

Expansão

# Apolónia quer levar luxo a todos

» Supermercado algarvio especializado em produtos “gourmet” prepara-se para abrir lojas em todo o país » Centro de distribuição para apoio fica pronto ainda este mês

**N**o Algarve, é o supermercado “gourmet” onde, entre uma clientela diversificada, se abastecem os famosos e os mais ricos. Isto porque a aposta é na qualidade, dos produtos e dos serviços, que o Apolónia quer agora estender ao resto país, num plano de expansão ambicioso.

“O primeiro centro de distribuição, em Estói, fica concluído até ao final do mês e Albufeira receberá o nosso segundo supermercado no próximo ano”, confirma Paulo Apolónia, um dos responsáveis do Apolónia Supermercados, em Almancil. Segundo o dirigente, “está em preparação um conjunto de infra-estruturas para suporte das novas lojas que surgirão espalhadas no território nacional”.

Este plano de expansão está condicionado por um pressuposto. “Os valores do Apolónia não podem ser comprometidos de nenhuma forma. Estamos a crescer para continuar a oferecer quali-



VIRGILIO RODRIGUES

Apolónia quer preservar qualidade de produtos e serviços

dade e serviço aos clientes. É nesse binómio que assenta a nossa filosofia. Queremos manter sempre o espírito da loja original. Os valores não serão trocados pelo crescimento e expansão da firma”, garante o responsável. A preocupação com o cliente traz novos desafios. “Estamos a trabalhar para criar as condições que permitam aos responsáveis continuar a contactar directamente com os clientes apesar do aumento de número de lojas”, lembra.

Dedicado sobretudo à vertente alimentar, o Apolónia é uma empresa familiar que surgiu no início dos anos 80, pela mão de Avelino e Célia Apolónia, numa zona que despertava para o turismo. Localizado nas proximidades de empreendimentos como Vale do Lobo ou Quinta do Lago e muito perto de Vilamoura, são muitos os estrangeiros que ali fazem as suas compras. No entanto, para Paulo Apolónia, um dos filhos dos fundadores, “o cliente-alvo é aquele que aprecia fazer compras de produtos de qualidade num ambiente

agradável e com um serviço a condizer. Estamos a falar de uma abrangência que inclui do multimilionário inglês ao português que ganha pouco acima do ordenado mínimo”.

Peixaria, charcutaria, talho, garrafeira, frutas e legumes, sushi, padaria ou produtos étnicos são algumas das secções do supermercado, que aposta numa grande variedade dos produtos à venda e no proporcionar um bem-estar ao cliente baseado na proximidade. A inovação constante, com novos produtos descobertos amiúde nos mercados de Madrid ou Londres, é outra das mais-valias que fazem deste estabelecimento um lugar de eleição no Algarve e no país.

O novo centro de distribuição pretende aumentar a funcionalidade e melhorar o ambiente de trabalho, de forma a implementar o conceito “clean” em todas as frentes. Com mais de uma centena de funcionários, o supermercado quer marcar a diferença também ao nível do ambiente que pretende “além de limpo, desimpedido”.