

// Publireportagem



Casa Aragão distinguida este ano com cinco prémios internacionais

Este ano a Casa Aragão, sediada em Alfândega da Fé, liderada por Artur Aragão, já arrebata cinco prémios internacionais que atestam a qualidade dos seus azeites, bem como o processo de internacionalização que a empresa pôs em marcha nos últimos anos. Os prémios foram atribuídos em vários continentes. Nos Estados Unidos, mais concretamente em Nova Iorque, onde a empresa foi contemplada com uma medalha de prata pelo azeite virgem extra especial (DOP). No Concurso Internacional Olive Japan 2014, foram distinguidos também com uma medalha de prata, o prémio Silver Medal Award. Já na China, no 9º Internacional China Olive Oil Competition, receberam uma medalha de bronze pelo azeite virgem extra considerado pelo júri “excelente”. Pela terceira vez foram premiados no concurso de azeite em Israel, desta feita com o Prestige Gold no Concurso Internacional de Azeites Terra Olivo. O Azeite contemplado com esta medalha foi o Præmium DOP. Em Itália foram distinguidos com uma menção honrosa no Prémio Armonia-Concorso Oleario Internazionale/Thophy 2014.

Exportações já representam 40% das vendas

Uma das apostas da estratégia que a Casa Aragão tem delineada a curto e médio prazo passa precisamente pela internacionalização. “Estamos a trabalhar para mostrar a qualidade do produto em feiras, exposições e concursos em vários países, para depois atacar o mercado e entrar nesses países”, explicou Artur Aragão.

O processo de internacionalização não

é fácil, porque a concorrência entre azeites portugueses, nomeadamente de Trás-os-Montes, é cada vez maior, e, sobretudo, devido à carga tributária que as empresas enfrentam no estrangeiro. “Existem várias barreiras à internacionalização que acabam por encarecer o produto no consumidor final. No Brasil são aplicados 79% de impostos, depois somam-se os custos de transporte, mais a margem de lucro do distribuidor. Um azeite que sai daqui a dois euros acaba por ser vendido ao consumidor a cinco euros”, enumerou o empresário.



Mesmo assim as exportações ganham cada vez mais terreno nas vendas da Casa Aragão. A comercialização representa 60%, e as exportações já andam pelos 40%, sendo a maior fatia para o Brasil. A comercialização para o mercado europeu está em franca expansão, nomeadamente para França, Suíça e Alemanha. Na última campanha laboraram três milhões e meio de quilos de azeitona.

Para driblar todos obstáculos que se

colocam à entrada no mercado internacional é preciso valorizar o produto, somando-lhe valor acrescentado. “Não queremos ser mais um azeite no mercado, queremos marcar posição e fazer a diferença”, refere Artur Aragão. Por outro lado, “é essencial”, destaca o empresário, encontrar um bom distribuidor, “que acredite no nosso produto e se apaixone por ele”. Essa diferença tem vindo a ser feita com perseverança. Primeiro através de criação de um leque diversificado de produtos que vão muito além do azeite virgem extra, com o lançamento do azeite com ouro, das garrafas com rótulos em Braille e azeite mais direcionado para crianças. A inovação não para. Ainda este ano, a Casa Aragão vai entrar



● Artur Aragão

Artur Aragão um empresário que também é chef

A Casa Aragão é um empresa familiar, o que também obriga a inovar na forma de trabalho por parte de quem a gere, também para evitar despesas. “Não temos capacidade para contratar chefs, designers ou especialistas em marketing. Passa tudo por mim”, refere Artur Aragão.

Nos últimos anos, o empresário aprimorou o seu dom natural para a culinária e fez um curso de cozinha de um ano que lhe permite agora fazer show cookings e workshops de culinária, através dos quais ensina e divulga os seus azeites, bem como os bons produtos da região que utiliza sempre na confecção dos pratos.

no mercado com novidades. Durante a Feira da Agricultura em Santarém apresentaram dois novos produtos, o Caviar de Azeite e o Azeite em pó. Tratam-se de produtos direcionados para a gastronomia e para o mercado gourmet. “São interessantes para a decoração e embelezamento de pratos. Foram apresentados na Feira de Santarém e tiveram muito boa adesão por

parte do público”, contou o empresário. Já este ano lançaram no “peixe em Lisboa” (fish ad flavours), no Pátio da Galé, um novo azeite, o Casa Aragão Præmium, com 0,1% de acidez máxima. Este azeite tem um aroma bastante frutado verde, fresco, com notas de maçã, verde folha, e erva, um pouco de pimenta, e um toque amargo no fim de boca.

