

EDUARDO OLIVEIRA E SOUSA, O NOVO PRESIDENTE DA CAP – CONFEDERAÇÃO DOS AGRICULTORES DE PORTUGAL, REVELA

“A CAP efetua mais de 50% da área de candidaturas de Portugal aos apoios comunitários”

Págs. 2/3



Destaques

The Edge Group vende BRIO mas mantém aposta na Saúde e Bem-Estar

Pág. 4

InovCluster: “É preciso posicionar o agroalimentar português no caminho estimulante da inovação”

Pág. 5



CVRVV aposta no ‘Vinho Verde 2.0’

Págs. 6/7

Editorial

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt



Obrigado!, Manuel Évora

Morreu Manuel Évora. Quem conheceu o presidente da associação Portugal Fresh sabe que o setor agrícola e agroalimentar perdeu um líder, um visionário e, acima de tudo, um ser humano bom, conciliador, irreverente e entusiasticamente incansável no trabalho coletivo em prol do crescimento, exportação e notoriedade das frutas, legumes e flores, dentro e fora de Portugal.

A Portugal Fresh nasceu do seu impulso e pelo seu punho em dezembro de 2010. Mostrou-se pela primeira vez na feira Fruit Logistica de Berlim, em fevereiro de 2011, como ‘umbrella’ das empresas portuguesas que expuseram, juntas pela primeira vez, naquele certame. Nos anos seguintes, partidas muitas pedras e vencidas muitas resistências, somaram-se passos relevantes na promoção internacional, a uma só voz, de um setor até aí fragmentado, cujos empresários puxavam, os que podiam e sabiam, “desgarrados, cada um a sua carroça” nas feiras internacionais, como disse, um dia, Manuel Évora à “Vida Económica”.

Muitos outros, a maioria, sem força coletiva, vendiam por cá produtos para um mercado nacional afogado numa “crise tremenda de consumo e de preços, devido ao poder da grande distribuição em Portugal e à pressão que fazia no momento de crise”. Assim lembrou o presidente da Portugal Fresh, em Madrid, na Fruit Attraction, em outubro de 2015, numa conferência organizada pela “Vida Económica”.

Mas já antes, em fevereiro desse ano, o sabor e a qualidade das frutas, legumes e flores de Portugal tinham chegado longe: Portugal fora o país convidado da maior feira de frutas do mundo – a Fruit Logistica, em Berlim. Sob a marca-chapéu Portugal Fresh, cerca de 50 empresas nacionais expuseram naquele certame, mostrando ao mundo o que de melhor se produz em Portugal e levando ao país de Angela Merkel o então vice-Primeiro-Ministro de Portugal, Paulo Portas, e a ministra da Agricultura, Assunção Cristas. Em 2016, até o Primeiro-Ministro, António Costa, visitou o certame e as empresas do setor ali presentes.

Os números do setor são reveladores. Entre 2010 e 2015 as exportações de frutas, legumes e flores cresceram de 780 milhões de euros para 1224 milhões. Em 2016, ultrapassaram os 1300 milhões e a meta está traçada: dois mil milhões de euros de vendas para o exterior em 2020.

Como lembrou Manuel Évora à “Vida Económica” em Madrid, “a arte aguça o engenho”. E para ele não havia dúvidas: “o nosso grande objetivo foi sempre criar alternativas para aquilo que é o mercado interno em Portugal”. E como “sabíamos que tínhamos qualidade, fomos à procura de mercados externos”.

Licenciado em Engenharia Agrícola pela Universidade de Évora, Manuel Évora era administrador da empresa Luís Vicente, em Torres Vedras.

O setor agrícola e agroalimentar de Portugal deve-lhe um ‘Obrigado!’.

EDUARDO OLIVEIRA E SOUSA, O NOVO PRESIDENTE DA CAP – CONFEDERAÇÃO DOS AGRICULTORES DE PORTUGAL, REVELA

“A CAP efetua mais de 50% da área de candidaturas de Portugal aos apoios comunitários”

A Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP) foi fundada em novembro de 1975. É uma organização sócio-profissional agrícola que agrupa cerca de 250 organizações de todo o país, entre federações, adegas, cooperativas e associações regionais das principais zonas agrícolas de Portugal. Abrange cerca de 250 mil agricultores. Nesta entrevista à “Vida Económica”, Eduardo Oliveira e Sousa, o novo presidente da CAP, assume que manterá “uma relação construtiva” com o Ministério da Agricultura, mas que não deixará de ter “uma posição crítica quando isso se justificar”. Ciente do peso institucional que detém em Portugal e da influência no mundo rural, Eduardo Oliveira e Sousa revela: “a CAP efetua mais de 50% da área de candidaturas de Portugal aos apoios comunitários” e é responsável por “mais de 60% dos registos de animais do nosso país”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica - Assume a presidência

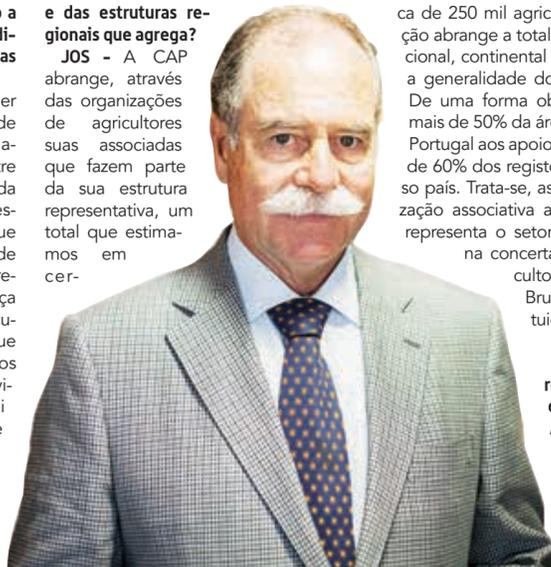
da CAP após João Machado ter liderado a instituição durante 18 anos. Que nova dinâmica quer imprimir e quais são as suas grandes prioridades?

Eduardo Oliveira e Sousa - Em qualquer organização, a entrada em funções de uma nova liderança implica, como é natural, um processo de adequação entre a estrutura organizacional já implantada e a forma individual de abordar as questões. De qualquer modo, considero que a mudança é um processo natural de adaptação e evolução, pelo que, sobretudo, pretendo fazer parte da mudança e não propriamente impô-la. Sou particularmente adepto dos procedimentos que se baseiam na partilha de conhecimentos e na intensificação das relações individuais. E foi com esse espírito que tomei posse como presidente da CAP, que é uma organização de reconhecida competência técnica e que, ao longo dos anos, tem vindo a demonstrar uma capacidade impar para representar os agricultores e promover a agricultura portuguesa.

VE - Quantos agricultores associam-se tem a CAP por via das associações

e das estruturas regionais que agrega?

