



E.Leclerc



**Caldas da Rainha**  
**"Há 20 anos consigo"**

# E.Leclerc

## DRIVE



Caldas da Rainha



TUDO CONTROLADO: COMPRAS E TEMPO NA PALMA DA SUA MÃO!

# Fazemos as compras por si!

## Com todo o cuidado, frescura e à sua maneira! Como funciona?

1

Selecione a loja mais próxima e adicione os produtos ao carrinho



2

Selecione o dia e a hora para recolha



3

Escolha a forma de pagamento



4

Recolha as suas compras no drive

E.LCLERC DRIVE



## apresentação

# Obrigado por estes 20 anos!

Completam-se a 9 de dezembro de 2022 duas décadas de presença do E.Leclerc nas Caldas da Rainha e, por isso, a administração da Rainhadis - Sociedade de Distribuição SA decidiu assinalar a data, através de um programa repleto de atividades e que envolvem, sobretudo, os nossos clientes.

A revista que o leitor tem nas mãos é uma das inúmeras iniciativas que, ao longo dos próximos meses, servem para registar estes 20 anos ao serviço da comunidade, tendo a administração da empresa escolhido a Gazeta das Caldas para produzir este trabalho editorial dada a relevância que este semanário tem para a população das Caldas e por ser, também, um parceiro de referência ao nível da comunicação.

No E.Leclerc procuramos seguir uma filosofia de proximidade



Queremos devolver à comunidade parte daquilo que a comunidade nos dá. E, nessa medida, são diversas as ações que levamos a cabo para consolidar esse posicionamento

com os fornecedores e clientes, sendo que os valores de responsabilidade social são levados à letra. Queremos devolver à comunidade parte daquilo que a comunidade nos dá. E, nessa medida, são diversas as ações que levamos a cabo para consolidar esse posicionamento.

Valorizamos muito os nossos recursos humanos e, por isso, ficamos honrados por ter mais de uma dezena de colaboradores que estão connosco desde o primeiro dia em que abrimos portas e ficamos felizes por ver exemplos de familiares que aqui trabalham.

O E.Leclerc faz 20 anos nas Caldas, mas o agradecimento que se impõe vem da nossa parte: obrigado, caro cliente, fornecedor, amigo e parceiro. Foram 20 anos de crescimento consolidado nesta relação. Que venham, pelo menos, mais 20 anos assim! ■

### Ficha técnica

**Diretor** José Luiz Almeida e Silva **Diretor-adjunto** Joaquim Paulo **Textos** Fátima Ferreira, Joaquim Paulo, Joel Ribeiro, Isaque Vicente, Paulo Ribeiro e Natacha Narciso **Fotografia** Joana Costa **Serviços comerciais** Sara Lopes e Rui Xavier **Serviços gráficos** Carina Querido e Carlos Reis **Impressão** Diário do Minho **Tiragem** 7 mil exemplares | Esta revista faz parte da edição 5432 da Gazeta das Caldas, de 28 de abril de 2022, e não pode ser vendida separadamente



**Vítor Marques**

Presidente da Câmara Municipal das Caldas da Rainha

## Parabéns a um parceiro da comunidade

**É** com grande satisfação que, em nome do Município das Caldas da Rainha, felicito o E.Leclerc pelo seu 20º aniversário na nossa cidade.

São 20 anos de atividade a contribuir para o fortalecimento do tecido socioeconómico do nosso concelho, através de uma gestão que procura constantemente reinventar-se, fazer diferente e – como ainda temos bem presente – enfrentar com resiliência o desafio económico causado pela pandemia de covid-19, que ao longo dos últimos dois anos se tem tornado num obstáculo difícil de ultrapassar. Cruzar os braços e esperar por soluções milagrosas não foi, nem será, certamente, a postura de quem está à frente desta superfície comercial, que tem sido muito mais que um mero hipermercado.

Neste momento de balanço de atividade, importa fazer uma justa referência ao envolvimento e participação do E. Leclerc na comunidade caldense, desde a importância que é dada aos produtos e produtores locais, posicionando-se como um Parceiro de Negócio relevante, mas também como um empenhado Parceiro Social. Essa é, sem



São 20 anos de atividade a contribuir para o fortalecimento do tecido socioeconómico do nosso concelho

marginem para dúvidas, uma das imagens de marca deste hipermercado de referência, que se tem sabido reinventar e continuar a prestar um serviço de qualidade aos habitantes das Caldas e, por que não dizê-lo, de vários concelhos do Oeste.

Ao longo destas duas décadas, o E. Leclerc tem estado ativamente envolvido na busca de soluções para diversos problemas e necessidades da comunidade, promovendo iniciativas de intervenção social e de apoio a instituições ao serviço das populações. Essa condição, de se afirmar como uma extensão da comunidade, torna-o num parceiro sempre presente de várias entidades caldenses e, não por acaso, a cidade e a região têm sabido retribuir esse carinho e dedicação ao longo destas duas décadas.

Pelos seus 20 anos de atividade económica e pela ligação e participação na comunidade das Caldas da Rainha, o Município dá os parabéns ao E. Leclerc e faz votos de muito êxito para a sua atividade. Porque empresas como a Rainhadis, SA, que olha e valoriza os seus recursos humanos, que trabalha em parceria com a sociedade civil e está ao lado dos caldenses e das caldenses, mas também dos oestinos, terá sempre um espaço. ■

## opinião



**Hugo Oliveira**

vereador do PSD na Câmara Municipal das Caldas da Rainha

# Aniversário de E.Leclerc das Caldas da Rainha

Foi há vinte anos que o E.Leclerc se instalou nas Caldas. Numa altura em que se expandiam e instalavam várias insígnias no concelho. Havia então várias questões que se colocavam: Mas como vão sobreviver todas? Há mercado? O que as diferencia? Durante algum tempo estas e outras questões mantiveram-se na mente dos Caldenses. No que diz respeito ao E.Leclerc uma das características que faz a diferença é o fato de este estabelecimento trabalhar com produtores locais, o que garante por um lado um escoamento de produtos locais e por outro uma aposta clara na região valorizando os produtos e a comunidade local em especial.

Mesmo com a entrada de novos players no mercado nestes vinte anos, a qualidade do serviço e dos produtos à disposição tal como os preços praticados permitem a este estabelecimento continuar a ter a preferência de milhares de consumidores. Foi um sonho dirão alguns, mas principalmente uma aposta em alguém com capacidade para erguer, fazer crescer e consolidar o projeto. Como aliás faz parte do conceito da instalação desta insígnia. Caldas da Rainha é a segunda cidade portuguesa que mais cidadãos Franceses acolhe no seu seio. Esta comunidade encontra neste estabelecimento produtos que satisfazem o desejo e confiança de quem procura sensa-



Desejo que o sucesso do E.Leclerc nas Caldas da Rainha continue a significar a afirmação dos produtos regionais mas acima de tudo a Felicidade de tantas famílias

ções da sua terra natal. Esta aposta contribui para o reconhecimento de uma comunidade tão importante que mantém assim um elo de ligação com as marcas de produtos que sempre se habituaram a consumir. Também todos aqueles que procuraram novas vidas emigrando para França e que quando voltaram puderam encontrar uma ponte de ligação com a vivência então adquirida de anos num País diferente.

A política da empresa enquanto parceira estratégica de responsabilidade social tem sido discreta, mas bastante assertiva. A política de redistribuição de lucros com os colaboradores aliado a um aumento anunciado para 2022 de 17% nos salários dos colaboradores é demonstrativo da forma como a empresa encara a seu posicionamento na comunidade mas denota principalmente a importância que a equipa tem para a empresa.

Desejo que o sucesso do E.Leclerc nas Caldas da Rainha continue a significar a afirmação dos produtos regionais mas acima de tudo a Felicidade de tantas famílias, umas que colaboram outras que são apoiadas e que sentem diariamente a presença da insígnia no concelho. Parabéns aos seus proprietários que assimilam os anseios dos consumidores da região e que bem sabem interpretar as expectativas, assumindo a sua responsabilidade social perante a comunidade. ■

# “Sabíamos que Caldas da Rainha tinha potencial”

## Stephane Fouqué viu potencial nas Caldas da Rainha para acolher uma loja E. Leclerc há 20 anos

O presidente do Conselho de Administração da Rainhadis, SA, empresa que gere o E.Leclerc nas Caldas da Rainha, mostra-se satisfeito pela decisão de ter investido na cidade há duas décadas e considera que é possível continuar a evoluir com o projeto na região.

### O que o trouxe há 20 anos para as Caldas da Rainha?

Foi a oportunidade. Já estávamos em Portugal desde 1997, com a ambição de abrir uma loja E. Leclerc, como se faz em França. Demorou mais tempo do que o previsto, porque houve alterações legais, que tornaram mais difícil o processo. Houve oportunidade de comprar aqui um terreno e o estudo de mercado era animador. Também não tínhamos muita escolha, porque a lista de espera para abrir uma loja E. Leclerc era grande e quem não apanhasse a primeira oportunidade passava para o fim da lista. Além disso, Caldas era uma cidade que sabíamos que tinha histórico de comércio e potencial de desenvolvimento.

### Já conhecia a cidade antes?

Sim. Quando fizemos prospeção das cidades que tinham dimensão suficiente para acolher uma loja, lembro-me de passar uma tarde nas Caldas e fiquei surpreendido. Já havia engarrafamento junto à Praça da Fruta, senti que era uma cidade com potencial pelas ligações rodoviárias e pelo posicionamento geográfico. Também ajudou a tomar a decisão de vir para cá o facto de se estar na fase de conclu-



Empresário decidiu investir na cidade há duas décadas



O balanço que fazemos é bastante positivo

são da A8, o que aumentava o potencial de toda esta zona Oeste.

### Que balanço faz destes 20 anos?

É bastante positivo. Toda a zona tem crescido em população, em infraestruturas - tirando o caminho de ferro que continua a ter os mesmos problemas. A ligação a Santarém, com a A15, também ajudou. A parte turística melhorou bastante, o que é a principal evolução que sinto. Há muito mais estrangeiros, incluindo

franceses, que eram poucos quando vim para cá. É verdade que houve problemas também, mas a cidade está mais dinâmica, em termos sociais como comerciais. A nível do negócio, os primeiros anos foram de crescimento. Houve tempo para encontrar o ritmo e entrar em velocidade de cruzeiro. Depois houve a crise de 2008, que foi complicada para toda a gente. Isso atrasou um pouco e, como em todas as empresas, houve uma quebra de faturação muito grande. Recuperámos e, com a ampliação e as melhorias que fizemos, estamos muito além do que faturávamos há 20 anos e estamos com um ritmo de crescimento bastante bom.

