

REPENSAR A OFERTA DE ALHO FRANCÊS

Está a tornar-se uma fileira cada vez mais arriscada e as contas de cultura entram no “vermelho” para garantir que também as folhas estejam com bom aspecto. O futuro poderá passar pela colocação de um alho francês no mercado sem as folhas, que para muitos consumidores acabam no lixo, aproveitando apenas o caule.

Aida Borges

«Nos últimos anos, temos plantado cerca de três milhões de plantas de alho francês por ano, por vezes um pouco mais. Optamos, principalmente, por variedades da Nunhems e, em menor quantidade, por algumas da Bejo. Estamos a colher produto com boa qualidade, não está excelente, pois são plantações que passaram todo o Verão no campo e tiveram de suportar todo o stress das altas temperaturas e, sobretudo, os ataques de tripes», partilha Rui Santos. Para o res-

ponsável da RibaHorta, as tripes são, actualmente, «o maior problema fitossanitário no alho. O aumento das temperaturas e da duração do período mais quente de Verão, sem chuva, cria as condições óptimas para o desenvolvimento da praga. Depois, a ausência de insecticidas sistémicos autorizados para esta finalidade torna o controle da praga bastante complicado, pois esta aloja-se na zona de inserção das folhas e na página inferior das folhas, o que faz com que seja muito



difícil atingi-la com os insecticidas de contacto/ingestão que estão autorizados. Sinceramente, não sei como conseguiremos controlar esta praga no futuro, com Verões cada vez mais quentes e prolongados». Para “dar a volta” a esta situação, a estratégia seguida foi a de usar todos os insecticidas autorizados, de forma alternada, e com pulverização a alto volume. «Mas não é suficiente. Acaba sempre por haver alguma perda de qualidade, assim como um enorme aumento de custos».

«Os preços já começaram a baixar»

Por falar em custos, Rui Santos frisou que «desde o final de Agosto que os preços aumentaram e têm-se mantido altos, não havendo qualquer dificuldade de escoamento, tanto para o mercado nacional como para exportação. Pena que preços altos não signifiquem boas margens de lucro, pois estamos com custos elevadíssimos em adubos, fitofármacos, energia/combustível para regas e maquinaria, e vasilhame. E não há sequer o mínimo sinal de estabilização ou diminuição dos preços destes factores de produção». E acrescenta: «Temo que, daqui a algumas semanas, com o aumento da oferta de produto da Bélgica e França, e com a diminuição do poder de compra dos consumidores, quer cá quer na Europa, os preços baixem e as nossas contas de cultura entrem no vermelho novamente. Os preços já começaram a baixar significativamente em Espanha devido à oferta de alho proveniente de França e o mesmo já está a acontecer em Portugal. Ficam, assim, defraudadas as nossas expectativas em fazer uma boa campanha neste início de Inverno para compensar os custos de produção elevadíssimos que tivemos durante o Verão».

Na opinião deste produtor, «a cultura de alho francês fresco, de mercado, tem de ser repensada e os hábitos do consumidor têm de, forçosamente, mudar. Não faz sentido ter custos de produção tão altos ao tentar produzir alhos com folha verde quase imaculada quando, depois, essa não é a principal parte da planta que é consumida! É bastante mais económico produzir alho de outras variedades, de indústria, para embalar, sem preocupações com a qualidade da folha. Caso contrário, se o consumidor continuar a procurar o típico alho fresco, não embalado, com quase tanta folha como fuste, para depois chegar a casa e cortar as folhas quase todas para o lixo, então tem de o pagar bem, pois fica muito caro produzi-lo». Aproximadamente 70% da produção da RibaHorta é destinada ao mercado espanhol, sendo a restante para o mercado nacional e para outros países da Europa.

