

Galardões da CCILF distinguem excelência

A Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa voltou a encontrar um grupo de vencedores. São seis empresas a seguir, de perto. São referências em matéria de inovação, e estão à altura das adversidades inerentes a um processo de internacionalização.



23ª EDIÇÃO TROFÉUS LUSO-FRANCESES

Homenagear quem reforça laços entre Portugal e França

A organizar esta cerimónia há mais de duas décadas, a Câmara de Comércio de Indústria Luso-Francesa (CCILF) não têm dúvidas do seu sucesso e do quanto contribui para aproximar os dois países.

Sónia Bexiga
sbexiga@jornaleconomico.pt

Entregues os galardões deste ano, e em jeito de balanço sobre esta 23ª edição, Carlos Aguiar, presidente da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa, começa por realçar o registo de um número elevado de concorrentes, dos mais variados setores de atividade. “Empresas de muito mérito, e em geral, com volumes de negócios em crescimento, com clara vocação exportadora e criadoras de emprego. E, como é o nosso objetivo, os troféus atribuídos distinguiram empresas muito diferentes em dimensão, localização geográfica e áreas de negócio”, esclareceu ainda.

Recorde-se que a cerimónia destes galardões realizou-se no passado dia 20 de outubro, no Hotel Pestana Palace, local que recebe este evento há já muitos anos e onde, este ano, se reuniram cerca de 200 pessoas, destacando-se as presenças do ministro da Economia, Caldeira Cabral e o embaixador de França em Portugal, Jean-Michel Casa, para os quais importa sobretudo sublinhar a vitalidade das relações bilaterais e a importância que os governos dos dois países atribuem a essas relações, no plano económico, social e cultural.

Questionado sobre se, com a atribuição destes troféus, as relações bilaterais saem reforçadas, Carlos Aguiar, defende, “sem querer exagerar o alcance e a importância destes galardões” que a repetição ao longo de 23 anos consecutivos e o interesse crescente que suscitam, muito em particular na comunidade de negócios luso-francesa, os tornaram um marco nas relações entre os dois países. “E atraem empresas, portuguesas e francesas, grandes, médias e pequenas, que pretendem, também através deles, ganhar maior visibilidade nos mercados. E este ano, a presença do ministro da Economia e, como é habitual, do embaixador de França em Portugal, de representantes do AICEP e do IAPMEI, de órgãos de comunicação social dos dois países, de empresários e gestores, residentes em França e no nosso país, de



As candidaturas foram analisadas e votadas por um júri com representantes da AICEP, IAPMEI, conselheiros do comércio exterior, empresários, patrocinadores (entre eles, a Vitória Seguros) e parceiros deste evento

norte a sul, e ainda dos patrocinadores, são um testemunho desse reforço da aproximação entre os dois países”, reforça.

Sobre o que se pode esperar para a edição de 2017, o presidente da CCILF, garante que a Câmara tudo continuará a fazer para “manter o prestígio e a notoriedade dos troféus na comunidade de negócios dos dois países; para continuar a receber, em número crescente, candidaturas de empresas portuguesas e francesas (e que estas percecionem a possibilidade de ganhar um troféu como importante para a sua atividade nos dois países); para reforçar ainda mais a diversidade geográfica das empresas concorrentes (em particular no que respeita a empresas portuguesas, queremos-las oriundas do interior, litoral, e de norte a sul, dos Açores e da Madeira)”.

E os vencedores são...

A Aquatlantis foi a vencedora do Troféu Exportação Português 2016. Esta é uma das maiores empresas mundiais de produção de aquários, exportando 97% da produção (França tem como destino cerca de 60%).

A J. António da Silva (Jasil), ganhou o Troféu PME. Com 68 anos, centra-se no fabrico de peças de motor para motos, motores, ultraleves, microcarros e kart, produzindo também peças para bicicletas elétricas. Também possui marca própria. A relação com o mercado francês iniciou-se em 1987, representando agora 45,6% do total de negócios.

O Troféu Investimento foi atribuído à Caradonna (grupo francês Caradonna, pioneiro no domínio da segurança bancária). O fundador, Caradonna Benito foi o responsável pela invenção do sistema de tintagem de notas. O grupo decidiu investir em Portugal em 2002, instalando uma unidade de produção, dedicada só à exportação, em Marco de Canaveses. Esta decisão permitiu crescer a dois dígitos, nos últimos 5 anos. Hoje, emprega 122 pessoas e exporta para 72 países.

