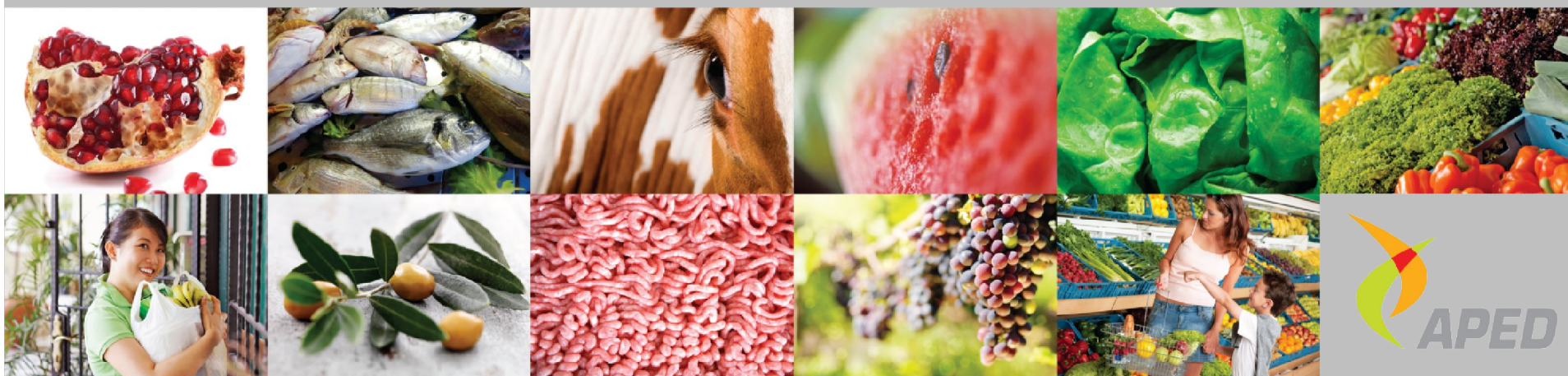




Audiência na Assembleia da República Grupo de Trabalho - Grande Distribuição e Produção Nacional

Lisboa, 20 de Setembro de 2012



COMPREENDER UMA REALIDADE COMPLEXA

- Os actores são todos diferentes: alguns muito grandes, uns grandes, outros pequenos
- Os interesses são diferenciados: as multinacionais e os pequenos produtores não são equiparáveis, mas os primeiros continuam a tentar confundir-se com os segundos
- O impacto da lei e da regulação tem de ser criteriosamente ponderado: quem vamos atingir, beneficiar e prejudicar?

AS GRANDES MULTINACIONAIS EM PORTUGAL

- ▶ São muitíssimo maiores, mais rentáveis e mais agressivos que qualquer empresa de Distribuição em Portugal
- ▶ Têm enorme poder negocial face aos distribuidores, e usam-no com frequência
- ▶ Regular esta relação de forma idêntica à que existe com a Produção Nacional não é possível e promoverá efeitos indesejados



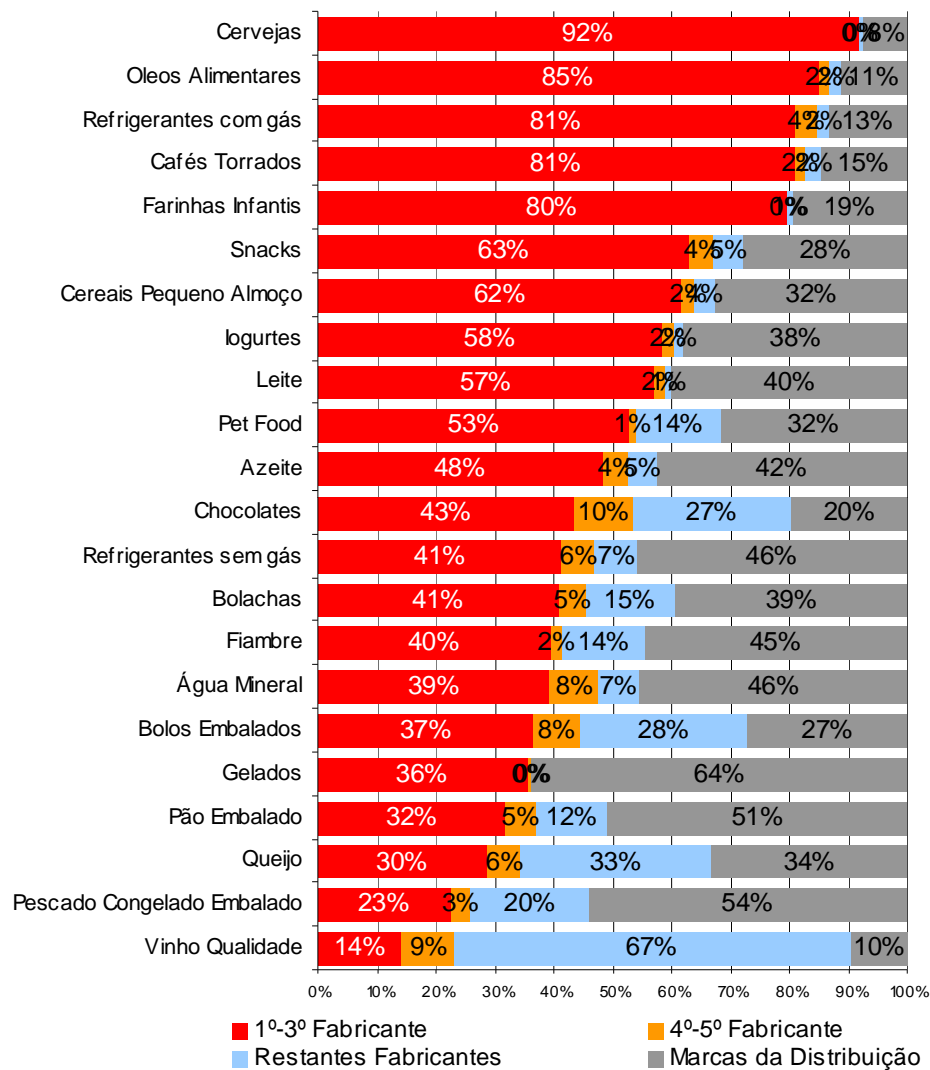
VENDAS	2010	2011
TOP 10 FMCG Companies		
P&G	61,685 €	
Nestlé	70,373 €	68,845 €
Anheuser-Busch	27,120 €	30,126 €
Unilever	33,071 €	35,851 €
Coca-Cola	26,240 €	35,909 €
Pepsi	43,214 €	51,311 €
Kraft Foods	36,766 €	41,945 €
Philip Morris International	20,329 €	23,993 €
British American Tobacco	17,359 €	18,478 €
Japan Tobacco Inc	18,986 €	20,408 €
TOP 10 Global Retailers		
Wal-Mart Stores, Inc	315,189 €	344,842 €
Carrefour S.A.	79,737 €	80,455 €
Metro AG	67,258 €	66,702 €
Tesco plc	70,512 €	77,442 €
Lidl + Kaufland (Schwarz Group)	€ 60,000	
The Kroger Co.	61,304 €	69,728 €
Costco Wholesale Corp.	58,238 €	68,602 €
Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	€ 22,190	
The Home Depot, Inc (2008)	50,805 €	54,313 €
Target Corp.	50,351 €	53,904 €
Pingo Doce	2,891 €	3,027 €
Continente	3,275	3,327