«Cultura de alto risco»

«A fileira do alho francês está um pouco incerta; durante a campanha de 2022 tivemos melhores preços do que no ano passado, mas com uma grande oscilação. Na Hortapronta, baixámos a área de produção de alhos, porque é uma cultura muito cara e quando os preços vêm por aí abaixo, dá muito prejuízo. Por isso, os agricultores não estiveram para correr riscos tão grandes. No entanto, cremos que vá estabilizar, porque há falta de alhos no mercado nacional e uma grande



parte vem de importação. Mas do que nos apercebemos, a Europa também já tem áreas de produção menores do que no passado», afirma Humberto Bizarro.

Neste momento, a Hortapronta tem em produção cerca de quatro hectares, com 95% de variedades da Nunhems. «A qualidade está ótima, embora tenham surgido os problemas fitossanitários normais, como tripes, míldios, ferrugens, bactérias; mas, como já contamos com isto, temos as ferramentas necessárias para actuar em conformidade. Utilizamos o que é permitido, o que na cultura dos alhos não está mau, existem ferramentas para trabalhar. Cada vez vão havendo menos, mas temos de nos ir habituando, pois é um imperativo legal», partilha.

O técnico da empresa do Oeste acrescenta que o produto segue essencialmente para Portugal e, depois, no mercado de oportunidade de exportação (de Abril a Junho) conseguem exportar para a Irlanda, Inglaterra, Holanda, França, Alemanha ou Espanha. «Isto porque conseguimos ter alhos numa janela de oportunidade em que grande parte dos países da Europa não tem. Portugal e Espanha conseguem ter alhos mais cedo na campanha, nas plantações de Janeiro conseguimos ter alhos em Maio, enquanto os nossos concorrentes directos, como os belgas e franceses, que até trabalham áreas muito maiores de alho francês, não têm. Já programamos a campanha para, nessa fase do ano, conseguirmos exportar». Humberto Bizarro frisa que esta cultura custa, pelo menos, 10 mil euros por hectare. «É de alto risco», conclui.

Selo regional para valorizar produto

Para Renato Gouveia, da Associação Interprofissional de Horticultura do Oeste (AIHO), «a fileira do alho francês, tal como outras fileiras hortícolas, depende muito do mercado europeu. Isto significa que manter um mercado com preços pouco oscilados é muito difícil, pois depende muito dos picos de produção, que as condições edafoclimáticas de cada país ou zona de produção permitem e depende ainda das variações



do consumo. As épocas de maior consumo, estão associadas à chegada dos dias mais frios. Como tal, responder a esta questão de forma intemporal é complicado. Esta variância descrita torna o mercado do alho francês, e volto a referir, todo o mercado dos produtos hortícolas, demasiado volátil». «O facto de, na grande generalidade, não existir diferenciação dos nossos produtos torna neste caso um alho francês produzido em Portugal na região Oeste igual a um outro alho francês produzido em qualquer outra parte da Europa, não distinguindo as características individuais de cada produto. Acreditamos que esta diferenciação possa ser feita com a implementação de um selo regional para os nossos hortícolas, que defina e promova as valências dos nossos produtos, tornando-os diferenciadores de outros que se encontram no mesmo segmento de mercado», acrescenta.

No que toca à qualidade, Renato Gouveia defende que «a região Oeste, devido às suas condições edafoclimáticas, é uma região de excelência para a produção de hortícolas o ano todo. Portanto, as nossas culturas por si só, têm elevadas apetências ao nível da qualidade. Aproveitando essas valências e, juntando a profissionalização da fileira, ainda tem sido possível aprimorar mais essas características. No entanto, com o efeito das alterações climáticas, tem sido mais difícil de produzir mantendo o padrão qualitativo sem existir perdas

