



A missão da Marca Bom Petisco é dar a conhecer o atum como alimento que contribui para uma alimentação saudável, destacando os benefícios do seu consumo, nomeadamente no controlo do colesterol e da hipertensão. A Marca assegura que todo o seu processo produtivo e de distribuição é pautado por elevados padrões de qualidade, que resultam num produto final que se destaca no mercado pelo elevado grau de confiança transmitida.

#### VALORES DA MARCA

O Atum Bom Petisco é um dos produtos fabricados pela Cofaco Açores – Indústria de Conservas, S.A., a maior empresa de conservas portuguesa, com polos industriais nos Açores, que produz Marcas de qualidade reconhecidas no mercado, tais como Bom Petisco, Tenório e Bom Amigo.

A qualidade é transversal em todas as fases do processo de fabrico e distribuição Bom Petisco, desde a pesca do atum até à sua venda no retalho alimentar. Na fábrica são ainda preservados os padrões de pesca tradicionais, sendo a pesca à cana responsável por perto de 100% da produção, o que se traduz em resultados únicos ao nível da qualidade da matéria-prima utilizada.

Assumindo as suas responsabilidades ambientais, os métodos de pesca empregues pela Bom Petisco preservam os mares e as espécies, garantindo que durante a captura do atum se evita a mortalidade de cetáceos (golfinhos). No processo de fabrico utilizam-se as mais recentes tecnologias, aliadas a um "know-how" resultante de mais de cem anos de experiência na indústria conserveira. A operação



mais importante e a que carece de maior experiência, é a limpeza do peixe que permite que o produto final tenha uma excelente apresentação, elemento diferenciador por acréscimo de valor no produto. O tratamento térmico da esterilização, característico das conservas, possibilita o fabrico e distribuição de produtos seguros, duráveis e não perecíveis. A longevidade da história da Marca e da indústria de conservas explica-se pela relevância do consumo de conservas de peixe na dieta mediterrânea, hoje sinónimo de alimentação saudável e equilibrada. Privilegiando o consumo de peixe, azeite e azeitonas, este tipo de alimentação converteu-se num modelo seguido pela medicina preventiva. As conservas de peixe têm um alto valor nutritivo, permitindo ao consumidor dispor de uma fonte de proteínas de primeira qualidade durante todo o ano. A Marca defende os benefícios inerentes a uma alimentação equilibrada e um estilo de vida saudável, associado ao desporto e ao bem-estar.

Bom Petisco é uma Marca de forte tradição, intemporal e genuína que atribui valor às pessoas, cumpre o que promete e procura uma relação afectiva muito próxima com os seus consumidores. Sinónimo de qualidade no mercado das conservas, a Bom Petisco mantém a sua fórmula de sucesso, associando-se de imediato o nome da Marca ao próprio produto.

#### SABIA QUE:

- Uma lata de Atum Bom Petisco é suficiente para satisfazer a dose diária recomendada (DDR) de Ómega.
- Um atum médio (3 Kg) depois de limpo produz, em média, 13 latas de Atum Bom Petisco de 120 g.
- O atum, à semelhança das ostras, é um excelente estimulante da libido.



## PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

Sendo um alimento rico em ácidos gordos Ómega 3 (cerca de 1 g / 100 g atum), o consumo de Atum Bom Petisco apresenta vários benefícios para a saúde, entre eles: redução do risco de doenças coronárias; controlo da hipertensão; prevenção do cancro e da degeneração dos músculos relacionada com o envelhecimento; e redução dos sintomas de doenças ligadas ao sistema imunitário. O Atum Bom Petisco está disponível no mercado em três variedades: azeite, óleo vegetal e água, indo ao encontro dos desejos e necessidades dos consumidores mais exigentes. A Marca aposta também no segmento "premium" através dos filetes de atum em frascos de vidro. Prevê-se que esta combinação de magníficos filetes de atum "gourmet", em azeite ou água, em frascos de 250 g e 150 g, terá um crescimento muito acentuado na categoria, beneficiando da histórica notoriedade da Marca Bom Petisco e da intrínseca qualidade do próprio produto. A mais recente inovação da Marca é o hambúrguer que contém todas as propriedades benéficas do atum e que precisa de apenas dois minutos para ficar pronto. Apresenta-se numa prática bolsa de alumínio flexível que conserva o hambúrguer à temperatura

ambiente. Trata-se de um produto conservado naturalmente, sem adição de qualquer tipo de conservante, não sendo, por isso, necessário utilizar o frigorífico, à semelhança das tradicionais latas de conservas Bom Petisco.

