

nielsen
.....



Retail Highlights

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Janeiro 2011



Segundo o vice-presidente do grupo Pão de Açúcar, José Roberto Tambasco, a conversão de todos os supermercados CompreBem e Sendas em lojas **Extra** será concluída este ano. Faltam em torno de 100 lojas para serem transformadas. A estratégia do Grupo Pão de Açúcar com a conversão é conseguir atender, em uma mesma loja, tanto os públicos C e D (foco da bandeira CompreBem) quanto os consumidores das classes A e B. **(Valor Econômico 17/01/2011)**



A **Casa & Vídeo** está em discussões com as Lojas Americanas e com um fundo de private equity para a possível venda da empresa. O negócio pode ser fechado até junho. Uma aquisição pelas Lojas Americanas, maior varejista de descontos do país, daria à Casa & Vídeo mais capital e poder de compra. Fabio Carvalho, presidente e dono da Casa & Vídeo, disse estar interessado em um acordo que preserve seu modelo de negócios e sua marca. A Casa & Vídeo, que tem 66 lojas no Rio, encerrou 2010 com receita bruta de R\$ 1,3 bilhão. A empresa lançou seu cartão de crédito de marca própria em junho e está negociando com uma instituição financeira para expandir a operação. Em 2011, Carvalho pretende abrir entre cinco e dez lojas. Para financiar seu crescimento orgânico, a rede espera fechar acordo com um banco no primeiro trimestre e usar dinheiro para financiar o seu crescimento orgânico. Se conseguir fechar negócio com as Lojas Americanas ou com o fundo de private equity, a Casa & Vídeo pode se expandir mais rápido. **(O Globo 14/01/2011)**



A **Lojas Americanas** se prepara para adquirir o total das ações em circulação no mercado de sua controlada B2W e fechar seu capital provavelmente ainda neste trimestre, segundo apurou o Valor. A rede varejista possui 54,94% do capital da empresa de comércio virtual, resultado da fusão da Submarino com a Americanas.com. A preços de mercado, a operação seria de cerca de R\$ 1,7 bilhão. A Lojas Americanas não concedeu entrevista. A companhia tem diversas alternativas para realizar a operação, mas a expectativa é de que ela aconteça por meio de uma incorporação – na qual não há oferta pública. A ideia é concluir primeiro uma reestruturação em andamento na B2W para depois realizar a incorporação. Essa reformulação inclui a integração de todos os sites sob a bandeira B2W e está envolvendo diversos dirigentes da empresa. Ela só termina no final de janeiro. **(Valor Econômico 10/01/2011)**



A quinta drogaria com a bandeira Pão de Açúcar foi inaugurada no bairro de Ingá, em Niterói, região metropolitana do Rio. É a primeira farmácia com a marca da rede no Estado fluminense e a primeira do país sob o conceito de “botica”. O projeto faz uma releitura das antigas farmácias, com inspiração nas boticas européias e aumenta o espaço para dermocosméticos. Foram

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Janeiro 2011

investidos R\$ 500 mil nesse projeto. No local funcionava uma farmácia padrão da bandeira Sendas, absorvida pelo grupo em 2003. A botica é um projeto piloto que pode ser estendido. Hoje o grupo tem 156 drogarias em 19 Estados e no Distrito Federal. **(Valor Econômico 4/01/2011 1)**



A **Brazil Pharma**, holding que administra os ativos de varejo farmacêutico do Grupo BTG Pactual, fechou aquisição da rede de farmácias gaúcha **Mais Econômica**. Com faturamento de cerca de R\$ 800 milhões e mais de 150 lojas, a rede é uma das líderes na região Sul. A empresa tem mais de 6.000 funcionários. O negócio, em que a BR Pharma passa a deter o controle da Mais Econômica com 60% de participação, deve levar a holding a alcançar a liderança em três regiões do país: no Nordeste, no Centro-Oeste e no Sul. No ano passado, o braço farmacêutico do BTG Pactual comprou a Rosário Distrital, pontos da Farmácia dos Pobres e a rede Guararapes. **(Folha de São Paulo 03/02/2011)**

