



Benchmarking Top 10 Americanos

Eis aqui as dez maiores redes supermercadistas que operam nos Estados Unidos. As cinco maiores têm um índice de concentração de 67%. Compare este percentual com o dos anos anteriores: 46,2% em 2011 e 65% em 2012 e 2013.

A concentração continua a crescer.

- As vendas das dez maiores redes participam com 78,6%.
- Se considerarmos todo o varejo alimentício (incluindo C store, Clubs, Atacado, etc.) este índice das 10 maiores cai para 49%.
- Entre as redes o destaque é o crescimento em vendas da Kroger com 10,2% sobre 2013, do Whole Foods com 9,8% e a grande perda foi do holandês Ahold, com -5,3%.
- Um destaque especial para o fundo AB Acquisition, de Boise, Idaho, com 42% de crescimento pela aquisição em 2014 da rede Safeway. Ele continua operando as redes Albertsons, Vons e Jewel-Osco.
- O universo supermercadista em 2014 foi de 37.716 lojas, com vendas de 755 bilhões de dólares.
- Semelhante ao Brasil as três primeiras redes se destacam muito em relação às vendas das demais.

Em 2013	Redes	Cidade-Sede	Nº de Lojas	Vendas (US\$ bilhões)	Market Share %
1	Walmart	Bentonville, AR	4.024	288,4	38,2
2	Kroger	Cincinnati, OH	2.625	108,5	14,4
3	AB Aquisição	Boise, Idaho	2.238	56,4	7,5
4	Publix	Lakeland, FL	1.097	30,5	4,0
5	Ahold	Quincy, MA	761	25,9	3,4
6	H E Butt	San Antonio, TX	363	22,6	3,0
7	Delhaise	Salisbury, NC	1.296	16,9	2,2
8	Meijer	Grand Rapids, MI	213	15,4	2,0
9	Wakefern	Keasbey, NJ	141	14,7	2,0
10	Whole Foods	Austin, TX	414	14,1	1,9
Total 10 maiores			13.172	593,3	78,6

Formato novo?

Loja de proximidade é sinônimo de preço alto, pequena área de venda e localizada em áreas urbanas, tendo como foco a classe média e média alta.

Loja de desconto (*hard discount*) é sinônimo de preço baixo, pouco serviço, linha reduzida e foco na classe média e média baixa.

Aí a rede de desconto francesa Leader Price criou a bandeira de proximidade Leader Price Express e já opera 240 lojas na França.

É desconto de proximidade e conveniência?

Ser os dois parece um pouco incoerente. O que acham?

O leque é bem amplo e permite estas diferenças. As lojas têm uma área de venda de 75m² a 300m² e uma linha de 1.200 SKUs a 2.800 SKUs.

“Trata-se de um conceito que, ao mesmo tempo, responde à procura de proximidade e à oferta de preços baixos e descontos que caracterizam a rede Leader Price”, afirma o grupo em comunicado.

Em tempo: o novo formato está indo bem. Reformularam o formato do Petit Casino.

Frases a ponderar

“A lei da mente é implacável. O que você pensa, você cria; O que você sente, você atrai; O que você acredita, torna-se realidade.” Buda

Para conhecimento, análise e comparação com nossos números, realidade e tendências. Informação resumida e livre. Fontes: Revistas LSA, Supermarket News, Distribuição Hoje, Progressive Grocer, Elbevier, Chain Store Guide, Food Chain Asia, Speaks, Asian Retail Trade

Fonte: Progressive Grocer maio 2015