EBITDA Margin	2010	2011
TOP 10 FMCG Companies		
P&G	22.6%	
Nestlé	17.7%	18.4%
Anheuser-Busch	37.9%	39.2%
Unilever	17.2%	16.1%
Coca-Cola	28.2%	26.0%
Pepsi	18.4%	18.6%
Kraft Foods	14.5%	15.0%
Philip Morris International	44.8%	46.4%
British American Tobacco	39.3%	41.0%
Japan Tobacco Inc	25.2%	28.4%
TOP 10 Global Retailers		
Wal-Mart Stores, Inc	7.9%	7.8%
Carrefour S.A.	5.5%	4.8%
Metro AG	5.0%	4.8%
Tesco plc	8.1%	7.9%
Lidl + Kaufland (Schwarz Group)		
The Kroger Co.	4.6%	3.2%
Costco Wholesale Corp.	3.7%	3.7%
Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG		
The Home Depot, Inc (2008)	11.1%	11.9%
Target Corp.	10.9%	10.7%
Pingo Doce	6.7%	6.6%
Continente	7.1%	7.0%

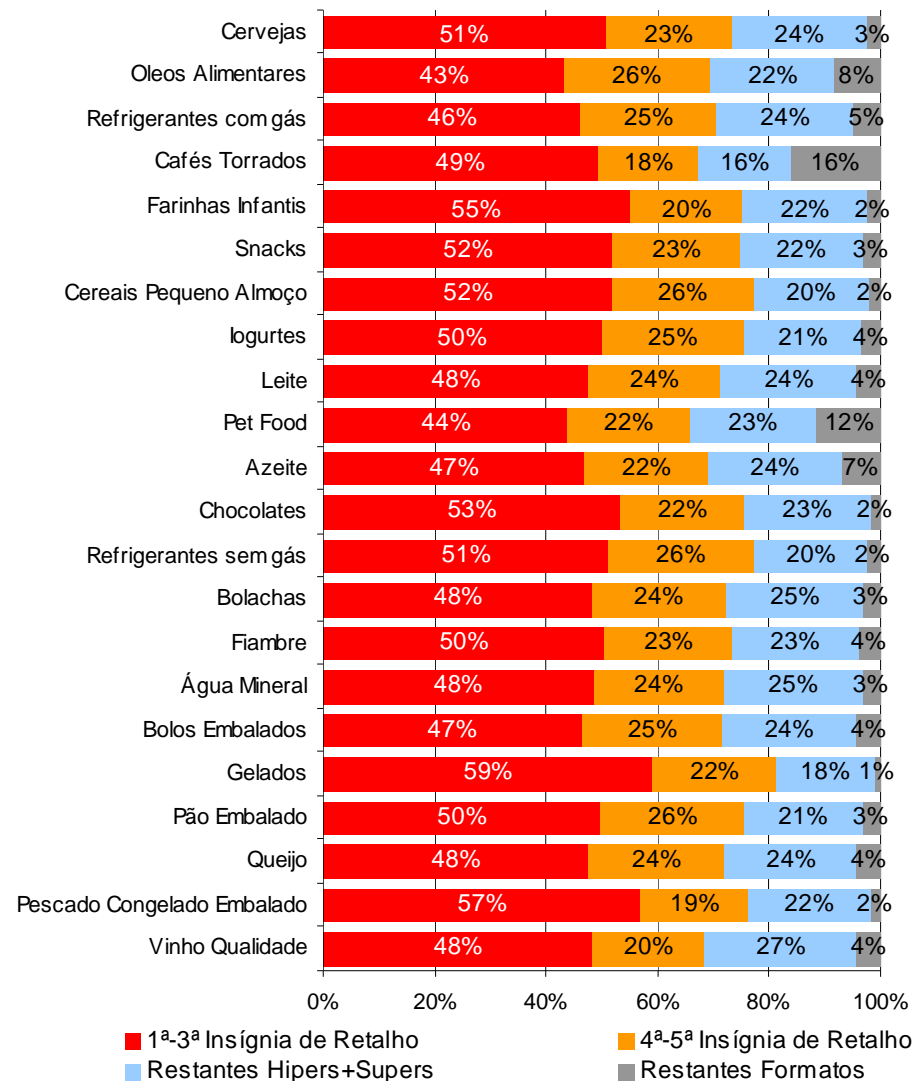
Compound average	2010	2011
TOP 10 FMCG Companies	24.1%	25.0%
TOP 10 Global Retailers	6.6%	7.0%

