

INDÚSTRIA ALIMENTAR

# Brasmar espera pescar vendas de 270 milhões

**Grupo português do setor alimentar de produtos do mar quer consolidar vendas nos mercados onde está presente, mas não afasta lançar a rede a novas oportunidades. Expectativa para a “safra” é a de que renda mais 30 milhões de euros do que 2021.**

DIANA DO MAR

dianamar@negocios.pt

Depois de, no ano passado, ter superado a agitação provocada pela pandemia, a portuguesa Brasmar pretende continuar a aproveitar a maré. Depois de ter aberto o ano com uma aquisição (e de não afastar eventuais outras) ambiciona fechá-lo com uma faturação 30 milhões de euros acima do ano passado.

“Para 2022 esperamos ultrapassar os 270 milhões em termos consolidados”, adianta o CEO da Brasmar, Sérgio Reis, ao Negócios. Em perspetiva está assim um aumento de 12,5% face aos 240 milhões de euros registados em 2021, altura em que “a empresa recuperou o que tinha descido em 2020 devido à pandemia”, depois de o crescimento “significativo” na grande distribuição se ter revelado insuficiente para compensar o impacto do “muito afetado” canal horeca (hotéis, restaurantes e cafés).

Para este ano, a estratégia da empresa participada do VigentGroup e do “private equity” MCH passa por cimentar as conquistas alcançadas no âmbito da aceleração do processo de internacionalização. “De momento, estamos concentrados na otimização das nossas unidades produtivas e no crescimento da consolidação nos mercados em que estamos presentes”, diz Sérgio Reis.

Esse é, aliás, o caso de França, onde a Brasmar adquiriu, no início deste ano, a Sedisal (com uma faturação na ordem dos 13 milhões de euros, destacada aquando da operação como dominan-



O grupo, com sede na Trofa, conta com seis unidades industriais em Portugal, Espanha e Noruega.

40

## MERCADOS

Produtos das marcas do grupo Brasmar estão atualmente presentes em mais de 40 países.

do a área da distribuição de polvo e bacalhau refrigerado e por ter uma forte presença nos mercados francófonos), num negócio cujo valor não foi divulgado. “Entendemos que a Sedisal será importante para o fazer no mercado francês. A Sedisal representa há alguns anos a nossa marca Nuchar em França e, com a aquisição do seu capital, temos como objetivo não só consolidar mais as vendas desta marca no mercado francês, como também das outras marcas”, sublinha o CEO da empresa do setor alimentar de produtos do mar.

## Novas aquisições dependem de oportunidades à tona

Embora o foco do grupo seja claro, Sérgio Reis não afasta a possibilidade de potenciais outras aquisições: “Estamos sempre atentos e disponíveis para analisar novas oportunidades que possam surgir”.

Com efeito, em pouco mais de três anos, apareceram (ou pelo menos efetivaram-se) três. Antes da compra Sedisal, este ano, em França, o grupo bisou em Espanha, onde adquiriu a La Balinesa (dedicada ao salmão fumado) e a Foncasal (especialista em polvo

cozido refrigerado e outros cefalópodes).

Fundada em 2003, a empresa conta atualmente com seis fábricas de processamento em Portugal, Espanha e Noruega. Emprega mais de 850 colaboradores e vende para mais de 40 países.

Embora não exporte nem importe da Ucrânia, Sérgio Reis sinaliza que “a guerra tem afetado indiretamente os negócios, nomeadamente no preço de diversas matérias-primas e de serviços”, com destaque para o “forte impacto nos custos” resultantes dos preços da energia e dos transportes. ■

D.R.