A Xhockware conquistou o Troféu Inovação. Esta tecnológica sediada no Porto foca-se em soluções para o retalho. O seu primeiro produto, o “YouBeep”, é uma solução de “mobile shopping e checkout” que acaba com as filas de espera, melhora a experiência

de compra em loja e agrega informação única. Esta solução está a ser testada com sucesso pelos principais retalhistas (Lidl, Pingo Doce, Jumbo e Continente).

O Troféu Desenvolvimento Sustentável ficou com a Lipor – Serviço Intermunicipalizado de Gestão de Resíduos do Grande Porto. Atuando a nível regional, entende que o compromisso de desenvolvimento sustentável deve integrar as questões das alterações climáticas na sua estratégia de negócio. Por isso, adotou a estratégia LI-POR 3M – menos Resíduos, menos Carbono, mais Clima. A abordagem à sustentabilidade é complementar ao core business.

Por último, o Troféu Especial do Júri foi para a Amorim & Irmãos, empresa pertencente ao Grupo Amorim, líder mundial do setor da cortiça com a produção e comercialização de cerca de 30% da produção mundial de cortiça. A Amorim & Irmãos é a principal empresa da unidade de negócios rolhas da Corticeira Amorim, sendo a responsável pela liderança mundial que o Grupo detém, com a produção e comercialização de 4 mil milhões de rolhas de cortiça. ■



2002 marca o início da atividade da Caradonna em Portugal pelo seu fundador Sr. Caradonna Benito.

Quatro anos depois da sua abertura a empresa passou de um espaço coberto de 400m² para um de 12 000m²!

A sua atividade manteve-se contudo fiel à atividade inicial da empresa mãe Caradonna, nomeadamente, em termos de know-how na área da produção de produtos e serviços ligados à segurança física. A linha de produção da empresa assenta em características técnicas de elevada segurança tendo como principal destinatário dos seus produtos, o setor bancário: cofres-fortes, cofres para as máquinas ATM's, painéis blindados para espaços fechados nos bancos, portas blindadas, portas fortes, entre outros. Já em 2015, e por forma a consolidar a sua estratégia de crescimento, a empresa investiu massivamente - cerca de 2,5 milhões de euros - na aquisição de máquinas industriais e novas linhas de fabrico. Os 122 funcionários que integram a unidade fabril de Marco de Canaveses (Portugal) operam na sua grande maioria na área da produção e constituem os principais obreiros de um projeto que tem gerado, nos últimos cinco anos, um volume de negócios que ronda os 13,4 milhões de euros anuais e um crescimento de cerca de 14% ao ano...

Com uma localização geográfica estratégica - cerca de 40 kms do Porto de Leixões - a unidade industrial Caradonna tem vindo a explorar de forma mais eficaz o transporte marítimo internacional por contentores para mercados externos. Atualmente, a empresa exporta 100% da sua produção para países como a França, a Alemanha, a Inglaterra, Países Baixos, a Bélgica e a Ásia; paralelamente, possui distribuidores implementados em mais de 72 países em todo o Mundo.

Diversificação da sua atividade de fabrico...

Nos últimos anos, aliada ao renome internacional no que diz respeito à produção de equipamentos blindados de alta segurança e proteção e atenta às necessidades emergentes do mercado, a Caradonna Portugal tem vindo a **diversificar de forma consistente a sua atividade de fabrico** por meio, fundamentalmente, do aperfeiçoamento dos métodos e processos técnicos de produção.

A sua maquinaria de ponta - laser e punçadoras Trumpf, entre outras - possibilita a realização do seguinte trabalho de fabrico:

