

O caso exemplar do dinamis

A empresa Sotonisa nasceu da união de três fabricantes dos tradicionais queijos de Nisa, característicos da sub-região do Alto Alentejo, e é hoje a maior unidade de fabrico artesanal destes queijos no distrito de Portalegre e uma das maiores do país. Um exemplo das sinergias positivas do crescente mercado dos produtos tradicionais qualificados



Fusão no sucesso da Sotonisa

Há sete anos, a fusão das três empresas que deram origem à Sotonisa e a construção da queijaria, na freguesia de Tolosa, implicou um investimento de cerca de um milhão de euros (200 mil contos), mas trouxe os benefícios de uma produção em maior escala. Hoje, esta empresa representa 37 postos de

trabalho e uma facturação anual de 2,5 milhões de euros.

A fusão não acarretou custos sociais, dado que não houve despedimentos, tendo os trabalhadores das antigas unidades de produção transitado para a nova fábrica. Uma condição essencial, uma vez que, de acordo

com os proprietários, a mão-de-obra é, talvez, o "ingrediente" mais raro por aquelas bandas, sobretudo no que diz respeito aos mais jovens.

Os proprietários dizem que a qualificação dos queijos «tem sido muito positiva. Claro que primeiro há que fazer o investimento, o

Continuação da pág. anterior

emprego e geração e distribuição de riqueza; fortalecimento do tecido económico e social do meio; criação de condições para fixação e atracção de população.

O caso de Portalegre

Com cerca de 500 associados, o Agrupamento de Produtores Pecuários e o Agrupamento de Produtores Agrícolas e Florestais do Norte Alentejo são dos principais e mais activos interlocutores do país na defesa dos produtos tradicionais e um exemplo de sinergias positivas. Dos cerca de 100 produtos protegidos a nível nacional 20 são desta região, que tem de momento mais seis pedidos de qualificação. Um trabalho desenvolvido nos últimos 12 anos e

que começou precisamente com o Queijo de Nisa, um dos mais emblemáticos produtos tradicionais.

Questionada sobre a razão do sucesso, Alexandra Carrilho responde que «basta olharmos para esta região para perceber! Isto já não é bem o Alentejo, está na transição com a Beira e tem características muito próprias e diversificadas. Temos concelhos que são puro Alentejo e outros concelhos que se identificam mais com a Beira Baixa. Isto enquanto que, por exemplo, o distrito de Beja é muito mais homogéneo. É essa variedade que dá a riqueza a esta região», reforça.

O caso de Portalegre é também emblemático por servir de prova que a adopção de medidas económicas correctas pode contribuir para inverter a desertificação humana do mundo



no do Norte Alentejo



que nos dá trabalho e despesas, mas depois acabamos por concluir que vale a pena». Segundo os mesmos, «a principal ferramenta para se atingir o objectivo da qualidade e o sucesso no mercado é a força de vontade e o cumprimento das exigências colocadas pela Associação de Agricultores do Distrito de Portalegre, a entidade certificadora da autenticidade.

Escoar os queijos no mercado tem sido fácil para a empresa.

Existe uma procura significativa do queijo de Nisa e a produção, por ser essencialmente artesanal, não é tão grande como a dos queijos industriais: «aquilo que fabricamos tem-se vendido. Essa é a razão porque nós queremos crescer, melhorar e crescer. Estes queijos são distribuídos para todo o território nacional, com maior preponderância para a região de Lisboa, que é a principal consumidora.

Apesar de geograficamente próximo do país vizinho, não há razões de maior quixa de concorrência espanhola. Dizem que «o queijo espanhol é completamente diferente do nosso. Eles produzem em grandes quantidade e de forma industrial. Como nós não alinhámos por aí, temos o nosso mercado protegido. Pelo menos até agora.»

rural, especialmente o interior do país. Embora não seja possível quantificar este movimento de regresso ao campo, o certo é que são cada vez mais os jovens que encontram nestas actividades o emprego que tem faltado e que está na origem do fluxo migratório para as cidades. Assiste-se mesmo ao regresso dos filhos daqueles que, há uma geração, abandonaram as vilas e aldeias.

Com a riqueza vem a promoção e assiste-se mesmo a uma mudança de mentalidades. Hoje é prestigioso ser salsicheiro ou queijeiro, ter uma unidade industrial, por pequena que seja. Uma mudança estrutural, uma vez que o que tem faltado em algumas das regiões mais carenciadas é o espírito empresarial necessário para potenciar a riqueza imensurável das regiões de Portugal.

IPSIS VERBIS

«Já não peço um instituto, peço uma direcção de serviços forte!»

Alexandra Carrilho, administradora do APAFNA - Agrupamento de Produtores Agrícolas e Florestais do Norte Alentejo e da Natur-al-Carnes (Agrupamento de Produtores Pecuários do Norte Alentejo) acredita no futuro dos produtos tradicionais mas reivindica maior atenção do Estado para com o sector.



O que é que ganham os produtores com a qualificação dos seus produtos?

Ganha primeiro que tudo o distrito. Estou farta de ouvir falar que este é um distrito desertificado e que está a desaparecer. O que fazer? Grande fábricas não vale a pena porque - e temos visto o que tem acontecido no norte - não temos cá mão-de-obra barata e essas fábricas vão para onde a há. A outra hipótese é apostar naquilo que temos, nas coisas diferentes que sabemos fazer e, com isso, fixar pessoas, principalmente jovens. E isso é muito importante.

Se visitar unidades nossas de produção vai encontrar um grande número de jovens, alguns que herdaram dos pais e mesmo alguns que vieram para cá se instalar. Verificamos que existe já hoje uma mudança de mentalidades. Por exemplo, ser salsicheiro tinha uma conotação negativa - o que era interessante era ter um filho doutor - enquanto hoje o salsicheiro é visto como um empresário, uma posição prestigiosa. Outro exemplo: quando vejo gente nova a querer ser queijeiro tenho a certeza que isto não é uma coisa lírica mas que de facto estamos a contribuir para mudar o ciclo do desenvolvimento.

Há uma política nacional de defesa dos nossos produtos tradicionais?

Acho que o Estado devia ser dos primeiros a ter muito cuidado e estar sempre muito atento ao desenvolvimento destes produtos.

Qual a sua sugestão?

Trabalhem mais e trabalhem mais seriamente e não façam modelos económicos a quatro anos. A área dos produtos tradicionais pertence a uma divisão de serviços e eu acho que os produtos tradicionais, assim como os produtos biológicos e outros, deviam estar numa direcção ou, porque não, assim como há o Instituto da Uva e do Vinho haver um instituto para estes produtos.

Mas teriam que ser organismos muito fortes em que "eu, produtora", pudesse encontrar concentradas todas as respostas para as minhas perguntas em várias áreas, sem ter que andar de uma insituição para outra. O sucesso do vinho tem passado muito pelo facto de estarem ali centralizadas as funções necessárias para o desenvolvimento do sector. Já não peço um instituto, peço uma direcção de serviços forte!