

REVISTA O QUE ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO II • EDIÇÃO Nº 13 • JUNHO 2012

À frente, o presidente João Galassi (de camisa e gravata azuis) corta a fita inaugural com o governador Geraldo Alckmin, o diretor de Sustentabilidade João Sanzovo, o vice-presidente e deputado estadual Orlando Morando, o presidente da Abras Sussumu Honda e o superintendente da APAS Carlos Corrêa

» APAS 2012 TRAZ A ERA DA COLABORAÇÃO

Entidade comemora o sucesso do maior evento mundial do setor supermercadista

» Tecnologia mundial é aliada da Campanha De Olho na Validade

» Pesquisa auxilia associados no combate à ruptura

» Confira as ações de sustentabilidade da APAS 2012

NOSSO MAIOR COMPROMISSO É ESTAR AO SEU LADO EM TODOS OS DESAFIOS. CONHEÇA A ASSESSORIA JURÍDICA DA APAS.

Ao longo dos anos, o jurídico da APAS assumiu um posicionamento atuante e foi responsável por inúmeras conquistas do setor. Essa atuação se estende também a prestar Assessoria Jurídica aos

supermercadistas associados, esclarecendo dúvidas sobre a legislação e orientando em suas aplicações. Um suporte essencial para quem quer evoluir nos negócios e superar todas as expectativas.

Descubra como a Assessoria Jurídica APAS pode agilizar seu dia a dia enquanto você cuida dos bons negócios. Ligue (11) 3647-5000 ou acesse www.portalapas.org.br



ASSESSORIA APAS
JURÍDICA

APAS
ASSOCIAÇÃO PARULITA DE SUPERMERCADOS



Presidente: João Galassi

1º Vice-presidente: Chalim Savegnago

2º Vice-presidente: Carlos Alberto Binato

3º Vice-presidente: Ronaldo dos Santos

Vice-presidentes: Aparecido Omote, Antonio Gandra, Armando Almeida, Aurélio José Mialich, Carlos Ely, Dinis Dias, Domingos Felipe Bergamini, Edivaldo Bronzeri, Eduardo Kawakami, Jad Zogheib, José Carlos Novellini, José Flavio Fernandes, Marcio Milan, Omar Ahmad Assaf, Orlando Morando Junior, Pedro Celso Gonçalves, Pedro Lopes Brandão, Roberti Catricala, Roberto Longo Pinho Moreno

Delegado junto à Abras: Omar Abdul Assaf

Superintendente: Carlos Corrêa

Diretorias Regionais

Araçatuba: Carlos Fernandes Felipe

Baixada Santista: Carlos Varandas

Bauru: Erlon Ortega

Campinas: Alexandre Ferrato

Marília: Plácido Messias Filho

Presidente Prudente: Pedro Nicoluci

Ribeirão Preto: Tiago Albanezi

São José do Rio Preto: Renato Martins

Sorocaba: Joel Siqueira

Vale do Paraíba: Fernando Shibata

Diretorias Distritais

Leste: Sílvio Alves

Oeste: José Eduardo de Carvalho

Sul: Alessandro Ibiapina



Veículo institucional da Associação Paulista de Supermercados

Diretor: Orlando Morando Júnior

Editor: Joaquim Ferreira

Coordenação editorial: Fernanda Junqueira

Reportagem: Juliana Carlos e Neide Martingo

Fotografia: Eliane Cunha, Paulo Pepe e

Arquivo APAS

Produção: Promovisão • www.promovisao.com.br

Diagramação: Paulo Garcia

Revisão: Rita Cino

Tratamento de imagem: Artnet Digital

Produção gráfica: Fernanda Pieroni

Impressão: Ibep Gráfica

Acontece APAS é uma publicação institucional da APAS – Associação Paulista de Supermercados, distribuída gratuitamente aos associados.

Os artigos assinados não refletem, necessariamente, a opinião da Associação.

Tiragem: 7.000 exemplares

Para anunciar: (11) 3647-5027 ou comercial@promovisao.com.br

Sugestões e críticas: imprensa@apas.com.br ou (11) 3647-5000

Acesse: www.portalapas.org.br/

www.vamostiraroplanetadosufoco.org.br

Siga-nos: www.twitter.com/infoapas

www.facebook.com/portal.apas

Tendências marcam nossas escolhas

A cada ano, elegemos para o debate em nossos eventos temas que provocam reflexão no mundo dos negócios e passam a fazer parte do cotidiano das pessoas



O tema que norteia os debates tanto da Feira quanto do Congresso da APAS todos os anos tem sido objeto de grande repercussão. Há quatro anos, ousamos discutir sustentabilidade, assunto que virou referência de estratégias empresariais de outros segmentos, mantendo-se em evidência até hoje com perspectivas de durar ainda bastante tempo.

A representatividade do setor no Brasil nos leva a procurar cada vez mais a assertividade em nossas escolhas. A Colaboração – Inteligência compartilhada criando valor para o consumidor, que orientou nosso evento deste ano, reflete o avanço no uso

de redes e mídias sociais como instrumento para compartilhar informações, trocar conhecimentos, disseminar cultura e promover o bem-estar das pessoas.

Houve um tempo em que a informação boa era restrita a um grupo reduzido de pessoas, solidificando privilégios e desigualdades. Hoje, ao contrário, o valor da informação se mede pela quantidade de pessoas que a acessam. As redes de compartilhamento e colaboração ampliam as dimensões do conhecimento e proporcionam ganhos de escala significativos, o que também nos remete aos princípios da economia e do capitalismo em sua essência.

O princípio de dividir para multiplicar, tão bem explicitado no tema Colaboração, há bastante tempo causa inquietações. Poder público, iniciativa privada, estudiosos das relações humanas e sociais buscam a todo instante equacionar as diferenças e promover o desenvolvimento.

Em sintonia com este pensamento, mais uma vez a APAS ousa e lança para 2013 o tema Capitalismo Consciente. O objetivo é provocar o debate em torno de questões empresariais e corporativas. Nesse “caldeirão” cabem a ética nos negócios, o relacionamento com o poder público, as relações humanas, o respeito ao meio ambiente, a racionalidade no uso de recursos naturais e o bem-estar coletivo.

Realizamos uma excelente feira em 2012 e faremos ainda melhor em 2013.

Boa leitura!