Concentração Valor Categorias Alimentares - Ano 2010

Fabricantes + Marcas da Distribuição



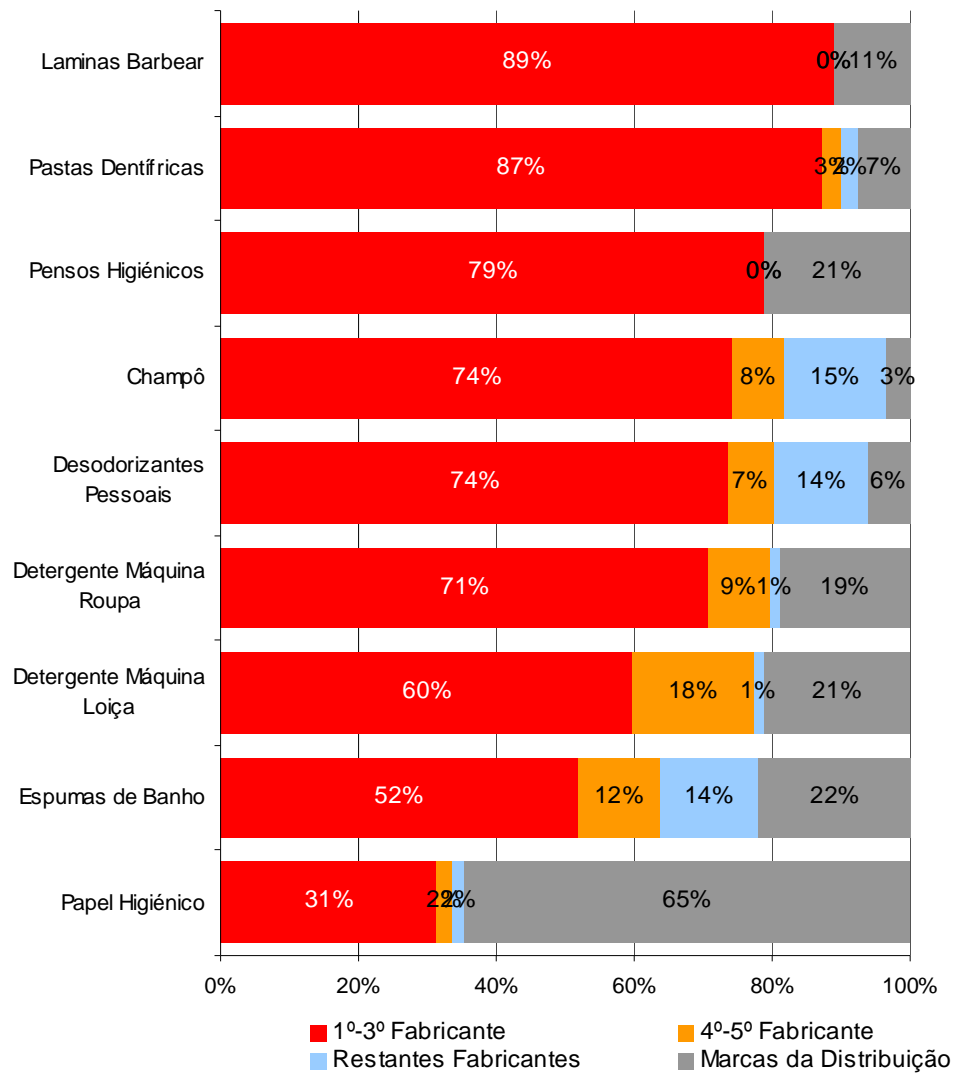
Retalhistas



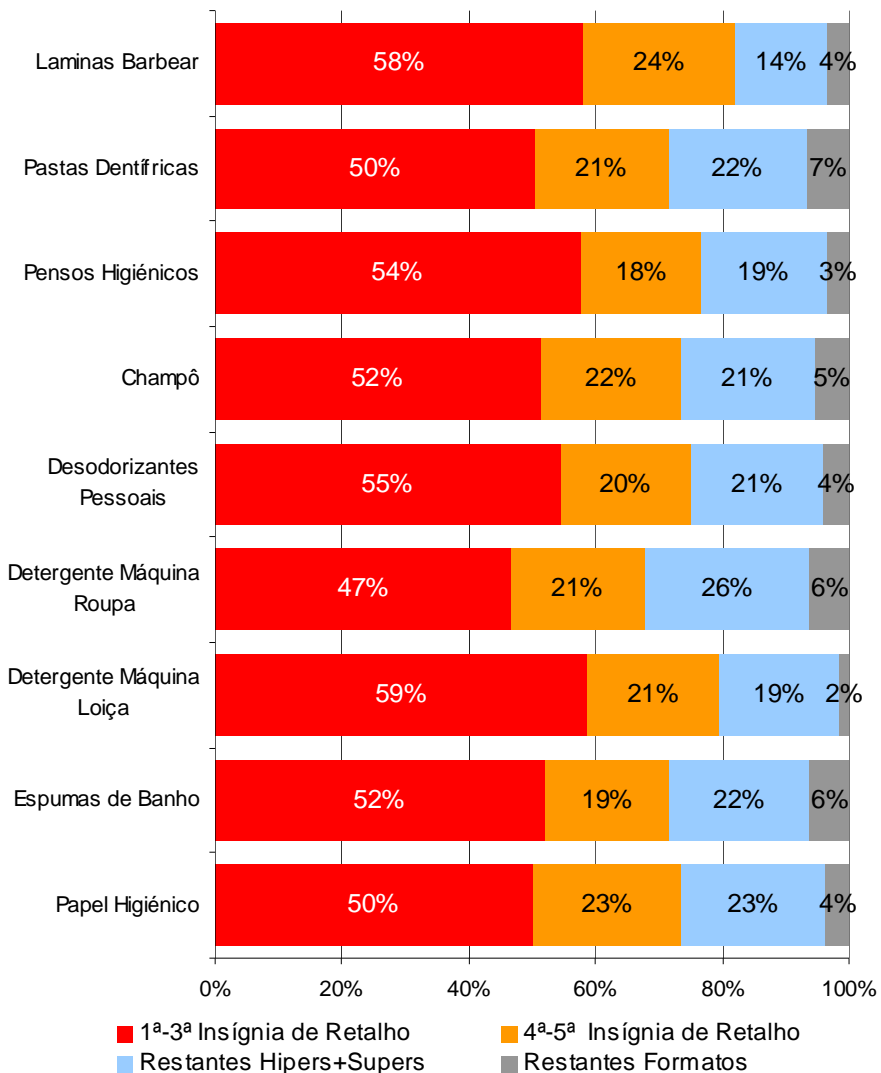
Fonte Nielsen

Concentração Valor Categorias DPH - Ano 2010

Fabricantes + Marcas da Distribuição



Retalhistas



