Comunicado de imprensa Bondoufle, 7 de março de 2019

**Crescimento inédito para o Grupo Os Mosqueteiros em 2018**

# Em 2018, na Europa, as insígnias do Grupo Os Mosqueteiros registaram um crescimento de +5,89%, sem considerar os combustíveis (+7,74% considerando os combustíveis).

**Juntas, as 9 insígnias dos Mosqueteiros (Intermarché, Netto; Bricomarché, Bricorama, Brico Cash; Roady, Rapid Pare-Brise, American Car Wash; Poivre Rouge) atingiram um volume de negócios de 40,47 mil milhões de euros, com combustíveis. Considerando os 4,03 mil milhões de euros do polo agroalimentar, o volume de negócios global, em 2018, alcançou os 44,5 mil milhões de euros.**

**Em vésperas do 50º aniversário do seu Grupo, os Mosqueteiros demonstram a pertinência do comércio independente, capaz de responder às expectativas dos consumidores e às necessidades dos mercados com uma vigorosa dinâmica de crescimento. Um resultado que se deve à dedicação dos seus 3 101 chefes de empresa e dos seus 150 000 colaboradores.**

Segundo Didier Duhaupand, Presidente do Grupo Os Mosqueteiros, “*2018 foi marcado por VN com crescimentos inéditos desde o início dos anos 2000, que traduzem o dinamismo dos nossos métiers e polos. O crescimento externo caracterizou o ano, com a integração do* Bricorama*, a participação minoritária na* Les Comptoirs de la Bio*, bem como a aquisição da* Rapid Pare-Brise *e da* American Car Wash*. No caso do setor alimentar, num ambiente sujeito às diferentes fases dos Estados Gerais da Alimentação e à sua transposição legislativa, obtivemos quotas de mercado excecionais e conseguimos acelerar e integrar as fortes expectativas dos consumidores, que exigem modos de produção e consumo mais responsáveis. Tal demonstra que o nosso Grupo de chefes de empresa independentes, atento à aceleração dos nossos métiers e ao nosso desempenho a curto prazo, também tem respostas dar a longo prazo. 2019 é o ano do nosso 50º aniversário: mais do que nunca, o nosso objetivo continua a ser proporcionar bem-estar ao maior número possível de pessoas, cultivando a proximidade e a livre iniciativa para dinamizar os nossos territórios e neles desenvolver o comércio de hoje e inventar o do futuro.”*

# Intermarché e Netto: a dinâmica da conquista de quota de mercado traduz o vigor da transformação e dos combates a favor das abordagens “comer melhor” e “produzir melhor”

À escala do Grupo, considerando todos os países, o volume de negócios do Intermarché e do Netto alcançou os 27 mil milhões de euros, sem combustíveis (36,5 mil milhões com combustíveis).

Em França, a quota de mercado no final de dezembro (PGC FLS) das duas insígnias alimentares ascendeu a 14,9% (14,2% e 0,7%, respetivamente), com um volume de negócios de 24,17 mil milhões de euros, sem combustíveis (32,81 com combustíveis). A Francap Distribution, central de referenciação de distribuidores alimentares independentes, confiou ao Intermarché as suas compras de marcas nacionais: o Intermarché representa, assim, mais de 16% de quota de mercado nas compras do perímetro de marcas nacionais.

Em França, o Intermarché, com um aumento de +2,9% do VN (23,06 mil milhões de euros, sem combustíveis; 31,54 mil milhões com combustíveis) e a maior conquista de quota de mercado do ano (+0,3 pontos), está a recolher os frutos da transformação e da mobilização pelos combates “comer melhor” e “produzir melhor”, inscritos no posicionamento “Produtores e Comerciantes”.

O Netto continua igualmente o seu crescimento, com um volume de negócios de 1,11 mil milhões de euros, sem combustíveis, o que representa uma subida de +1,9% (1,27 mil milhões de euros com combustíveis) e demonstra que a insígnia constitui uma resposta real às expectativas dos clientes que procuram poder de compra.

Na Bélgica, o Intermarché também é líder de crescimento no seu mercado, com um aumento de +7,5% do VN.

# Agromousquetaires: modernização da estrutura industrial e decisões significativas em matéria de produção e alimentação responsáveis

A Agromousquetaires passou a ser o 4º grupo industrial agroalimentar em França (classificação RIA), com um volume de negócios que ascendeu a 4,03 mil milhões de euros em 2018. Nas 62 fábricas e 10 fileiras, o plano “Performance 2020” contribui para a eficiência e modernização da estrutura industrial, designadamente através da massificação de compras de matérias-primas e de “achats non marchands”, da integração dos sistemas de informação e da otimização logística.

Em 2018, a Agromousquetaires concretizou a sua ambição de ser um ator de referência em matéria de produção e alimentação responsáveis, através de três grandes eixos: a transição agroecológica e o impacto ambiental das fábricas, o desenvolvimento económico local e o desenvolvimento de talentos. São de destacar alguns desafios importantes: adotar uma pesca sustentável, promover a agroecologia, melhorar o bem-estar animal, defender práticas leais e a justa remuneração do mundo agrícola, acompanhar as melhorias de produtores e fornecedores.