### **O que distingue o E. Leclerc das outras redes de supermercados?**

Nós não somos uma cadeia. É bastante diferente e talvez um pouco difícil de entender. Cada loja tem um dono diferente, somos interdependentes uns dos outros, mas de maneira voluntária. Existe uma relação de apadrinhamento que é fundamental. Cada dono de loja tem no seu contrato obrigação de formar alguém para abrir uma loja. Se alguém amanhã vier com um cheque de 1 milhão de euros para abrir uma loja, não pode. Primeiro tem que vir trabalhar numa loja desde as funções mais básicas, para crescer e aprender. Isso faz com que o dono de loja conheça quase todas as funções necessárias num supermercado. Ao ter donos diferentes, cada loja tem que ser rentável por si. Aqui somos mais flexíveis, podemos-nos ajustar à região onde estamos, à área da loja, podemos ajustar a nossa gama de produtos ao tipo de clientes, porque os de Lisboa são diferentes dos das Caldas, e estamos mais envolvidos na vida local do que uma cadeia que tem sede noutro lado.

### **Os produtos locais são uma aposta forte da loja?**

É uma filosofia do grupo em si e também uma



No E. Leclerc somos mais flexíveis, podemos-nos ajustar à região, à área da loja, ao tipo de clientes, e estamos mais envolvidos na vida local

filosofia empresarial. É uma forma de impactar a economia e a vida social local. Por exemplo, quando abrimos, havia a crise das vacas loucas. Era preciso transmitir confiança aos clientes e a forma foi encontrar produtores locais, garantindo a origem do produto. Também tem o aspeto de emissão de carbono, porque os produtos locais têm uma pegada carbónica menor. O mesmo com o queijo e o leite do Vale da Flor. Para mim é algo lógico. Conheço o produtor, os funcionários. É diferente do que negociar com um gigante industrial, com os produtores locais vamos negociar a qualidade, a logística, mas também o preço porque tem que ser justo.

### **Que perspetivas tem para o futuro?**

Acredito que o mercado online vai abrir, com vários circuitos de distribuição. Cada cliente quer um serviço mais adaptado a si. Os melhores exemplos são as novas empresas, como a Amazon, Netflix, Booking. A grande distribuição vai ter que se adaptar para vender o que interessa a uma pessoa de 60 anos, a uma pessoa que tem dois filhos, a uma pessoa que tem um gato... Os folhetos em papel vão desaparecer, estamos a entrar em França nessa fase, para chegar diretamente a cada cliente de forma personalizada. Vamos continuar a ter o drive, para a pessoa que faz as suas compras e as quer vir levantar quando sai do trabalho. Temos que atender às pessoas que vêm fazer as compras, mas querem deixá-las guardadas para levantar noutra altura. Vão ser necessários circuitos, de forma a chegar a todos. Mas esse sempre foi o nosso papel, vender tudo a toda a gente. Aqui nas Caldas vamos-nos adaptar a pouco e pouco. Estamos a adaptar o nosso site para se fazer as compras online, e temos que entender o que quer o cliente para lhe fazer a proposta certa, continuando a respeitar o mercado local, a proximidade, e que vão sempre continuar a haver pessoas que querem ser elas a escolher a sua carne, o seu peixe, o seu pão. ■

# Movimento E. Leclerc nasceu em França para marcar a diferença

**Edouard Leclerc é o homem que está na origem de um movimento que persegue o objetivo de democratizar o consumo, com preços acessíveis às comunidades**

**F**rança. 1949. Ainda se fazem sentir os resquícios da II Guerra Mundial, mas um jovem comerciante de Landerneau, na Bretanha, começa a desbravar caminho. Edouard Leclerc tem 23 anos e decide encetar uma estratégia ambiciosa: vender ao preço mais baixo possível, comprando diretamente aos produtores, por forma a evitar os intermediários. Sete décadas depois, o E.Leclerc é o maior grupo de distribuição em território gaulês e está presente em vários países, entre os quais Portugal. Em 2002, chegou às Caldas.

Depois da primeira loja, o sucesso é rápido, alargando o leque de produtos e abrindo mais lojas. Em 1956, decide criar a marca E.Leclerc Vêtements, vendendo têxteis na cadeia de supermercados. Em 1959, uma década depois de ter criado o grupo, o movimento já tem 60 lojas em França, chegando a Paris, com um espaço em Issy-les-Moulineaux.

O empreendedorismo do fundador e a vontade de democratizar o acesso aos produtos fazem-no enfrentar alguns combates, nomeadamente contra industriais que recusavam a venda direta. Em 1964, contudo, o crescimento da marca permitem a abertura do primeiro hipermercado, em Landerneau. Além disso, a



## O fundador

O movimento E.Leclerc foi fundado em 1949, na França do pós-II Guerra Mundial, quando Edouard Leclerc abre a primeira loja, em Landerneau, na Bretanha



O fundador do grupo numa das lojas que dirige em

organização passa a funcionar em agrupamentos de compras, que abastecem os centros. Uma das particularidades do movimento está relacionada com a vontade de democratizar o acesso dos consumidores aos produtos e, por isso, as décadas seguintes são de variadas batalhas em torno de questões concretas, como a possibilidade de os supermercados venderem combustíveis, livros (1979) ou perfumes (1983). A liberalização do preço dos combustíveis, porém, só é aprovada pelo Governo francês em 1985, ano que antecede a permissão para a venda de joias em ouro. Em 1987, o grupo cria as E.Leclerc Voyages e em 1988 há mais um triunfo para a livre concorrência: os produtos de parafarmácia deixam de estar em venda exclusiva nas farmácias.

Em 1992, o movimento organiza-se em 16 cooperativas e inicia a expansão para outros países europeus. Em 1999, celebra o cinquentenário e torna-se na primeira marca francesa a aceitar o pagamento em euros.

## Uma marca distintiva

O movimento E.Leclerc tem várias especificidades, que não se resumem à oferta variada e aos preços baixos dos produtos que tem à venda nas lojas. Afinal, trata-se do único







em França, em 1984

grupo europeu que oferece a oportunidade aos trabalhadores de se tornarem proprietários da própria loja. Contudo, só depois de terem integrado o movimento após vários anos e demonstrarem sucesso como diretores de loja é que os empreendedores podem aspirar a tornar-se um aderente do grupo. Além disso, têm de ser “apadrinhados” por outro aderente, dado que esse espírito de colaboração e solidariedade é outra das marcas do movimento.

Os aderentes devem, ainda, respeitar algumas regras simples: “vender ao mais baixo preço”, “distribuir 25% dos lucros aos colaboradores”, “participar na gestão das ferramentas coletivas do movimento” e “aderir aos dispositivos contratuais destinados à assegurar o bom desenrolar das cessões de lojas”.

A organização do movimento articula-se em torno de três estruturas principais: LACDLec (Associação dos Centros de Distribuição E. Leclerc), que atribui a insígnia aos aderentes, controla o respeito das regras da carta do aderente e define as grandes orientações estratégicas da insígnia; o GALEC, que referencia os grandes fornecedores para as lojas; e cooperativas regionais que asseguram a função logística para as lojas, negociam com os fornecedores nacionais para adaptar



O sucesso do movimento é rápido e a população agradece os preços baixos



Os centros distribuidores são uma das imagens de marca do grupo



### As origens

Ao fim de apenas uma década de existência, o grupo já dispunha de 60 lojas em França

a oferta às especificidades de consumo da região e que colaboram com os fornecedores locais.

A implementação internacional das lojas E. Leclerc estabelece-se no mesmo espírito que no país de origem. O grupo está presente em Espanha, Portugal, Itália, Polónia e Eslovénia, com mais de uma centena de empresas instaladas no mercado. A vontade da insígnia é constituir um pólo de comerciantes independentes europeus. Mas o grupo continua a expandir horizontes e estabeleceu, em 2006, uma aliança com quatro distribuidores independentes europeus: Conad (Itália), COOP (Suíça), REWE (Alemanha), e Colruyt (Bélgica). ■

# Investimento constante para melhor satisfazer os clientes

## Rainhadis faz intervenções constantes para melhorar as condições de loja e oferecer mais serviços pelo melhor preço

O E.Leclerc das Caldas da Rainha abriu há 20 anos e desde então tem marcado por uma dinâmica forte de investimentos com vista a constantes melhoramentos na loja. O investimento mais recente foi iniciado em 2018 e levou à total renovação da loja. “Olhámos para o mercado e vimos que todas as lojas faziam praticamente a mesma coisa”, refere Stephane Fouqué, administrador da Rainhadis, Lda.

A requalificação do E.Leclerc foi, então, no sentido de criar um conceito diferenciador. “Pensámos o que é que nós, E.Leclerc, temos melhor do que os outros para sermos mais atraentes para os clientes”, diz Stephane Fouqué. E o resultado foi a intervenção em que se aumentou a área da loja, transformando-a num pequeno hipermercado, o único existente nas Caldas da Rainha. “Ajustámos ao que pensamos ser o ideal para uma cidade como as Caldas da Rainha. Pensámos o que podíamos trazer mais para dentro da loja, tendo o melhor que os outros têm, mas com maior gama, melhor preço e maior qualidade, que vem do produtor local”, destaca.

Ter muita variedade é uma das apostas claras. Enquanto alguns dos supermercados apostam sobretudo em marcas próprias, o E.Leclerc também as tem, mas acrescenta à sua oferta as principais marcas do mercado, o que permite ao cliente ter maior poder de escolha. Além disso, “temos produtos franceses, pela ligação que temos com a França, mas também temos a melhor gama de biológicos, de dietética e de outros produtos, como uma gama alargada de roupa, de artigos de casa,



Pensámos o que podíamos trazer mais para dentro da loja, tendo o melhor que os outros têm, mas com maior gama, melhor preço e maior qualidade

Stephane Fouqué

temos das maiores garrafeiras das Caldas, e os eletrodomésticos. Tudo no mesmo espaço”, destaca Stephane Fouqué, acrescentando que se parte de um conceito de loja em que o cliente entra e “tem acesso a tudo no mesmo local e com mais conforto, porque os corredores são mais largos”.

A intervenção no interior da loja foi agora completada com a requalificação do exterior. “Fizemos uma loja completamente nova por dentro, precisávamos agora de modernizar também o exterior”, explica o administrador da Rainhadis, acrescentando que esta é, sobretudo, uma operação de estética, para modernizar a imagem. Mesmo assim, a intervenção tem, igualmente, impacto no conforto para os trabalhadores da parte administrativa da Rainhadis, uma vez que vai melhorar o isolamento térmico do edifício.

Para completar a total requalificação do parque comercial do E.Leclerc, está ainda em curso um novo projeto para o parque de estacionamento. O projeto está ainda em apreciação pela Câmara das Caldas da Rainha, mas a empresa estima tê-lo concluído ainda este ano.

Esta obra consiste em colocar coberturas para as viaturas, protegendo assim do sol e da chuva. Serão coberturas com painéis fotovoltaicos para produção de energia elétrica.