João Galassi

Sumário

Mensagem do Presidente ... *pág. 3*

Tendências marcam nossas escolhas

Diretorias *pág. 4-6 e 16-17*

Capa *pág. 7*

Entidade comemora sucesso da APAS 2012

Indicadores *pág. 18*

Social *pág. 19*

Serviços *pág. 20*

Perfil: Jairo Florentino *pág. 21*

De bem com a natureza

Lazer/Viagens: Buenos Aires ... *pág. 22*

Toda a simpatia da Argentina

RELACIONAMENTO COM O ASSOCIADO

Caravana de Sorocaba visita sede da APAS

Objetivo da ação é mostrar aos associados como a entidade trabalha para ajudar no desenvolvimento do setor

Supermercadistas de Sorocaba e região comemoraram o momento de descontração e troca de experiências proporcionadas pela Caravana APAS, realizada no dia 26 de abril. Pela manhã, os supermercadistas conheceram os gestores e departamentos da APAS, em São Paulo. O objetivo foi mostrar como a entidade trabalha para ajudar no desenvolvimento do setor.

O grupo de empresários brindou com o diretor de Sustentabilidade João Sanzovo – representando o presidente João Galassi – e com o superintendente Carlos Corrêa, antes de seguirem para as visitas técnicas no Hipermercado Andorinha e na Casa Santa Luzia, ambos na capital. “Mais uma vez recebemos com muita alegria nossos associados do interior para este momento de confraternização”, afirmou Sanzovo.

O diretor da APAS Regional Sorocaba Joel Siqueira agradeceu a receptividade e aproveitou para ressaltar a importância da visita à APAS. “Esta é uma grande oportunidade de relacionamento. Além disso, muitos não conheciam a sede da associação”, lembrou. Bruna Roberta Carmo Costa, do Supermercado Dia, e



Supermercadistas visitam a Casa Santa Luzia: troca de experiências

Marileide Rocha Silva, do Supermercado Taraborelli – integrantes da Caravana –, estiveram pela primeira vez na sede da APAS. “Achamos ótima a organização do evento, a acolhida e a estrutura física da entidade. A APAS está de parabéns”, disseram.

Recado da APAS

O projeto das Caravanas foi criado pela diretoria de Relacionamento com o Associado, com o objetivo de proporcionar uma experiência agradável e descontraída aos associados. Uma vez por mês a entidade recebe um grupo de supermercadistas de uma regional, que tem um dia especial na capital. Se você tiver interesse em participar, pode falar com a executiva de sua Regional ou Distrital.

NOME	SUPERMERCADO	CIDADE	NOME	SUPERMERCADO	CIDADE
Antônio Eduardo Foglia	Dia%	Sorocaba	Marildo Marcon	Dia Brasil	Sorocaba
Bruna Roberta C. Costa	Dia%	Sorocaba	Marileide Rocha Silva	Taraborelli	Alumínio
Diony Cley Silvestre	Ypê	Sorocaba	Sebastião Atadaine Jr.	Correia	Votorantim
Gustavo Faulin	Santo	Sorocaba	Silvanio P. de Oliveira	Atacadão Esperança	Sorocaba
Israel Netto Camargo	Correia	Sorocaba	Valdir Faulin	Santo	Sorocaba
Ivan Carlos Coraio	Dia%	Sorocaba	Yoshio Sato	Sato	Sorocaba
João Antônio Gabriel	Brasil Mini Mercado	Sorocaba	PATROCINADOR		
Joel Siqueira	Siqueira	Sorocaba	Wellington Zacharias	Kodilar	S. J. do Rio Preto
Marcos A. Sabbatini	Comercial Esperança	São Roque	Valdernei Lúcio Franco	Kodilar	S. J. do Rio Preto
Marcos Leandro Tozi	Malucho	Votorantim	Osmar Ricardo Sinhoreti	Kodilar	S. J. do Rio Preto

Barueri em clima de confraternização

No dia 25 de abril, a APAS Distrital Oeste reuniu supermercadistas e fornecedores no Museu da Bíblia, em Barueri, para o Esquenta da Feira APAS 2012. Confira abaixo quem prestigiou o evento.

Fotos > Eliane Cunha



1. **Marilza Collado** (Alelo), os diretores **José Eduardo de Carvalho** (APAS Distrital Oeste), **Alessandro Ibiapina** (APAS Distrital Sul) e **Nicolas Piovesan Batista** (Alelo – patrocinador master do evento) | 2. **Kátia Suschi, Sandro Darco e Betty Torres**, do Supermercado Santa Margarida | 3. **Cássia Faccogli Venturi, Ana Paula Souza, Paulo Goes, Gerson Nitton, Sinara Cíntia e Marcos Venturi**, do Mercado Venturi | 4. O anfitrião do evento **José Eduardo Vaz de Carvalho, Nicolas Piovesan Batista** (Alelo), o diretor da APAS Distrital Sul **Alessandro Ibiapina**, e os vice-diretores da Distrital Oeste **Jorge Yuki Tasato e Cássio Rogério Tretel** | 5. Associados da Rede Supervizinho: **Clayton e Luciana Yoneta, Marina e Enrico Piccin** | 6. **Florisvaldo Moreno** (Perfecta Curitiba), **Jaime Castanho Dias** (Alta Rotação), **Cássio Rogério Tretel** (vice-diretor da Distrital Oeste), **Celso Morelli** (Supermercado Silva), **Alexandre Uzuelli** (vice-diretor da Distrital Oeste) e **Luis Vicente Stalian** (Supermercado Sorocaba) | 7. O diretor da Distrital Oeste **Pedro Silveira** (2º à dir.) com a esposa **Maria de Lurdes**, os filhos **Álvaro e Letícia** e o neto **João Pedro** | 8. O superintendente da APAS **Carlos Corrêa** e os diretores **Cássio Rogério Tretel, Reinaldo de Moraes, Alexandre Uzuelli, Pedro Silveira, José Eduardo de Carvalho e Jorge Tasato** | 9. Supermercadistas da zona oeste participam do evento



Painel de Fornecedores no Congresso da APAS 2012: pesquisa auxilia associados

Marcos Alves

MERCADO

Varejo une-se à indústria no combate à ruptura

Pesquisa APAS-Nielsen detalha como a falta de produto na gôndola pode ser minimizada

A ruptura é um dos principais problemas enfrentados pelos supermercadistas. Afinal, sem produto na gôndola não há venda. Por isso a Nielsen realizou um estudo, a pedido da APAS, sobre a importância do combate à ruptura no varejo. Parte da pesquisa foi divulgada durante o Painel de Fornecedores, no 28º Congresso da APAS 2012. Entre os desafios a serem superados está a percepção do que é, efetivamente, a ruptura e de que forma ela pode ser medida. Para isso é preciso que haja parceria entre varejo e indústria.

O estudo da Nielsen aponta que, na maioria das situações em que o item não é encontrado na prateleira, o consumidor compra no concorrente. Entre as possibilidades de combater o problema foram apontados no levantamento o investimento em tecnologia – com ferramentas que detalhem o problema e traduzam em números o quanto se ganha reduzindo a ruptura – e uma comunicação alinhada, inclusive entre departamentos nas empresas – como por exemplo, as áreas comerciais do varejo e da indústria.

