



Apolónia Supermercados

- A aposta na qualidade -

Fundado há cerca de 27 anos, por Ave-
lino e Célia Apolónia, o Apolónia Super-
mercados é uma referência no Algarve e no
País. A visão para a excelência tem sido um



concorrência, uma constante dos Super-
mercados Apolónia, desde 1983, altura em
que era apenas um pequeno e humilde mi-
nimercado



ideia inicial do café, defendida por Célia,
nquando do seu regresso do Canadá, onde
viveu como o marido. Especializando-se

nos novos produtos que surgiam no
mercado em Portugal e no estrangeiro,
os timoneiros procuraram agarrar na
oportunidade que mais ninguém tinha
previsto. Ajudados por um desejo de
agradar e por um interesse genuíno
das necessidades dos clientes, o mi-
nimercado foi ganhando ímpeto de
forma gradual, ao mesmo tempo que
ia pesquisando o mercado à procura
de novos produtos estrangeiros e gour-
met, e prestando bastante atenção aos
hábitos de compras dos seus clientes.
Em 2001, este espaço foi ampliado para
os actuais 1.400 m², dando o salto final
para supermercado. A qualidade dos
produtos, o atendimento personalizado
e na exclusividade de frutas exóticas e
legumes importados dos cinco continen-
tes foram as essências definidas para o
sucesso da empresa. Na comemoração
dos 25 anos, o Apolónia abriu uma
segunda loja na Galé (Albufeira) cons-
truída de raiz, mantendo a filosofia de
negócio familiar. Aumentou o número
de funcionários (250) e ampliou o leque
de produtos de qualidade. É conhecida
como uma loja "gourmet" em grande
escala, com prateleiras e prateleiras de
produtos de qualidade quer fazem a
diferença em todos os sentidos. Hoje, o
Apolónia Supermercados apresenta-se
como um exemplo de sucesso e presti-
gio do comércio local, razão pela qual

foi distinguido com o Prémio Mercúrio na 1ª Gala dos Prémios
Mercúrio, na categoria de "Comércio Alimentar", no dia 21 de
Maio de 2009, no Centro de Eventos Plaza Ribeiro Teles, relativo
à loja da Galé. A qualidade dos produtos e serviço prestado dos
seus clientes estiveram, na base da atribuição do prémio. Segundo
Paulo Apolónia, os êxitos empresariais estão "na vontade do meu
pai de que este negócio fosse motivo de orgulho para ele e para
as pessoas que o frequentam. Aqui, tratamos o cliente como se
fosse numa pessoa de família e muitos dos nossos clientes são

conhecidos pelo nome,
o que não é normal
acontecer noutros esta-
belecimentos. Talvez,
o segredo esteja nessa
proximidade afectiva
com o cliente e da sua
fidelização às lojas".
A disponibilização de
um ambiente e um
serviço integrado, dife-
renciado pela elevada
qualidade e a diversi-
dade e a inovação de
produtos e serviços
são alguns dos propó-
sitos a defender pelo
Grupo Apolónia, que
procura transformar o
acto das compras "num
prazer para o cliente e
num prestígio para a
comunidade", sem descurar os valores: excelência, transparên-
cia, confiança, qualidade, inovação e distinção. A publicação de
uma revista bimestral – a Apolónia Supermercados – reforça a
complementaridade de serviços para o cliente. Almancil e Galé
são as duas localidades que acolhem unidades comerciais do
grupo, mas a empresa tem planos de expansão, nacionais e no
sul de Espanha.



Apolónia associado ao Lifestyle Center

Almancil vai receber o primeiro Lifestyle Center do País.
Desenvolvido pelo gabinete de arquitectos norte-americano
"Perkowitz+Ruth" e pela CPU Retail Architects, o projecto
do futuro ALMA Lifestyle Center promete "revolucionar" a
textura comercial da região. Esta unidade vai incluir mais de
100 espaços comerciais e de serviços numa área de 20 mil
metros quadrados e um parque de estacionamento com mais
de 1.000 lugares, contando, ainda, com a presença da marca
de distribuição Apolónia Supermercados – a loja âncora – que
irá depois transferir a sua actual localização, até porque "este
supermercado já não tem capacidade física para dar um melhor
serviço ao cliente", como nos confirmou Paulo Apolónia. O pro-
jecto representa um investimento total de 100 milhões de euros
e um conceito comercial completamente inovador. Segundo os
seus promotores, é desenhado, criado e gerido com um único
objectivo: o bem-estar e o conforto dos visitantes.