Esta aposta nas energias renováveis vem sublinhar a importância que a Rainhadis dá à sustentabilidade ambiental, além de proporcionar à empresa poupança energética.

“Uma empresa é como uma pessoa, tem que ter consciência do impacto ecológico que tem”, diz Stephane Fouqué. Essas preocupações vêm desde a fundação. Quando o E.Leclerc abriu, há 20 anos, houve uma alteração à lei que regula a utilização de gases para os sistemas de frio. “Nessa altura fomos além do que o regulador pedia e optámos por uma solução mais ecológica, que faz a refrigeração a água”, conta.



## Posto de combustíveis é um dos vários investimentos em curso no hipermercado

Na última remodelação da loja foi alterada toda a iluminação para LED, “num investimento muito grande, mas que teve bons resultados”, realça o administrador. Apesar de a loja ter duplicado de área, o consumo de energia reduziu em 10%. Para isso contribuiu, ainda a adoção de um sistema de monitorização de gastos de energia desnecessários.

### Pelo melhor preço

Mas os investimentos realizados pela Rainhadis no parque comercial do E.Leclerc não se têm cingido às infraestruturas. A empresa tem, igualmente, investido na criação de serviços complementares, de modo a melhor servir os seus clientes, e atrair novos.

“A nossa filosofia é que tudo o que pode ser vendido, pode ser vendido mais barato”, explica Stephane Fouqué, administrador da empresa. É com este lema que foram implementados, extra loja, serviços como a parafarmácia e o posto de abastecimento de combustíveis.

“Vender combustível a preços mais acessí-



### Aposta

Mesmo com a pandemia a travar investimentos em muitos setores, a Rainhadis investiu para dar uma nova cara ao hipermercado e dar melhores condições aos clientes

veis foi uma grande luta do grupo E. Leclerc em França, nos anos 1980”, refere Stephane Fouqué. “Em quase toda a Europa havia monopólio, era o Estado que fazia os preços. Em França era permitido fazer desconto de 6 cêntimos de franco e o E.Leclerc começou a fazer entre 20 e 30 cêntimos de desconto, porque podia, tinha margem”, conta o empresário, acrescentando que, na altura, as lojas foram até multadas e hoje bloqueios de estradas nos acessos aos hipermercados. Isso não demoveu a rede E. Leclerc, que se manteve firme na ideia de vender mais barato, “para que toda a gente tenha acesso a todos os produtos”, sublinha Stephane Fouqué. Outra luta foi a cultura, “para podermos vender livros fora do cartel de preços definidos pelas editoras, porque se o mercado é aberto, toda a gente deve ter acesso a tudo”, acrescenta.

Stephane Fouqué realça que no E.Leclerc são “negociadores”. “Negociamos quase tudo, mas o resultado das nossas negociações é para ser refletido no consumidor”, salienta. ■

# Responsabilidade social é uma das imagens de marca da Rainhadis, SA

**Filosofia do E.Leclerc torna projeto distinto de outras cadeias. Proximidade com população é vetor fundamental**

**E**m abril de 2020, em pleno pico da pandemia no nosso país, a Rainhadis - Sociedade de Distribuição S.A, SA tomou uma decisão que não deixou ninguém indiferente: o E.Leclerc oferecia espaço na loja das Caldas da Rainha aos hortofruticultores e outros produtores de frescos, “renunciando ao lucro” no âmbito da campanha “SOS Produtor – Zona Oeste”, com o objetivo de facilitar a comercialização. Este é, apenas, um dos apontamentos que revelam o cariz da empresa, em que a responsabilidade social é mesmo levada à letra.

Ainda no mês de fevereiro, a entidade liderada por Stephane Fouqué decidiu proceder a um aumento de 17% dos salários dos 157 efetivos da loja “acima dos 705€ afixados para o salário mínimo nacional para 2022”, o que resulta num aumento de 17% em comparação com “os 6% da subida salarial determinada pelo Governo para este ano”. Além disso, e estas medidas juntou-se “o aumento de mais de 25% do subsídio de alimentação mensal”, sendo mantida, “como todos os anos, a redistribuição de lucros anual pelos colaboradores, que em 2021 resultou num prémio no valor de 550 euros pelos funcionários efetivos há mais de um ano, atribuídos às 40 horas semanais”. Esta prática de distribuição dos lucros pelos trabalhadores é uma das imagens de marca do E.Leclerc das Caldas da Rainha. E expli-



## **Solidariedade**

No auge da pandemia, a empresa decidiu ceder espaço na loja para produtores da região, no âmbito da campanha “SOS Produtor - Zona Oeste”, renunciando ao lucro



## **Devolução de parte dos lucros, nomeadamente**

ca-se, segundo o administrador da empresa, pela especificidade da insígnia. “O facto de termos um dono por loja, faz com que o modelo de liderança seja diferente. Eu e a minha esposa somos um pouco paternalistas. Trabalhamos aqui em família, claro que há regras que é preciso cumprir, mas conhecemos todas as pessoas que estão connosco. A minha porta está sempre aberta, não estamos isolados das pessoas que trabalham connosco”, salienta o empresário gaulês, que denota uma preocupação acrescida com os recursos humanos, sendo esse um dos segredos do sucesso do hipermercado na cidade. É por isso que, anualmente, procede a um ajustamento nos salários. “Todos os chefes têm objetivos e quem cumpre é premiado, no mínimo, com um mês de ordenado”, frisa Stephane Fouqué, que foi mudando de estratégia de atribuição de prémios ao longo



## através de prémios aos colaboradores é uma prática instituída na entidade

destas duas décadas no mundo empresarial. “Durante alguns anos distribuimos resultados com os trabalhadores de igual forma, um trabalhador com um ano de casa recebe uma determinada verba. Depois de anos de crescimento e lucro importante, decidimos aumentar as pessoas efetivamente, partilhar um pouco mais as receitas. Uma iniciativa para estabilizar a equipa, que vale a pena trabalhar aqui. Ninguém aqui ganha o salário mínimo, porque no final do ano recebe sempre alguma coisa. Esta é uma maneira de mostrar que trabalhar num hipermercado não é desprestigante”, salienta o francês, para quem é essencial partilhar o sucesso com a equipa. “Sabendo que haveria uma inflação superior ao habitual, decidimos antecipar e aumentar toda a gente acima do que foi definido pelo Governo. Queremos que seja interessante trabalhar aqui e que a pessoa se sinta valori-



### Proximidade

A ligação com os produtores locais é essencial para a Rainhadis, que vai lançar a campanha “É de cá!”, com a sinalização dos produtos de origem local e regional

zada. Crescemos, somos um hipermercado, tem valorização maior e essa valorização tem que ser partilhada”, observa.

A responsabilidade social é outra característica distintiva do E.Leclerc. “Neste caso há duas vertentes A nacional, em que há campanhas, com atualmente para ajudar a Ucrânia. Tem um aspeto que pessoalmente não gosto, porque tem um ar de marketing. Nós fazemos mais, todos os dias há mercadoria que vai para associações, e não fazemos publicidade disso, porque o que queremos é ajudar as pessoas”, afirma Stephane Fouqué, que completa a ideia: “Houve, há algum tempo, uma campanha dos rotários, que trouxeram uma lista de produtos para nós contribuímos, assumimos toda a lista com uma condição: não se saber de onde tinham vindo os produtos. Faz parte do nosso papel social, mas damos para dar, não para dizermos que damos”. ■

# Alianças locais permitem trazer o que de melhor se produz na região ao hipermercado

Os melhores produtos da região podem ser encontrados, todos os dias, no E.Leclerc, que privilegia a proximidade com os produtores. Estas alianças locais oferecem um canal de distribuição de qualidade

A venda de produtos locais é um dos grandes atrativos do hipermercado E.Leclerc das Caldas da Rainha, conferindo-lhe um carácter quase de loja de bairro que a maioria das grandes superfícies não consegue ter. As parcerias criadas nos últimos anos permitem ali encontrar legumes e frutas produzidos na região, mas também carne, vinho, queijos, entre outros. Desta forma, assegura-se que os produtos são mais frescos e não perdem qualidade. Com estas Alianças Locais, que envolvem cerca de meia centena de produtores e representam um volume de compras de quase 2 milhões de euros, dinamiza-se a economia local e reduzem-se gastos ambientais e económicos associados ao transporte dos alimentos.

## Os legumes e verduras do Olho Marinho

As alfaces chegam todos os dias bem fresquinhas à secção de frutas e legumes do E.Leclerc, acabadas de colher da exploração da Obisol, no Olho Marinho.

João Pedro, responsável pela exploração, trabalha há 30 anos na agricultura, gosto que



Estou muito satisfeito por me terem abordado. São muito certinhos

João Pedro



As alfaces da Obisol são entregues diariamente

herdou dos pais, também eles agricultores. Fornecer hipermercados não estava nos seus horizontes prioritários, até em função do histórico de “esmagamento” de preços que por norma as grandes superfícies aplicam aos produtores. Mas quando Teresa Joaquim o abordou no mercado abastecedor das Caldas da Rainha, há cerca de cinco anos, para colocar os seus produtos nos frescos do E.Leclerc, encontrou uma abordagem diferente. “Disse-me que estavam à procura de qualidade e não de preço, com fornecedores da região”, conta o empresário agrícola. A relação comercial começou após uma visita à exploração de 13 hectares (3 dos quais de estufa) e tem vindo a ser intensificada nos últimos anos. A alface é o principal produto fornecido pela Obisol ao E.Leclerc, nas variedades frisada, lisa, roxa e folha de carvalho. “É a base da



e no supermercado



A Menina da Horta fornece verduras e legumes vindos do Olho Marinho

nossa produção”, refere João Pedro. Mas há outros produtos que chegam à mesa dos clientes do hipermercado, nomeadamente produtos de molharia (salsa, coentro, nabiça, espinafre, rúcula), que produz todo o ano, e ainda alguma produção sazonal, como courgettes, pepino e tomate.

João Pedro diz que a relação com o E.Leclerc tem sido profícua. “Estou muito satisfeito por me terem abordado, são muito certinhos em todas as situações”, sublinha, acrescentando que trabalhar diretamente com o hipermercado garante melhor rendimento ao agricultor, uma vez que elimina intermediários, mas também é vantajosa para o cliente, que assegura “um produto mais fresco, porque é do dia”.