JOS - A CAP abrange, através das organizações de agricultores suas associadas que fazem parte da sua estrutura representativa, um total que estimamos em cer-



Eduardo Oliveira e Sousa é o novo presidente da CAP – Confederação dos Agricultores de Portugal.

ca de 250 mil agricultores. A Confederação abrange a totalidade do território nacional, continental e insular e representa a generalidade dos setores produtivos. De uma forma objetiva, a CAP efetua mais de 50% da área de candidaturas de Portugal aos apoios comunitários, e mais de 60% dos registos de animais do nosso país. Trata-se, assim, da maior organização associativa agrícola nacional, que representa o setor perante o Governo, na concertação social e os agricultores portugueses, em Bruxelas, perante as instituições comunitárias.

VE - Como vai ser o relacionamento da CAP com o Ministério da Agricultura? Sei que tomaram posição divergente a este Governo, por exemplo em relação à reforma do setor florestal. Que postura adotará daqui por diante?

EOS - A rela-

ção com o Ministério da Agricultura será certamente idêntica à que existe atualmente. Haverá uma posição crítica quando isso se justificar, mas será sempre uma relação construtiva da nossa parte, no sentido de procurar as melhores soluções para os agricultores e para a agricultura nacional. Com efeito, a CAP apresentou recentemente uma posição divergente em relação às medidas constantes no ‘pacote florestal’ anunciado pelo Governo. Mas isso não invalida que a Confederação mantenha uma postura de colaboração abrangente com o Governo em relação à globalidade da agricultura portuguesa e, simultaneamente, possa fazer valer os pontos de vista dos produtores florestais e do que considero ser o melhor para o setor florestal em particular.

VE - Como sabe, acaba de ser reconhecido pelo Governo o novo AgroFood Português Cluster, que resulta de um consórcio entre a Portugal Foods, a Portugal Fresh, o Agro Cluster e o Inov Cluster. Que relacionamento terá a CAP com o novo Cluster?

EOS - Será um relacionamento de profunda colaboração, certamente. Estas or-

ganizações juntaram-se com o propósito comum de impulsionar as exportações e promover a modernização do setor produtivo, pelo que a CAP contribuirá para o desenvolvimento desta causa, com um particular enfoque no setor das frutas. Inclusivamente, alguns diretores da CAP participam na estrutura e nos corpos sociais destas organizações, pelo que o setor está naturalmente presente em todo este processo.

VE - A CAP organiza, de há uns anos a esta parte, algumas ações de internacionalização, através da participação em feiras. Que calendário tem para 2017?

EOS - De facto, a CAP mantém em 2017 um conjunto de ações de participação em feiras internacionais, contribuindo para que os produtores nacionais tenham oportunidade de se promover no exterior e, dessa forma, contribuam para incrementar as exportações nacionais e equilibrar a balança agroalimentar do nosso país. Assim, a CAP tem programadas ações nos Estados Unidos da América, México, Colômbia e Peru, em outubro, e em Hong Kong e Singapura, em novembro. Trata-se de ações às quais a

Eduardo Oliveira e Sousa sucede a 18 anos de mandato de João Machado

Eduardo Oliveira e Sousa tomou posse a 19 de abril e é o novo presidente da direção da CAP – Confederação dos Agricultores de Portugal para o triénio de 2017 a 2020. Sucede a João Machado, que estava há 18 anos à frente da instituição.

Engenheiro agrónomo, empresário agrícola e florestal na região do Ribatejo, vice-presidente da CAP entre 2005 e 2008, Eduardo Oliveira e Sousa, 63 anos, encabeçou a única lista concorrente a estas eleições. Foi diretor agrícola da Estação Zootécnica Nacional (1979 a 1983), diretor executivo da Associação de Regantes e Beneficiários do Vale do Sorraia, de 1983 a 2013, professor assistente de Agricultura Geral e Máquinas Agrícolas e de “Pasta-

gens e Forragens” na Escola Superior Agrária de Santarém (1981 a 1984), diretor agrícola da Sucral (1986 e 1989) e vogal do Conselho Nacional da Água, entre 1996 e 2007.

Foi ainda presidente da direção da ANPC – Associação Nacional de Proprietários Rurais, Gestão Cinegética e Biodiversidade (1994 a 2014), sendo atualmente presidente da assembleia geral, diretor e atualmente secretário da assembleia geral do CPM – Clube Português de Monteiros/Associação Nacional de Caça Maior. É diretor honorário da Euro-Mediterranean Irrigators Community e fundador da Associação dos Produtores Florestais de Coruche e Limitrofes, sendo atualmente o presidente da assembleia geral.

CAP atribui grande relevância, uma vez que, para alguns produtores, nomeadamente os mais pequenos e com menos

recursos, constituem as únicas oportunidades de alcançarem os mercados internacionais.

Cerealto investe 3,5 milhões em I&D e fatura 93 milhões

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

A Cerealto, multinacional fabricante de produtos alimentares para grandes ‘players’ do setor da distribuição e da alimentação (bolachas, cereais de pequeno-almoço, alimentação infantil, pão, pastelaria, massa e produtos sem glúten) e que comprou em março de 2016 à Mondelez International a sua fábrica de bolachas de Mem Martins, alcançou um volume de negócios de 93 milhões de euros em 2016.

A empresa revela que investiu 3,5 milhões de euros em investigação e desenvolvimento, o equivalente a 3,76% do volume de negócios global, tendo atingido um EBITDA (resultados antes dos juros, impostos, depreciação e amortização) de 4,2 milhões de euros. A Cerealto adianta ainda que “aplicou 46 milhões de euros no desenvolvimento de novos projetos”. Além disso, “adotou uma nova estrutura organizacional para se tornar mais flexível e adaptar o seu método de trabalho aos clientes de cada região, com a ambição de se tornar uma empresa verdadeiramente ‘glocal’”.

Em 2016, a Cerealto, que detém 14 fábricas e um centro de investigação e desenvolvimento em Espanha e centros de operação em Portugal, Itália, Reino Unido, México e nos Estados Unidos, “alcançou uma produção total de 71 mil toneladas e integrou mais de 300 novos colaboradores”, revela a empresa em comunicado.

“Graças à confiança que os nossos clientes depositaram em nós e ao compromisso dos nossos profissionais, 2016 foi um ano de expansão e consolidação para a Cerealto. A Cerealto demonstrou um verdadeiro espírito empreendedor e uma grande motivação”, afirma a CEO da Cerealto, Rut Aranda.

211 novos produtos em 2016

A companhia explica que entre os principais marcos no ano que passou estão “o acordo com a Mondelez para a aquisição da sua fábrica de bolachas localizada em Mem Martins (Sintra), o início de fabrico de produtos sem glúten em Worksop (Reino Unido) e a formalização da escritura de venda para a aquisição da Pastificio Mediterranea (Silvano d’Orba, Itália), que se prevê ser concretizada este ano”.