O estudo foi baseado em pesquisa qualitativa com indústria e varejo e também a partir de um levantamento feito

pela Nielsen em oito mil lares brasileiros. Representantes dos grupos Pão de Açúcar, Confiança e Central Supermercados e das indústrias Nestlé, Danone e Urbano expuseram suas visões sobre os principais obstáculos e oportunidades no combate à ruptura.

O diretor de Mercado da APAS Omar Ahmad Assaf, também diretor da Central Supermercados – que atua na Baixada Santista –, diz que todos os pontos levantados na pesquisa serão avaliados para que medidas sejam tomadas a fim de auxiliar os associados. “A perfeição não existe, mas podemos diminuir ao máximo os problemas nesta área”, diz Assaf.

Recado da APAS

A pesquisa apontando as causas da ruptura foi uma encomenda da APAS para prestar um serviço aos associados. Ao disponibilizar estas informações, a APAS contribui para que os associados consigam combater a falta de um determinado produto na loja e, com isso, obter mais rentabilidade. A íntegra da pesquisa está disponível no Portal APAS: www.portalapas.org.br.



Presidente João Galassi, diretores e gestores no coquetel de lançamento da APAS 2013: fechamento da edição 2012 com chave de ouro

Entidade comemora sucesso da APAS 2012

Mais de 70 mil supermercadistas visitaram os 550 estandes dos expositores. Tema do ano que vem é Capitalismo Consciente

A APAS 2012 – 28º Congresso e Feira de Negócios em Supermercados foi o marco do setor supermercadista deste ano. O sucesso do evento foi comprovado com os números do balanço e o entusiasmo de expositores e visitantes. E vêm mais boas notícias por aí: o tema da Feira APAS 2013 é Capitalismo Consciente. Novamente, a entidade se alinha às tendências mundiais e chama a atenção para importantes questões de interesse da sociedade.

Este ano o tema Colaboração - Inteligência compartilhada criando valor para o consumidor - seduziu aproximadamente 70 mil empresários do setor, que visitaram 550 expositores nacionais e internacionais em 68 mil metros quadrados de área destinada ao evento. Os negócios gerados alcançaram R\$ 5 bilhões. “Um dos destaques foi o projeto internacional, fruto de parceria da APAS com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, a Apex-Brasil, do governo federal. Nos quatro dias de evento recebemos 591 executivos de 402 empresas de países como Estados Unidos, Venezuela, Haiti, Rússia e Uzbequistão. Um sucesso”, afirmou o vice-presidente e diretor da Feira Ronaldo dos Santos.

Outros números que chamaram a atenção foram as cerca de 100 palestras realizadas, que tiveram a participação de mais de 3.700 pessoas. Os palestrantes internacionais, como Tim Dorgan, Don Tapscott e Hope Schau, trouxeram as experiências de outros países e foram bastante apreciados pela plateia. As apresentações dos convidados brasileiros, tais como Nizan Guanaes, Abilio Diniz e Amyr Klink, também enriqueceram o aprendizado dos supermercadistas. As palestras motivacionais e estruturais tiveram como mestres de cerimônia os diretores Ronaldo dos Santos (Feira APAS), Aurélio Mialich (Relacionamento com o Associado) e Carlos Binato (Produtos). “O setor supermercadista está consciente de que todos ganham com a troca de experiências”, disse o presidente da APAS João Galassi, sobre o tema da Feira APAS.

Inúmeras autoridades e celebridades prestigiaram o evento, entre elas a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome Tereza Campello, que representou a presidenta Dilma Rousseff, o governador de São Paulo Geraldo Alckmin, o ex-governador e pré-candidato à Prefeitura de São Paulo José Serra, além de esportistas e artistas de todo o País.

Arena do Conhecimento

Os auditórios da Arena do Conhecimento ficaram lotados todos os dias por profissionais que vieram de todas as regiões de São Paulo entender melhor a operação do dia a dia nas lojas. Os temas relacionados à rotina das equipes, como açougue, padaria, rotisseria, prevenção de perdas, ganharam prioridade. Entre os palestrantes, a Arena recebeu o diretor comercial do Grupo JBS-Friboi Alexandre Jaeger, que falou sobre açougue; o chef da Academia Bunge Luiz Farias, que deu detalhes sobre rotisseria; e os vários consultores da Escola APAS.

Visitas técnicas

Já as visitas técnicas representam a oportunidade de aprender novos conceitos do varejo. Os gerentes da

Coop – Cooperativa de Consumo, Marcos Rodrigues e Agenor Marino fizeram parte do grupo que visitou a Casa Santa Luzia. Para eles, a experiência foi inesquecível. Rodrigues percebeu que, no Santa Luzia, o foco é dado ao cliente, não ao produto. Já Marino afirma: “o negócio é voltado para as classes A e B, mas as ocorrências, no dia a dia, são praticamente as mesmas das verificadas na Coop. Conhecer outro ambiente é muito importante.”

Estande Mundo APAS

Este foi o lugar que uniu, na feira, todos os projetos e propostas da APAS para os associados e para a sociedade, entre eles o E-Super – ensino à distância online da Escola APAS, realizado em parceria com o Instituto IGA Coca-Cola e patrocínio da Femsas – e o Guia da Loja Verde, publicação que dá dicas de como implantar projetos ecologicamente corretos nas lojas. Além disso, o público pôde conferir os convênios da entidade e receber o auxílio dos profissionais da área jurídica, com informações e dicas em relação aos mais diversos assuntos. “O estande Mundo APAS informou sobre as atividades, projetos e produtos que a associação desenvolve para seus associados. Este foi o momento de recebê-los e tirar as dúvidas sobre assuntos que interferem na operação dos supermercados”, completou o superintendente da entidade Carlos Corrêa.



Comunicação APAS

Estande Mundo APAS:
dicas para associados

Recado da APAS

Mais uma vez, a APAS preparou para seus associados e o mercado em geral uma feira com o que há de melhor, tanto em produtos e serviços como em informações sobre tendências mundiais do varejo. Supermercadistas e fornecedores puderam compartilhar conhecimentos e fazer negócios promissores para ambos. A entidade pesquisou e definiu o tema Capitalismo Consciente para a APAS 2013, que será ainda melhor.

Ação bate recorde e arrecada 24,5 toneladas de alimentos

No último dia da Feira APAS 2012, a ONG Canto Cidadão transformou o Expo Center Norte em cenário de uma verdadeira caça ao tesouro. Os objetos da cobiça eram os produtos que estavam expostos nos estandes, que foram arrecadados por 470 voluntários de 16 entidades assistenciais. No fim, as equipes contabilizaram 24,5 toneladas de alimentos e itens de limpeza e higiene pessoal. Depois da coleta, a mercadoria foi dividida igualmente e entregue a 16 entidades, entre elas Casa São Francisco de Idosos de Taubaté, Instituto do Câncer e Associação Saúde Criança São Paulo.