Essa é uma ideia corroborada por Gilma Trancoso, de A Menina da Horta, empresa fundada em 2015 e que se dedicava à produ-



Se não fosse o E.Leclerc, não tinha escoado um terço da produção

**Gilma Trancoso**

ção no Olho Marinho e à venda na Praça da Fruta. Em mais de quatro hectares naquela freguesia do concelho de Óbidos produz-se batata, cebola, alface, diferentes tipos de couves e outros legumes e verduras. Em pequenos lotes, procuram produzir com qualidade. No início da pandemia, a agricultora foi notícia na Gazeta por ter criado um serviço de entrega dos seus produtos porta-a-porta. Quando a Praça da Fruta “fechou, de um dia para o outro, em março”, a empresária viu-se, tal como a maioria dos produtores, sem ter como escoar a sua produção. Nessa fase, o E.Leclerc criou um programa para ajudar os produtores locais, disponibilizando um espaço para que estes pudessem vender os seus produtos, aos seus preços, e assim evitar a perda total. “Se não fosse o E.Leclerc não teria escoado um terço do que já >>>

<<< estava plantado”, conta Gilma Trancoso, elogiando “uma atitude muito nobre” do hipermercado.

No caso de A Menina da Horta, esta relação “fez a empresa crescer, ser mais estruturada, porque é uma casa exigente e a empresa era muito pequena”, nota a empreendedora. Por outro lado, a produção já duplicou desde então e a empresa até já criou uma linha diferenciada de produtos gourmet.

Depois dessa fase conturbada, o E.Leclerc começou a vender os produtos de Gilma Trancoso, para quem a proximidade com os



## Pedem hoje e entrego amanhã

**António Filipe**



**A fruta biológica de António Filipe, de Alvorninha**

produtores é um dos grandes pontos chave desta parceria, segundo a empresária. “É muito importante para ambos e permite ir de encontro ao que os clientes procuram”, refere a empresária, acrescentando que a qualidade dos produtos é essencial para abastecer os clientes: “Tudo aquilo que vendemos é aquilo que consumimos em casa, é o que dou a comer às minhas filhas”.

### **A fruta biológica de Alvorninha**

Diferentes variedades de pêras e maçãs biológicas são trazidas de Alvorninha de um dia para o outro. Vêm da Encosta da Quinta, uma empresa familiar, fundada por António Filipe há quase meio século. Os pais já tinham campos, mas mais ligados à vinha, uma tradição que ainda se mantém, mas já lá vamos.

A aposta nos biológicos nas pêras e maçãs foi feita há cerca de dez anos, por incentivo do filho. Esta é, aliás, uma família que há já mais de 20 anos apresentava este tipo de preocupações e via no biológico o único caminho. Atualmente, 90% das cerca de 700 toneladas de fruta anuais dedicam-se à exportação, sendo a França o principal mercado. “Aqui a fruta é alimentada pela terra, na agricultura convencional a terra é apenas o suporte”, faz notar o empresário. A parceria com o E.Leclerc surgiu de forma muito natural. Há cerca de três anos, enquanto consumidor, António Filipe via os produtos biológicos à venda no hipermercado e, confiante no seu produto, entrou em contacto com o hipermercado e hoje lá estão as suas pêras e maçãs, à venda na região. “Pedem hoje e entrego amanhã, têm sempre produtos frescos e não se perde qualidade”, explica.

Da Encosta da Quinta, mais propriamente da Quinta do Paço, vem também o famoso e premiado vinho biológico e natural Humus (que até já foi mencionado pelo The New York Times, numa reportagem em novembro do ano passado), mas essa área de atividade é responsabilidade do filho, Rodrigo Filipe, há mais de 20 anos, depois de o pai ter criado o



primeiro vinho engarrafado, no final da década de 1980, e um dos primeiros DOC Óbidos, no início dos anos 1990. Para o pai, o vinho era mais um hobby e, depois de vindimar com o pai, em 1999 e de ganhar o gosto pela vinha, Rodrigo assumiu a responsabilidade por esta atividade, cuja tradição já vinha do avô.

Em 2006 decidiu fazer a conversão para o biológico, até porque na sua cabeça não faz sentido fazer as coisas de outra forma. “Todo o vinho devia respeitar a terra”, afirma. No entanto, isso ainda não era o suficiente. Rodrigo Filipe queria fazer vinhos “naturais”, sem adicionar nada às uvas. No fundo, regressar ao que seria o vinho ancestral. Para tal, tinha que ir além da vinha e, na adega, não utilizar produtos que desvirtuem o vinho. Quer ter o que o vinho deve ser: sumo de uva fermentado e queria fazer um néctar que representasse melhor a região onde era produzido. Curioso e autodidata, Rodrigo Filipe é, como o pai, um experimentalista, pelo que vai diversificando a sua produção, que inclui diferentes brancos (como os de curtimenta), tintos (incluindo palhetos), rosés e até um espumante. “Acredito que faço o melhor vinho possível”, diz. E se, inicialmente, a localização até era um factor prejudicial, atualmente o produtor assegura que “não trocava a região de vinhos de Lisboa por nenhuma outra do país”.

Nos dias de hoje existe um movimento crescente de pessoas que procura estes produtos, que se preocupa com a qualidade dos alimentos e que valoriza o natural. A produção anual dos nove hectares de vinha da quinta, que produzem cerca de 25 mil garrafas, chega atualmente a 12 países de todo o globo. A relação com E.Leclerc é curiosa, porque os vinhos naturais de Alvorninha não se destinam propriamente à grande distribuição. Contudo, há um aspeto diferenciador neste hipermercado, que facilita a parceria entre as partes. “O E.Leclerc tem o cuidado de ter produtos locais e tem uma boa garrafeira”,



**O vinho biológico Humus é um produto diferenciado da região**



### Referência

O vinho Humus foi referenciado no The New York Times

nota Rodrigo Filipe, explicando que funciona quase como uma loja de bairro.

### A carne do Painho

Carlos Maurício produz de bovinos no Painho desde 1989 e fornece o E.Leclerc há cerca de cinco anos. A relação comercial começou por amigos que tem em comum com a diretora de loja, Teresa Joaquim. “Fomos apresentados, porque eles queriam ter fornecedores com produtos locais, foi assim que a relação começou”, conta o empresário.

A procura tem vindo a crescer, o

>>>



**Carlos Painho produz bovinhos desde 1989**

<<< que Carlos Maurício associa “à qualidade do produto”.

A principal diferença em relação a um produto mais industrializado é que a produção é “praticamente caseira”, com uma alimentação de qualidade, baseada em feno, pastagens e ração baseada em cereais.

O hipermercado compra as carcaças inteiras e faz a própria desmancha e, como os animais são jovens, “a qualidade da carne é muito boa”, assegura o produtor, que todos os meses coloca no talho do E.Leclerc cerca de 6 toneladas de carne.

Carlos Maurício tem um efetivo de cerca de 1000 cabeças de gado permanente e diz que a relação comercial com o E.Leclerc das Caldas é muito interessante para o seu negócio.

“Enquanto produtores, temos de assegurar a venda dos produtos e, nesse sentido, esta é uma parceria muito boa”, salienta Carlos Maurício, que, além das vantagens em termos de preço na relação direta do produtor com o hipermercado, realça também o menor impacto que os produtos locais têm na pegada carbónica.

#### **Fruta de Alfeizerão...**

A Casa Agrícola Ribeiros - Sociedade de Agricultura de Grupo, Lda (CARSAG) desta-



**Casa Agrícola Ribeiros abastece E.Leclerc com m**



Na nossa empresa primamos pela qualidade e é por isso que o E.Leclerc continua a trabalhar connosco”

**João Pedro Ferreira**

cou-se, durante anos, na produção de Maçã de Alcobaça e Pera Rocha do Oeste para exportação, mas, mais recentemente, e em resultado da pandemia decidiu começar a diversificar a produção e a procurar novos canais de distribuição local e regional. É com a marca “Vale do Paraíso” que abastece o E. Leclerc com morangos de qualidade, que têm vindo a ganhar adeptos e que, até há cerca de dois anos, apenas se destinavam a França. “A atividade de exportação parou quando a pandemia se instalou, em março de 2020, pelo que a empresa decidiu apostar na revenda”, explica o comercial João Pedro Ferreira, que se desloca duas vezes por semana ao E.Leclerc para deixar morangos. Mas não só. “Começámos com os morangos, mas depois passámos para a Maçã de Alcobaça e à Pera Rocha e temos vindo a estreitar relações”, salienta o profissional, que lidera uma equipa que coloca uma média de uma tonelada de morangos no hipermercado das Caldas. Além da maçã e da pera, a empresa também abastece o E.Leclerc de ameixa e batata doce, que produz no centro de operações com 60 hectares que a empresa familiar detém em Alfeizerão.

João Pedro Ferreira faz um balanço “muito positivo” da parceria. “Na empresa primamos



Com morangos de qualidade



Queijos da Flor do Vale podem ser encontrados no hipermercado

pela qualidade e por isso é que o E.Leclerc continua a trabalhar connosco, porque são muito exigentes e só aceitam produtos de qualidade”, fisa o comercial.

Para além de Alfeizerão, a CARSAG tem terrenos na Batalha, gere os pomares da Epadr e tem áreas de produção em Monte de Bois e Cela (Alcobaça). A empresa decidiu, entretanto, apostar em Rio Maior, onde arrendou terrenos que lhe permitem ter condições para produzir nectarinas.

#### ...e queijos também

Mas se há fruta de qualidade de Alfeizerão a chegar ao E.Leclerc das Caldas da Rainha, então o que dizer dos queijos e do leite, que também são oriundos daquela freguesia do concelho de Alcobaça?

A Queijaria Artesanal Flor do Vale, com a vacaria em Valado de Santa Quitéria, dedica-se, desde 2014, ao fabrico de queijo utilizando leite de produção própria e desde a primeira hora que encontrou no E.Leclerc “um verdadeiro parceiro” de negócios. “Desde que iniciámos a atividade que estreitámos relações com o E.Leclerc. Ao longo destes anos temos trabalhado lado a lado e, inclusive, realizámos ações em loja, para dar a provar os nossos queijos”, frisa Carolina Silva, que



O E.Leclerc tem sido um verdadeiro parceiro de negócios”

Carolina Silva



#### Leite fresco

É da Flor do Vale que chega o leite fresco do dia

assumiu a liderança da empresa criada pelos pais, e pretende dar continuidade à empresa familiar.

Nas Caldas, o E.Leclerc “tem sido sempre um ponto de referência” da Flor do Vale, que aprecia, ainda, o bom feedback que recebe dos clientes daquela superfície comercial. “Temos tido grande recetividade e tem crescido a procura dos nossos produtos em loja. Sempre que tentamos perceber a mudança de hábitos de consumo é com eles que tentamos obter feedback do cliente”, explica a gestora da empresa, que valoriza, ainda, a “boa relação com quem trabalha na charcutaria e na direção de loja”. A queijaria artesanal entrega produto todos os dias da semana, com exceção do domingo, o que garante que “o cliente tem sempre produto fresco”.