- **Corte a laser:** espessuras que variam entre 0,5 e 5 mm, em matérias nobres tais como inox ou cobre e em tons tradicionais e pré-lacados. A fábrica dispõe de corte robotizado, equipado com um laser de 4 kw, podendo cortar chapas com uma espessura até 30mm;
- **Corte por estampagem:** peças em grande quantidade, com duas prensas de estamparia e ferramentas diversas;
- **Quinagem:** 3 robots de soldadura totalmente automáticos, bem como 40 postos de trabalho manuais operam segundo 4 processos diferentes: TIG, MIG, Argon e com e sem adição de material. Neste âmbito refira-se a experiência e know-how de qualidade superior dos técnicos de soldadura que se encontram igualmente preparados para a realização de soldadura de ponto, de pequenos inserts por indução, bem como, para a realização de soldadura controlada por radiografia e testes estanque (e.g. exemplo utilizado para a conceção de reservatórios estanques para uma empresa internacional sueca);
- **Acabamentos:** pintura epoxy em pó e líquida e tratamento de superfícies tais como níquel e crómio;
- **Limagem:** qualidade muito similar à dos acabamentos da indústria automóvel;
- **Fabrico de peças em betão em série:** sectores de obras públicas, construção, entre outros e para determinadas encomendas e quantidades;
- **Produção de cablagem:** duas unidades de controlo tridimensional, uma das quais procede à verificação das peças que estão em produção.

Alguns projetos exigem garantia máxima, como é o caso do sector aeronáutico, onde o cliente pode proceder ao controlo de qualidade de todas as peças encomendadas, quando e assim o desejar!

Certificação e desenvolvimentos futuros.....

Aperfeiçoamento

A empresa continua a aperfeiçoar-se e ainda no decorrer deste ano adquiriu uma **cabine robotizada de granalhagem** com vista à pulverização de esferas de aço contra uma chapa, obtendo como resultado uma superfície preparada para levar o acabamento final.

Certificação

A Caradonna está certificada pela norma **ISO 9001** e aguarda certificação para a **ISO 14000** em prol da qualidade e sustentabilidade ambiental e assegurando as respetivas exigências técnicas. Além da certificação em matéria de segurança, a empresa possui a marca/símbolo de fabricação francesa A2P atribuída pela CNPP, bem como, marca VDS e ECBS alemãs e a marca polaca IMP.

Desenvolvimento internacional

- A empresa dá resposta a todos os requisitos de fabricação industrial, dos mais básicos aos mais elaborados, facilitando o desenvolvimento internacional da sua atividade, uma vez que os seus colaboradores permitem o **intercâmbio em cinco línguas diferentes:** francesa, inglesa, alemã, espanhola e portuguesa.
- A aposta futura da empresa passa por incrementar o processo de diversificação da internacionalização da empresa para outros **mercados externos**.

Reputação

As competências técnicas e os serviços de valor acrescentado prestados pela Caradonna Portugal são incontestáveis:

- **nomeada duas vezes**, pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa, em 2013 e 2014, aos **prémios PME e Exportação**;
- **nomeada em 2016 para três prémios:** PME, Exportação, Investimento.

A Caradonna foi galardoada com o primeiro lugar na categoria de Investimento!

Gerente: Sr. Nicolas Vrazinis
 Director-Geral: Sr. Carlos Pinheiro
 Director Comercial e Marketing: Sr. Olivier Bianchi.

Caradonna - Assemblagem de Cofres Fortes, Lda.

Rua Um nº 432, Zona Industrial de Tuías, Lote 27 - 4630-315 Marco de Canaveses
 Tel. +351 255 531 253 | Fax. +351 255 531 254

www.caradonna.fr

EMPRESAS VENCEDORAS

Troféus também reforçam relações entre Portugal e França

As protagonistas deste momento de homenagem contribuem, diariamente, com os seus planos de negócio e internacionalização, para o enriquecimento de uma história comercial antiga, adivinhando-se um futuro promissor.

O potencial do mercado francês, a atração do mercado português e, particularmente, a relação comercial especial que ambas as esferas permitem aos empresários que os elegem como destinos privilegiados construir, são efetivamente denominadores comuns a este grupo de vencedores da recente 23ª edição dos Troféus Luso-Franceses, promovidos pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF).

Evidenciando a facilidade com que criam laços de confiança, empresários portugueses e franceses vivem nestes mercados recíprocos, um momento de franco crescimento, acreditando que muito pesa a já longa, e tão rica, história que une os dois países. Claramente orgulhosos por terem visto as suas candidaturas serem aceites e selecionadas para vencer, os empresários distinguidos nesta cerimónia não deixam de sublinhar o reconhecimento do trabalho até agora