de produção. Estamos a falar dos efeitos da seca e do aumento gradual da temperatura. Para além da subida abrupta de todos os factores de produção, combustíveis, electricidade e materiais de embalagem, que não se consegue fazer repercutir, na totalidade, no preço de venda do produto final. A seca veio ainda aumentar a conta de cultura do alho francês com as necessidades de rega em períodos do ano em que não é habitual e durante os períodos habituais o aumento da dotação de rega», frisou, referindo ainda que «a subida da temperatura tem aumentado os problemas fitossanitários, sendo as tripes a praga que tem causado maiores dificuldades à produção. Devido à forma como são dispostas as folhas do alho francês, em camadas, com um espaçamento entre elas muito justo, permite que esta praga se instale e seja difícil o seu controle. As tripes causam problemas, essencialmente na zona verde da planta (folhas), não afectando a zona branca (caule). Sendo que a maioria dos consumidores não consome as folhas do alho francês, o futuro passará por uma aceitação no mercado de um produto com alguns defeitos visuais ao nível da folha e com a parte branca (caule) sã, mantendo os padrões qualitativos ou mesmo a colocação no mercado de um alho francês sem a parte vegetativa (folhas), apenas o caule, aliás como começamos a ver em algumas superfícies comerciais». ●

BASF NUNHEMS – líderes em inovação e máxima qualidade na cultura do alho-francês

Com o contributo da equipa de especialistas de alho-francês e dos agricultores que trabalham esta cultura a nível mundial, é objetivo constante da BASF otimizar a gama de acordo com as necessidades do mercado. A BASF oferece variedades de máxima qualidade e produção para cada segmento, permitindo assim colocar no mercado, durante todo o ano, alhos franceses de qualidade superior. Os nossos especialistas estão presentes nas principais áreas de cultivo, ajudando o produtor a elaborar um plano de produção que lhe garanta o máximo aproveitamento do portfolio de alho-francês da BASF. Das variedades Nunhems pode esperar mais, pois a nossa genética e serviços aportam valor acrescentado a toda a cadeia de valor. A BASF mantém a sua liderança em alho-francês, apresentando uma completa gama de variedades que completam um catálogo adaptado às necessidades de toda a cadeia de valor.

O Catálogo da BASF é composto por variedades como o **Shafton**, **Longton**, **Krypton**, **Belton**, **Megaton**, **Chiefton** e **Duraton**, entre outras, permitindo ao agricultor escolher a variedade de acordo com as suas necessidades e condições de cultivo.

Shafton F1 é hoje uma variedade de referência no mercado profissional, que proporciona elevadas produções, sendo um híbrido muito homogéneo, com largo período de colheita e um muito baixo risco de espigamento. É também uma variedade de fácil preparação, nomeadamente ao nível de facilidade de limpeza do alho, proporcionando assim um elevado incremento no rendimento. Nesta campanha introduzimos no catálogo a variedade **Chiefton F1**, que apresenta uma grande uniformidade no produto final, conferindo-lhe assim qualidade superior. De coloração escura e, tal como é característica das variedades Nunhems, apresenta também uma enorme facilidade na preparação de forma a rentabilizar a cultura. O **Longton F1**, o **Linkton F1** assim como o **Lexton F1**, são também variedades muito bem adaptadas para os mercados de fresco e embalados. Apresentam fustes longos, sendo que o **Longton F1** é um híbrido de ciclo mais curto que permite obter elevadas produções e rentabilidade e o **Lexton F1** é um híbrido que permite prolongar a disponibilidade de alho-francês durante a campanha. A produção, precocidade e rusticidade são as características mais relevantes do **Megaton F1**. Sendo uma variedade de elevada produção que combina precocidade com ampla janela de colheita. Desde variedades com alta produção, de diferentes ciclos de produção, adaptadas às várias estações do ano, posicionadas tanto para o mercado fresco como de indústria, e apresentando sempre rendimento na preparação do produto final, a BASF oferece sempre as melhores e mais inovadoras soluções para cada uma das necessidades do mercado de alho-francês, mantendo assim a liderança neste produto hortícola que contribui ativamente para uma alimentação saudável.



Chiefton

Com a contribuição da equipa de especialista de alho francês e dos agricultores que trabalham esta cultura no mundo é objectivo constante da BASF optimizar a gama de acordo com as necessidades do mercado.

Conoce todas las novedades escaneando el código QR.



www.nunhems.es

[@Nunhems.ES](https://www.facebook.com/Nunhems.ES)