

SUPERHÍPER

Veganos

Mais que uma escolha,
uma causa e um
mercado em expansão

Inverno

Friozinho bom para
aquecer a rentabilidade
das suas gôndolas

Ranking Abras

2017

40 ANOS

Quatro décadas do mais amplo
conhecimento sobre o setor

Elaborado em parceria com a Nielsen, o Ranking Abras/SuperHiper chega à sua 40ª edição e revela os principais dados do varejo de autosserviço alimentar em 2016, depurados em análises e traduzidos em conhecimento

Na ponta, pela segunda vez

Pela segunda vez consecutiva, o Carrefour foi considerado a empresa varejista que mais bem soube entregar valor tangível e intangível à sua cadeia de *stakeholders* (públicos de interesse). O resultado é do *ranking* setorial Mais Valor Produzido (MVP) Brasil, da consultoria nacional **DOM Strategy Partners**. Numa escala de 0 a 10, a rede francesa recebeu a nota 8,02 dos *stakeholders*. Entre os fatores que fizeram o Carrefour liderar mais uma vez o *ranking*, estão os investimentos realizados nas marcas pertencentes ao grupo, como a

ampliação do projeto de minimercados com a bandeira Express, e a retomada do serviço de e-commerce.

“Multicanal, sortimento, reposicionamento de imagem e atitude de proximidade foram os diferenciais apontados pelos públicos do Carrefour. Outra questão bem lembrada foi o fato de a rede atender às necessidades dos clientes em seus diferentes momentos de compra, por meio dos hipermercados, das pequenas lojas de bairro e até drogarias do grupo”, pontua o CEO da DOM Strategy Partners

e coordenador do estudo, Daniel Domeneghetti.

Completam o grupo das cinco primeiras colocadas, as seguintes empresas: Raia Drogasil, Walmart, Pague Menos e Cencosud. Para figurar no *ranking*, a DOM mensura 62 ativos estratégicos que precisam fazer parte na gestão das empresas, tais como: eficácia da estratégia corporativa, resultados, crescimento evolutivo, qualidade de relacionamento com clientes, sustentabilidade, gestão de talentos, cultura corporativa, Inovação, uso das tecnologias digitais, dentre outros.



Numa escala de 0 a 10, a rede francesa recebeu a nota 8,02 dos *stakeholders*

Produção responsável de ovos

O Grupo GPA é o primeiro grande varejista brasileiro a assumir um compromisso público pelo bem-estar animal na produção de ovos. Recentemente, a companhia se comprometeu a viabilizar, até 2025, a comercialização de 100% de ovos de marcas exclusivas provenientes de criação de galinhas sem gaiolas.

Hoje, o portfólio de ovos de marcas próprias da companhia é formado por Taeq (com uma linha

orgânica) e Qualitá (caipiras e convencionais). A venda dos ovos de marcas próprias responde por até 80% da comercialização da categoria nas lojas Extra e Pão de Açúcar, representando, portanto, um importante avanço na discussão do assunto com a cadeia produtiva no País.

O compromisso, publicado em 27 de março, vem somar às iniciativas já realizadas pelo GPA, por meio das marcas Assaí, Extra e Pão de

Açúcar, para colaborar com o bem-estar animal na cadeia produtiva de alimentos.

O grupo já oferece produtos caipiras e orgânicos, que garantem a criação sem gaiolas, e também tem um programa próprio (Programa Evolutivo de Qualidade - PEQ) para os seus fornecedores de marcas exclusivas, que visa o desenvolvimento deles e estabelece o atendimento às práticas de bem-estar animal e à legislação específica do setor.