“A Flor do Vale tem como objetivo ter um relacionamento de proximidade com os clientes e tentámos não entrar em grandes hipermercados. O E.Leclerc é uma exceção, porque o nosso foco é o comércio local. Porém, como se trata de uma superfície que privilegia os produtos regionais, a parceria tem sido muito frutuosa”, salienta Carolina Silva, destacando o facto de, por esta via, conseguir “trabalhar localmente e não através de uma central”. ■



# Mapa interior da loja



# O melhor peixe vem diretamente da Lota de Peniche para o E.Leclerc em 30 minutos

**Maria do Rosário Henriques e Ricardo Dias são os responsáveis por garantir a qualidade e frescura do pescado que encontra na peixaria do E.Leclerc**

J á alguma vez olhou para a banca da peixaria do E.Leclerc e ficou a pensar de onde vem todo aquele pescado? Pois bem, não é preciso pensar mais e não precisa que a imaginação o leve demasiado longe: vem diretamente da Lota de Peniche, uma das que mais pescado coloca no mercado nacional.

No curto espaço de meia-hora, o pescado chega diretamente da lota, sem intermediários, porque há uma equipa responsável por ir buscá-lo várias vezes por semana. Foi o trabalho de Maria do Rosário Henriques, responsável da peixaria do E.Leclerc, e de Ricardo Dias que fomos acompanhar, para perceber como se desenrola todo este processo.

Ambos deslocam-se à Lota para comprar o peixe que vai ser colocado à venda, numa missão que acarreta uma grande responsabilidade. O peixe disponível é aquele que vem diariamente nos barcos, não é como outro tipo de produtos, que vêm de uma linha de montagem e chegam à loja como foram encomendados.

Por normal, a dupla sai das Caldas da Rainha por volta das 14h00, de modo a chega-



## Máxima frescura

Da lota o peixe é transportado numa carrinha com câmara fria e em meia hora está no E.Leclerc para ser colocado à venda no dia seguinte



Maria do Rosário Henriques e Ricardo Dias vão

rem à lota com antecedência, de modo a não perderem o início do leilão do pescado, tendo até em conta que há um processo logístico a iniciar antecipadamente. Antes de arrancar a venda, falamos com Maria do Rosário Henriques, que explica como se desenrola todo o processo numa das mais movimentadas lotas do país. Quando os barcos aportam na doca, começam a enviar o pescado agrupado por espécie e calibre em caixas abertas, que permitem que os compradores o possam avaliar. Existem três ecrãs, um por cada tapete rolante, onde se pode consultar o pescado, a proveniência e é fixado um preço máximo de partida para o leilão. Quando o operador da Lota coloca no ecrã a informação sobre determinada caixa, o preço começa a descer e os compradores acionam um botão num telecomando quando o pescado atinge o preço que consideram justo. Só há uma tentativa por caixa, quem carrega primeiro é quem leva o peixe. O processo desenrola-se por várias horas, até todo o peixe em lota ser negociado. “É uma responsabilidade e um stress muito grandes. Estamos interessados num peixe, mas queremos o mais barato possível e às



**há 8 anos buscar o peixe do E.Leclerc a Peniche**



**O processo de compra em lota exige concentração e conhecimento**

vezes ficamos sem ele. Quando precisamos mesmo temos que nos chegar à frente, porque às vezes há peixe que é vendido pelo preço mais elevado”, explica Maria do Rosário Henriques.

Esta é uma responsabilidade grande, porque é preciso conseguir o pescado a um preço que seja justo para o cliente, mas também porque esta tarefa significa que a responsável da peixaria do E.Leclerc das Caldas da Rainha é os olhos de todos os clientes que confiam no hipermercado para adquirir o melhor pescado. “Temos que olhar bem para a frescura do peixe”, acrescenta.

A tarefa é ainda mais complicada porque esta é uma lota bastante frequentada, vindo, inclusivamente, vendedores da Ericeira e Setúbal, “porque esta é uma das lotas de referência no país”, refere Ricardo Dias.

Quando chega à lota, Maria do Rosário Henriques tem uma ideia do que pretende levar, mas por vezes o mar troca-lhe as voltas. “Por vezes não há o que queremos e acabamos por levar outras coisas que nem tinha em mente, mas depende também se o preço nos agrada”, afirma.

O preço é uma questão importante. Ricardo Dias explica que há variações muitos gran-



### **Frescura**

Peniche tem uma das maiores lotas do país e, sobretudo, uma das que apresenta maior variedade de pescado, permitindo dispor uma bancada muito diversa

des. No mesmo dia, duas caixas de pescado idêntico podem ser arrematadas por valores bem distintos. E de um dia para o outro as variações podem ainda ser maiores, “dependendo da quantidade de peixe que chega”, diz. Maria do Rosário Henriques realça que, por vezes, as pessoas têm uma ideia que o hipermercado tem uma margem elevada no valor de venda do peixe, mas a realidade é diferente, mesmo que muitas vezes isso suceda à custa do esforço da margem de lucro do E.Leclerc.

No dia em que acompanhámos a compra de peixe na lota de Peniche, havia menos pescado porque foi dia de temporal e os barcos voltaram mais cedo. Nestes é ainda mais complicado encontrar o que se procura e o desafio é maior. “Hoje não estava a pensar levar peixe espada branco e consegui levar, mas precisava de fanecas, sargos, polvo, chocos, peixes que vendemos bem, mas que não houve...”, refere a profissional.

Terminada a venda, o peixe segue diretamente para a carrinha com arca frigorífica e em meia-hora está devidamente acondicionado na câmara de frio do supermercado E.Leclerc das Caldas da Rainha, garantindo, assim, frescura máxima. ■

# E. Leclerc tem vindo a evoluir de forma constante nas Caldas

**Desde a inauguração da loja, em 2002, a Rainhadis, SA tem sabido reinventar conceitos e aproximar-se da comunidade**

Foi em ambiente de festa que o E. Leclerc abriu nas Caldas da Rainha com a presença de milhares de pessoas. Conta-se, na edição de 13 de dezembro da Gazeta das Caldas que, no dia 10 de dezembro de 2002, os 500 lugares de estacionamento da nova superfície comercial não foram suficientes para toda a gente que quis assistir à inauguração do então supermercado de origem francesa. Conta o semanário que foi tanta a procura que toda a zona “acabou por ficar inundada de carros”. O artigo dá ainda a conhecer que no dia 9 de dezembro foi feita uma festa para convidados e que esta contou com a presença de Michel Leclerc, o filho do fundador do grupo gaulês assim como “vários empresários dos outros 11 centros que já abriram em Portugal”.

A Gazeta das Caldas deu também a conhecer a mensagem transmitida por Michel Leclerc que referiu que, em qualquer local em que abre uma unidade E.Leclerc, os preços dos concorrentes baixam sempre, algo que beneficia todos os consumidores.

O convidado lembrou que há 20 anos já existiam 600 centros deste grupo cujo objetivo que esteve na base da sua criação foi a de permitir que simples comerciantes pudessem competir com as grandes cadeias, através de compras e de publicidade conjunta. “O nosso lema é a união faz força”, disse, na época, o filho do fundador deste grupo que recordou que a cadeia tinha uma característica única: a de permitir a jovens quadros “poder abrir centros desta dimensão”. Michel Leclerc voltou a lembrar que as lojas do grupo são autónomas e, como tal, considerou a ceri-



## Administração

A abertura do supermercado nas Caldas, a 9 de dezembro de 2002, contou com a presença da administração da empresa, liderada por Edouard Leclerc

mónia de inauguração como um símbolo da amizade franco-portuguesa. Ao proprietário do E.Leclerc das Caldas, Stéphane Fouqué, o filho do fundador deixou uma nova missão: dar a conhecer os produtos locais e nacionais aos seus colegas dos outros centros. “O grupo E. Leclerc põe em concorrência todos os produtos europeus, dando oportunidades aos produtos portugueses”.

O então presidente da Câmara das Caldas, Fernando Costa, esteve presente na cerimónia e salientou o facto de estar prevista a criação de cerca de 200 postos de trabalho e também que os arranjos exteriores da unidade “eram de qualidade”.

Quando abriu, o E.Leclerc tinha um balcão do Montepio Geral, dois cafés, um cabeleireiro, lavandaria, restaurantes, entre outras lojas. Previsto desde início esteve e ainda hoje se mantém um posto de combustível “com preços mais baixos”. Seguindo as regras do movimento, que defende a autonomia de cada loja e a iniciativa individual ao serviço deste projeto, a unidade das Caldas aposta em tornar os bens e serviços acessíveis ao maior número de pessoas. O poder de compra dos consumidores é algo que o grupo defende em cada um dos países em que se implementam. Desde o início, o E. Leclerc sempre se manteve distantes do desenvolvimento monolítico dos grandes grupos cotados.

Há pelos menos 60 anos que o E.Leclerc defende a democratização do consumo e considera que a acessibilidade se expressa não só pelos preços baixos mas também na questão da proximidade e da partilha de informação. E por aposta em campanhas de esclarecimento sobre várias áreas do consumo. Ao longo do seu percurso, a marca foi criando outras marcas, ligadas ao grupo, assegurando sempre a qualidade dos produtos que chegam aos clientes. Atentos às novas necessidades de mercado e à necessidade de atualização constante, em 2020,



# E. LECLERC



foi organizado um concurso que atualizou o logotipo do E. Leclerc das Caldas.

### Identidade da região

Fábio Aveiro é o autor do novo logótipo desta superfície comercial das Caldas da Rainha. O designer gráfico, natural de Montemor-o-Velho, era ainda estudante de Design Gráfico na Escola de Artes e Design quando teve conhecimento do concurso para a criação do novo logotipo do E. Leclerc numa vitrina da própria escola de artes. “Os elementos gráficos do logótipo carregam inspiração principalmente do castelo de Óbidos e da rotunda com a estátua da Rainha, com qual me cruzei muitas vezes durante o meu tempo na ESAD”, contou o autor, de 25 anos, que depois do curso regressou às suas raízes e hoje trabalha numa agência de publicidade. “Foi muito importante ter ganho este prémio monetário do E. Leclerc. Usei o dinheiro para comprar o primeiro carro, algo que me permitiu conquistar a minha independência”, disse o designer. Esta distinção acabou por dar alento ao jovem que dava os primeiros passos na sua vida profissional na área. Ter ganho o concurso do E. Leclerc ajudou-o “a ultrapassar barreiras e desa-



### Novo logótipo

Desenhado por Fábio Aveiro, o “logo” inclui referências às Caldas da Rainha e a Óbidos

fios iniciais na procura de um emprego estável na área do Design Gráfico”. Fábio Aveiro sublinhou o facto desta distinção ter sido atribuída por uma entidade conhecida como o E. Leclerc, pois fê-lo “sentir seguro sobre o que queria exercer como profissão”. Viver nas Caldas da Rainha foi para o designer uma experiência “enriquecedora”. Diz até que cresceu “muito” na cidade termal, a nível pessoal e académico. “Desses três anos levo importantes lições que me servem ainda hoje na vida e também no trabalho como designer”, observou. ■

# Colaboradores fiéis têm no E.Leclerc a sua segunda casa

**Conhecem-se há duas décadas e, em comum, têm o facto de terem começado a trabalhar quando o E.Leclerc abriu portas nas Caldas. Eis o seu testemunho**

**E**m abril de 2002 Jorge Domingues, então com 33 anos, candidatou-se à loja para dirigir os recursos humanos da nova unidade da cadeia E.Leclerc, que iria abrir no final desse ano nas Caldas da Rainha.

