



BI empresarial



Nome:

Associação de Produtores da Maçã de Alcobaça (APMA)

Associados:

13 – Frubaça, Cooperfrutas, Campotec, Casa Agrícola Ribeiros SAG, Fruticordeiro Lda, Frutalvor, Frutus, Granfer, Lusofruta, Narfrutas, QM – Frutas SAG, Lda, José Dias Rodrigues & Filhos, Lda e Frutas FN, Lda.

Início de atividade:

26 de janeiro de 2001

Faturação média anual:

50 milhões de euros

Morada:

Rua de Leiria – Apartado 62 2460-059 Alcobaça

Contacto:

262 597 585 / 919 469 995

Website:

www.macdealcobaca.pt

Números

40 mil toneladas é o valor da produção total anual dos 13 associados da marca, que se traduzem em cerca de 50 milhões de euros de faturação por ano.

15 milhões foi o número de Maças de Alcobaça vendidas na campanha 2011/2012 pelo Lidl, cadeia de supermercados líder de vendas do produto.



Jorge Soares é o presidente da Associação de Produtores da Maçã de Alcobaça, fundada no ano de 2000

Maçã de Alcobaça está de boa saúde e recomenda-se

// SARA VIEIRA texto | foto

É saborosa, aromática, crocante e uniforme. Umhas vezes vermelha, outras vezes verde. Existe nas mais diversas variedades. É a mais famosa das maçãs portuguesas com Indicação Geográfica Protegida, tendo sido qualificada pela União Europeia e pelo Ministério da Agricultura em 1994. O melhor será mesmo pedi-la pelo nome e se assim é: que venha daí a Maçã de Alcobaça.

Desde a sua chegada à região de Alcobaça, os Monges de Cister reconheceram nestas terras características especiais para o cultivo de maçãs. A tradição de séculos manteve-se e melhor que isso: com a constituição da Associação dos Produtores da Maçã de Alcobaça (APMA), no ano de 2000, “conseguiu-se transformar empresas concorrentes em empresas parceiras”, salienta Jorge Soares, presidente da APMA.

A produção desta maçã – que existe nas variedades Casa Nova, Golden, Granny Smith, Jonago-

red, Reineta, Galaxy e Starking – conta atualmente com 13 associados. “A APMA é uma associação de agrupamentos de organizações de produtores”, explica Jorge Soares. Ou seja, cada um dos membros são cooperativas, ou sociedades de agricultura de grupo ou sociedades anónimas. Sob os valores de “garantia da origem; sistema de proteção integrada, que está relacionada com o factor ambiente; sabor e a saúde”, o principal objetivo da associação, nas palavras do seu presidente, é “valorizar a atividade e a Maçã de Alcobaça”.

E até agora está a resultar. Além de estar a faturar em média 50 milhões de euros anuais (embora “em 2012 tenha havido uma deflação na ordem dos 17 por cento”), escoando no mercado mais de 40 mil toneladas nas grandes redes de distribuição, a fileira de produção da Maçã de Alcobaça já realizou mais de mil ações de promoção do produto, de norte a sul do país, numa média de 200 ações por ano, perante os mais variados públicos.

Se é certo que “a maçã de Alcobaça entra em milhares de casas portuguesas”, como refere o presidente da APMA, também é certo que essa mesma maçã já não é apenas uma maçã. “Há os sumos, as polpas, os doces, o licor e agora a cobertura de um gelado da cadeia alimentar McDonald’s”, enumera Jorge Soares.

Não é de admirar portanto o aumento de técnicos agrícolas ou o crescimento de pomares tecnológicos e competitivos. Otimista com os resultados da boa saúde da Maçã de Alcobaça, Jorge Soares afiança que “nenhum terramoto destruirá esta força”, até porque “a maçã vai continuar a produzir-se sempre”.

E ainda bem. É que havendo produção, há menos importações e havendo menos importações há mais postos de trabalho e mais riqueza no país. “Cada hectare de pomar ocupa 220 dias de trabalho que se traduzem num posto de trabalho anual”, declara Jorge Soares, realçando a importância destes factos para as gerações futuras. Só “é pena”, em seu en-

tender, que “alguns consumidores ainda não tenham a noção de que a crise só se ultrapassa se escolhermos produtos portugueses e regionais para a mesa das nossas casas”.

Por isso à sua lista de compras de supermercado adicione a Maçã de Alcobaça. Com a certeza que nenhuma dentada é demais.



“O produtor da maçã passou de um maçanheiro a uma pessoa respeitada, que gere emprego, cuida do ambiente e é dono de empresas organizadas”

“A crise ultrapassa-se se escolhermos produtos nacionais, pagando impostos ao nosso país e criando empregos às pessoas”

i Veja a reportagem em vídeo em www.oalcoa.com