Evidenciando a facilidade com que criam laços de confiança, estes empresários vivem um momento de franco crescimento

desenvolvido em que se traduzem estes troféus. Deixando igualmente uma palavra de apreço pelo apoio e papel fundamental que a CCILF desempenha junto do tecido empresarial de ambos os países. Acreditando que os seus processos de internacionalização passam por planos bem estruturados, com objetivos inequivocamente traçados, este grupo de empresários garante que continuará a contribuir para estas re-

lações bilaterais de sucesso, acrescentando, em ambos os mercados, produtos de qualidade real valor acrescentado. Assim, a curto/médio prazo, pode esperar-se que França continue a ocupar o segundo lugar nas exportações nacionais e que, por terras lusas, se mantenha, ou possa até aumentar, o assinalável fluxo de turistas e investidores franceses. Sendo que estes últimos, já fazem a diferença no que toca ao setor do imobiliário. ■

1 O que motivou a vossa candidatura à 23ª edição dos Troféus Luso-Franceses?

2 Que importância assume para a empresa ter ganho este galardão?

3 Que leitura faz das relações comerciais entre Portugal e França?

4 Que projetos têm (curto/médio prazo) de forma a aproveitar as sinergias entre estes dois mercados?

TROFÉU EXPORTAÇÃO AQUATLANTIS

1 É um prémio que tem muito a ver connosco por relacionar a Aquatlantis com o mercado francês. E o que nos diz o mercado francês? Que mais de 60% da nossa produção tem França como destino, sendo o nosso mercado mais significativo e que conhecemos bem. Aliás, a Aquatlantis começou em França, onde tomámos a grande decisão de criar a empresa.

Estamos inseridos num setor industrial que exige um profundo conhecimento de mercado e esses mercados exigem relações empresariais vincadas. E nós temos essas relações, que começaram aquando da fundação e que temos vindo a manter. Criámo-las e reforçámo-las durante todos estes anos de existência, daí nos considerarmos merecedores deste troféu. É com gratidão que o recebemos.

2 Este prémio é resultado do trabalho, da dedicação e da união da família Aquatlantis. Esta é uma das nossas premissas, a qual fazemos sempre questão de afirmar. Efetivamente, este galardão vem responder às nossas pretensões, constituindo uma fonte de motivação e um fator de confiança, ao colaborar na

consolidação dos mercados onde já trabalhamos e na conquista de potenciais mercados. Este tipo de reconhecimento faculta-nos visibilidade e estímulo para continuar a trabalhar mais e melhor, e ambição para que conquistemos mais distinções como esta.

3 França é um mercado especial. E é especial porque é maioritário. A maior parte do que produzimos segue para França, e isso diz muito do que somos. Conhecemos bem as exigências do mercado francês, sabemos que tipo de produtos devem ser desenvolvidos para que tenha sucesso imediato e isso é resultado de muitos e longos anos de relações profissionais, de interação, de interesses comuns e de muito trabalho. É um mercado competitivo e nós somos igualmente competitivos, o que nos estimula a inovar e a apresentar novos produtos com regularidade. O mercado gira muito rapidamente e não pretendemos acompanhá-lo mas sim estar sempre mais à frente.

4 A Aquatlantis é uma das empresas que ganharam fi-



nanciamento do Programa 2020. Esta conquista impulsionou-nos este grande passo da ampliação da empresa. É, pois, com grande satisfação que vemos a empresa a crescer fisicamente. As obras já começaram. Serão mais 4 mil m2 para reor-

ganização das várias seções, linhas de montagem, armazenamento e criação de stock e aumento da capacidade de produção. Pretendemos, ainda, adquirir novos equipamentos, o que nos permitirá responder às necessidades produtivas. É uma

reestruturação gigante aos nossos olhos e um investimento extremamente importante. Estamos certos de que reforçaremos o nosso maior mercado, e todos os outros, e de que alargaremos horizontes, que é um dos nossos propósitos. ■



TROFÉU PME JASIL - J. ANTÓNIO DA SILVA LDA

1 A Jasil começou a exportar em 1987, precisamente para a França, o primeiro país com quem iniciamos relações comerciais. Desde esse ano até hoje, a França manteve sempre a liderança dos países para os

quais exportamos. Em 29 anos de trabalho com clientes franceses foram criados laços que em alguns casos ultrapassam a relação profissional. Estes clientes sempre nos incentivaram e apoiaram na melhoria contí-

nua, o que obrigou a um investimento permanente em equipamentos e recursos humanos. A candidatura a este troféu teve como principais motivos o reconhecimento do apoio que os clientes franceses tiveram na

evolução da empresa e simultaneamente dar a conhecer a capacidade produtiva e de qualidade a outros segmentos de negócio nesse mercado.