Escolheu esse novo projeto por ser novo e desafiante, agora na área do retalho. Do início lembra a necessidade de planificar toda a estruturação de secções, departamentos, a formação e criação de rotações, de forma a que conseguir ter as pessoas necessárias para cada secção. “Foi algo que exigiu muita preparação, mas com muito prazer, porque era uma coisa nova”, recorda.

Ao longo destes anos o E.Leclerc das Caldas tem evoluído e, ao mesmo tempo, são assimilados pelos colaboradores os procedimentos e a filosofia de trabalho da empresa. “A empresa sempre tentou dar ferramentas para que os colaboradores possam fazer o seu trabalho de uma forma mais fácil, com conhecimento”, explica Jorge Domingues, dando nota da aposta que é feita na formação e, em termos tecnológicos, na criação de uma maior aproximação entre o colaborador e a empresa. E dá mesmo como exemplo o recente software de recursos humanos, em que o colaborador tem acesso a toda a informação que a empresa lhe pretende enviar, permitindo que se sinta “totalmente integrado”.

Também Carlos Domingues, atual responsável pela informática da empresa, começou a trabalhar antes da abertura oficial da loja. Natural de França e residente em Leiria, recorda



## Oferta

Num almoço para assinalar os 20 anos do hipermercado, os funcionários mais antigos receberam vales de viagens, oferecidos pela Rainhadis, SA. A entrega foi feita por Sara Verdugo (Top Atlântico)

que o equipamento que sugeriu na entrevista estava, dois meses depois, à sua espera para começar a trabalhar, na altura nas instalações provisórias, no Bairro das Morenas.

Desde então, muita coisa mudou. Da internet por linha telefónica passaram para a digitalização de praticamente toda a loja. E é Carlos Domingues quem garante que o sistema informático funciona corretamente. Um dos seus grandes desafios atualmente é o da segurança do sistema, para não sofrerem ataques como já tem acontecido com outras empresas. “Temos de estar sempre atentos às novas tendências e adequar na medida do possível”, refere este profissional, destacando o espírito de ajuda entre a informática e as outras secções, que lhe fazem chegar as suas necessidades.

A caldense Carla Formiga, de 46 anos, é adjunta do departamento financeiro, sendo a responsável pela secção da Contabilidade. O E.Leclerc é também a sua “casa” há 20 anos. Desempregada, seguiu o conselho do namorado da altura (e agora marido) para fazer uma auto proposta, que foi bem acolhida e, a 1 de agosto de 2002,





O grupo dos 12 colaboradores que estão no E.Leclerc das Caldas desde a abertura da loja, em 2002

começava a trabalhar na empresa, ainda nas instalações provisórias. Em meados de outubro mudaram-se para as atuais localizações, ainda com o edifício em obras, o que os obrigava a entrar pelo armazém. Na memória permanece também a “enchente” da abertura, com filas na estrada e a impossibilidade de estacionar perto do local de trabalho. “Nestes 20 anos mudou

muita coisa, para melhor”, salienta a profissional, que continua a ter no inventário a sua tarefa mais exigente.

Esta é também uma empresa familiar. As caldenses Sandra Sousa e Ana Rita Sousa, mãe e filha, trabalham como operadoras de caixa na loja e no posto de combustível, respetivamente. A mãe está desde a abertura e, no futuro, é ali que continua a ver-se a trabalhar. “Gosto bastante, sobretudo da interação com o público, e tenho uma chefia cinco estrelas, que sempre me ajudou muito”, destaca. A filha, Ana Rita, começou a trabalhar no E.Leclerc há três anos, para amealhar algum dinheiro enquanto estuda para Auxiliar de Veterinária. “É um trabalho temporário, mas estou a gostar da experiência”, partilha, dando nota da simpatia dos clientes.

Para Sandra Sousa, a modernização de que a grande superfície foi sendo alvo tem ajudado no trabalho dos colaboradores. “No início eram caixas muito básicas de teclas, agora temos ecrãs touch. E cada evolução foi acompanhada de formação, o que sempre facilitou o nosso trabalho”, conclui. ■

**Ana Rita Sousa e Sandra Sousa  
são mãe e filha e trabalham  
juntas no E.Leclerc das Caldas**



### Recordação

Grupo de funcionários decidiu oferecer ao casal Fouqué um arranjo de flores (Isabel Santos) e uma ilustração digital (João Amador)

# Lojistas consideram galeria uma aposta ganha ao longo destes vinte anos

**Christophe Champaloux, Simónida Martins e Edna Guerreiro estão muito satisfeitos por terem aberto os seus negócios na galeria comercial do E.Leclerc**



Christophe Champaloux dirige o Attitude Hair

O salão de cabeleireiro visagista Attitude Hair funciona na galeria comercial do E.Leclerc desde a abertura, em 2002. Natural da cidade francesa de Poitiers, junto às margens do rio Clain, o empresário Christophe Champaloux está satisfeito pela decisão de vir trabalhar para Portugal, tendo na altura aberto o quinto salão nas Caldas. “É muito agradável trabalhar neste local e, agora que está tudo renovado, é ainda melhor”, evidenciando também a proximidade e a simpatia dos responsáveis que gerem o hipermercado da insígnia gaulesa. Atualmente, para além deste estabelecimento, tem mais um no centro de Lisboa. A clientela foi mudando ao longo dos anos e, segundo Christophe Champaloux, “houve necessidade de nos adaptarmos no dia-a-dia pois é essa a vida dos comerciantes”. No caso do Attitude Hair, a passagem dos clientes do supermercado acaba por ser fundamental para o sucesso do negócio. “Gosto muito das Caldas da Rainha e noto que, ano após ano, tem vindo a atrair muitos estrangeiros, que escolhem este concelho para aqui viver”, destaca, sendo que tem vindo a crescer o número de clientes do salão oriundos de outros países. Em 20



É muito agradável trabalhar neste lugar

Christophe Champaloux

Estou grata pelo apoio que tenho recebido

Simónida Martins

anos anos muita coisa mudou. “A clientela agora é completamente diferente. E como falamos Francês e Inglês, para além do Português, temos sabido dar resposta aos novos pedidos dos clientes”, enfatiza o empresário. Sublinha ainda que a concorrência, na cidade, é “muito forte e desigual”, nomeadamente nos preços praticados em pequenos salões. Inicialmente com oito funcionários, o empresário, de 52 anos, reconhece que houve uma necessidade de readaptação ao mercado, contando presentemente com quatro colaboradores, O salão tem também um serviço de estética. Simónida Ferreira Martins, gerente da Florista ‘In Flowers’, está presente também desde a fundação do E.Leclerc e considera que foi uma “aposta ganha”. Anteriormente com uma loja de rua, a concorrência levou-a a optar por se mudar de ‘armas e bagagens’ para a galeria comercial, naquela que considera ter sido uma decisão acertada. “Considero que é o sítio ideal para o meu negócio”, destaca. Elogia também o apoio que tem recebido da empresa onde tem a sua loja há duas décadas. “No meu caso, só tenho coisas boas a dizer, porque sempre estiveram disponíveis para me apoiar e sinto-me acarinhada”, enaltece. Nestas duas décadas a empresária,



Simónida Ferreira Martins é a florista de serviço



Tabacaria 'Paralelo 39' está no E.Leclerc desde 2002

natural de Peniche, passou por momentos altos e baixos no negócio. “Mas ainda bem que sempre arrisquei, porque o balanço tem sido positivo”, nota. Acompanhando sempre a evolução e técnicas deste ramo de negócios, onde se destaca a aposta pela produção nacional sempre que possível, Simónida Martins sublinha que “a compra de flores também tem modas”. E é nas crises que nota a mudança de comportamento do consumidor, que adapta as suas compras à medida da disponibilidade da sua carteira. “Temos que nos adaptar às circunstâncias e nunca tive uma reclamação, pois o meu lema sempre foi a simpatia e fazermos aquilo que o cliente quer levar e gastar”. Ir ao encontro das expectativas do cliente é, essencial para o sucesso do negócio. Sentindo-se grata pelos 20 anos de experiência profissional no Leclerc, Simónida Martins sublinha o facto de “terem sempre acreditado no meu trabalho e ajudado nos momentos mais difíceis e isso, para mim, é muito importante”. “O meu filho nasceu e foi criado aqui. Considero, por isso, o E.Leclerc a minha família”, conclui. A tabacaria ‘Paralelo 39’, de Edna Guerreiro, está também de portas abertas desde a abertura do hipermercado. Inicialmente com



## Ao longo dos anos adaptamo-nos para ir ao encontro do que o cliente necessita

**Edna Guerreiro**

apenas uma loja, a consolidação do negócio levou ao alargamento do espaço. “Comecei com um espaço pequenino e consegui, alguns anos depois, outra loja e agora tenho duas numa, pelo que estou satisfeita”, destacou. A venda de tabaco, a par dos jogos da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa depois de uma espera de sete anos, são as principais fontes de receita da empresa. A venda de jornais e revistas e, ainda, de brindes para oferta, selos de correio e ‘payshop’, complementam o leque da oferta para os consumidores. Contando com quatro colaboradores, ao longo de duas décadas nota a diferença da exigência do consumidor que vão mudando de hábitos nas suas compras. “Ao longo dos anos adaptamo-nos para ir ao encontro do que o cliente necessita”, conta Edna Guerreiro. A aposta em materiais portugueses, como brindes em cortiça e loiça tradicional, é um dos exemplos, apontados pela empresária brasileira, que deixou a Baía há 35 anos para se fixar em Portugal. “Tanto captamos clientes que vão ao hipermercado, como temos também clientes fidelizados que também de fizeram clientes do Leclerc”, destaca, concluindo que “desta forma ficamos todos beneficiados”. ■

# Departamento de qualidade possui uma profissional a tempo inteiro

**Qualidade é regra de ouro para o E.Leclerc, que garante que os produtos que chegam à mesa dos clientes são seguros e que estão nas melhores condições**

**D**esde setembro de 2019 que a administração do E. Leclerc das Caldas decidiu que a melhor forma de conseguir assegurar que a loja acompanhava as exigências do mercado era integrar na equipa a tempo inteiro um responsável de qualidade. “Recentemente também integramos na nossa equipa de qualidade uma pessoa que efetua o controlo de qualidade na receção de mercadorias de todos os artigos que recebemos diariamente”, revelou Ana Afonso, a responsável pelo departamento. Um dos momentos cruciais da avaliação da qualidade dos produtos ocorre no momento da chegada das mercadorias. “Esta é uma das etapas mais importantes para nós”, explica a responsável referindo que, assim que chegam, os produtos são alvo de um rigoroso controlo de qualidade, seja em produtos de mercearia, frescos ou outros. “E são os frescos que, dada a sua natureza, são mais suscetíveis de apresentarem problemas”. E como tal, são realizadas verificações, ao nível organoléptico como, por exemplo, a cor da carne. “São também verificados outros parâmetros tais como: marca de salubridade, lote, data de abate, data de captura, validades e a temperatura”. Segundo Ana Afonso, o próprio



## **Acompanhamento**

Cabe ao departamento de qualidade assegurar que os produtos à disposição do público cumprem todos os requisitos. Assegurar a correta rotatividade de stocks é também uma tarefa crucial



**A análise dos produtos é um momento crucial**

veículo onde os produtos são transportados é igualmente alvo de verificação, a nível da higiene e da temperatura, no caso dos produtos refrigerados ou congelados. Para este tipo de produtos, assegurar que não existe rutura da cadeia de frio é essencial para a segurança do alimento. Segundo a especialista, uma das anomalias que é detetada com maior frequência está relacionada com problemas de embalagem. Outro problema frequente tem a ver com o fato de serem enviados produtos com datas de validade demasiado curtas, o que dificulta o escoamento dos produtos.