De acordo com o compromisso da empresa de “exceder sempre as expectativas dos clientes”, através da “oferta de produtos inovadores e de qualidade superior”, em 2016, a Cerealto lançou 211 novos produtos. Desses, 17 foram “considerados inovações revolucionárias”.

Por outro lado, a empresa “consolidou as suas equipas de investigação de mercado no Reino Unido e México, o que permitiu capitalizar o conhecimento sobre os consumidores, mercado e categorias e aumentar a sua capacidade de inovação”. Lê-se no comunicado enviado à “Vida Económica”.

Nesse documento, a empresa garante que “reafirmou o seu compromisso com a sociedade, através da sua adesão ao Pacto Global e aos respetivos 10 princípios”, tendo conseguido que “72% dos fornecedores de acondicionamento e matérias-primas sejam empresas locais”. A CEO da Cerealto, Rut Aranda, afirma: “estamos a colaborar com eles [fornecedores] enquanto componente integral da cadeia de valor, para garantir qualidade e segurança alimentar, enquanto promovemos o seu cumprimento do nosso código de conduta”.

Em termos ambientais, a Cerealto “incorporou o cálculo da pegada de carbono nas suas novas fábricas em Tepeji, Mem Martins e Worksop”. O objetivo, dizem, é “compreender o panorama global e implementar programas para de eficiência ambiental em todas as suas fábricas e atividades”.

Rut Aranda, CEO da Cerealto.



SISTEMAS DE PROTEÇÃO DE CULTURAS

ANTECIPAÇÃO E EXTENSÃO





- ANTI-GRANIZO
- ANTI-CHUVA
- ANTI-ESCALDÃO
- ANTI-PÁSSARO
- SISTEMAS DE CONDUÇÃO E TUTORAÇÃO
- ESTRUTURAS DE SUPORTE
- ACESSÓRIOS






SOLUÇÕES SEGURAS PARA AS MAIS EXIGENTES CULTURAS

ASSEGUAMOS AS SUAS COLHEITAS.

www.cotesi.com



Sonae MC compra BRIO e reforça oferta nacional de produtos biológicos

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

A aquisição de 100% do capital da BRIO, anunciada na última semana, vai permitir à Sonae MC “acelerar a avenida estratégica de crescimento de ‘health & wellness’, em particular no segmento de alimentação saudável, beneficiando da rede de lojas da BRIO, do seu elevado grau de especialização e de uma rede de fornecedores no segmento biológico”.

A afirmação é de Inês Valadas, administradora da Sonae MC, em declarações à “Vida Económica” quando questionada sobre a estratégia da empresa com aquisição desta marca de produtos biológicos. A responsável da Sonae MC é perentória, afirmando que a companhia “estará sempre atenta a novas oportunidades, que nos permitam responder à crescente procura dos consumidores por propostas que contribuam para uma melhoria da sua qualidade de vida e bem-estar”.

Questionada sobre se os produtos biológicos da BRIO passarão a estar à venda também nos supermercados Continente e em todo o território nacional, Inês Valadas explica que, “atualmente, a Sonae MC já dispõe de espaços especializados em alimentação saudável nas lojas Continente - Bio e Saudável”. No entanto, “com esta aquisição, iremos otimizar a gama de produtos biológicos nos nossos supermercados Continente”. E, por outro lado, “também completar a oferta da BRIO com marcas exclusivas, assim como com novas categorias”, revela a mesma responsável.

A Sonae, através da Sonae MC, celebrou na última semana um acordo de

aquisição de 100% do capital da BRIO, a primeira cadeia de supermercados biológicos lançada em Portugal, que inclui seis espaços comerciais especializados em alimentação biológica, todos com localizações de conveniência na zona metropolitana de Lisboa. O montante do negócio não foi revelado.

Num comunicado enviado à “Vida Económica”, Luís Moutinho, CEO da Sonae MC, diz que esta “expansão da



presença da Sonae MC no retalho alimentar saudável reforça a nossa posição de liderança neste segmento de mercado e contribui para o compromisso de proporcionar a melhor e mais acessível oferta a todos os consumidores, quaisquer que sejam as suas necessidades ou estilos de vida”.

Este negócio sucede-se à aquisição, em dezembro do ano passado, de uma participação de 51% da Go Natural. Com a aquisição da BRIO a Sonae MC “reforça a aposta na área da saúde e do bem-estar, nomeadamente na alimentação”. E tudo isto, diz a empresa, “respondendo à crescente procura dos consumidores por ofertas que promovam um estilo de vida saudável e contribuam para uma melhoria da qualidade de vida”.

Agricultura biológica ocupa 239 mil hectares

O ministro da Agricultura, Capoulas Santos, apresentou, a 29 de março, a Estratégia Nacional para a Agricultura Biológica (ENAB).

Entre as várias metas traçadas até 2020, o Governo quer duplicar a área de agricultura biológica para cerca de 12% da SAU (Superfície Agrícola Utilizada), triplicar as áreas de hortofrutícolas, leguminosas, proteaginosas, frutos secos, cereais e outras culturas vegetais destinadas a consumo directo ou transformação, duplicar a produção pecuária e aquícola em modo de produção biológica (MPB), com particular incidência na produção de suínos, aves de capoeira, coelhos e apícola, e duplicar a capacidade interna de transformação de produtos biológicos. A par disso, quer incrementar em 50% o consumo de produtos biológicos, triplicar a disponibilidade de produtos biológicos nacionais no mercado, reforçar a capacidade técnica em MPB, com duplicação do número de técnicos credenciados e o reforço da capacidade técnica específica do Estado, aumentar em pelo menos 20% a capacidade de oferta formativa, criar de uma rede de experimentação de MPB e criar um portal “BIO”, destinado à divulgação, promoção de inovação e difusão de informação técnico-científica específica.

A agricultura biológica ocupa hoje em Portugal 239 mil hectares, de acordo com a Direção-Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR), estando registados 3837 produtores. Na UE-28, a superfície agrícola ocupada por este modo de produção passou de cinco milhões de hectares em 2002 para cerca de 11,1 milhões em 2014.

A 25 de fevereiro deste ano, foi assinado o protocolo para criação do Centro de Competências da Agricultura Biológica e dos Produtos no Modo de Produção Biológico, em Serpa. Paralelamente foi formalizado o Centro de Competências das Plantas Aromáticas, Medicinais e Condimentares. Os dois centros reúnem produtores, indústria, associações, sistema científico e tecnológico nacional e as autarquias, em parceria com o Ministério da Agricultura.

The Edge Group vende BRIO mas mantém aposta na Saúde e Bem-Estar

O The Edge Group acaba de vender a rede de supermercados BRIO à Sonae, após sete anos de exploração. Em entrevista à “Vida Económica”, José Luís Pinto Basto diz que é importante sair dos negócios quando “consideramos que outros podem fazer um trabalho de crescimento ainda melhor que o nosso, como é o caso da Sonae”. Mas a aposta no agroalimentar não fica por aqui. O CEO da empresa de capital de risco garante que “o empreendedorismo está no ADN do The Edge Group” e que “outras novidades poderão surgir a prazo, pois continuamos a acreditar muito no crescimento dos negócios ligados à saúde e bem-estar”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt



José Luís Pinto Basto, CEO do The Edge Group.