2 Este galardão tem a máxima importância na medida em que vai de encontro aos reais motivos desta candidatura. É o reconhecimento do excelente trabalho desenvolvido durante todos estes anos com França e simultaneamente permite divulgar a capacidade produtiva e de qualidade da empresa. Mesmo antes de termos recebido o prémio, fomos contactados por novos potenciais clientes a solicitar cotação para os nossos produtos e serviços, apenas porque estávamos nomeados.

3 As relações entre Portugal e a França são as melhores. França tem crescido consecutivamente como destinatário das exportações portuguesas ao longo dos últimos anos. No primeiro semestre deste ano ocupava já o segundo lugar depois da Espanha, e penso que este crescimento contínuo confirma as boas relações. Também a Jasil sempre manteve ótimas relações com os clientes fran-

ceses. São relações que se mantêm por muitos anos o que revela um ambiente de confiança. França representa atualmente 45% das vendas e 54% das exportações. Com este prémio esperamos crescer ainda mais.

4 A Jasil reúne com os clientes várias vezes ao longo do ano, seja em encontros, em feiras internacionais onde expomos, visitas que realizamos às instalações dos clientes ou em visitas que os clientes nos fazem. Nestas reuniões são discutidos, entre outros assuntos, novos projetos e de que forma podemos alargar as relações comerciais. Neste contexto, adjudicámos já a compra de um sistema de aquecimento e de tratamento térmico por indução, que será entregue até final deste ano e permite alargar a gama de produtos e serviços prestados aos clientes atuais e permitirá passar a fornecer novos clientes. Ainda este ano, vamos renovar a certificação ISO 9001 passando do atual referencial ISO 9001-2008 para a 9001-2015. No horizonte de 1 a 2 anos, pretendemos obter a certificação pela norma ISO-TS. ■

PUB

www.lipor.pt

opd



A Lipor cuida e protege o ambiente. Moderna, sensível e próxima de todos, a sua vontade de abraçar o futuro é renovada todos os dias. E é em nome do ambiente, que a Lipor agradece a todos cada gesto que contribui para um ambiente melhor.





TROFÉU INOVAÇÃO XHOCKWARE

1 O principal motivo que levou a Xhockware a participar neste troféu de inovação está relacionado com o fato de acreditarmos que a proposta de valor que o nosso produto tem se coaduna com a realidade do retalho francês, um dos grandes impulsionadores da economia francesa e uma referência a nível mundial.

2 A relevância de ter ganho este prémio prende-se acima de tudo com a notoriedade e visibilidade que a empresa e o produto podem obter. Não somente no momento em que o prémio foi entregue, mas também no trabalho a desenvolver quer na promoção e divulgação da solução em França e nos países francófonos, e ainda no facto de poder ser um elemento facilitador no estabelecimento de contactos

e parcerias com potenciais clientes de retalho franceses.

3 As relações comerciais entre Portugal e França tem uma longa história, pautada por muitos casos de sucesso nos dois países. O mercado Francês foi, é e continuará a ser um dos mercados de referência para as exportações portuguesas, não somente pelo elevado número de portugueses em França, como também pelo reconhecimento da qualidade e inovação presente em Portugal. Por outro lado, hoje em dia assistimos a uma grande quantidade de investidores franceses que procuram o imobiliário como fonte de investimento em Portugal, a somar aos já tradicionais investimentos na área de retalho e industria automóvel. Acredito que o futuro

continuará a pautar-se pelo sucesso nos negócios.

4 França apresenta-se desde a primeira hora como um mercado de referência, uma vez que é a casa de alguns dos retalhistas de topo a nível mundial. Os nossos principais projetos a curto e medio prazo vão no sentido de aproveitar as sinergias que possam advir desta relação com a Câmara de Comércio Luso-Francesa, nomeadamente: a divulgação da empresa e do seu produto ao nível do mercado francês, com especial enfoque no retalho; facilitar o contato e estabelecimento de relações comerciais de confiança com o retalho francês. Muito obrigado à Câmara de Comércio Luso-Francesa pelo reconhecimento da iniciativa e pela atribuição do prémio inovação. ■

TROFÉU DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LIPOR

1 Para a Lipor a submissão da candidatura aos Troféus Luso-Franceses 2016 teve como intuito potenciar o proficuo trabalho desenvolvido pela Lipor, mas acima de tudo, sendo a sua área de atuação ao nível regional, esta seria uma excelente plataforma de partilha para gerar impacto e discutir as oportunidades e desafios de um crescimento sustentado e sustentável, a uma escala nacional e europeia.