# Bricomarché, Brico Cash e Bricorama obtêm um desempenho muito superior; integração do Bricorama no bom caminho

Na Europa, as três insígnias Equipamento da Casa dos Mosqueteiros representam um volume de negócios de 3,47 mil milhões de euros.

A nível internacional, o Bricomarché regista volumes de negócios a crescer dois dígitos: +12% em Portugal e +10,3% na Polónia.

Em França, as três insígnias de bricolage dos Mosqueteiros – Brico Cash, Bricomarché e Bricorama – crescem +2,80% num mercado em que o crescimento se fixou em +0,1% (índice Brico Brief - Unibal/FMB).

Neste país, com a integração dos 170 pontos de venda Bricorama, as insígnias dos Mosqueteiros passam a representar, no caso da bricolage, cerca de um ponto de venda em cada três. O plano “Convergence” está a ser implementado com o intuito de desenvolver progressivamente métodos de trabalho e uma cultura comum a todas as insígnias. Insígnias estas muito atrativas, já que 49 novos chefes de empresa se associaram às mesmas em 2018.

# Com as três insígnias Roady, Rapid Pare-Brise e American Car Wash, os Mosqueteiros oferecem uma gama completa de serviços

Com 146 centros auto na Europa, dos quais 114 situados em França, o Roady alcançou, em 2018, um volume de negócios de 186 milhões de euros, sem considerar combustíveis (235 milhões com combustíveis). O Roady, 3ª rede francesa de centros auto, e a Profil+ criaram a “Prody”, central comum de negociação e referenciação das suas principais mercadorias.

Com a integração da Rapid Pare-Brise, nº 4 do vidro automóvel em França, e da American Car Wash, insígnia de referência na limpeza interior e exterior, o número de centros aumentou para cerca de 400, passando a oferecer aos automobilistas uma gama completa de serviços para a manutenção e reparação dos seus veículos.

Com esta complementaridade, as insígnias dos Mosqueteiros confirmam a sua aposta nos serviços de manutenção automóvel, tendo esta sido reconhecida pela atribuição ao Roady da distinção de Melhor Cadeia de Lojas na categoria serviços e acessórios automóveis e pela designação da Rapid Pare-Brise como Melhor Insígnia de reparação de vidros pela revista Capital.

# Os restaurantes grill Poivre Rouge

Com 80 restaurantes grill em França, o Poivre Rouge atingiu um volume de negócios de 81 milhões de euros em 2018. A insígnia iniciou uma reflexão acerca da sua carta e do seu conceito.

# Immo Mousquetaires: 162 pontos de venda transformados ou criados, num total de 202 000 m2 adicionais criados

Em 2018, na Europa, a Immo Mousquetaires ampliou ou transferiu 111 pontos de venda e criou 51 (98 e 30, respetivamente, em França). Quando consideradas todas as superfícies, a Immo Mousquetaires criou, em 2018, cerca de 154 000 m2 em França e cerca de 48 000 m2 no estrangeiro. Em 2018, a Immo Mousquetaires também entregou 4 bases (Neuillac, Saint-Quentin, Erbrée, Avion) e construiu 130 novos cais logísticos. Foram lançados 92 projetos de instalação fotovoltaica para autoconsumo. Em 2018, a Immo Mousquetaires pôde igualmente avançar na sua estratégia de desenvolvimento nas grandes metrópoles urbanas, tendo como objetivo uma centena de pontos de venda adicionais até 2021.

**O Grupo Os Mosqueteiros em números** *(a 31/12/2018)*:

* 44,5 mil milhões de euros de volume de negócios, incluindo combustíveis.
* 3 101 chefes de empresa.
* 150 000 colaboradores.
* 4 011 pontos de venda na Europa, dos quais 3 230 em França e 781 no estrangeiro (371 na Polónia, 321 em Portugal e 79 na Bélgica).
* 4 métiers em 4 países:
  + Alimentar (2 659 pontos de venda),
  + Equipamento da Casa (874 pontos de venda),
  + Automóvel (398 pontos de venda),
  + Restauração (80 pontos de venda).
* 9 insígnias a 31/12/2018:
* Intermarché: 2 366 pontos de venda (1 826 em França, 249 em Portugal, 215 na Polónia, 76 na Bélgica).
* Netto: 293 pontos de venda em França.
* Bricomarché: 664 pontos de venda na Europa (468 em França, 40 em Portugal, 156 na Polónia).
* Brico Cash: 33 pontos de venda em França.
* Bricorama: 167 pontos de venda em França (+ 10).
* Roady: 146 centros auto (114 em França e 32 em Portugal).
* American Car Wash: 32 centros de lavagem em França.
* Rapid Pare-Brise: 220 centros (217 em França e 3 na Bélgica).
* Poivre Rouge: 80 restaurantes grill em França.
* 6,4 milhões de m2 de superfície de venda (+10,41% vs. 2017).
* Agromousquetaires: 4º polo agroalimentar em França (classificação RIA) com 62 unidades de produção.

*Contactos imprensa: Source RP*

*Michelle Kamar - +33 1 53 53 36 84 -* [*michelle@source-rp.com*](mailto:michelle@source-rp.com)

*Charlotte Rabilloud - +33 1 53 53 36 86 -* [*charlotte@source-rp.com*](mailto:charlotte@source-rp.com)