Esta é a terceira vez que a ONG Canto Cidadão faz parceria com a APAS com o objetivo de arrecadar os produtos para doação. No ano passado, o resultado foi 22 toneladas de itens. “O projeto é muito gratificante. A iniciativa veio ao encontro do tema do evento deste ano: colaboração. Todos juntos, envolvidos com a causa social”, ressaltou Suzana Sanzovo, vice-diretora de Responsabilidade Social da APAS.

Clube de Mães do Brasil

Outra iniciativa social vista na Feira APAS foi a parceria com a ONG Clube de Mães do Brasil. O estande mostrou as sacolas reutilizáveis feitas por pessoas que viviam nas ruas de São Paulo. Várias empresas, como McDonald's e Habib's, doam banners usados que são transformados em sacolas reutilizáveis pelos integrantes da ONG e vendidos para essas mesmas companhias.

“A presença do Clube de Mães do Brasil na Feira APAS intensificou os contatos com as empresas. Isso poderá fazer com que mais pessoas participem do projeto. Ou seja, a ação engloba o lado social e o sustentável”, afirma o encarregado da comunicação social da ONG, Jhamaro Florentino Lima.



Voluntários retiram os produtos doados dos estandes: solidariedade



Estande da ONG Clube de Mães do Brasil: banners viram lindas sacolas reutilizáveis

Sustentabilidade em primeiro lugar

O que não faltou na Feira APAS 2012 foram ações que preservam o meio ambiente. Quem passeou pelos corredores do Expo Center Norte interagiu com dois simpáticos robôs que respondiam perguntas sobre os cuidados com o planeta. A ideia era informar sobre o descarte correto do lixo nos pavilhões.

Entre as ações, uma equipe de especialistas em sustentabilidade no varejo implementou uma política rígida de gerenciamento de resíduos e monitorou e quantificou as emissões de gases de efeito estufa nos quatro dias da feira. A compensação será feita com o plantio de árvores nas cidades-sede das regionais APAS em todo o Estado de São Paulo. Outra iniciativa

foi o Prêmio Melhor Estande Sustentável, direcionado aos expositores que levaram em conta o tema sustentabilidade, tanto no processo de montagem como na composição da arquitetura. Foram quatro empresas premiadas: Maças Fischer (estande pequeno porte); Bioleve (médio porte); Laticínios Jussara (grande porte) e Unilever (mega porte).



Foto: Comunicação APAS

Robô na feira: foco em ações sustentáveis

Todos juntos na mesma direção

Todos os anos representantes das associações estaduais de supermercados e a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) se reúnem na Feira APAS, no Expo Center Norte. Participaram do encontro, nesta edição, superintendentes, gerentes e secretários destas entidades. Foram discutidos os projetos desenvolvidos pela APAS, como a campanha De Olho na Validade, o curso E-Super e a campanha que substituiu as sacolas descartáveis por reutilizáveis no Estado de São Paulo.

“Os membros das associações estaduais se reuniram todos os dias do evento. Alguns deles pretendem implantar os projetos da APAS localmente. Um exemplo é Minas Gerais, onde foi lançado o De Olho na Validade”, afirma o superintendente da APAS Carlos Corrêa. A Abras participou também dos encontros. “A proposta da entidade é disponibilizar até julho um programa de controle de clientes CRM similar ao que a APAS demonstrou. Com isso todas as associações terão acesso aos dados”, completa Corrêa.



Reunião com associações de supermercados: projetos da APAS são exemplos para outros estados

Compartilhar conhecimentos na era da colaboração

Várias autoridades políticas, personalidades, empresários do varejo e da indústria e jornalistas participaram da APAS 2012 – 28º Congresso e Feira de Negócios em Supermercados. Confira a seguir algumas imagens.

Fotos > FotoAndres.com e Márcia Alves



1



2



3



4



5



6



7

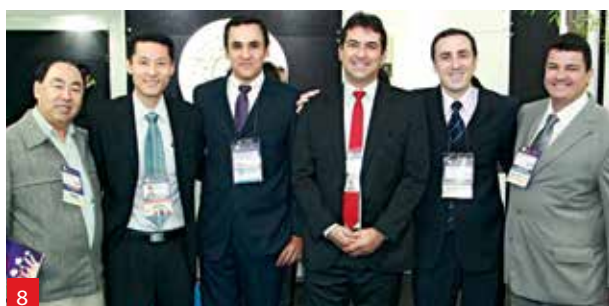


8



9

1. O prefeito de São José dos Campos **Eduardo Cury**, a secretária Estadual de Justiça **Eloísa de Souza Arruda** e o VP da APAS e deputado estadual **Orlando Morando** | 2. **João Galassi**, **Jad Zogheib**, **Pedro Lopes Brandão** e **Chalim Savegnago** | 3. O ator global **Bruno Gagliasso** foi o mestre de cerimônias do jantar de lançamento da APAS 2012, no Palácio dos Bandeirantes | 4. **Richard Almeida** (Insight Propaganda), **Antônio Nagai** (vice-diretor da APAS Regional Presidente Prudente) e **Toni Gandra** (vice-diretor de Responsabilidade Ambiental da APAS) | 5. **João Batista Lohn** (VP Abras), **José Nogueira** (Amis), **João Galassi**, **Fernando Yamada** (Aspas) e **João Sanzovo** | 6. **João Galassi**, **Orlando Morando**, **Diego Hypólito** (ginástica artística), **Angélica Kwieczynski** (ginástica rítmica), **José Serra**, **Leandro Guilherme** (judô) | 7. **Antonio Carlos Poletini** e **Atanázio dos Santos Netto**, da Acats (1º e 2º à dir., respectivamente), entregam a **João Galassi** e a **Gilberto Antoniulli** o livro "Conquistas e Maturidade", que conta a história de 40 anos da Associação Catarinense de Supermercados | 8. **Carlos Corrêa**, **Carlos Severini** e esposa **Adriana** (ABAD) e **Romano Pansera** | 9. O superintendente da APAS **Carlos Corrêa** e o secretário do Verde e do Meio Ambiente de São Paulo **Eduardo Jorge**