2 A atribuição do Galardão na categoria de Desenvolvimento Sustentável é particularmente significativo, sobretudo por representar o reconhecimento da aposta da Organização na incor-

poração da temática da sustentabilidade naquilo que é a atividade core, caracterizada pela gestão de resíduos. Entendemos que o contributo da Lipor num sustentado futuro para todos não fica completo em si mesmo e só tem importância se partilhado, pelos seus colaboradores e stakeholders, e comunicado, à comunidade envolvente e aos seus pares.

Portanto desta forma, não há qualquer dúvida, que o prémio vai contribuir de forma inequívoca para firmar os valores e os princípios que a Lipor representa.

3 A Lipor estabeleceu como grande desafio estratégico a

internacionalização, a par da inovação, como resposta aos grandes desafios que a conjuntura atual nos apresenta. Este enquadramento propicia o envolvimento da Lipor na sua abordagem internacional, sobretudo na intensificação das nossas relações com um país que identificamos como pioneiro em alguma das melhores práticas ao nível dos resíduos e que por questões como a similaridade e proximidade, seria muito interessante reforçar com o desenvolvimento de uma política de proximidade.

4 Saliento duas áreas que vemos com muito interesse potenciar. A abordagem às No-

TROFEU INVESTIMENTO CARADONNA

1 A Caradonna já tinha sido candidata em 2013 e 2014. Os investimentos e as alterações que, em 2015, foram adaptadas à dimensão e realidade contextual da unidade fabril do Marco de Canaveses, constituíram o mote para a apresentação de uma nova candidatura. Considerando a extensão do trabalho efetuado, pareceu-nos oportuno e desafiante submeter novamente uma candidatura. A experiência anterior permitiu-nos elaborar um dossiê de candidatura mais rigoroso e completo em termos de uma melhor fundamentação, justificação e argumentação a favor da atribuição do prémio.

2 A Caradonna está extremamente orgulhosa por ter sido selecionada, logo na primeira fase, pelo júri para as três categorias propostas (PME, Exportação e Investimento). O “Troféu Investimento” tem uma grande relevância pois reforça a estratégia de consolidação do caminho que a empresa tem vindo a traçar, sendo o reconhecimento de todo um trabalho realizado no âmbito da perfeita integração da Caradonna em Portugal. Além disso, permite valorizar a empresa e o seu dinamismo junto dos clientes, parceiros e representantes nacionais. Com efeito, este prémio e a ligação mais estreita com a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa constituem um desafio que encaramos de frente e está longe de ter terminado. A motivação dos nossos colaboradores, que de forma inequivocamente corporativa e leal, contribuíram para este reconhecimento, é reforçada pelo extremo orgulho e pelo sentido de tarefa cumprida.

3 As relações entre os dois países são históricas. A emigração para França fez da comu-



nidade portuguesa e lusodescendente a primeira de origem estrangeira em território francês. Simplificando, pode dizer-se que, a população portuguesa emigrou para França com a finalidade de fornecer mão de obra em falta e participar no crescimento económico da 4ª potência mundial. Contudo, é interessante e peculiar constatar uma total inversão das tendências. Atualmente são os franceses que investem e emigram para Portugal. Os motivos são os mais diversificados mas são fortes, crescentes e facilmente possíveis. As relações vão continuar a crescer, pelo menos é o que desejamos. Tanto no passado como no presente os dois países complementam-se e



PRÉMIO JÚRI AMORIM & IRMÃOS



permitted grandes oportunidades de crescimento da economia luso-francesa.

4 A Caradonna iniciou e vai continuar a desenvolver a sua atividade em Portugal. Num contexto de instabilidade económica da Europa e do resto do mundo, posiciona-se atualmente como líder incontornável da segurança física. As nossas duas unidades fabris, existentes reciprocamente em França e Portugal, oferecem (estamos em 72 países), a par de produtos e serviços de elevado valor acrescentado no âmbito da segurança física, um excelente posicionamento geográfico e económico. Sendo nosso objetivo diversificar os mercados de destino, a

posição geográfica de Portugal é uma vantagem facilitadora da exportação para mercados como a Ásia, a América e o norte da Europa. