



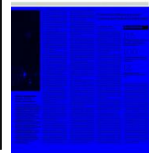
Ser *Maravilha de Portugal* ajuda a aumentar negócios

Dinamismo Produto que seja vencedor, ou mesmo apenas finalista, da iniciativa *7 Maravilhas* ganha visibilidade e atrai mais procura. Na região há já cinco. Agora, a brisa do Liz está na corrida na categoria de doces

Raquel de Sousa Silva
 raquel.silva@jornaldeleiria.pt

■ À medida que foi vencendo etapas no concurso *7 Maravilhas Doces de Portugal*, a brisa do Liz ganhou notoriedade e a procura deste bolo típico de Leiria foi crescendo. Helder Pires, gerente da Pastelaria Pires, empresa que há mais de 50 anos fabrica e vende este doce, revela que as vendas se terão “multiplicado por dez” nas últimas semanas.

“O concurso ajudou a aumentar as vendas de forma muito significativa. Deu muita visibilidade às brisas. Fê-las renascer”, afirma. A empresa que gere sempre comercializou este doce, mas as vendas “não eram muito significativas”. Até ao concurso. Agora a procura subiu exponencialmente, tanto por parte de pessoas que conheciam o doce mas não o consumiam habitualmente, como por parte de outras que não o conheciam e que agora compram para si e para oferecer, conta ao JORNAL DE LEIRIA Helder Pires.



Empresa de telhas das Meirinhas

Francesa Edilians anuncia compra da Umbelino Monteiro

Raquel de Sousa Silva

raquel.silva@jornaldeleiria.pt

■ “No quadro da sua estratégia de desenvolvimento”, a empresa francesa Edilians adquiriu recentemente a Umbelino Monteiro, fabricante de telhas cerâmicas situada nas Meirinhas, concelho de Pombal, até agora pertença do grupo belga Etex. A aquisição está sujeita à aprovação da Comissão Europeia, avança a empresa em comunicado, onde explica que no negócio não se inclui o pólo de materiais de construção em fibrocimento.

“Líder em França no mercado da telha cerâmica e nas soluções sustentáveis para o telhado, fachada e eco-habitat”, a Edilians explica que esta aquisição se insere num dos eixos estratégicos definidos para o seu desenvolvimento, e anunciados no final do ano passado pelo seu presidente, Pierre Jonnard: crescer através de aquisições, permitindo reforçar a sua posição na Europa e expandir a sua oferta.

Fundada em 1959, a Umbelino Monteiro emprega actualmente cerca de 100 pessoas e obteve, em 2017, um volume de negócios na ordem dos 11,5 milhões de euros. Fabrica, em três linhas distintas, telhas (numa ampla gama de cores naturais, mediterrânicos e vidrados) e acessórios de cerâmica para telhados. No seu portfólio “existem produtos adequados para preservar edifícios tradicionais ou para projectar ideias inovadoras”, lê-se no site da empresa de Pombal.

“Sendo um dos mais importantes players no mercado português de coberturas e líder na conservação do património cultural e remodelação, são visíveis os seus produtos e sistemas construtivos aplicados em edifícios notórios, como o Mosteiro dos Jerónimos, em Lisboa, ou Palácio da Pena, em Sintra”.

A Umbelino Monteiro era propriedade da belga Etex há 12 anos, que também anunciou a venda, resultado das “negociações frutuosas” decorridas entre as partes. “Esta operação está totalmente alinhada com a nossa estratégia de participação na tendência de consolidação que o sector europeu de coberturas residenciais regista há vários anos”, aponta o comunicado da empresa, que adianta que a venda lhe permite ainda concentrar-se no seu *core business*. A Etex diz igualmente que fora do negócio ficaram as actividades da Umbelino relativas aos materiais de cons-

Também a Brisanorte viu as vendas de brisas do Liz subir. Armando Rato fala em aumentos na ordem dos 100%. “Há 25 anos que produzimos e vendemos brisas, mas não era o nosso produto estrela. Em muitas das nossas lojas havia dias em que não se vendia uma única, e agora todas elas passaram a vender”, conta o empresário, que admite que este doce talvez não estivesse “bem divulgado”.

