

JORGE SOARES

“Demos grandes passos na Maçã de Alcobaça e em pouco tempo”

O presidente da Associação de Produtores da Maçã de Alcobaça explica em entrevista ao REGIÃO DE CISTER as razões do sucesso do projeto daquele fruto, que já é reconhecido e valorizado por clientes e consumidores nacionais e internacionais.

REGIÃO DE CISTER (RC) > Década e meia depois da criação da Associação de Produtores da Maçã de Alcobaça (APMA) sente que esse foi um desafio ganho?

JORGE SOARES (JS) > Sentimos que valeu a pena. Até porque é década e meia de associação e duas décadas e meia desde que se constituiu a IGP (Indicação Geográfica Protegida). E se recuarmos a esse tempo a ameaça da produção de fruta desta região, nomeadamente da maçã, era enorme, porque tínhamos uma produtividade de cerca de um terço em relação aos nossos concorrentes franceses e tínhamos um grau de organização muito baixo. Isto é, enquanto a Europa estava organizada entre 60 a 80%, nós tínhamos 20% de grau organizacional. O projeto da APMA permitiu dar grandes passos e em pouco tempo. Conseguimos colocar a Maçã de Alcobaça, que até então tinha só atributos de sabor, como uma das maçãs mais prestigiadas do País. Com esta ideia da marca coletiva também conseguimos transformar concorrentes em parceiros de negócios. Eu não seria produtor de maçã se não tivesse construído esta imagem e dado a volta ao produto, que era de baixo valor e de baixo prestígio.

RC > Foi difícil convencer os pequenos produtores para a necessidade de trabalhar em conjunto?

JS > Foi e não foi. Houve uns que não se associaram e esses acabaram por abandonar a atividade. Por outro lado, a grande maioria dos produtores frutícolas que está ativa é resultado de associações, quer através de Organizações de Produtores (temos 12 associadas e três das quais são do concelho de Alcobaça) ou através de sociedades de agricultura de grupo ou sociedades por quotas, que conseguiram ter alguma dimensão e assim justificar investimentos que, por sua vez, introduziram qualidade na conservação, produção e tecnologia em todo o processo.

RC > Hoje em dia produz-se melhor a Maçã de Alcobaça do que há duas décadas?

JS > Há vinte anos produzia-se maçãs com sabor, mas há que reconhecer que após a adesão à Comunidade Económica Europeia a maçã nacional perdeu espaço no mercado, perdeu “prateleira”. Primeiro, porque surgiram os hipermercados que passaram a comprar grandes quantidades, que não existiam em produtores individuais, e depois porque as maçãs importadas eram muito bonitas, tinham um aspeto muito plástico e artificial. Neste processo também tivemos de trabalhar neste fator de apresentação, coloração, forma e perfeição. Costuma-se dizer que os olhos são os primeiros a comer e a verdade é que se perguntar qual é o primeiro fator de escolha numa maçã, automaticamente a resposta será o sabor mas, na realidade, na loja em frente a um monte de maçãs, o impulso da compra é



■ Soltas “on the record”

“O projeto da Associação de Produtores da Maçã de Alcobaça permitiu dar grandes passos e em pouco tempo

“A Maçã de Alcobaça é muito diferente das outras porque vive muito de equilíbrios

“Além do excelente sabor que já era intrínseco à maçã, conseguimos introduzir a apresentação bonita que não tinha

“O projeto da Maçã de Alcobaça é um projeto de associativismo, de comunicação e de marketing. O resto veio a seguir

o aspeto visual ou o preço. E esta mudança de paradigma talvez tenha sido uma das grandes razões de sucesso e de prestígio da Maçã de Alcobaça, porque além do excelente sabor que já era intrínseco à maçã, conseguimos introduzir a apresentação bonita que não tinha.

RC > O que torna a Maçã de Alcobaça tão diferente das outras?

JS > A Maçã de Alcobaça é muito diferente das outras porque vive muito de equilíbrios. As maçãs, porque são produzidas no mundo em regiões mais frias, normalmente não são muito doces e para as maçãs serem consistentes têm de ser produzidas em climas muito frios. E a nossa maçã está num ponto de equilíbrio ótimo, ou seja, não estamos numa região fria, que poderia resultar em maçãs consistentes mas sem açúcar, mas estamos numa região com o frio suficiente para produzir maçãs com uma consistência boa e que por estar muito a sul da Europa e ter uma quantidade de calor suficiente para formar açúcares, temos uma maçã mais doce do que a maioria das maçãs europeias. E a outra característica que permite o equilíbrio é o microclima local, entre a serra e o mar, conseguimos ter uma suavidade climática e, ao mesmo tempo, ter noites frescas na primavera e no verão que desenvolvem outras qualidades que vão para além do nutricional. As nossas maçãs são muito ricas em fitonutrientes, que se desenvolvem do metabolismo secundário e não tanto da fotossíntese, que acontece durante as noites frescas. De facto, as nossas maçãs têm esta grande riqueza, que é serem quase um alimento, extremamente rica em antioxidantes, carotenoide, flavonoides... aí sim está a grande diferença. Há produtores que vão produzir maçã noutras regiões, mas que estão longe de ter estas funcionalidades. Outra das especificidades desta região é que estes solos têm 150 milhões de anos e há no Oeste terrenos com 10 milhões. Quanto mais antigos são os solos mais perfeitos, transformados e mais riqueza proporcionam às plantas que ali se instalam.

RC > Acredita que o projeto da Maçã de Alcobaça podia ser replicado a outros produtos da região?

JS > O projeto da Maçã de Alcobaça é um projeto de associativismo, de comunicação e de marketing. O resto veio a seguir. Por isso, acredito que a capacidade de criar marca e promover identidade própria são ferramentas úteis a qualquer setor de atividade económica. Mesmo os setores mais prósperos do Mundo se se associarem e comunicarem ainda serão mais fortes. Embora o associativismo, como costumamos dizer, dê muitas dores de cabeça e não traz resultados a curto prazo. Mas o nosso fruticultor também está habituado a investir num pomar para colher frutos passados dois anos e colher lucro passados sete anos... Creio que o nosso País para sobreviver à competitividade mundial tem três vias: o associativismo, porque temos de ter escala; o profissionalismo e a diferenciação, que tem de ser comunicada.