“Uma embalagem mal selada permite a entrada de ar e que contribui para a degradação dos produtos”, especificou a técnica de qualidade. Cabe ao responsável pelo cais a verificação da quantidade dos produtos. Segue-se a ação do Departamento de Qualidade, que verifica e controla “todos os parâmetros mencionados anteriormente, como, por exemplo, as características organolépticas e as condições de transporte”, referiu Ana Afonso, acrescentando ainda que os procedimentos “têm como objetivo a minimização dos riscos no processo, para que os produtos cheguem ao consumidor nas melhores condições de segurança e qualidade alimentar”. Caso seja detetada alguma incon-



do processo de averiguação da qualidade



Tudo é minuciosamente analisado para que nada falhe no controlo do produto

formidade durante a receção, esta é analisada pelo departamento, em conjunto com o responsável da secção, e são tomadas medidas de imediato. Em alguns casos, as inconformidades podem levar a rejeição de toda a carga, dando o exemplo de um caso em se verifique que existiu rutura da cadeia de frio. Todas as inconformidades são comunicadas de imediato aos fornecedores, para “evitar que se voltem a repetir”. Estes procedimentos de controlo de qualidade são apenas alguns exemplos que estão implementados nesta loja e que têm como objetivo “o cumprimento legal e minimizar os riscos, assegurando que os produtos que chegam a mesa dos clientes são de confiança e seguros”.

O E. Leclerc orgulha-se de ter sido pioneiro em investir na venda de produtos biológicos e quiseram “fazê-lo bem e cumprindo a legislação”. Por isso, o hipermercado da cidade das Caldas tornou-se num dos primeiros a nível nacional a obter a certificação Ecocert, que é líder no controlo e certificação do modo de produção biológico. “A aposta nesta área obriga-nos a ter um espaço no armazém específico para este tipo de produtos, de forma a evitar as contaminações”, informou Ana Afonso. Além dos frescos, os restantes produtos denominados “Secos” obedecem aos mesmos procedimentos



## Qualidade

Todos os produtos que chegam à loja são devidamente analisados pela equipa e têm de cumprir todos os requisitos para serem colocados à venda

de acordo com as suas características.

“O responsável pelo Cais faz verificação das quantidades, caixa a caixa, e o controlo de qualidade verifica parâmetros como a frescura, validade, rotulagem ou condições de transporte. São também verificados outros parâmetros como um controlo visual dos produtos, parâmetros como rotatividade de stocks e características físicas e verificação da rotulagem. Segundo a técnica, assim que é detetado algum problema, “os produtos são retirados de venda de imediato”. Quando é apresentada uma reclamação é efetuado um registo, onde a mesma é descrita. Esse registo é depois entregue ao departamento de qualidade, que analisa o caso e efetua o seu seguimento, que poderá passar por um contacto com o fornecedor. “Assim que este responde, a informação é transmitida ao cliente”, informou Ana Afonso. “As reclamações são encaradas como uma oportunidade de melhoria, que nos vai permitir corrigir algo e impedir que o mesmo volte a acontecer”, rematou a técnica de qualidade, que ainda deu a conhecer que tem um dia a dia “desafiante e motivador” em busca da melhoria contínua no serviço ao consumidor. Para o futuro, quer “reduzir e otimizar ainda mais o desperdício alimentar implementando um sistema de reforço ao já existente”. ■



Arcelina Timóteo é uma cliente fiel deste hipermercado



Casal Maria Teresa Marques e António Marques

## Clientes destacam qualidade dos produtos e espaço da loja

**Desde a abertura, em 2002, o E.Leclerc das Caldas tem muitos clientes fidelizados, que realçam a qualidade e variedade dos produtos e dimensão da loja**

**A**ntónio Marques e Maria Teresa Marques, aposentados e residentes nas Caldas, vão quase diariamente ao E.Leclerc. “Vimos as primeiras vezes para ver como era espaço e o que havia, gostámos e passámos a ser clientes”, recorda Maria Teresa Marques, que só tem aspetos positivos a apontar. “Os produtos são bons, assim como a qualidade, a oferta em termos de preço está equilibrada para os dias de hoje e, em termos de simpatia dos funcionários, são todos excecionais”, resume a caldense. “O peixe chama a atenção pela frescura”, realça a caldense, que gosta de fazer as compras manhã cedo. “Tomamos o pequeno almoço no café que aqui existe e, de seguida, vamos às compras”.



**Novo serviço**  
E.Leclerc procurou adaptar-se aos novos tempos e, durante a pandemia, criou o serviço Drive, procurando dar respostas aos clientes

As diárias, são para o pão e produtos perecíveis, porque o casal opta por fazer as grandes compras mensalmente. “Os preços são bons, a própria Marca Guia também tem bons produtos”, complementa António Marques. O casal tem optado, também, por comprar os eletrodomésticos nesta grande superfície e está satisfeito. Também destacam o tamanho do parque de estacionamento e os serviços de bomba de combustível e de lavagem automática de carros. “É o supermercado a que venho e não tenho razão de queixa, alguma situação que surja é resolvida e bem resolvida”, garante António Marques. A transformação feita no edifício também não passou despercebida ao casal, que destaca que ficou mais bonito a nível exterior, e mais espaçoso e acolhedor para quem vai às compras. O aumento da área permite que “haja uma maior diversidade e exposição dos produtos”, sublinha Maria Teresa Marques. Aliás, pelo facto de frequentar esta grande superfície com frequência, o casal já é conhecido por alguns dos colaboradores, que os cumpri-





**freqüenta o E.Leclerc quase diariamente**



**Sofia Leal destaca a grande diversidade de produtos biológicos existentes na loja**

mentam com um “Bom dia” ou “Boa tarde!”. “É um lugar onde nos sentimos bem, em termos de espaço e da variedade dos produtos, permite-nos fazer tranquilamente as compras”, resume Maria Teresa Marques.

Também Arcelina Timóteo é cliente do E.Leclerc desde a abertura na cidade. Natural de Torres Vedras, veio para as Caldas com 10 anos e, desde que casou (há 55 anos), que reside no Bairro Salgado, pelo que a proximidade foi um dos primeiros motivos para a visita, mas, depois, a qualidade dos produtos e o espaço da loja, manteve-a fiel a esta grande superfície. “Pontualmente posso ir a outro supermercado, mas gosto de vir a este porque é arejado, já sei onde é o sitio dos produtos”, conta, acrescentando que há sempre uma grande variedade e produtos em promoção, o que lhe permite fazer a melhor escolha.

“O supermercado é grande, sentimo-nos à vontade para fazer as compras”, salienta, acrescentando que depois das últimas obras “ficou espetacular. As secções estão indicadas e, quando não encontramos qualquer coisa, os empregados estão sempre disponíveis para ajudar, são simpáticos”. Por outro lado, o facto de, mesmo durante a intervenção, o hipermercado ter estado sempre a funcionar, remodelando secção a secção, foi positivo, ajudando a fidelizar os clientes.

Arcelina Timóteo, uma antiga professora do



É um lugar onde nos sentimos bem, em termos de espaço e da variedade dos produtos

**Maria Teresa Marques**

1º ciclo que, agora, desfruta da aposentação e se pode dedicar às compras com mais calma, destaca, ainda, outro aspeto: o bom funcionamento do hipermercado durante a pandemia, que lhe inspirou confiança para manter as compras. “Os carrinhos desinfetados estavam de um lado, os usados no outro. Sentimos muita segurança”, exemplificou.

A oferta diferenciada, qualidade dos produtos e preços para todas as bolsas, levam Sofia Leal a ser uma cliente fiel do E.Leclerc. E já assim é desde a sua abertura, há 20 anos. “O meu filho tem 21 anos e ainda guardo brinquedos que comprei no primeiro Natal em que o E.Leclerc esteve aberto e estão impecáveis, são coisas de ótima qualidade”, recorda a professora no Agrupamento de Escolas Rafael Bordalo Pinheiro. A oferta diversificada de produtos biológicos é realçada pela cliente, que ali encontra desde chocolates, a frutas, legumes, cereais, mercearia, produtos de higiene e até têxteis. “É muito diferenciador”, refere, acrescentando a consumidora que também gosta do facto de trabalharem com produtores da região. “Outra grande vantagem é nunca termos de estar muito tempo à espera para sermos atendidos nas caixas”, salienta Sofia Leal, que também enaltece a prestação dos funcionários, inclusive quando encomendou eletrodomésticos grandes e “foram entregar em casa com a mesma simpatia”. ■

# Fábrica dos Pasteis de Nata é ponto de atração da loja

**O Pastel de Nata é uma das mais populares especialidades da doçaria portuguesa e no E.Leclerc é confeccionado à vista de todos**

**A** Fábrica dos Pasteis de Nata é um dos vários pontos de interesse do E.Leclerc das Caldas da Rainha. O pastel de Nata é uma das mais populares especialidades da doçaria portuguesa e, por isso, não podia deixar de ter uma presença marcante na loja, sendo possível assistir à preparação de todo o processo, desde a massa ao produto final. Naquele espaço o difícil será resistir à tentação do genuíno pastel de nata, feito de raiz, com amor, acabados de sair do forno, para um pequeno-almoço ou lanche divinais. Confeccionados à vista de todos, desde a escolha dos ingredientes, o amassar e esticar da massa até entrar no forno é tudo feito pela equipa da Padaria e Pastelaria E.Leclerc de Caldas da Rainha. Já habituados ao fabrico próprio do pão – que também ele “é de cá”, a equipa abraçou com carinho este novo projeto que visa restituir a alma e o carácter à receita do Pastel de



**Produto final é de qualidade reconhecida**



## **Desde a massa**

A preparação dos pasteis de nata acontece no hipermercado desde que a massa começa a ser preparada

Nata, a mesma que, depois de 1834, saiu dos conventos e mosteiros. Tudo sem descongeleções, aditivos e viagens várias, como o que é prática comum agora, para poupar tempo, numa sociedade que ainda hoje vive muito do imediato. Contraria-se, assim, com o trabalho, tempo e parcimónia que a massa e o recheio precisam para magicamente levar ao cliente o sabor original doutrora.