Vida Económica - O The Edge Group está especializado em projetos imobiliários. Porquê esta aposta, em 2010, na BRIO, uma empresa do agroalimentar, para a vender agora, seis anos depois?

José Luís Pinto Basto - Muito embora o nosso ‘core business’ seja o desenvolvimento imobiliário, optámos

sempre por investir paralelamente em empresas inovadoras e com elevado potencial de crescimento, sobretudo quando também acrescentam valor aos nossos ativos imobiliários. São exemplos disso, além do BRIO, os restaurantes e cafetarias de cozinha saudável Origem, os ginásios Fitness Hut ou os centros de escritórios flexíveis LEAP, atualmente em processo de expansão.

VE - E como olha para o investimento feito na BRIO?

JLPB - Consideramos que o BRIO foi uma boa aposta, dentro daquilo que é a filosofia do grupo, que passa por investir em negócios sustentáveis e que trazem benefícios para a sociedade. Gostamos de apoiar a gestão destas participadas e de dar o máximo para que elas prosperem. Mas também estamos disponíveis para sair quando consideramos que outros podem fazer um trabalho de crescimento ainda melhor do que o nosso, como é o caso da Sonae.

VE - Quantos investimentos tem o The Edge Group no agroalimentar?

JLPB - Entrámos no negócio BRIO quando este tinha apenas uma loja e 500 mil euros de faturação. Crescemos em poucos anos para seis lojas e cinco milhões de euros de faturação, contribuindo e acompanhando o crescimento da procura. Hoje estamos a vender uma operação consolidada, reconhecida, uma marca líder no mercado da distribuição biológica e a maior cadeia nacional deste segmento.

VE - E como avalia este setor em termos de rentabilidade e potencial de crescimento?

JLPB - Mantemo-nos no negócio da comida saudável, através dos restaurantes e cafetarias Origem e da produção de produtos biológicos da marca Tudupuru, através da empresa Renovgreen. Mas outras novidades poderão surgir a prazo, pois continuamos a acreditar muito no crescimento dos negócios ligados à Saúde e Bem-Estar.

VE - Têm novos projetos de aquisição em carteira neste setor, ou ponderam entrar, ainda que minoritariamente, no capital de empresas desta área?

JLPB - O empreendedorismo está no ADN do The Edge Group e penso que temos alguma vocação para identificar e selecionar empresas que se destacam nas suas áreas de atuação. Por isso mesmo, a qualquer momento, podemos descobrir equipas de gestão com capacidade e provas dadas, que é o principal fator de sucesso de qualquer iniciativa, e voltar a apostar em novos projetos com grande potencial de crescimento.

DIRETORA EXECUTIVA DA INOVCLUSTER – ASSOCIAÇÃO DO CLUSTER AGRO-INDUSTRIAL DO CENTRO EM ENTREVISTA

“É preciso posicionar o agroalimentar português no caminho estimulante da inovação”

Decorre até amanhã, sábado, em Castelo Branco, a i9agri, a primeira Feira de Inovação Agroalimentar, no Centro de Exposições da Associação Empresarial da Beira Baixa (AEBB). Um evento que envolve 45 oradores nacionais e internacionais e reúne 52 expositores, entre instituições de ensino superior e investigação e cerca de 40 empresas. Em paralelo, decorre o 3º Congresso Internacional Inovcluster, centrado nos temas da Cooperação, Internacionalização, Empreendedorismo, Inovação e Investigação.

Em declarações à “Vida Económica”, Cláudia Domingues Soares, diretora executiva da InovCluster

– Associação do Cluster Agro-Industrial do Centro, explica que o objetivo é “pensar global”, aproveitando “a atual dinâmica do setor agroalimentar português”. Durante estes três dias, o InovCluster quer “mostrar os resultados da incorporação da inovação nas empresas do agroalimentar e respetivas fileiras complementares”, ajudando a “posicionar o setor no caminho estimulante da inovação”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Criou-se em Castelo Branco, nos últimos anos, “um verdadeiro ecossistema agroalimentar”, com “foco nas empresas e nos empreendedores e alicerçado nas suas necessidades para o aumento da sua competitividade”, destaca Cláudia Domingues Soares à “Vida Económica”. A decisão do Inovcluster e do CATAA-CEI, em Castelo Branco, de organizar a i9agri, a primeira Feira de Inovação Agroalimentar, vem, pois, “no seguimento da aposta e do investimento que a Câmara local tem realizado nos últimos anos num conjunto de projetos de dinamização e de criação de infraestruturas de apoio” ao setor.

A intenção, diz a diretora executiva do InovCluster, é trabalhar para que o setor agroindustrial “deva ser pensado e discutido de forma integrada, envolvendo um conjunto de áreas-chave como a cooperação, o financiamento, o empreendedorismo, a internacionalização e a Inovação e Investigação, favorecendo a interação entre áreas complementares”.

Entre os vários convidados internacionais que passarão por Castelo Branco nestes três dias destacam-se jornalistas, ‘opinion makers’, importadores e alguns oradores. “O critério base prende-se com a seleção dos importadores, cujos mercados de origem são ajustados à tipologia de

produtos das micro e pequenas empresas que tipificam o setor agroalimentar português, nomeadamente os compradores provenientes dos mercados da Espanha, França, Suíça, Alemanha e Finlândia”, refere a diretora executiva do InovCluster, salientando que também virão “importadores e jornalistas do México e do Panamá”.

As empresas podem, assim, “usufruir de reuniões B2B com estes importadores”, mediante marcações prévias. Uma ação financiada no âmbito de dois projetos que a Inovcluster tem aprovados: o Agriexport, apoiado no âmbito do POFC/COMPETE, e o AgroCentro, financiado no âmbito do POCentro, ambos utilizando fundos do Portugal2020.

“Estimular e envolver potenciais empreendedores, através da troca de experiências”

Questionada pela “Vida Económica” sobre que resultados esperam obter após este cruzamento de contactos entre os expositores e visitantes, Cláudia Domingues Soares não tem dúvidas: “o nosso objetivo central é estimular e envolver potenciais empreendedores, através da troca de experiências, permitindo, desta forma, que outras empresas passem a incorporar inovação e desenvolvam novos produtos”.

Estamos em presença de um evento que quer ser “a ‘montra’ do que de melhor se faz ao nível da inovação do setor agroalimentar”, diz a mesma responsável, ajudando as empresas portuguesas a “posicionarem-se junto do mercado global” através da “qualidade, a excelência e a componente inovadora”.

