



COMÉRCIO

Jumbo e Pão de Açúcar dão lugar à Auchan em 2019

É o fim em Portugal de duas marcas com mais de 40 anos de presença nacional. Um investimento de quase cinco milhões vai permitir a mudança das lojas para Auchan. Que vai reforçar-se com 25 a 30 novas lojas por ano com conceito de proximidade.

Luís Manuel Neves



Pedro Cid, director-geral da Auchan em Portugal, admite 450 novos postos de trabalho por ano com a abertura de mais lojas myAuchan.

Mercadona não preocupa Auchan

Os espaços Jumbo e Pão de Açúcar passam a Auchan durante 2019, ano em que entra em Portugal a espanhola Mercadona. Pedro Cid, director-geral da Auchan, descarta que esta coincidência temporal seja uma resposta directa à chegada de um novo rival, que já confirmou nove lojas e também vai apostar em conceitos de proximidade. “É uma grande empresa, um formato muito próprio, muito espanhol”, reconhece o responsável, acrescentando que os planos de expansão da Auchan são traçados a quatro anos. O grupo de retalho tem outra semelhança com a rival Mercadona: o facto de dividir os seus lucros pelos trabalhadores. Em Portugal, no ano passado, a empresa distribuiu 14,5 milhões de euros por aqueles que eram elegíveis. A Auchan conta, ao todo, com cerca de 8.300 trabalhadores no país e prevê reforços.

WILSON LEDO

wilsonledo@negocios.pt

O fim da marca Jumbo já se fazia anunciar quando, em Setembro passado, o grupo Auchan anunciou que estava a uniformizar a sua presença nos diferentes mercados, incluindo Portugal. Esta quinta-feira, 5 de Abril, as suspeitas confirmaram-se.

A partir de 2019, “ir ao Jumbo” começará a ser uma expressão me-

nos frequente no vocabulário dos portugueses. Isto porque 33 das 42 lojas mudarão de nome para Auchan. As outras nove já contam com essa designação porque, no final de 2017, foi inaugurado um conceito de proximidade, o myAuchan, onde se continuará a apostar.

“A marca Auchan é uma marca mundial, que se adapta ao que temos vindo a fazer; uma marca mais jovem, mais adaptada ao nosso perfil e àquilo que queremos construir”, explicou Pedro Cid, director-geral em Portugal.

A mudança para Auchan põe fim também à marca Pão de Açúcar, com uma história de quase 50 anos

em Portugal e que se manteve mesmo depois do grupo francês ter comprado os activos ao grupo brasileiro em 1996. Ao longo destes 20 anos, explicou Pedro Cid, a mudança para Auchan esteve sempre em cima da mesa. “Hoje, os nossos clientes conhecem tanto a marca Auchan como a marca Jumbo”, disse.

O processo de alterações nas lojas – através dos logótipos e sinaléticas – irá custar entre quatro e cinco milhões de euros e estende-se às 27 gasolinhas espalhadas pelo país. Faz parte de um plano de investimentos de 90 milhões de euros que a Auchan Retail Portugal tem preparado para os próximos dois anos.

Desse total, 40 milhões destinam-se à abertura de lojas.

A cada novo ano deverão surgir entre 25 e 30 espaços myAuchan, criando cerca de 450 postos de trabalho. “Vamos abrir lojas de proximidade perto de sítios onde já estamos implementados”, concretizou Pedro Cid, dando os exemplos do Porto ou Coimbra.

Há ainda verba prevista, na ordem dos 40 milhões, para a adaptação da marca Auchan aos novos tempos, incluindo o comércio electrónico e novos conceitos.

A Auchan diz-se empenhada em continuar a comprar produtos portugueses. Os produtos com có-

digos de barra começaram por 560, originários de Portugal, pesam 88% do total das compras do grupo retalhista. “Tudo o que puder comprar em Portugal, não vou comprar a outro país”, posicionou Pedro Cid.

Um reforço em Portugal depois de, no início do ano, o negócio imobiliário do grupo – a Immochan – ter investido 414 milhões de euros para adquirir e renovar três centros comerciais que pertenciam ao fundo Blackstone: Fórum Montijo, Fórum Sintra e o Sintra Retail Park. Ainda não é certo que estes espaços mudem também de nome, neste caso para Alegro, a marca que o grupo usa para o seu negócio de “shoppings”. ■

CRONOLOGIA

A história do Pão de Açúcar

Começou como um sonho de emigrante. Hoje as marcas Jumbo e Pão de Açúcar estão prestes a desaparecer. Saiba como elas marcaram Portugal.

1948

ARRANQUE NO BRASIL

Depois de ter emigrado para o Brasil, o português Valentim dos Santos Diniz, natural da Guarda, decidiu abrir uma doçaria. Estava aí a origem de uma marca de retalho que havia de tornar-se líder também em Portugal.

1969

PARCERIA COM A CUF

Diniz lança-se à expansão internacional do negócio e alia-se ao grupo CUF para desenvolver o negócio de grande consumo em Portugal. Nesse ano é criada a Supa - Companhia Portuguesa de Supermercados.

1970

PRIMEIRA LOJA NO PAÍS

A primeira loja Pão de Açúcar abriu em Lisboa, na Avenida Estados Unidos da América, no dia 1 de Maio. Neste espaço funciona, actualmente, um supermercado Pingo Doce.

1973

PRIMEIRO JUMBO

O primeiro Jumbo abriu em Setembro, ainda como supermercado, em Cascais. Só 12 anos depois abriria um dos espaços mais conhecidos, no Centro Comercial Amoreiras, a funcionar hoje como Jumbo Pão de Açúcar.

1996

VENDA À AUCHAN

Depois de várias alienações de património, inclusive ao grupo Jerónimo Martins, dono do Pingo Doce, a cadeia de distribuição brasileira sai definitivamente de Portugal, com a venda dos últimos activos ao grupo francês Auchan.

2017

O INÍCIO DA MUDANÇA

O primeiro passo para a afirmação da marca Auchan é dado no final de 2017, com a abertura do conceito de proximidade myAuchan. O investimento inicial foi de seis milhões de euros.