Diz quem já provou os pasteis de Nata que ali se preoduzem, que não é possível conseguir experimentar só um! A pensar, precisamente, nessa condição, pode levar uma caixa presente com 6 unidades para ocasiões especiais ou fins de semana em família. Ou, simplesmente, se assim o desejar, para um momento de deleite e prazer com um produto tão típico da doçaria portuguesa. ■



Apenas produtos certificados são colocados à venda



Qualidade nacional pode ser encontrada neste espaço

## O bio acessível a todos

### O E.Leclerc nas Caldas conta com o espaço “Le Bio”, com produtos biológicos certificados e uma ampla gama de produtos

O espaço “Le Bio” no E.Leclerc de Caldas da Rainha é um espaço de produtos biológicos certificados que oferece uma ampla gama de produtos alimentares provenientes de Agricultura Biológica acessíveis a todos. Foi por ter em conta a participação ativa dos clientes, ouvindo com regularidade as sugestões, reclamações, tendo sempre presente as tendências e analisando as suas escolhas, que a loja apresenta uma configuração e o crescimento em certas áreas como é o caso do espaço dedicado aos produtos biológicos – “Le bio”.

Com mais de 20 anos de experiência na área dos biológicos em França, o E.Leclerc trouxe para Portugal as marcas, know-how e os conceitos do verdadeiro bio certificado. À disposição, o cliente bio dispõe de 1.895 referências de biológicos, incluindo higiene e dermocosmética, acessíveis para todos. Os preços baixos da nossa marca própria, Bio Village, permitem conciliar e adaptar a



#### Certificação

Produtos com este logótipo são alvo de normas rigorosas, relativamente ao modo de produção, transporte e armazenamento

gestão da economia doméstica com um estilo de vida mais saudável e contribuir simultaneamente para a preservação ambiental.

Para serem classificados, os produtos biológicos têm forçosamente de ser certificados por organismos independentes, como demonstra a presença do logótipo Europeu “Eurofolha” obrigatório e, por exemplo, como acontece com os produtos que vêm de França que trazem ainda o logótipo AB - versão francesa mais conhecida pelos consumidores, pertencente ao Ministério da Agricultura Francês.

A loja E.Leclerc das Caldas está certificada pela Ecocert para venda e comercialização de produtos biológicos, tendo de responder periodicamente a um grupo de requisitos para manter íntegros os compromissos e a certificação.

Esta certificação atesta o cumprimento de condições rigorosas no que se refere ao modo de produção, transformação, transporte e armazenamento. O respetivo logótipo só pode ser utilizado em produtos que contenham, no mínimo, 95% de ingredientes biológicos, devendo cumprir condições rigorosas também no que respeita aos restantes 5% de ingredientes convencionais expressamente autorizados pela regulamentação. ■



Cave de maturação permite obter uma carne diferenciada



A variedade é uma imagem de marca do talho do E.Leclerc

## Talho reúne produtores locais

**Aposta efetuada, há cerca de um ano, na carne maturada tem um ano e o feedback dos clientes tem sido muito positivo**

**C**ostuma dizer-se que um talho constrói-se todos os dias, com boa matéria-prima, fresca dos produtos, uma equipa profissional e dedicada e clientes satisfeitos que passam a palavra. O talho do E.Leclerc das Caldas conta com mais de uma dezena de produtores locais e outros produtores nacionais de qualidade, através dos quais colocam, todos os dias, à disposição dos clientes cortes, especialidades e inovações aos preços mais baixos do mercado.

A grande aposta na cave de maturação de carne foi disso exemplo. Com a escolha da melhor matéria-prima e conhecimento da nossa equipa de profissionais, é possível obter de raiz um produto diferenciador e de qualidade, exclusivo do E.Leclerc. Praticamente um ano decorrido e o excelente feedback dos clientes tem demonstrado que foi uma aposta certa. A maturação não é um processo rápido. A carne maturada é mais macia e saborosa que a “convencional”, a sua textura tenra e



### **Maturação**

Trata-se de um processo natural no qual devem ser mantidas temperatura e humidade constantes e controladas

os sabores naturais são acentuados. Este tipo de carne passa por um processo de amaciamento sem adição de qualquer tipo de produto ou ingredientes, o que faz com que, naturalmente, a peça realce suas melhores características.

Este é um processo natural no qual devem ser mantidas temperatura e humidade constantes e controladas. Desta forma as enzimas que já existem no animal atuam, com mais tempo, nas fibras, promovendo a transformações na peça.

O tempo dedicado ao processo de maturação diferencia a carne maturada de uma que não passou por esta etapa. Enquanto a carne “convencional” é levada para distribuição em frigoríficos cerca de 2 dias após o abate, as peças maturadas ficam por mais de 30 dias em descanso e só depois são comercializadas.

O tipo de maturação que se utiliza nestas peças é denominado de “Dry aged” ou “maturação a seco”. Este processo de maturação é feito a seco no qual a peça é exposta sem proteção numa câmara fria com temperatura controlada que varia entre 0°C e 2°C, uma humidade inferior a 80%, por um período mínimo de 30 dias.

O resultado é uma carne com sabor totalmente diferenciado. ■

# Nova garrafeira abriu as portas em maio de 2021

**Espaço coloca à disposição dos clientes mais de 1600 vinhos, de várias origens, entre os mais cotados do mercado**

A garrafeira do E.Leclerc é um ponto de paragem obrigatório no hipermercado das Caldas, mesmo para aqueles que não sejam amantes dos vinhos. Porque uma boa garrafa não deixa sempre de ser um presente adequado para dar a familiares e amigos. Foi a pensar na importância destes néctares dos Deuses para os consumidores que foi renovada por completo, em maio de 2021, a garrafeira, que passou a exibir os vinhos mais cotados e os mais exclusivos, aquando de uma das várias fases de remodelação da loja. Esta nova garrafeira passou a ser um espaço privilegiado para a realização de provas, vendas sugestivas e diferenciadoras, com os melhores preços do mercado e tendo os gostos e paladares dos clientes como a grande prioridade para a escolha das referências, tendência que, aliás, se tem vindo a consolidar desde a abertura do espaço, pois o feedback é essencial na hora de decidir quais os vinhos a disponibilizar na loja. Os vinhos regionais de qualidade não podiam



**Espaço é ponto de referência no supermercado**



## **Vai uma cerveja?**

O vinho tem espaço predominante na garrafeira, mas no E.Leclerc também encontra uma cave da cerveja

deixar de marcar presença num espaço onde o cliente pode encontrar mais de 1600 vinhos, para partilhar com a família, com os amigos, com propostas da Adega da Vermelha, Adega do Cadaval, Quinta do Sanguinhal, Quinta do Gradil, Casa das Gaeiras, Adega Cooperativa da Lourinhã - com a sua afamada aguardente vínica X.O. de Denominação de Origem Controlada -, Casa Nicolau, entre outras.

Mas se não for vinho que gosta de consumir à mesa, o consumidor tem sempre outras possibilidades de desfrutar de uma bebida, nomeadamente a Ginjinha de Óbidos, Mariquinhas, Oppidum, MSR (Alcobaça) e ao passar na cave da cerveja, onde encontra uma enorme variedade de cervejas, nomeadamente a caldense A Bordallo. Já sabe, beba com moderação, mas não se acanhe, porque a garrafeira do E.Leclerc tem tudo o que precisa para apreciar uma boa bebida. ■



**Teresa Joaquim**  
diretora de loja

## A filosofia E.Leclerc

A filosofia E. Leclerc centra a operação à volta do Cliente, com o contributo de todos os stakeholders que são os nossos parceiros do dia-a-dia e para os quais pretendemos prestar o nosso melhor serviço, sempre que abrimos as nossas portas.

A nossa Missão é dar ao Cliente toda a nossa atenção, a premissa destes 20 anos e também futura, na qual continuaremos sempre a trabalhar. O nosso objetivo é trazer qualidade, novos conceitos e experiências ao nosso Cliente, sempre ao melhor preço. Porque olhamos para o Cliente como o polo central da nossa atividade e porque temos a ambição de dar o melhor de nós todos os dias,

Os colaboradores da Rainhadis, que são a grande alma do negócio, merecem boas relações, onde se promove a comunicação, a justiça, o respeito por todos e o bom ambiente de trabalho. Assim se constrói uma equipa onde todos possam estar motivados. É esta a filosofia em que acredito e que promovo todos os dias com a equipa E.Leclerc das Caldas da Rainha.



A nossa Missão é dar ao Cliente toda a nossa atenção, a premissa destes 20 anos e também futura, na qual continuaremos sempre a trabalhar

Nestes 20 anos de presença nas Caldas da Rainha, criámos relações fortes com os produtores regionais, canalizando as suas potencialidades e fortalecendo a posição de todos e a economia em geral. E esse é outro dos pontos diferenciadores da nossa postura junto da comunidade e da região, que tem vindo a privilegiar-nos com a sua preferência.

Neste contexto, o mercado foi-se retalhando progressivamente em nichos, sendo a nossa resposta uma constante adaptação às tendências.

Ao nível ambiental, evitar o desperdício foi sempre uma permanente preocupação, transversal a toda a empresa, desde a gestão das validades em produtos perecíveis ao aproveitamento de embalagens ligeiramente danificadas.

Procuramos materiais sustentáveis em todo o processo relativo à venda e ao consumo interno, reduzindo a pegada carbónica, contribuindo também o programa desenvolvido com os nossos produtores, em parcerias de maior proximidade e da máxima frescura.

Por tudo isto, a filosofia E. Leclerc garante um futuro melhor para todos. ■

# Os combustíveis mais baratos da região!



## Posto de Combustível

- De segunda a sexta-feira das **07h30** às **21h00**
- Fins de semana e feriados **09h00** às **21h00**
- Caixas Automáticas **abertas 24 horas**
- Também disponível **G.P.L.**

 **parapharmacie**  
E.Leclerc 



 **parapharmacie**  
E.Leclerc   
 Caldas da Rainha

**Grandes marcas e produtos exclusivos.**

**Agora é mais fácil e barato cuidar de si e da sua saúde**

**Gaste menos para se sentir bem!**



[www.facebook.com/ParapharmacieE.LeclercCR](https://www.facebook.com/ParapharmacieE.LeclercCR)

