

## Cum vrea Metro să ajungă la 2.000 de magazine LaDoiPași în 3 ani

25 Oct 2017 | de Alina Stan



[1]

Metro Cash&Carry anunță re poziționarea formatului de proximitate LaDoiPași ca franciză independentă și intenționează să ajungă la o rețea de 2.000 de magazine până în 2020, de la 430 de unități comerciale cât numără în prezent.

În ultimele două luni au fost inaugurate 25 de noi locații LaDoiPași, rețeaua numărând 430 de magazine de proximitate la nivel național.

„Dorim să venim în sprijinul antreprenorilor și al micilor comercianți cu un model de business viabil și adaptat dinamicii socio-economice. Prin susținerea dezvoltării magazinelor independente de proximitate, contribuim la consolidarea comerțului tradițional și a ecosistemului de antreprenariat local. Clientul LaDoiPași își dorește cumpărături rapide, plăcute, într-un mediu familiar, parte din viața comunității”, a declarat Violeta Luca, Retail Director Metro Cash & Carry România.

Datele cele mai recente din industria bunurilor de larg consum arată că, în continuare, comerțul tradițional rămâne o piață relevantă, ce a atins în 2016 valoarea de 24 miliarde lei, în creștere cu 11% față de anul precedent. Evoluția a fost determinată atât de creșterea salariilor și a facilităților fiscale, dar și de modificarea preferinței consumatorilor în favoarea magazinele de proximitate.

Potrivit studiilor interne, clientul LaDoiPași are între 35-54 de ani, este căsătorit și dispune de venituri medii lunare pe gospodărie de peste 3.000 de lei.

Conceptul LaDoiPași a fost lansat pe piața locală în 2012. Alături de Metro Cash&Carry, cei mai mari jucători pe [segmentul de proximitate](#) [2] sunt în acest moment rețelele Profi (care activează în această zonă cu toate cele trei formate – Profi, Profi City și Profi Loco), Carrefour (Express, Express Orange, Contact), Mega Image (Shop&Go), Lagardere Travel Retail (1 Minute) și, de curând, Auchan (MyAuchan).

Metro Cash & Carry România a înregistrat în anul financiar 2016 o cifră de afaceri de 4,35 de miliarde de lei (aprox. 967 de mil. euro la un curs euro=4,49 lei n.r.), în scădere cu 4% față de anul 2015, potrivit datelor raportate de companie la Ministerul de Finanțe.

Rezultatul îl plasează pe retailerul german pe locul al cincilea în topul celor mai mari retaileri internaționali după Kaufland, Carrefour, Lidl și Auchan. Schimbarea vine la doar un an după ce Metro Cash & Carry pierduse poziția a treia în clasament în favoarea germanilor de la Lidl.

Chiar dacă veniturile Metro Cash & Carry România au fost în scădere în 2016 față de anul precedent, compania a înregistrat o creștere a profitului de 195%, ajungând de la 35 de milioane de lei în 2015, la 103 milioane de lei anul trecut. Distribuția națională a magazinelor Metro pe plan local este următoarea: 5 centre în București, câte 2 centre în Brașov, Constanța, Timișoara și câte un centru în Cluj, Bacău, Iași, Craiova, Baia Mare, Pitești, Galați, Ploiești, Oradea, Sibiu, Suceava, Tg. Mureș, Arad, Deva, Satu Mare, Piatra Neamț, Buzău, Târgoviște și Turda.

## Articole Asemănătoare

**Source URL:** <https://revistaprogresiv.ro/articole/cum-vrea-metro-sa-ajunga-la-2000-de-magazine-ladoipasi-3-ani>

### **Legături**

[1]

<https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/ladoipasi.jpg>

[2] <http://www.magazinulprogresiv.ro/articole/proximitatea-teritoriul-care-retailerii-nu-bat-pasul-pe-loc>