1. **Omar Abdul Assaf** (ao centro) com a esposa **Lucy Helena Paiser Assaf** e **Omar Ahmad Assaf** | 2. O diretor de Gestão Comercial e Operacional da APAS **Jad Zogheib** e esposa **Carmen** | 3. **João Sanzovo** concede entrevista ao apresentador **Eduardo Coelho** para o programa “Mais Cidadão” (TV Record Campinas) | 4. O vice-presidente do Conselho Consultivo da APAS **Gilberto Antonioli**, o deputado estadual **Itamar Borges**, o secretário Estadual da Fazenda **Andrea Calabi**, o presidente da Assembleia Legislativa de São Paulo **Barros Munhoz**, o diretor da APAS Regional Campinas **Alexandre Ferrato dos Santos** e a deputada estadual **Célia Leão** | 5. O presidente **João Galassi** confere a novidade da cervejaria Heineken: a Kaiser Barril | 6. **Ana Celma Chaves**, **Silvio Chaves** e **Luciana de Arruda Barreto** | 7. O presidente da APAS **João Galassi** é entrevistado para o programa Pedro Alcântara, exibido na Rede Record Litoral | 8. **João e Fernando Shibata**, **Alessandro Ibiapina**, **Palimércio de Luccas**, **Fabiano Benedetti** e **Rogério Miotto** | 9. Os diretores da APAS **Pedro Celso Gonçalves** (T&D), **Flávio Fernandes** (TI e Logística) e **Ronaldo dos Santos** (Produtos)



1. **Octavio Neto**, do Radar Television, entrevista o superintendente da APAS **Carlos Corrêa** | 2. **Ronaldo dos Santos**, a palestrante internacional **Hope Schau** e **João Galassi** | 3. **Amilcar Lopes**, **Luciana Bruzzi** e **João Galassi** | 4. **Tunico Dias** (gerente comercial da APAS), **João Galassi** (presidente da APAS) e **Ricardo Buechem** (gerente comercial da Henkel) | 5. **Rogério Montolar** (Supermercados Tauste), **Daniel Simões**, **Fabiana Afonso**, **Amauri Pazzini** e **José Rubens**, do Banco Safra, **João Galassi** (presidente da APAS) e **Julio Brito** (Banco Safra) | 6. **Romano Pansera**, **João Sanzovo**, o ex-governador e candidato à Prefeitura de São Paulo **José Serra**, **João Galassi** e o deputado estadual **Orlando Morando** | 7. O astronauta **Marcos Pontes** mostra o seu livro "Missão Cumprida – A História Completa" para os diretores da APAS **Flávio Fernandes** e **Orides Russi** | 8. **Rose Pavan**, **Iolanda Carvalho**, **Tânia Ferrato**, **Suzanna Moreno**, **Márcia Russi**, **Mariana Corrêa**, **Suzana Sanzovo**, **Rose Pansera** e **Acely Mariano** | 9. O diretor de Economia **Martinho Paiva Moreira**, o presidente **João Galassi** e o presidente da Abras **Sussumu Honda** apresentam para jornalistas a pesquisa "Tendências do Consumidor 2012"



1



2



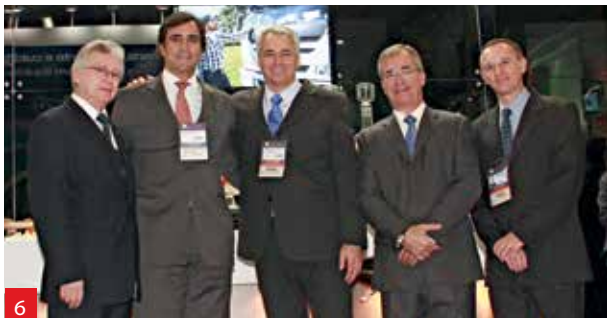
3



4



5



6



7



8



9

1. À frente: o governador **Geraldo Alckmin**, o deputado estadual **Orlando Morando**, o presidente da Alesp **Barros Munhoz**, o secretário Estadual de Gestão Pública **Davi Zaia** e a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome **Tereza Campello** | 2. **Romano Pansera**, **Natal Galassi**, **Abílio Diniz** e **João Galassi** | 3. A convite da Vinhos do Brasil, bateria da escola de samba Vai-Vai anima o público | 4. **Camila Novaes** (Cielo), **João Galassi**, **Cláudio Oliveira**, **Rômulo Dias** e **Marco Vannucchi**, todos da Cielo | 5. **Iolanda Carvalho** e **João Sanzovo** entregam à **Margarete Fujikawa** e **Diogo Ganzella**, da Unilever, o prêmio de melhor Estande Sustentável | 6. **João Pereira** (Central de Negócios ABAD), **Alcides Cavalcanti** (Iveco), **João Galassi**, **João Sanzovo** e **Edivaldo Bronzeri** | 7. **Joaquim Cunha** (Prezunic Supermercados), **Wesley Batista** (Grupo JBS Friboi) e **João Galassi** | 8. **Roberto Prado**, **João Marcelo**, **Pedro Henrique Pereira**, **José Flávio Fernandes**, **Wanderley Cillo Junior** e **Anderson Martins** | 9. **Ricardo Selmi**, **João Galassi**, **José Serra** e **Orlando Morando**



1. **João Galassi e Manuel Vasconcelos Filho** (Ases - Associação Sergipana de Supermercados) | 2. **Waldir Beira Júnior** (Química Amparo), **João Galassi e Antonio Ricardo Beira** (Química Amparo) | 3. **Manoel Simões** (programa Manoel Simões), **Tiago Albanezi** (diretor da APAS Regional Ribeirão Preto), **Luiz Amorim** (Cielo), **João Galassi** (presidente da APAS) e **Rômulo Dias** (Cielo) | 4. **Fabiano Benedetti** (Marketing APAS), **Cristiano Fonseca** (Café Três Corações), **João Galassi** (presidente da APAS), **Jefferson Deywis, Paulo de Tarso**, ambos do Café Três Corações, e **Tunico Dias** (Comercial APAS) | 5. **Roberto Ravnani**, da ONG Canto Cidadão, fala sobre a importância da ação de arrecadação, observado pelas diretoras **Suzana Sanzovo e Virgínia Galassi** | 6. O casal **João e Virgínia Galassi** | 7. **João Galassi, José Aníbal** (secretário de Energia de São Paulo), **Alair Martins** (Grupo Martins) e **Wesley Batista** (Grupo JBS Friboi) | 8. **João Galassi, João Lucas** (Coca-Cola Femsa), **Tunico Dias** (Comercial APAS), **Cida Falcão e Flávio Botelho**, ambos da Coca-Cola Femsa



TI E LOGÍSTICA

Tecnologia mundial inédita é aliada da Campanha De Olho na Validade

Se o produto estiver fora da validade será “barrado” no caixa

Presidente João Galassi (2º à dir.), o gerente da Toledo Brasil Mario Pandolfo e o deputado estadual Orlando Morando apresentam ao governador Geraldo Alckmin a balança: novo conceito em pesagem para o setor

A novidade foi lançada na Feira APAS 2012. São as etiquetas que avisam, no checkout, se o produto estiver fora da validade. O projeto piloto foi implementado numa das lojas da rede Galassi, em Campinas. Por enquanto, só os produtos perecíveis – como presunto e queijo fatiados, ou frango já temperado, por exemplo, vendidos em bandejinhas – terão o controle, mas a ideia é estender a ação para todos os itens.