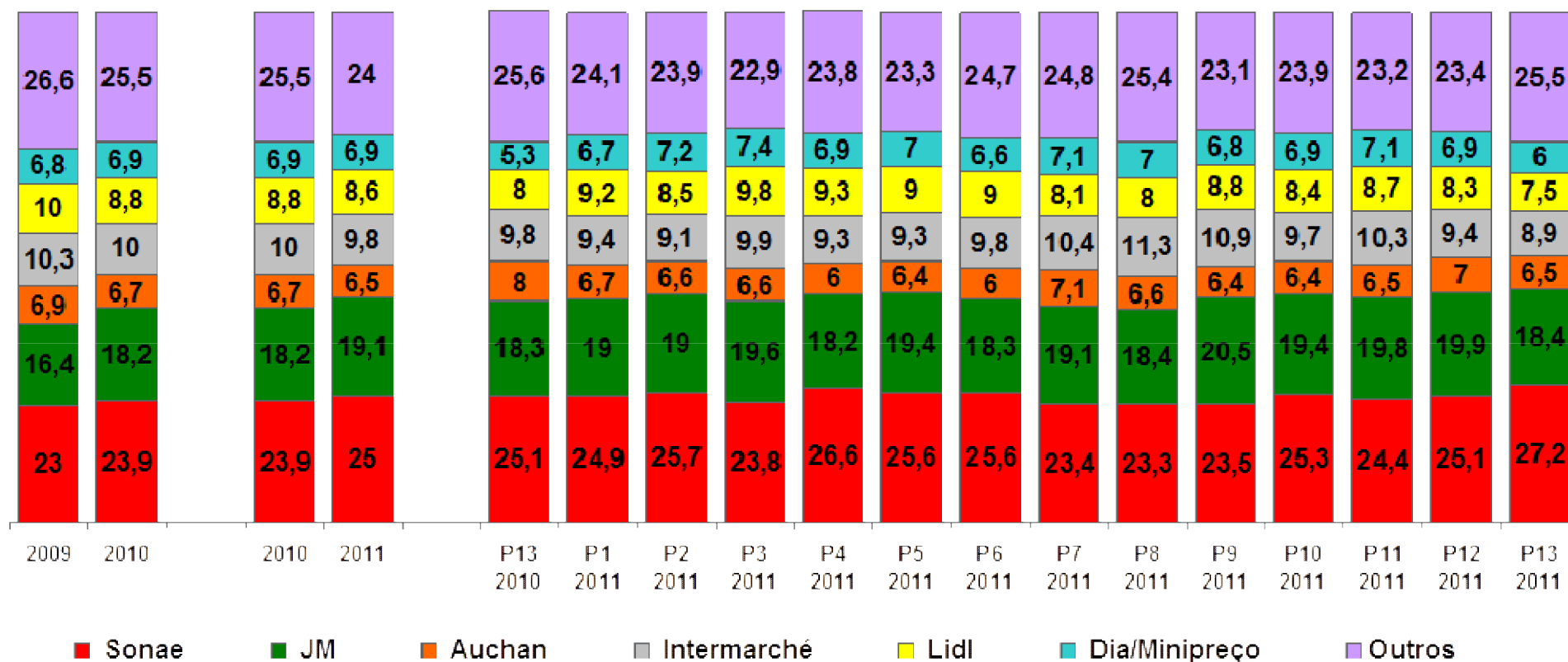


OS RETALHISTAS EM PORTUGAL

- ▶ Registam um nível de concentração muito menor que o das grandes multinacionais produtoras
- ▶ Investimento que fazem em Portugal não pode ser deslocalizado
- ▶ Apesar das dificuldades (com perda de postos de trabalho, por ex.), compram crescentemente em Portugal

