchan e da rede Sabeco no país devem chegar a 5 bilhões de dólares em 2010.