O projeto é fruto de uma parceria da APAS com a empresa Toledo do Brasil Balanças, que desenvolveu um software para que a mercadoria não saia da loja se não estiver na validade. Já a empresa Visual Mix é responsável pela aplicação que permite que o equipamento no caixa “leia” as informações registradas na etiqueta. De acordo com o presidente da Visual Mix Antonio Morcsh, a etiqueta vai informar o dia e o horário em que o alimento foi embalado, após a preparação no supermercado, e o período no qual estará válido para consumo. “Se houver algum problema com a validade, será dado um alerta no caixa, e o item não poderá ser vendido”, diz Morcsh.

As etiquetas apresentam ainda outra novidade: o controle pode ser usado também como uma ferramenta de gestão. “O supermercadista saberá com segurança a data de validade dos produtos que estão na gôndola. É um levantamento bastante importante, que ajuda

o varejista a controlar e se adiantar às ocorrências”, afirma o gerente nacional de vendas da Toledo Mário Pandolfo. Ele informa que outras regiões do País estão interessadas na tecnologia, como o Nordeste, o Rio Grande do Sul e o Rio de Janeiro.

“Além da segurança de o produto ser barrado no caixa, os relatórios são de extrema importância para os supermercados. Trata-se da prevenção do problema”, diz o diretor de TI e Logística da APAS José Flávio Fernandes. Para o presidente da APAS João Galassi, diretor da rede na qual foi instalado o projeto-piloto da tecnologia, o código de barras que avisa se o produto estiver vencido é uma novidade não só no Brasil, mas também no mundo. “Este é um projeto pioneiro e vencedor, porque fecha o cerco aos produtos vencidos. E é apenas o primeiro passo. O objetivo é fazer com que todos os itens vendidos nas lojas sejam checados”, destaca Galassi.

Recado da APAS

O código de barras que alerta o caixa se o produto estiver vencido completa a campanha De Olho na Validade. Ao firmar parcerias com a Toledo do Brasil e a Visual Mix para aprimorar esta tecnologia, a APAS prioriza o respeito ao consumidor, pois auxilia os associados a prestarem serviços cada vez melhores aos clientes.

Parceria sem limites

APAS e INSS dão oportunidade para que supermercadistas e deficientes físicos possam trabalhar juntos

O supermercadista já sabe: é difícil encontrar candidatos que possam ocupar as vagas para deficientes físicos na equipe, como determina a lei. Mas tem novidade nesta área. A APAS fez parceria com o Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) para que os associados tenham mais chances de contratar as pessoas com algum tipo de limitação. O termo de cooperação foi assinado na solenidade de abertura da APAS 2012 – 28º Congresso e Feira de Negócios em Supermercados, no dia 7 de maio.

Ainda este ano a APAS vai ter acesso aos nomes dos que estão afastados no cadastro do INSS. Esses possíveis candidatos serão contatados, passarão por treinamento e cursos de formação profissional, por meio de um processo estruturado que contemple todas as etapas necessárias à criação de um ambiente favorável à inclusão social. Os supermercadistas poderão, depois disso, contratar estes colaboradores e cumprir a lei. “Há muitos deficientes físicos aptos para atuar no varejo. O acordo técnico firmado entre a APAS e o INSS servirá de ponte

para que eles e os supermercadistas se encontrem e possam trabalhar juntos”, afirma o diretor de Assuntos Jurídicos da APAS Roberto Longo Moreno.

O próximo passo, segundo ele, é fazer com que as pessoas contratadas pelos supermercados não percam o benefício financeiro, concedido pelo INSS por estarem afastadas do trabalho. “Muita gente tem medo de perder a quantia mensal se for trabalhar nos supermercados. Estamos estudando uma maneira de mudar este processo”, completa Longo.

Recado da APAS

A parceria com o INSS é mais um benefício para os associados APAS ao possibilitar aos supermercadistas preencherem as vagas destinadas a portadores de deficiência, e com isso cumprirem a Lei de Cotas 8213/1991. Um plano de trabalho irá estabelecer os critérios dos cursos para pessoas com deficiências se inserirem no setor.



O presidente João Galassi e a superintendente regional do INSS em São Paulo Dulcinea Golgato Aguiar assinam parceria: programa de cursos para PPDs

Confiança do setor aponta otimismo para 2012

A Pesquisa de Confiança dos Supermercados do Estado de São Paulo (PCS/APAS) registrou relativa estabilidade em maio em relação ao mês anterior. Dos entrevistados, 35% apontaram otimismo em relação ao ambiente econômico atual e futuro, enquanto 27% mostraram-se pessimistas e 38% mantiveram-se neutros. No que diz respeito à percepção atual, o otimismo atinge 29% dos entrevistados, enquanto que no que diz respeito à expectativa futura este percentual atinge 40%.

A pesquisa destaca evolução no otimismo com relação à taxa de juros da economia, o que tende a refletir um ambiente mais favorável para os negócios ao longo dos próximos meses. A redução das taxas de juros favorece um ambiente de investimentos por parte do setor, que busca a inovação e o melhor atendimento por meio de lojas com mais conforto, que atendem bem seus consumidores. Outro ponto de destaque se refere à percepção atual e futura da atividade econômica do país, já que a pesquisa aponta otimismo com relação ao PIB, tanto no momento atual quanto no futuro.

Apesar da estabilidade na confiança dos supermercados, alguns indicadores importantes mostraram o crescimento do otimismo e são variáveis que impactam de maneira direta a confiança do setor. Isso porque juros menores e atividade econômica ainda aquecida, principalmente no comércio supermercadista, proporcionam a manutenção na confiança dos empresários do setor.

Comportamento dos preços é mais favorável

O Índice de Preços nos Supermercados da APAS (IPS/APAS), calculado pela Fipe, acumula elevação de 0,47% de janeiro a abril deste ano. O resultado é mais favorável se comparado ao mesmo período de 2011, quando a variação foi de 0,51%. Este é um indicador importante de ser acompanhado ao longo dos próximos meses, por determinar o comportamento dos preços no ano. Na comparação mensal, a variação é de 0,58%, e em 12 meses, a alta nos preços é de 4,97% - percentual inferior aos demais indicadores de inflação.

As categorias que mais impactaram para a elevação dos preços foram cereais (4,30%), leite (2,13%), panificados (1,40%) e óleos (3,22%). De maneira geral, as variações de um mês para outro estão mais relacionadas a descompassos pontuais entre a oferta e a demanda, do que variações estruturais nos preços que possam gerar aumentos persistentes.