As Relações entre Fornecedores e Retalhistas

% Quota de Mercado em Valor por Insígnia em Portugal



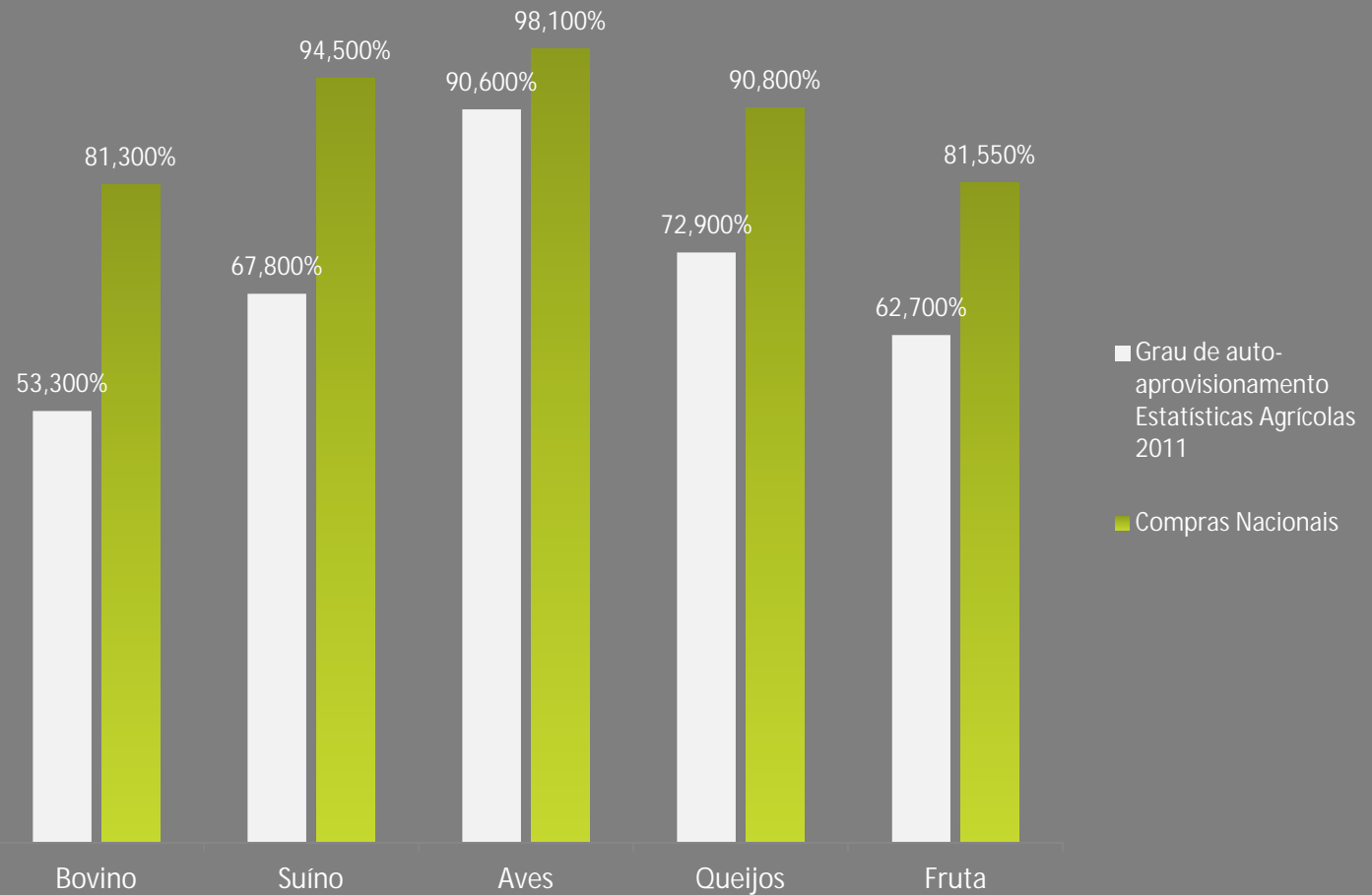
Nota: P= período de 4 semanas

OS PEQUENOS PRODUTORES AGRÍCOLAS NACIONAIS

- ▶ A Distribuição tem interesse em que se organizem, robusteçam e prosperem
- ▶ Isso é garantia de fiabilidade e qualidade no fornecimento: clubes de produtores e figuras semelhantes procuram isso mesmo, com apoios vários por parte dos retalhistas
- ▶ Concordamos que se regulem as relações entre estes e a Distribuição, onde identificamos alguns problemas e reconhecemos assimetria de poder



A ORIGEM DOS NOSSOS PRODUTOS

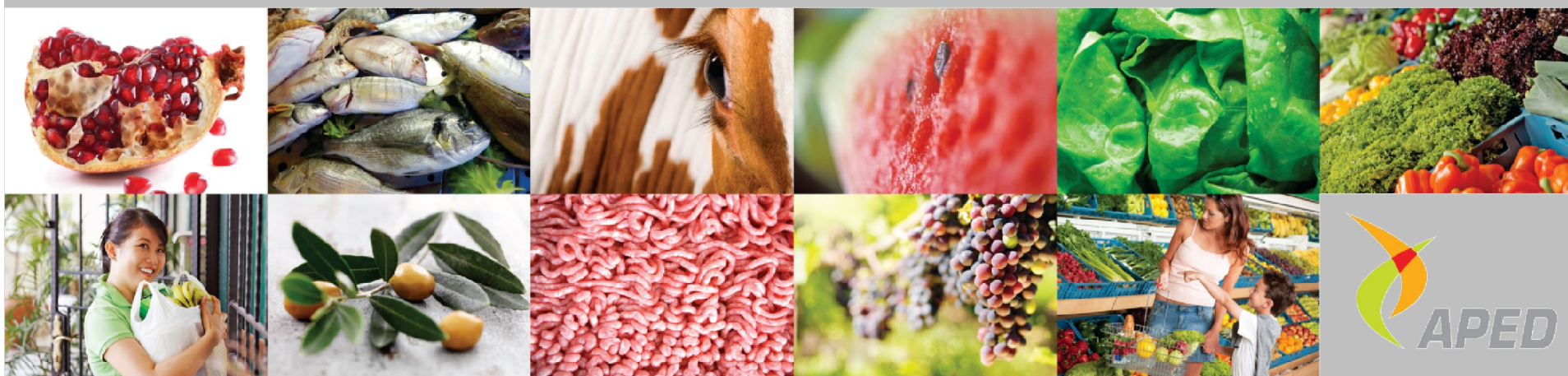


Fonte: INE, Estatísticas Agrícolas de 2011, grau de autoaprovisionamento; Associados APED