A i9agri conta ainda com um espaço dedicado a empreendedores – o Laboratório do Empreendedorismo –, assim como um espaço dinamizador da Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente (RIS3) do Centro de Portugal. Haverá também “diversas sessões de ‘showcooking’, dinamizadas por chefs nacionais e internacionais”.

Investigadores criam materiais compósitos biodegradáveis a partir do plástico

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

A procura de uma solução para o plástico não biodegradável e para os resíduos gerados pela indústria da madeira juntou investigadores das Universidades de Coimbra e Aveiro e do Instituto Politécnico de Leiria no projeto C-TEC, promovido pelo grupo empresarial Vangest, que vai agora testar a aplicação prática dos resultados. O projeto teve um financiamento de 973 mil euros, através do QREN.

O projeto foi liderado por Filipe Antunes, da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, que desenvolveu uma gama de materiais compósitos biodegradáveis a partir da combinação de diversos plásticos com fibras vegetais (serradura de pinho e fibras de celulose extraídas da madeira) para aplicação em diversos setores de atividade.

Os materiais compósitos resultam da combinação de dois ou mais produtos com propriedades individuais incompatíveis, como é o caso dos produtos utilizados nesta investigação. Por exemplo, os plásticos têm propriedades hidrofóbicas enquanto a madeira tem características hidrofílicas. E a questão é como compatibilizar estes dois materiais tão diferentes. “Esse foi um grande problema que tivemos de ultrapassar; o segredo está em modificar as propriedades de ambos os materiais e obter um produto amigo do ambiente e a um preço de mercado competitivo”, explica Filipe Antunes da Universidade de Coimbra.

“Para compatibilizar estes materiais, utilizámos diversas estratégias, como a introdução de aditivos com caráter misto, capazes de fazer a ponte entre as duas naturezas radicalmente opostas, nomeadamente polímeros modificados que se entrelaçam com a matriz do compósito e reagem com as fibras”, acrescenta o investigador. Por outro lado, também fizeram “modificações na superfície das fibras vegetais, revestindo-as com moléculas hidrofóbicas, conferindo deste modo uma maior afinidade das fibras com a matriz”, acrescenta Gabriela Martins, investigadora da equipa da UC.

Já depois de modificadas as propriedades de cada um dos materiais, seguiram-se vários estudos e experiências “até conseguir as formulações certas para os fins desejados, garantindo todas as propriedades térmicas e mecânicas, isto é, a resistência necessária para aplicações industriais diversas”, revela Filipe Antunes

No âmbito do estudo foram produzidos protótipos para aplicação, por exemplo, na indústria automóvel, embalagem, jardinagem e sistemas de sombreamento em prédios.



Cláudia Domingues Soares é a diretora executiva da InovCluster – Associação do Cluster Agro-Industrial do Centro, que conta com mais de 170 associados.

Centro de Apoio Tecnológico Agro-Alimentar foi inaugurado por Cavaco Silva em 2010

O Centro de Apoio Tecnológico Agro-Alimentar de Castelo Branco foi inaugurado pelo Presidente da República Aníbal Cavaco Silva em fevereiro de 2010, no âmbito da segunda jornada do Roteiro das Comunidades Locais Inovadoras, realizada na Beira Baixa.

O Chefe de Estado manifestou-se então “absolutamente convencido” de que é em iniciativas deste tipo que está “o suplemento de que precisamos para acelerar a recuperação económica e criar mais emprego”. Frisou, aliás, que “devemos estar bem conscientes que não conseguiremos levar por diante a

recuperação económica pensando apenas nos grandes projetos, na produção realizada nas grandes cidades ou pelas grandes empresas”, já que “não podemos dispensar a atividade que se realiza nos concelhos de pequena e média dimensão, nas pequenas empresas e no mundo rural”. A CATAA - Associação é detentora e gestora do Centro de Apoio Tecnológico Agroalimentar e do Centro de Empresas Inovadoras (CEI) e é constituída por três unidades laboratoriais (físico-química, microbiologia e análise sensorial) e por quatro unidades de desenvolvimento tecnológico (lác-

teos, carnes, azeites e hortofrutícolas). Desenvolve a sua atividade de apoio técnico e tecnológico à agro-indústria em três grandes áreas de intervenção: inovação e desenvolvimento de novos produtos, investigação aplicada e desenvolvimento tecnológico e capacitação e prestação de serviços.

O CEI - Centro de Empresas Inovadoras, gerido pela CATAA, é uma instituição de apoio ao empreendedorismo e ao desenvolvimento empresarial, com valências de incubação, fabricação, prototipagem e transferência de tecnologia e formação, no sector agroalimentar.

DIRETOR-GERAL REVELA QUE A CONSTRUÇÃO ARRANCA EM OUTUBRO

FairFruit investe 10 milhões em Beja

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@videaeconomica.pt

A FairFruit Portugal, subsidiária do grupo internacional Fairfruit, vai investir 10 milhões de euros para instalar no concelho de Beja uma unidade agroindustrial de transformação (desidratação, congelação e corte) e de embalamento de fruta de primeira categoria para o mercado fresco. Vai ter capacidade para transformar "aproximadamente de 20 mil toneladas" e "irá empregar cerca de 40 trabalhadores fixos e 150 a 200 sazonais". O objetivo, revela à "Vida Económica" João Serrano, diretor-geral da FairFruit Portugal, é "começar a construção da fábrica em outubro e finalizar no ano de 2018".

O gestor adianta ainda que a unidade "tem uma vertente de embalagem e outra de transformação", explicando que, numa primeira fase, vão "transformar fruta nacional proveniente das nossas explorações e das explorações dos nossos parceiros".

Este anúncio já tinha sido feito em 2015, mas previa apenas um investimento de cinco milhões de euros na instalação de uma unidade de processamento e comércio por grosso e a retalho de pêssegos, alperces e nectarinas. Na última semana, na Ovibeja, o diretor-geral da subsidiária portuguesa assinou um protocolo com a Câmara de Beja para a cedência de uma parcela de terreno com 10 400 metros quadrados, na zona de acolhimento empresarial da Horta de São Miguel. Na fábrica que ali vai surgir serão processados "frutos de todas as épocas, através de parcerias com empresas produtoras, de modo a contornar a sazonalidade da produção". O destinatário do produto final, revela João Serrano à "Vida Económica", são "os mercados externos, mas estamos também a trabalhar no sentido de abrir mercado nacional".