Índice de Vendas mantém ritmo de crescimento

O faturamento real dos supermercados no Estado de São Paulo (deflacionado pelo IPS/APAS), no conceito todas as lojas, registrou alta de 4,15% nos primeiros quatro meses do ano, em comparação ao mesmo período de 2011. Já no conceito mesmas lojas, a alta foi de 6,26%. Por sua vez, os hipermercados registraram alta de 0,17% no conceito todas as lojas e 1,29% no conceito mesmas lojas, no acumulado dos primeiros quatro meses do ano, comparado com o mesmo período do ano anterior.

Deste modo, o primeiro quadrimestre de 2012 se mostrou em ritmo mais aquecido que 2011, em função do aquecimento verificado em fevereiro e março, indicando uma evolução mais favorável no desempenho das vendas e no faturamento do setor. O tripé aumento real do salário mínimo, crescimento do emprego e alta da renda vem determinando a elevação do poder de compra da população, principalmente das classes C, D e E, que vem sendo fator determinante no desempenho favorável do setor. Em 2012 a expectativa é que o setor mantenha o ritmo de crescimento, que nos últimos anos ficou acima das demais atividades econômicas.

* Rodrigo Mariano, departamento de Economia e Pesquisa da Associação Paulista de Supermercados (APAS)

Bons negócios, pois!

Quando o vice-diretor da APAS Regional Sorocaba João Antônio Gabriel viajou para Lisboa (Portugal), em fevereiro passado, para participar da Feira SISAB 2012 (Salão Internacional do Setor Alimentar e Bebidas), não imaginava que suas expectativas seriam superadas. O evento reúne a cadeia exportadora dos mais diversos produtos do País. O supermercadista viajou representando a APAS Regional Sorocaba.

Todos os contatos e informações absorvidas são extremamente úteis para o varejo no Brasil. Entre as novidades, conhecidas durante os três dias do evento, está o azeite vendido com ouro – a unidade custa cerca de R\$ 90. Os flocos de ouro 18 quilates “passeiam” pelo produto quando este é manuseado, já que é espesso. O visual seduz o consumidor. “Fizemos muitos contatos com os empresários portugueses. Isso significa que bons negócios podem ser feitos”, diz Gabriel, que admira bastante a cultura daquele País.

Ele tem nacionalidade portuguesa e sentiu-se prestigiado quando concedeu entrevista para um dos principais veículos de comunicação em Portugal, a TV SIC. “Eu e minha esposa, Graça, conhecemos a ministra da



João Gabriel e a ministra da Agricultura de Portugal Assunção Cristas: bons negócios de Portugal para o Brasil

Agricultura de Portugal Assunção Cristas, e trocamos informações sobre o comércio de ambos os países. Foi uma viagem inesquecível”, afirma.



Renato Martins: 50 tucunarés e seis dourados

Souvenir apetitoso

O diretor da APAS Regional São José do Rio Preto Renato Martins passou quatro dias navegando e pescando no Rio Paraná, na cidade de Panorama, interior paulista. O passeio foi realizado em março e rendeu bons frutos, ou melhor, peixes. O supermercadista viajou com 15 representantes do Rotary Clube de Votuporanga, do qual é presidente. Resultado: muita alegria, boa conversa, 50 tucunarés e seis dourados pescados. “Os peixes vieram na bagagem. E foram servidos em duas das nossas reuniões semanais do Rotary”, disse Renato, animado.



Equipe do Marketing no heliponto da APAS: planejamento estratégico das ações e produtos da entidade

Comunicação APAS

Satisfação do associado em primeiro lugar

A área de Marketing existe há dois anos. Participação da equipe está em todas as ações da APAS, internas e externas

Divulgar ideias, disseminar projetos e planejar a estratégia de comunicação. Estas são algumas das funções de um departamento de Marketing, como o que foi criado há aproximadamente dois anos na APAS. Os cinco integrantes da área não têm sossego. Eles têm que dar apoio a todas as ações que são feitas, tanto para os colaboradores da APAS como para os associados e os clientes. Uma responsabilidade e tanto. O gerente da área é Fabiano Benedetti. É dele a missão de fazer o planejamento estratégico das ações e dos produtos da APAS. O departamento também apoia os projetos de todas as áreas e cuida da imagem institucional da associação. “A APAS tem muitos produtos: a revista SuperVarejo, a Feira APAS, o Espaço APAS Centro de Convenções, a grade de calendário anual e os eventos. Cada um dos integrantes do marketing cuida de um aspecto do trabalho para que o resultado seja positivo”, detalha Benedetti.

Os projetos para os eventos da APAS são de responsabilidade de Daniele Barabba. É ela quem faz a produção, o orçamento e fica de olho em todos os detalhes. Entre os destaques estão o belo jantar realizado na abertura da Feira APAS 2012, no Palácio dos Bandeirantes,

o Evento Família, o Encontros APAS Happy Hour, as Caravanas e o Troféu Ponto Extra. Já a comunicação interna está sob a atenção de Camila Pontes. O nome da atividade é pomposo: endomarketing. Ela organiza todas as ações internas da APAS, para os colaboradores, e dá apoio para o departamento de Recursos Humanos. As principais ações são a gestão de comunicação interna, como a festa de final de ano da equipe, o projeto voltado às homenagens de dez anos de casa dos colaboradores e a “Hora RH” – comemoração dos aniversariantes de cada mês.

Flávia Rezende cuida dos produtos APAS e dá suporte para ações feitas para a revista SuperVarejo, o Espaço APAS e os projetos institucionais, por exemplo. Luiz Caiasso, entre outras atividades, organiza as parcerias com outras empresas e é responsável pelo planejamento das ações e gestão das campanhas (CRM). “O departamento cresceu muito, mas ainda está em fase de desenvolvimento. Costumo dizer que ‘trocamos a roda com o veículo em movimento’. Trabalhamos e evoluímos ao mesmo tempo”, avalia o gerente. “A nossa função é estratégica para a associação.”

Equipe

Fabiano Benedetti (gerente)
fbenedetti@apas.com.br
(11) 3647-5200

Luiz Caiasso (analista)
lcaiasso@apas.com.br
(11) 3647-5417

Flávia Rezende (analista)
frezende@apas.com.br
(11) 3647-5201

Daniele Barabba (assistente)
dbarabba@apas.com.br
(11) 3647-5204

Camila Pontes (assistente)
cpontes@apas.com.br
(11) 3647-5055

De bem com a natureza

Jairo Florentino, diretor do Supermercado Florentino, inspira mudança de hábitos em vizinhos e dá o exemplo em sustentabilidade

Jairo Florentino, 46 anos, diretor do Supermercado Florentino, de Marília, leva o tema sustentabilidade tão a sério que já inspira a mudança de hábitos dos vizinhos do seu sítio em Oscar Bressane, também no interior de São Paulo. Todo final de semana ele, a esposa e os três filhos vão para o local para descansar e para deixar o sítio cada vez mais bonito. O amor do supermercadista pela natureza começou na infância. Os pais de Florentino o ensinaram a prestar atenção no que está ao redor.