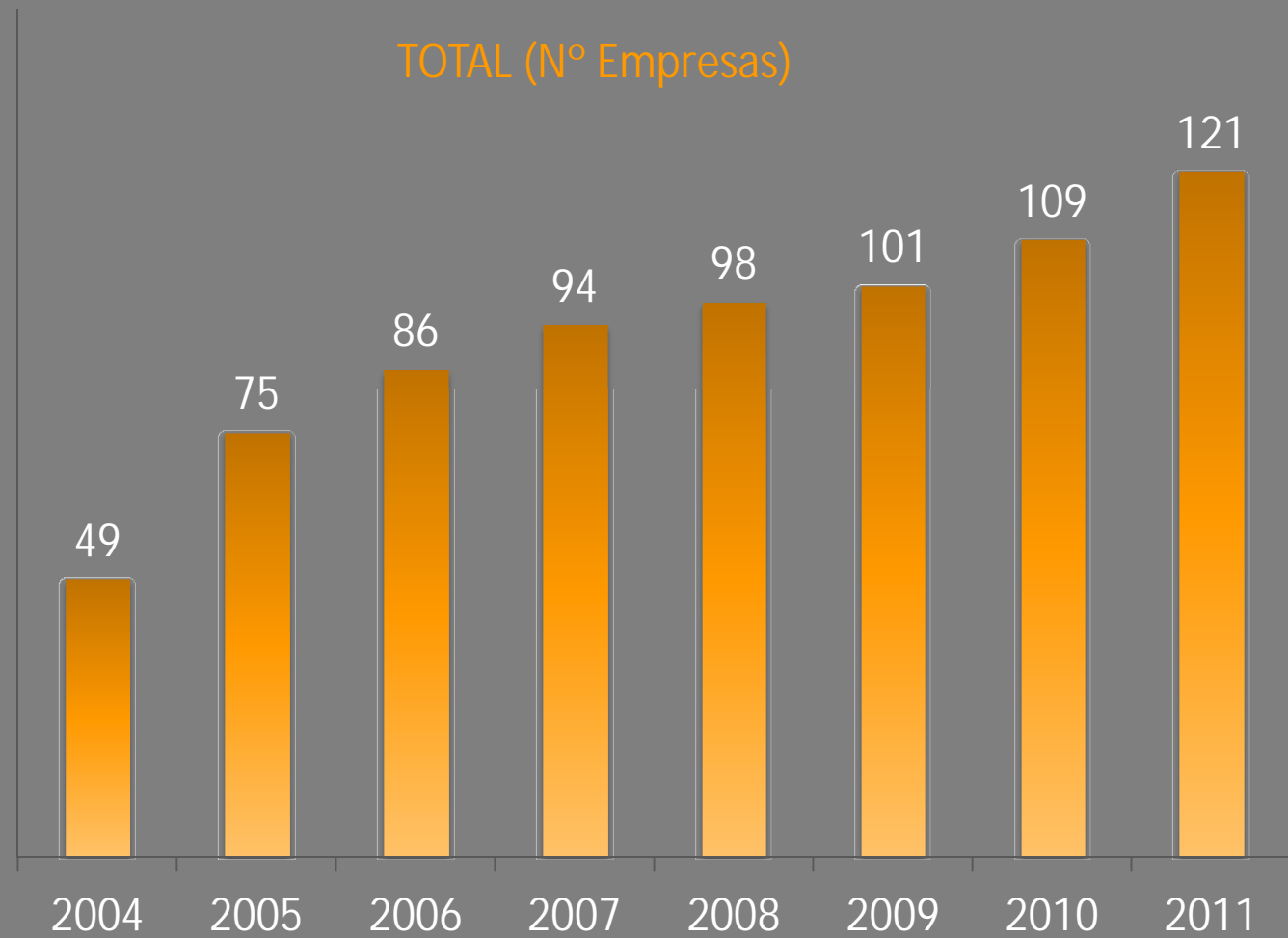
Audiência na Assembleia da República Grupo de Trabalho - Grande Distribuição e Produção Nacional

Lisboa, 20 de Setembro de 2012





EMPRESAS ASSOCIADAS DA APED



EMPRESAS ASSOCIADAS DA APED



OUTROS: Aigle, Bijoy, Bom Calçado, Exponovias, Lojas Babou, Macoag, Miroglio, N Market, Samoves, SKLBZ, Unifato, Station Viseu, Station Carvalhos, Station Arrifana, Station Gândara, ADRS, Alimentarbiz, Catro Supermercados, José Brás Supermercado, Malaquias, Supermercado Cavadinha, Supermercados Jaju, Supermercados Selecção, Supermercados Santa Justa, Supermercados Portugal, Supermonte, Sodipaços, Superchete, Distriverde, Supermondim, Supercôa, SPAR, Supermercado Triplo

APED EM NÚMEROS

15,7

mil milhões de Euros- volume de negócios
no ano 2011

2.850

lojas no ano de 2011

9,2%

do PIB no ano de 2011

2,8

milhões de m² - área de venda no ano de 2011

88.000

colaboradores no ano de 2011



AS RELAÇÕES ENTRE
FORNECEDORES E
RETALHISTAS





As Relações entre Fornecedores e Retalhistas

CONCORRÊNCIA:

- › O setor do comércio é **altamente competitivo**.
- › A competitividade gera **INOVAÇÃO, VARIEDADE DE ESCOLHA e QUALIDADE A BAIXO PREÇO** aos consumidores.
- › As margens médias no retalho são baixas, **entre 2% a 3%**, em média nos bens alimentares.
- › Defendemos **negociações justas e liberdade contratual** como base das relações comerciais.

SUPPLY CHAIN-CADEIA DE ABASTECIMENTO EFICIENTE:

- › Para servir melhor o consumidor, **os retalhistas precisam de ter uma supply chain sustentável**, de modo a poderem oferecer continuamente uma **grande variedade de produtos**.
- › Logo, precisam de **fornecedores eficientes** para serem competitivos no mercado.



As Relações entre Fornecedores e Retalhistas

PRODUÇÃO NACIONAL:

- › Em média, 70 a 80% dos produtos alimentares nos supermercados são comprados em Portugal.
- › Muitas vezes não é possível comprar produtos alimentares portugueses devido a fatores climáticos, sazonalidade e produção insuficiente em Portugal.
- › Existem vários exemplos de empresas fornecedoras portuguesas que se modernizaram e cresceram no âmbito de parcerias com a Distribuição Moderna. Desta forma, conseguiram aumentar fortemente as suas exportações ou até, iniciar a sua internacionalização. Exps: laranja do Algarve, pera rocha, aquicultura, organizações de pesca artesanal e queijarias.



As Relações entre Fornecedores e Retalhistas

OS AGENTES DA CADEIA DE ABASTECIMENTO:

- › Os fornecedores da distribuição são essencialmente multinacionais, indústria transformadora nacional, armazenistas e importadores.
- › Só em pequena escala as compras são feitas directamente aos produtores.
- › A estrutura dos produtores em Portugal é atomizada e ainda pouco organizada.
- › Precisamos de uma maior agregação de produtores para garantir o abastecimento dos produtos, em quantidade e em qualidade.
- › Precisamos de melhorar eficiência de processos na produção e garantir a integração na Supply Chain. Ex., sistemas de informação integrados, códigos de barras, garantia de controlo da qualidade, etc.