Numa nota enviada à comunicação social, a Câmara de Beja faz questão de frisar que "considera este investimento prioritário, pela criação de emprego e pelo impulso à economia local". A empresa, fundada em 2014 para reunir as empresas e instalações de produção diferentes sob o mesmo nome e promover uma estratégia comum, tem filiais em Portugal, Espanha, França, Áustria e Hungria. Produz atualmente 11.400 toneladas de fruta por ano e dispõe de mais de 1100 hectares de terra cultivados. Liderada por Pascal Rene Fel-



ley, CEO do grupo FairFruit, as suas maiores produções são de olival (600 mil litros de azeite por ano), damasco (7000 toneladas por ano) e nectarinas (2300 toneladas por ano). Tem, neste momento, mais 120 hectares de pomares em desenvolvimento. O grupo FairFruit assume que "quer desempenhar um papel fundamental no mercado de frutas de caroço na Europa". A sua estratégia é "baseada na partilha de conhecimentos e competências, no controlo da cadeia de abastecimento e numa forte cultura corporativa", com vista a proporcionar aos seus clientes uma "oferta saudável, de alta qualidade e desenvolvida de acordo com os valores de produtores e consumidores".

OBJETIVO É REFORÇAR PROMOÇÃO DOS VINHOS VERDES NOS PAÍSES QUE MELHOR PAGAM PELO PRODUTO

CVRVV aposta no 'Vinho Verde 2.0'

A Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV) tem uma nova estratégia de promoção dos seus vinhos, quer no mercado nacional, quer no estrangeiro. Trata-se do conceito 'vinho verde 2.0', "agregando mais valor ao produto" e privilegiando sobretudo os vinhos mais caros, das castas Loureiro e Alvarinho e das sub-regiões demarcadas de Monção e Melgaço, revela Manuel Pinheiro, presidente executivo da CVRVV. As exportações de vinho verde cifraram-se em 59,8 milhões em 2016, atingindo um preço médio de exportação de 2,2 euros por litro.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@videaeconomica.pt

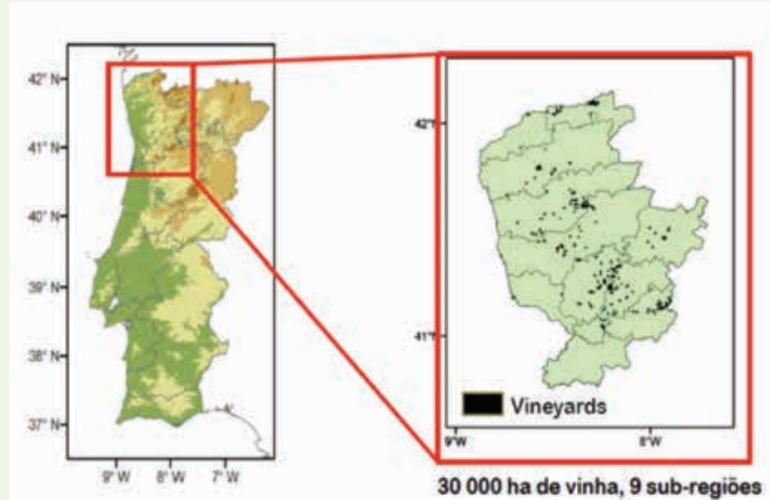
"Somos uma região que está a vender a totalidade do vinho que produz. Aumentar a produção não é fácil, pois são necessárias licenças de plantação. O crescimento tem, pois, de se fazer agregando mais valor ao produto"

Vida Económica - A CVRVV quer divulgar o novo conceito 'vinho verde 2.0', como forma de valorizar algumas castas e sub-regiões produtoras. Que plano têm para promover esse conceito?

Manuel Pinheiro - Estamos a começar a debater este conceito e a integrá-lo já na nossa estratégia de promoção. O contexto é simples e muito motivador: o vinho verde tem tido um sucesso admirável na colocação dos vinhos de lote no

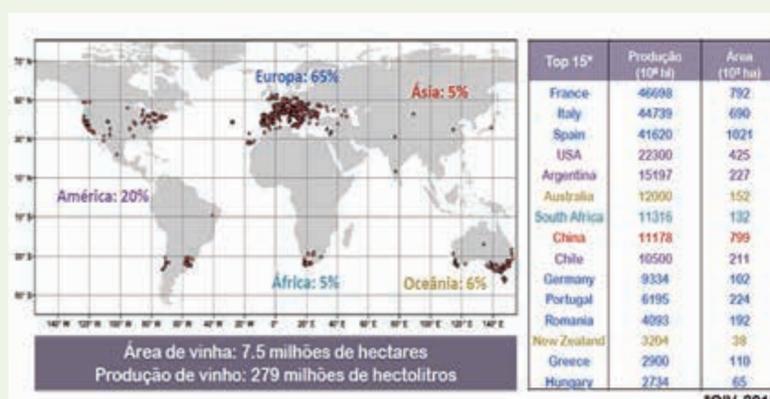
mercado nacional e, sobretudo, nos mercados internacionais. Contudo, somos uma região que está a vender a totalidade do vinho que produz. Aumentar a produção não é fácil, pois são necessárias licenças de plantação. O crescimento tem, pois, de se fazer agregando mais valor ao produto. Ora, já estamos a produzir melhores vinhos. Há que comunicá-los. E são as castas como o Loureiro e o Alvarinho e as sub-regiões como Monção & Melgaço.

A região demarcada dos vinhos verdes



FONTE: João Santos e Hélder Fraga, CVRVV, Academia do Vinho Verde, "Será a viticultura vulnerável às alterações climáticas?".

As principais regiões produtoras no mundo



FONTE: João Santos e Hélder Fraga, CVRVV, Academia do Vinho Verde, "Será a viticultura vulnerável às alterações climáticas?".



Manuel Pinheiro, presidente da comissão executiva da Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV).

Vida Económica - Um dos constrangimentos desta região vinícola é justamente a produção deficitária e a falta de stock de vinho verde. Há projetos de novas plantações e/ou de renovação de vinhas? O que é que falta para que a área de plantação e o volume aumente?

MP - A cada ano que passa, estamos a vender toda a produção. Já vai longe o tempo em que, no vinho verde, sobravam stocks enormes. A vinha é uma cultura condicionada pelo Estado, ou seja, não é livre o plantio de novas vinhas. Deste modo, os aumentos de produção

fazem-se sobretudo pela renovação de vinhas velhas, sendo certo que as novas são muito mais produtivas. E ainda pelas licenças de plantio que são distribuídas anualmente. Numa área total de aproximadamente 16 mil hectares, estamos a renovar 700 hectares/ano. É um bom ritmo que devemos manter nos próximos anos. Claro que o Minho paga um preço elevado pela beleza paisagística das pequenas propriedades. É que na viticultura há significativas economias de escala que estão fora do alcance do micro produtor. Repartir as proprieda-

des, como se fez ao longo de séculos, foi um disparate que empobreceu o agricultor.

VE - Que previsões de colheita há para a vindima de 2017, em quantidade e em qualidade?

MP - É ainda cedo. O Inverno correu bem, tivemos o frio necessário. Um pouco menos chuva do que o esperado. Lá para Junho falaremos com uma análise mais fundamentada.

VE - As exportações de vinho verde têm crescido consecutivamente desde 2004, creio, mas tem afirmado publicamente que é preciso crescer em valor, tanto mais porque o preço médio de exportação andará nos 2,2 euros. Como é que isso se consegue? Aumentando as vendas para países onde o vinho seja melhor pago pelos consumidores?