## MERCADO

A Marca Bom Petisco olha para o mercado lusófono como uma oportunidade por explorar. Dentro desse mercado tem especial atenção pelos PALOP, pela sua tradição, ligação histórica e eixo estratégico de desenvolvimento. Presente no mercado angolano desde 2012, com estrutura própria de apoio ao mercado e focada na sua missão, a Marca está presente nas principais cadeias de retalho alimentar. O mercado das conservas de peixe está segmentado em atum, sardinha e especialidades. Tendo o Atum Bom Petisco um posicionamento "premium" reconhecido no mercado, sustentado pela sua qualidade diferenciadora, aposta, claramente, no mercado formal, onde o consumidor interage naturalmente com a Marca nos lineares dos pontos de venda.

## COMUNICAÇÃO

Educar a população para a importância de uma alimentação saudável é uma prioridade da Marca. Neste sentido, pretende estar

## SABIA QUE:

- O Atum Bom Petisco é um produto português produzido em fábricas açorianas que empregam mais de 600 trabalhadores, dos quais 85% são mulheres.
- A rapidez do tratamento hermético da conserva e a sua técnica da esterilização, asseguram a manutenção de todas as suas vitaminas e nutrientes originais.
- O atum consegue atravessar o Oceano Atlântico em menos de 2 meses, chegando a atingir a velocidade de 70 km/h.

sempre próxima da população com campanhas no ponto de venda, designadamente nas cadeias de retalho alimentar, e assumir um papel de responsabilidade social junto da população mais jovem, incentivando hábitos de alimentação saudável, determinantes para o desenvolvimento escolar dos alunos, elemento catalisador do desenvolvimento da comunidade e do país.

## VANTAGENS COMPETITIVAS

A fábrica do Atum Bom Petisco faz parte do POPA – Programa de Observação para as Pescas dos Açores, que tem como objectivo monitorizar a maior parte da frota atuneira e promover a recolha e tratamento de dados para a gestão sustentada dos recursos marinhos dos Açores. Por participar na recolha de informação e aceitar a presença de observadores a bordo durante a campanha de pesca, a Cofaco Açores foi distinguida pelo "Earth Island Institute" com o estatuto "Dolphin Safe", e assumiu o compromisso de todo o atum utilizado e transformado nas suas unidades industriais ser qualificado de acordo com esses critérios. Foi-lhe também atribuído o estatuto "Friends of the Sea" que homenageia quem procura melhorar a gestão de recursos e reduzir o impacto ambiental da indústria pesqueira.



### MIL-FOLHAS DE ATUM COM QUEIJO HALOUMI

2 latas de Atum Bom Petisco em Azeite  
1 queijo Haloumi  
2 c. sopa de azeitonas pretas em rodélias  
8 tomates cereja  
Açúcar q.b.  
Azeite q.b.  
Vinagre balsâmico q.b.  
Sal e pimenta q.b.

1. Corte o queijo em fatias e grelhe da ambos os lados numa frigideira antiaderente. Reserve, corte o tomate em quartos e escorra o atum.  
2. Num prato, alterne o queijo com agriões. Disponha por cima o atum, os tomates e polvilhe com as azeitonas. Tempere a gosto com sal, pimenta, vinagre e azeite.

## 1964

Registo da Marca Atum Bom Petisco, pela Cofaco - Comercial e Fabril de Conservas, Lda..

## 2000

Diversificação do portefólio Bom Petisco com a introdução dos molhos azeite e água.

## 2003

Introdução dos filetes de atum em frasco de vidro de 150 g e 250 g, com os molhos azeite e água.

## 2007

"Restyle" da embalagem Bom Petisco e lançamento da mascote Tuna's.

## 2009

Lançamento do hambúrguer Bom Petisco 2 x 75 g.

## 2011

Comemoração dos 50 anos da Marca em Portugal.