As Relações entre Fornecedores e Retalhistas

O ACESSO AO MERCADO E A CONCENTRAÇÃO:

- > Os hipermercados têm em média, **40.000 produtos diariamente nas lojas. Mais de 8.000 novos produtos** são colocados nas prateleiras todos os anos.
- > Em média, **5 fornecedores** de um hipermercado **representam 25% do Volume de Vendas**, e **20 fornecedores, 50%**.
- > Temos em Portugal **várias práticas abusivas por parte de empresas fornecedoras**: ameaça de não entrega de produtos; imposição de subidas de preços; restrições ao abastecimento territorial; fornecimento de um produto apenas mediante a compra de outro produto (vendas cruzadas obrigatórias).
- > Em Portugal, **51 empresas multinacionais e nacionais** de bens de grande consumo **comercializam mais de 800 marcas de produtos, em muitas categorias e representam 6 000 milhões de euros de Volume de Vendas, 3.6% do Valor do Produto Interno Bruto e 6.8% do PIB gerado pelas sociedades privadas não financeiras.**

As Relações entre Fornecedores e Retailistas

O ACESSO AO MERCADO E A CONCENTRAÇÃO:

- › A indústria agro-alimentar continua a ser o maior sector industrial nacional em volume de negócios.
- › Cresceu cerca de 20% nos últimos dez anos, atingindo no final de 2010 um valor estimado de 15.000 milhões de euros.
- › Representa cerca de 16% do total da indústria transformadora e 7,6% do PIB.
- › Fonte: FIPA

As Relações entre Fornecedores e Retailistas

O ACESSO AO MERCADO E A CONCENTRAÇÃO:

- › As relações entre a distribuição e os produtores de pequena dimensão, armazenistas, indústria nacional e multinacionais **são profundamente diferentes.**
- › Tem havido uma **apropriação das dificuldades dos produtores nacionais** pelas grandes empresas e multinacionais do sector agroalimentar.
- › É necessário analisar as relações entre o retalho e as grandes empresas multinacionais de forma autónoma das relações com os produtores nacionais.
- › A concentração no mercado dos bens de grande consumo tem que ser **analisada por categorias de produtos, evidenciando-se comportamentos díspares muito relevantes.**



As Relações entre Fornecedores e Retalhistas

COMO SE FORMAM OS PREÇOS?

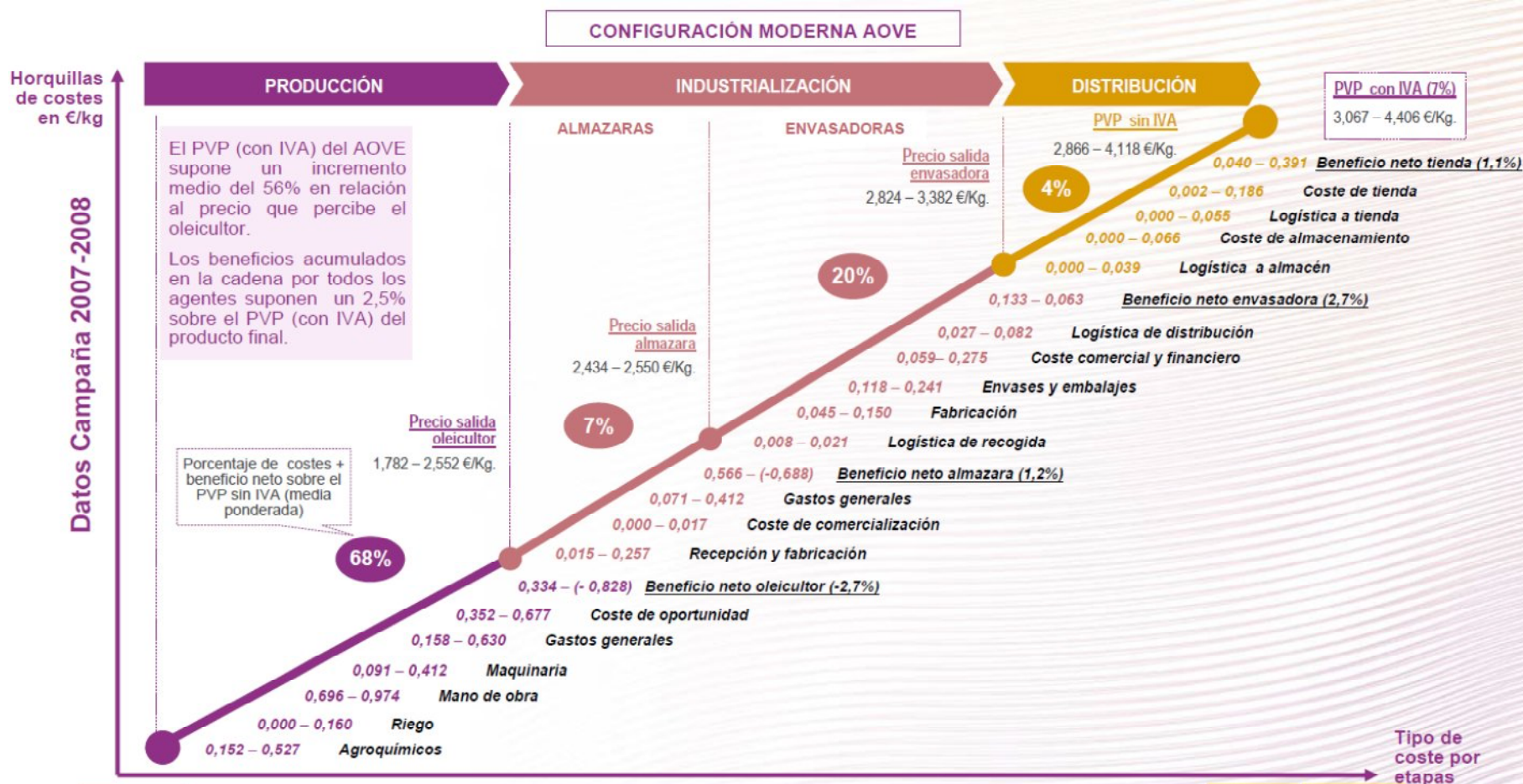
- > A comparação de preços à saída do produtor e no ponto de venda não pode ser explicada sem uma compreensão alargada da cadeia de abastecimento e dos muitos intermediários envolvidos.
- > A grande instabilidade de preços das matérias-primas (commodities) em muito tem atingido os produtores, sobretudo a partir de 2008, agravada pela grande concentração de fornecedores, onde fica uma parte significativa do valor. Por ex., em Portugal só um importador de cereais em bruto, tem mais de 80% de quota de mercado.
- > Até chegarem às lojas, os produtos passam por várias fases – produção, limpeza, calibragem, processamento, transformação, embalagem, transporte, entre outros.
- > Cada uma destas fases cria valor e determina o preço final, distribuindo esse valor pelos diferentes agentes da cadeia. Defendemos a criação em Portugal de um transparente observatório de preços.