Florentino adquiriu o sítio há cerca de um ano e meio. De lá para cá, seus cuidados revolucionaram o local. As árvores frutíferas plantadas por ele ocupam todo o espaço e deixam a região mais charmosa e colorida. Além disso, as nascentes dos rios foram cercadas para preservar o meio ambiente. “Eu realmente acredito que cada um de nós pode fazer a sua parte para melhorar o lugar em que vivemos. Os vizinhos perceberam que o local pode ficar mais saudável e bonito. Depende só de nós mesmos”, afirma o supermercadista.

A conscientização é feita também no Supermercado Florentino. Todas as ações sugeridas pela APAS estão a pleno vapor na loja. O consumidor que trazer cinco litros de óleo usado ganha um litro novinho. O material é usado para a fabricação de sabão. Há também a coleta de pilhas e baterias para a destinação correta e o uso de sacolas reutilizáveis ao invés das embalagens descartáveis, como estabelecido no TAC assinado pelo Ministério Público, Procon-SP e APAS. “A ganância e o poder não podem tomar conta da sociedade. A prioridade é o meio ambiente”, ressalta.

Jairo em seu sítio: “cada um de nós pode fazer a sua parte para melhorar o lugar em que vivemos”



Arquivo pessoal



Casa Rosada: sede da presidência. Ao lado, o Caminito, onde o colorido e a alegria predominam

Toda a simpatia da Argentina

Não é por acaso que Buenos Aires é um dos principais destinos internacionais dos brasileiros

São muitas as vantagens de visitar a Argentina. O lugar é plano e, portanto, excelente para caminhadas, o clima é agradável e os lugares, lindos. Além disso, a proximidade com o Brasil – a viagem de avião de São Paulo até a capital, Buenos Aires, dura apenas 2h30 –, a facilidade em compreender o castelhano e o espanhol e o real valorizado em relação ao peso argentino fazem do país uma opção ideal para um passeio completo, onde se encontra cultura, diversão e boa comida e bebida.

A fama de ser a Paris da América Latina é justa. Quem vai para lá sempre quer voltar. A lista das “maravilhas” é longa: Palermo, Recoleta, Puerto Madero e La Boca são alguns dos pontos imperdíveis. O visitante é seduzido também pelo tango, pelos museus, pelo futebol – motivo de rugas com os brasileiros – e pelas boas compras. A Acontece APAS traz um resumo para quem está planejando se aventurar na terra onde Evita e Carlos Gardel são ídolos.

Casa Rosada: é a sede da presidência da República Argentina. Abriga também o Museu da Casa do Governo, com arquivos de presidentes do país. Está bem em frente à Praça de Maio (Plaza de Mayo) e liga

a sede do Governo a outro importante marco histórico: a Praça do Congresso Nacional.

Plaza de Mayo: é o centro político e popular da capital. Neste local a cidade foi fundada, e onde foi declarada a independência. É palco das manifestações das Madres de Plaza de Mayo, reivindicando justiça pelos filhos desaparecidos durante a ditadura militar.

Galerías Pacífico: é o shopping center mais conhecido de Buenos Aires. Ele funciona num luxuoso prédio construído em 1895 em plena rua Florida. Aliás, vários dançarinos de tango ficam nas ruas, vestidos a rigor, dispostos a dançar com os turistas.

Caminito: ponto colorido, animado e cheio de gente no bairro La Boca. No mesmo bairro está localizado o Estádio La Bombonera (C. A. Boca Juniors), onde é possível visitar também o museu do clube.

Puerto Madero: um dos bairros mais modernos e centro financeiro da cidade. Abriga alguns dos maiores arranha-céus argentinos, além de diversos monumentos, como a Puente de la Mujer (Ponte da Mulher) do arquiteto espanhol Santiago Calatrava. Às margens do Rio da Plata há uma grande oferta gastronômica, com dezenas de restaurantes de boa comida, bom vinho e muito tango.

DE OLHO NA VALIDADE

Resultado de um acordo entre **APAS** e **Procon-SP**, continua em vigor a medida compensatória que garante ao consumidor que encontrar um produto com prazo de validade vencido nos supermercados, receber gratuitamente um produto igual ou similar, dentro do prazo de validade.

A campanha **DE OLHO NA VALIDADE** tem como objetivo incentivar uma atenção maior ao prazo de validade, não só por parte do fornecedor, que proporcionará outro item gratuitamente, mas também do consumidor, que será estimulado a observar a informação.

Não deixe de aderir essa comunicação em seu supermercado, tão **IMPORTANTE PARA A SAÚDE** e conscientização da população. E você, supermercadista, que já aderiu, certifique se a campanha está gerando resultados e se seus colaboradores estão cientes de como ela funciona.

Os cartazes devem estar aplicados corretamente, permitindo fácil visibilidade, principalmente na frente dos caixas, onde o fluxo de clientes é maior. Associados ou não associados à APAS que queiram participar da campanha, basta entrar no site da associação e **FAZER O DOWNLOAD** do material de comunicação.

NÃO ASSOCIADO, SUA PARTICIPAÇÃO
É FUNDAMENTAL PARA NÓS!

EXCELENTE PARA O CONSUMIDOR E PARA O SUPERMERCADISTA.

Mais informações:
WWW.PORTALAPAS.ORG.BR



PROMOVIÇÃO

CARTAZ OFICIAL DA CAMPANHA



ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS



Duas cores.
Duas empresas **unidas**.
Um só objetivo: o **melhor** pra **você**.



Forte porque **pode**



Novo Sistema de Refrigeração para congelados com máquina acoplada em expositores modulares ou câmaras. Com um ou mais compressores aliados à eficiência do sistema secundário.



Benefícios

- Obras mais rápidas;
- Baixo nível de ruído;
- Maior eficiência frigorífica do compressor;
- Mínima tubulação de cobre;
- Redução de mais de 40% no consumo de energia;*;
- Ecologicamente correto.

A participação da Freeart Sereal na APAS foi um grande sucesso, com um número significativo de visitas nos 4 dias de feira. Aos clientes e amigos que nos prestigiaram com sua presença, o nosso muito obrigado, e aguardem: estamos preparando muitas outras novidades para vocês.

Faça como as maiores redes do Brasil: traga seu projeto para a Freeart Sereal.

Soluções para: **Confeitaria** • **Carnes** • **Bebidas** • **Laticínios** • **Rotisseria** • **Hortifruti** • **Congelados** • **Peixes**

F.: 19 3311.3800 • marketing@freeartseral.com.br • www.freeartseral.com.br

* Comparado a sistemas convencionais.