MP - Sim, esse é um dos passos. Por exemplo, abandonámos a promoção na Suíça, um mercado de menor preço, sobretudo ligado à emigração, e estamos a investir no Japão, com aumentos excelentes e principalmente focados em vinho de maior valor. A escolha dos locais de promoção e a seleção dos vinhos a promover é essencial. Hoje, quando um jornalista visita a região do vinho verde, o que lhe damos a provar são precisamente estes vinhos de topo, que refletem o que a região faz de novo. E, invariavelmente, são recebidos com surpresa. O Avesso, por exemplo, é uma casta completamente desconhecida fora de Portugal.

CVRVV premeia 12 'Best Of' e elege vinhos embaixadores pelo mundo

O Terminal de Cruzeiros do porto de Leixões acolheu a 21 de abril a gala anual promovida pela CVRVV para premiar as melhores colheitas de vinho verde e, este ano, também para eleger os "Best of Vinho Verde 2017", os cinco vinhos embaixadores da região para os mercados externos. São eles: Deu-la-Deu Alvarinho 2016; Quinta de Linhares Avesso 2016; Mes-sala Alvarinho 2016; Castros de Paderne Alvarinho 2012; Quinta das Pereirinhas Superior Alvarinho 2016.

Por sua vez, os 12 vinhos selecionados como "Os Melhores Verdes 2017" (Ouro) foram: Vila Nova 2016 (Vinho Verde Branco); Tiroliro 2016 (Vinho Verde Rosado); Adeg-a dos Leões Grande Esco-

lha Vinhão 2016 (Vinho Verde Tinto); Deu-la-Deu Alvarinho 2016 (Vinho Verde Alvarinho); S. Caetano Colheita Seleccionada Arinto 2016 (Vinho Verde Arinto); Opção Avesso 2016 (Vinho Verde Avesso); Casa da Senra Loureiro 2016 (Vinho Verde Loureiro); Quinta de Gomariz Colheita Seleccionada Padeiro 2016 (Vinho Verde de Casta); Castros de Paderne Alvarinho 2012 (Vinho Verde Colheita < 2014); Via Latina Rosé Seco 2016 (Espumante de Vinho Verde); Delícia (Aguardente de Vinho Verde); Encosta de Caiz Grande Escolha Alvarinho 2016 (Vinho Regional Minho).

A "Vida Económica" questionou Manuel Pinheiro sobre o programa VITIS e a sua continuidade no pós-2020. O presidente executivo da CVRVV explica que, "ao contrário de outros setores da agricultura, o vinho não tem apoios ao rendimento", mas "tem, isso sim, acesso a cofinanciamentos para o investimento". O VITIS, que apoia a renovação das vinhas, é, para o setor do vinho, "uma parte fundamental".

O presidente executivo da CVRVV diz que "é positivo saber" que o VITIS está garantido até 2020 e revela que, "naturalmente, estamos já em diálogo com o Governo para que, no âmbito da reforma da PAC, o VITIS não seja posto em causa" no pós-2020.

Trabalhar para garantir o VITIS no pós-2020

Academia Olá abre 350 vagas de emprego para venda de gelados



Elena Durán, responsável da Academia Olá.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@videaeconomica.pt

criatividade, entre outras, facilitar a sua inserção no mercado laboral", lê-se ainda no referido documento.

Os participantes nesta formação começam por desenvolver competências de marketing e 'soft skills' em sala de aula e aprender a interagir diretamente com consumidores no terreno. De seguida, são alocados a um dos vários pontos de venda parceiros do programa, seja em praças, cidades, parques temáticos e jardins de norte a sul do país.

Estágio remunerado de três meses na Unilever Jerónimo Martins

Ao longo dos 48 dias de trabalho, durante 30 horas semanais, "os jovens são postos à prova em equipas, aplicando os conceitos aprendidos e utilizando estratégias criativas para conseguir vender o maior número de gelados e, simultaneamente, adquirir experiência útil para o seu futuro profissional". No final, as duas equipas vencedoras ganham um estágio remunerado de três meses na Unilever Jerónimo Martins.

Elena Durán, responsável pelo programa da Academia Olá, refere que a iniciativa "contribui para melhorar o processo de profissionalização dos jovens, cada vez mais necessário para entrar no mercado laboral", frisando que "é uma grande satisfação comprovar que nas edições anteriores da Academia os participantes construíram o seu futuro profissional a partir desta experiência". Aliás, diz, "alguns jovens já influenciaram a escolha do próprio curso superior e, para muitos, permitiu a abertura de novas portas no mercado de trabalho".

A responsável pelo programa da Academia Olá explica ainda que o sucesso deste programa "está essencialmente relacionado com a quantidade de jovens que conseguiram adquirir um conjunto de competências úteis para o seu futuro pessoal e profissional". Como tal, dos maiores objetivos é "chegar aos jovens de todo o país, especializada e uma experiência profissional remunerada e, ainda, a possibilidade de receber um estágio na Unilever Jerónimo Martins", refere a empresa em comunicado.

O programa da Academia Olá foi concebido para "dotar os jovens participantes de competências comportamentais, tais como liderança, automotivação, trabalho em equipa,

Em 2017, a Academia Olá aumentou em 75% o número de vagas, garantindo que, este ano, há lugar entre os dias 6 de julho e 3 de setembro. As candidaturas estão abertas até dia 31 de maio (www.souola.pt/academia).

PRESIDENTE DA IACA – ASSOCIAÇÃO DOS INDUSTRIAIS DE ALIMENTOS COMPOSTOS PARA ANIMAIS EM ENTREVISTA

Portugal é deficitário em 60% na produção de alimentos para animais

Os últimos dados do INE mostram que o setor dos alimentos compostos para animais gerou um volume de negócios de 1 439 milhares de euros em 2015. Existem a operar em Portugal cerca de uma centena de empresas, que empregam cerca de 3300 trabalhadores. Apesar disso, o país ainda é deficitário “em cerca de 60%”. Em entrevista à “Vida Económica” à margem de uma reunião geral da indústria, que decorreu em abril, em Santa Iria da Azóia, Cristina de Sousa, presidente da IACA – Associação dos Industriais de Alimentos Compostos para Animais, fala do “potencial” do setor e dos “estrangulamentos de caráter estrutural” que afetam a indústria, como a crise do leite e da carne de porco nos últimos dois anos. Pede, por isso, maior atenção a estas empresas, defendendo que a nova Política Agrícola Comum (PAC) “se deve recentrar na atividade pecuária”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Como analisa a evolução do setor dos alimentos para animais em Portugal?