Exemplo Espanhol - Estrutura de custos e preços no setor do azeite

3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios

LA ETAPA QUE MAYOR PESO TIENE SOBRE EL PVP (SIN IVA) DEL AOVE ES LA PRODUCCIÓN, DEBIDO PRINCIPALMENTE AL ELEVADO COSTE DE MANO DE OBRA REQUERIDO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE PODA Y RECOLECCIÓN DE LA ACEITUNA



ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DEL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA





INICIATIVAS DO SETOR



INICIATIVAS DO SETOR, ALGUNS EXEMPLOS:

> CLUBES DE PRODUTORES

- **Contratos** programa assinados por campanha
- **Equipa de gestores** agrícolas de apoio à produção
- **Visitas técnicas** e comerciais à produção
- **Cobertura** nacional

> PROTOCOLO APED - CONFEDERAÇÃO DOS AGRICULTORES DE PORTUGAL

- **realizados** mais de 100 encontros, com a presença de mais de mil participantes
- **ministradas** mais de 800 horas de formação

> OUTROS PROJECTOS

- **Preservar/recuperar** raças/variedades com tendência a desaparecerem (Ex. batata na Região de Alvião)
- **Parcerias com vista à inovação** (desenvolvimento de rações específicas; melhoramentos genéticos; métodos de produção tradicionais)
- **Acordos com** armadores e organizações de produtores; parcerias para o desenvolvimento de entrepostos e fábricas

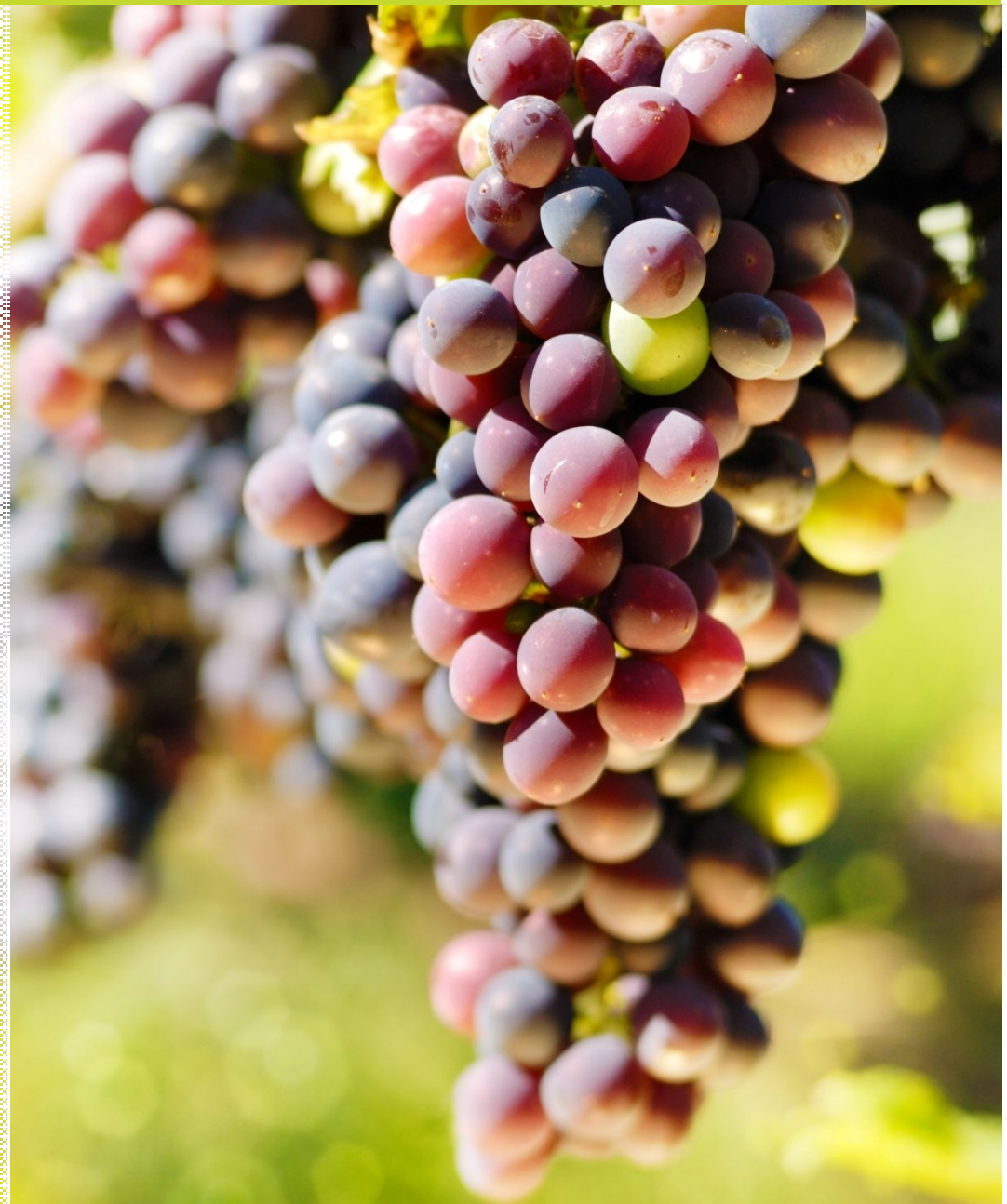
ACREDITAMOS EM RELAÇÕES DE
PARCERIA COM OS FORNECEDORES

ESTAMOS ABERTOS AO DIÁLOGO
COM OS PARCEIROS E AUTORIDADES

INTEGRAMOS A PARCA E
CONTRIBUÍMOS PARA A DISCUSSÃO
DAS QUESTÕES SECTORIAIS

PRECISAMOS DE PARCEIROS FORTES
E ORGANIZADOS, ORIENTANDO O
SUPPLY CHAIN PARA A EFICIÊNCIA,
INOVAÇÃO E PARA O CONSUMIDOR

DEFENDEMOS LEGISLAÇÃO SIMPLES,
REGULAÇÃO EFICAZ, BOAS PRÁTICAS
E UM QUADRO DE CONCORRÊNCIA
NUMA ECONOMIA DE MERCADO





APED - Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição

Lisboa, 20 de Setembro de 2012