O que agora mudou com o concurso, onde a brisa do Liz é finalista, em representação da cidade de Leiria. Tanto este empresário como outros ouvidos frisam o empenho da Câmara de Leiria, da associação Acilis e dos próprios profissionais do sector da pastelaria para que este resultado fosse possível. A finalíssima será a 7 de Setembro e serão eleitas, entre as 14 pré-finalistas, as 7 *Maravilhas Doces de Portugal*.

Até lá, Marlene Alexandre espera que as vendas das brisas do Liz da Alexmel, que as fabrica há pelo menos 25 anos, continuem a subir, tal como aconteceu nas últimas semanas. “Até ao concurso, as vendas eram razoáveis, mas nada que marcasse a diferença”. Depois, houve um fluxo de maior procura, conta a responsável pela empresa, que acredita que com toda a mediatização em torno deste produto quem não o conhecia teve curiosidade em experimentar.

“São as memórias que fazem de Portugal um país de mestres pasteleiros e as inovações que sabiamente introduzem os produtos únicos de cada região na arte da doçaria que vamos homenagear em 2019, com a eleição das 7 *Maravilhas Doces de Portugal*”, lê-se no site da iniciativa.

Da nossa região, na corrida ao estatuto de *Maravilha Doce* estavam ainda as cavacas das Caldas (que segundo a Câmara são um forte pólo de atracção a algumas das pastelarias da cidade), os pastéis de Mós, as cornucópias de Alcobaca, o pão-de-ló de Alfeizerão, os Esses de Peniche e os Amigos de Peniche.

“Face ao painel de candidatas, os pastéis de Mós, criados há apenas cinco anos na Pastelaria Portomossense, e ainda longe da fama das cornucópias de Alcobaca ou do pão-de-ló de Alfeizerão, conseguiram um bellissimo terceiro lugar e uma projecção nacional que os levará, certamente, bem longe”, aponta a autarquia em comunicado.

Anselmo Antunes, o pasteleiro que criou este doce, fala igualmente num acréscimo de vendas desde meados do concurso. O responsável pela Pastelaria Portomossense, “único local” onde se vende o doce, espera um aumento das vendas que, aliás, têm crescido ao longo destes cinco anos.

Doce com cinco séculos, que já ganhou muitos prémios, as cornucópias de Alcobaca “são já muito conhecidas”. São a “imagem de marca” da pastelaria Alcoa e o doce que mais

vende. Ter estado entre os finalistas do distrito “é uma honra e um prestígio”, entende Paula Alves, gerente desta casa de Alcobaca, para quem o facto de um produto estar na corrida para ser uma das 7 *Maravilhas* “ajuda sempre” nas vendas.

“O produto endógeno, a marca da terra, a preservação da qualidade dos ingredientes e a capacidade que o país tem de inovar e de se reinventar nas suas tradições são cada vez mais factores distintivos nas eleições das 7 *Maravilhas*”, aponta a organização, a cargo da EIPWU.

Terão sido esses alguns dos trunfos que fizeram com o que arroz de marisco da Praia da Vieira fosse eleito uma das 7 *Maravilhas da Gastronomia*, em 2011. Paulo Coelho, gerente do restaurante Solemar, conta que se registou um aumento das vendas deste prato logo a seguir à eleição. “Depois estabilizou”, mas o arroz de marisco continua a ser a estrela de muitos dos restaurantes desta praia do concelho da Marinha Grande. Para o empresário, haver um produto que funcione como “chamariz” ajuda todos os sectores de actividade.

Também João Ramusga, um dos proprietários do restaurante Lismar, fala num aumento da procura. “Sempre vendemos muito arroz de marisco. Claro que com a sua eleição como *Maravilha da Gastronomia* as vendas dispararam”, conta. Este aumento manteve-se durante um ano, depois a procura do produto “voltou ao normal”.

Logo após terem sido eleitas uma das 7 *Maravilhas Naturais de Portugal*, as Grutas de Mira de Aire registaram uma subida nas entradas na ordem dos 20%. Depois houve um abrandamento, mas o facto de terem sido escolhidas “continua a pesar favoravelmente”, reconhece Carlos Alberto Jorge. O gerente explica que, do contacto que vai mantendo com os turistas, percebe que, na hora de escolherem “entre visitar uma outra gruta” da região pesa o facto de esta ter aquele estatuto. No ano passado a gruta recebeu 125 mil visitantes.