Cristina de Sousa – O setor tem sido marcado por um conjunto de dificuldades e alguns estrangulamentos de caráter estrutural, limitantes do nosso desenvolvimento. Desde logo, a crise do leite e da carne de porco em 2015 e 2016, em toda a Europa e que se fez sentir em Portugal pelas debilidades e a proximidade de Espanha, com reflexos negativos na nossa atividade. A isso juntou-se, no início do segundo trimestre do ano passado, a greve dos trabalhadores portuários em Lisboa, que limitou fortemente o acesso a matérias-primas fundamentais para o fabrico de alimentos compostos, como os cereais e as oleaginosas.

VE – Como se confrontam com essa escassez fruto da greve nos portos?

CS – Tivemos que recorrer ao mercado espanhol, onerando os custos do aprovisionamento. Portanto, em termos gerais, tem havido uma quebra na procura nos mercados mais ‘tradicionais’, a que se junta uma tendência de crescentes restrições à atividade pecuária (questões ambientais, excessos de burocracia, recusa de autarquias, etc) que dificultam o licenciamento e o investimento em novas explorações. Também temos limitações em termos acesso ao financiamento, pelo que existe uma tendência para o decréscimo de efetivos e de aumento da dimensão média das explorações. Em suma, uma concentração da atividade, o que diminui o número de clientes, sobretudo no chamado mercado livre. O mercado está relativamente estagnado ou em quebra, como acontece na UE e contrariamente ao resto do mundo, como é o caso da Ásia, América do Sul ou Médio Oriente. De resto, a nível mundial já se atingiu uma produção

de um bilião de toneladas, +3,7%, com uma quebra de 7% nas unidades de produção.

VE – Sei que em Portugal o sub-setor do ‘pet-food’ tem tido um crescimento importante nos últimos anos. Por que é que isto sucede?

CS – Penso que tem muito a ver com a tendência de aumento do número de animais, com os estilos de vida, o crescente papel social dos pequenos animais numa população humana cada vez mais envelhecida e solitária. O animal é parte integrante do agregado familiar. As empresas têm vindo a corresponder a esta procura, não só em quantidade, mas sobretudo em qualidade, substituindo em grande parte as importações. Neste momento devemos ser deficitários em cerca de 60%.

VE – Quanto vale este sub-setor do ‘pet food’ em Portugal?

CS – Temos quatro empresas associadas de referência no mercado, que têm unidades específicas, outras multinacionais que apenas comercializam e muitos dos nossos associados que também produzem, no sentido de responder às necessidades do mercado. A produção nacional é na ordem das 80 mil toneladas, representando cerca de 2% da produção global de alimentos compostos e um volume de negócios da ordem dos 5%, de cerca de 60 milhões de euros, com tendência para o crescimento. Temos qualidade e tecnologia de ponta. Trata-se de um setor que tem vindo a substituir importações por produção nacional, num trabalho notável que tem vindo a ser realizado pelas empresas, incorporando recursos nacionais e gerando emprego.

A produção nacional é na ordem das 80 mil toneladas, representando cerca de 2% da produção global de alimentos compostos e um volume de negócios de cerca de 60 milhões de euros

VE – E quais são os números globais de todo o setor?

CS – Os dados do INE de 2015, os últimos disponíveis, mostram que o setor gerou um volume de negócios de 1 439 milhares de euros. Se olharmos para os dados globais do agroalimentar, vemos que o setor cresceu 4,1%, cerca de 500 milhões de euros. Ou seja, a nossa Indústria perdeu peso relativo, mas muito ligeiro. É uma tendência que se

desenha em termos do peso da produção pecuária na componente agrícola, mas convém não esquecer que, no seu conjunto, carne, leite e alimentos para animais são, em Portugal como na Europa, maioritários no setor agroalimentar. E nenhuma política pública pode ser equacionada, pelo impacto direto e indireto que não deixa de ter na agricultura e no desenvolvimento rural em geral, sem se ter em conta estes sub-setores. Também por isso defendemos que a nova PAC se deve recentrar na atividade pecuária, até porque foi evidente que não conseguiu dar resposta às crises do leite e da carne. Nem conseguirá responder a outras que se adivinham, se não a simplificarmos e modernizarmos.

VE – E em termos de preços de venda ao público, que evolução tem havido, face dos custos de produção?

CS – Como sabe, as matérias-primas têm um peso fundamental no nosso negócio e nos custos de produção, na ordem dos 70 a 80%, pelo que a competitividade depende muito das condições e dos preços de aprovisionamento. De um modo geral, os preços da alimentação animal têm acompanhado os preços das principais matérias-primas, no sentido da baixa. E se a crise da pecuária não foi mais forte, foi porque existiu e existe um efeito de amortecimento, que tem ficado a dever-se ao nosso setor que, por outro lado, ainda assume o papel de financiador da pecuária.



Cristina de Sousa, presidente da IACA – Associação dos Industriais de Alimentos Compostos para Animais.

“Estamos preocupados com o futuro e os desafios da sociedade”

Como indústria fornecedora de ‘consumos intermédios’, apesar de “relevante no custo e na competitividade da fileira pecuária”, a IACA tem “um historial de parcerias” com várias entidades, quer a montante, com a agricultura e os fornecedores de matérias-primas, pré-misturas e aditivos para a alimentação animal, quer a jusante com as organizações da pecuária e congéneres na fileira agroalimentar.

Nesta entrevista à “Vida Económica”, Cristina de Sousa fala das posições públicas que assumem “em matérias tão diversas como os OGM e a Biotecnologia, a revisão da PAC ou as relações na cadeia alimentar”. Por outro lado, diz a presidente da IACA, “estamos preocupados com o futuro e os desafios da sociedade, que têm

muito a ver com a competitividade, a comunicação e a sustentabilidade”. Por isso, diz, é preciso “sermos mais eficientes na utilização dos recursos, solo, água, nas questões ambientais, no bem-estar e saúde animal e no impacto na alimentação na saúde e bem-estar das pessoas”.

Ora, “tudo isto num mundo global obriga-nos a uma atitude de grande exigência e responsabilidade”, diz a gestora. Daí o estabelecimento de várias parcerias e ligações ao sistema científico e universitário, não só o CILMAR – com o qual estão ligados a um projeto de doutoramento -, que “tem muito a ver com o enorme potencial que existe no mar e nos oceanos e igualmente na aquicultura (outra área em expansão), mas com outras instituições como o INIAV, a DGAV, o ISA,

a FMV e a UTAD”, para referir aquelas com as quais têm “iniciativas mais frequentes”.

Também a nível europeu, no âmbito da FEFAC, “a IACA subscreve o que designamos como a Visão 2030”, em linha com os objetivos do Millennium das Nações Unidas e que assenta em três pilares: o papel da nutrição animal, a segurança alimentar e a sustentabilidade.

Questionada pela “Vida Económica” sobre se essas parcerias são para reforçar, aproveitando até os fundos do Portugal 2020, Cristina de Sousa nem hesita: “sem dúvida que estas parcerias são para continuar e reforçar, nas diversas frentes e com base na identificação de problemas para os nossos associados em diferentes áreas”, diz.