**Mais de 30 postos de trabalho e um investimento de 3 milhões de euros**

**Intermarché inaugura loja em Moncarapacho**

No dia 24 de junho, o Intermarché inaugura uma loja em Moncarapacho, reforçando, assim, a presença da insígnia alimentar do Grupo Os Mosqueteiros no Algarve, que conta já com 28 pontos de venda nesta região do país. Pertencente ao município de Olhão, esta nova loja, com um total de 920m2, resulta de um investimento de 3 milhões de euros e vai permitir a criação de 36 postos de trabalho.

Nelson Domingos, responsável do Intermarché de Moncarapacho, afirma: *“É para nós uma enorme honra contribuir para a dinamização desta localidade, reforçando a presença do Intermarché no Algarve. Com a abertura deste ponto de venda, garantimos, diariamente, a oferta dos melhores produtos e dos serviços que os nossos clientes procuram.”* Acrescenta ainda que *“Com o novo Intermarché de Moncarapacho, contribuímos para a criação de oportunidades de emprego, que, acreditamos, fará a diferença na economia local desta região.”*

Este ponto de venda estará aberto diariamente das 09h00 às 21h00 e vai contar com diversos serviços como lavandaria, tabacaria, payshop, entre outros. Neste espaço será ainda possível encontrar uma cafetaria bem como secções de takeaway.

**Sobre o Intermarché**

O Intermarché é a primeira insígnia do Grupo Os Mosqueteiros, atuando há mais de 50 anos por toda a Europa. Em Portugal há mais de 29 anos, o Intermarché conseguiu consolidar a sua experiência no mercado retalhista, contando hoje com 254 pontos de venda, espalhados por mais de 180 concelhos, nos 18 distritos do país.

A estrutura organizacional do Grupo Os Mosqueteiros torna-o distinto, sendo o único Grupo dirigido, diretamente, por empresários independentes, donos e responsáveis pela gestão de cada loja e que beneficiam de um conjunto de estruturas comuns de vendas, logística, direção comercial, desenvolvimento, qualidade, entre outros.

Assim, o Intermarché é uma insígnia constituída por empresas de dimensão humana, baseada na partilha do dia-a-dia com os seus clientes e na adaptação ao ambiente onde estão inseridas, valorizando mercados de proximidade e rapidez na compra.