“A mediatização é impactante, o que é muito bom para as regiões, mas a longo prazo o efeito tende a esbater-se”, entende Joaquim Ruivo, director do Mosteiro da Batalha, eleito uma das 7 *Maravilhas de Portugal* em 2007. Na altura não ocupava este cargo, pelo que não consegue apontar números concretos quanto aos efeitos desta eleição. Este mosteiro é um dos monumentos mais visitados do nosso país. Os anos de 2016 e 2017, por exemplo, foram “excepcionais”, com crescimentos homólogos na ordem dos 20%. Assim, no primeiro ano recebeu 400 mil visitantes, número que subiu para cerca de 500 mil em 2017, ano das comemorações do Centenário das Aparições de Fátima. Em 2018 os números “estabilizaram” em torno dos 400 mil.

Outras categorias Região já tem cinco maravilhas

Em 2007, ano em que arrancou a iniciativa 7 *Maravilhas de Portugal*, organizada pela EIPWU, a região viu eleitos três monumentos: Mosteiro da Batalha, Mosteiro de Alcobaca e Castelo de Óbidos. Em 2010 foram escolhidas as 7 *Maravilhas Naturais*, entre as quais estão em Grutas de Mira de Aire. E em 2011 os portugueses elegeram as 7 *Maravilhas da Gastronomia*, onde se inclui o arroz de marisco da Praia da Vieira. “Desde 2007 que as 7 *Maravilhas* divulgam e comunicam os valores positivos de uma identidade nacional forte - causas nacionais reconhecidas”, lê-se no site da organização. Com este concurso, em que “as pessoas gostam de participar activamente nas votações e investem energia emocional”, cria-se assim “memória global”.

Os números

11,5

milhões de euros foi o montante das vendas da empresa das Meirinhas em 2017 (últimos dados disponíveis).

100

a Umbelino Monteiro emprega actualmente um pouco mais de 100 pessoas

12

o grupo belga Etex era proprietário da empresa há 12 anos

trução em fibrocimento, uma “tecnologia chave” no grupo belga.

“Com a sua rede de 12 fábricas especializadas na construção de telhas cerâmicas e 180 anos de *know-how* e experiência, a Edilians é o principal fornecedor europeu de telhas para coberturas. Sem dúvida que dará um valioso apoio à Umbelino Monteiro e proporcionará novas oportunidades para a empresa e seus funcionários”, diz ainda a Etex no seu comunicado. Nem esta empresa nem a Edilians revelaram o montante do negócio.

“A Umbelino Monteiro tem uma história de inovação de produto e processo, com experiência em projectos de colaboração de R&D que envolvem fornecedores e centros de pesquisa”, lê-se no seu site. A actividade dos materiais de construção em fibrocimento arrancou em 2010 e desde 2016, “com o intuito de conferir aos clientes soluções construtivas cada vez mais completas e inovadoras, passa a vender igualmente placas técnicas planas”. No ano seguinte apostou no desenvolvimento de duas novas telhas marselha “para dar resposta às necessidades do mercado”. Vende os seus produtos para vários países da Europa, África, América e Ásia.

Jornal

DE LEIRIA

Semanaário Regional

Director de Mérito

José Ribeiro Vieira

Director João Nazário

Ano XXXII

Edição 1826

Quinta-feira, 11 de Julho de 2019

€ 1,00

www.jornaldeleiria.pt

PUBLICIDADE

Nós simplificamos!

www.arentia.pt

Estado avança sozinho contra o problema dos efluentes suinícolas

Poluição Depois de há alguns meses a Recilis ter sido excluída do processo, a nova solução para o problema dos efluentes suinícolas deixa as autarquias também de fora. **Última**



Págs 4/6

Economia

Estatuto *Maravilha de Portugal* faz disparar negócios
Págs. 20/21

Economia

Prazos de pagamento apenas são cumpridos por 14% das empresas
Pág. 23

Porto de Mós

Aficionados reagem a manifestação contra tourada e obrigam GNR a intervir
Pág. 15

Nesta edição

Suplemento
Santa Casa da Misericórdia de Leiria

Brasileiros e ucranianos lideram comunidade de mais de 17 mil estrangeiros no distrito

Imigrantes aumentam 15% em cinco anos

Estamos a recrutar

- ➔ ANALISTAS FINANCEIROS (M/F)
- ➔ ASSISTENTES COMERCIAIS (M/F)

Obrigatório

Francês
fluente

URIOS BEIC

Candidaturas: geral@uriosbeic.com

uriosbeic.com/pt

PUBLICIDADE