

Grupo Carrefour antecipa a posse de seu novo presidente

Flávia Milhassi

A aposentadoria do presidente do segundo maior grupo supermercadista francês, Carrefour, Lars Olofsson, anunciada no início deste ano, foi antecipada. Segundo comunicado da supermercadista ontem, Georges Plassat já assumiu a cadeira de presidente mundial da rede, fato esse que ocorreria apenas no dia 18 de junho.

Segundo a varejista, Olofsson ponderou que "todas as condições necessárias foram cumpridas para diminuir o período de transição". O mandato de Lars Olofsson foi marcado por altos e baixos da rede francesa, que ainda não se recuperou de quedas significativas dos lucros nos últimos tempos e que vê as operações no Brasil como as mais rentáveis. Nesta semana, especulações afirmavam que o braço de atacado do grupo Carrefour no Brasil - o Atacadão - teria demitido em torno de 300 colaboradores, informação não comentada pela rede aqui, no Brasil, e que vai contra os últimos balanços divulgados de suas vendas no País, em que o Atacadão é a operação que puxa as altas significativas vistas pelas lojas em solo brasileiro.

Especulações

Sempre no alvo de especulações, o empresário Abílio Diniz negou por meio de nota oficial que tenha recebido qualquer proposta da família Klein de adquirir a Viavarejo (holding das bandeiras Casas Bahia, Ponto Frio e NovaPonto.com), por parte dos Klein; a informação também foi negada por meio de sua assessoria. "O Grupo Pão de Açúcar, controlador de Viavarejo, não recebeu qualquer proposta para negociação da empresa e reafirma seu compromisso em promover crescimento, expansão e a captura de sinergias que beneficiem o negócio. Para Roberto Nascimento Azevedo de Oliveira, especialista do Núcleo de Estudos de Negócios do Varejo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP), se a informação for confirmada, a intenção da família Klein é ter controle total das suas operações para que eles possam voltar a atuar como antigamente. "Existem três motivos para que eles queiram o controle de volta. O primeiro pé cultural, o segundo é pelo aspecto de sua forma de fazer negócio e o terceiro é a retomada do contato com seus clientes", diz Oliveira. Ainda na opinião do professor especializado em varejo, os Klein tiveram que modificar muito o seu modo de fazer negócios com a junção.

Fonte: DCI, São Paulo, 25 maio 2012, Primeiro Caderno, p. A8.