International Retail

Homens movimentam mercado de beleza na China

As vendas de mercadorias de beleza e saúde para homens na China deverão superar as da América do Norte este ano, sendo que seu ritmo de crescimento provavelmente será cerca de cinco vezes maior até 2014. O crescimento das vendas de produtos para homens na China é o dobro do aumento verificado entre as mulheres. A renda em expansão, a popularidade cada vez maior de edições chinesas de revistas de moda para homens e o desejo de encontrar vantagens competitivas no trabalho vêm impulsionando a demanda por produtos masculinos de cuidados com a pele. Os gastos dos homens chineses em cremes para o rosto, géis antienvelhecimento e loções de limpeza já superam os gastos em lâminas e aparelhos de barbear em mais de 30%, segundo a Procter & Gamble. O mercado de produtos para a pele para homens na China pode chegar a US\$ 270 milhões este ano, em comparação aos US\$ 227 milhões na América do Norte. **(Valor Econômico 04/01/2011)**

Nos EUA, rede de supermercados diz que vai vender comida saudável

A rede de supermercados Walmart, maior varejista dos estados Unidos, anunciou ontem que vai reformular milhares de produtos para torná-los mais saudáveis e que vai pressionar os fornecedores a fazer o mesmo. O supermercado afirmou que quer reduzir níveis de sódio e açúcar em alguns itens, abrir lojas em regiões pobres que ainda não tenham supermercados, reduzir preços de frutas e verduras e desenvolver um logo para

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Janeiro 2011

destacar alimentos saudáveis. A primeira-dama dos EUA, que está à frente de um programa de combate à obesidade infantil, afirmou que o anúncio tem o potencial para transformar o mercado e ajudar as pessoas a colocar comida mais saudável na mesa todos os dias. O Walmart planeja reduzir em 25% o sódio e cortar o açúcar adicionado nos produtos da marca própria até 2015. Também quer remover a comida industrializada que contenha gorduras trans. **(Folha de São Paulo 21/01/2011)**

Comissão Européia aprova joint venture entre Shell e Cosan

A Comissão Europeia, reguladora da concorrência no continente, aprovou nesta terça-feira a criação de uma empresa conjunta entre a britânica Shell e a brasileira Cosan para a produção e comercialização de etanol. As atividades da joint venture incluirão a produção, a venda e a comercialização do etanol e do açúcar no Brasil e em escala mundial, assim como o desenvolvimento de novas tecnologias e distribuição de licenças. O objetivo é obter uma produção anual de 2 bilhões de litros de etanol, convertendo a sociedade num dos maiores produtores mundiais deste biocombustível. A operação criará uma coempresa avaliada em 12 bilhões de dólares e que representará cerca de 20% do mercado de distribuição de combustíveis no Brasil. **(Isto É Dinheiro 04/01/2011)**

Panorama do Varejo

Redes apostam em produtos certificados

As empresas do varejo supermercadista vêm investindo em projetos que buscam garantir a fidelização do cliente, qualidade dos produtos e imagem institucional. Um dos projetos adotados pelas três maiores redes varejistas do país são os programas que atestam a origem dos produtos comercializados. O Carrefour foi pioneiro na implantação de um sistema no gênero com o programa Garantia de Origem. De acordo com o gerente nacional do programa, Gerard Eysink, o selo foi implantado na busca por segurança alimentar e produtos socialmente responsáveis. Fazem parte do programa produtos de hortifruti e carnes bovina, suína, de frango e camarão. Além do selo nos produtos, há banners nas gôndolas com imagens e explicações sobre o programa em linguagem simples. Em dezembro, a rede lançou um site que permite a consulta do histórico dos itens a serem adquiridos. No caso de carnes, é possível verificar dados do processo de criação e alimentação até o dia do abate, veterinário responsável, fazenda onde foi criado e identificação do frigorífico. Outras redes

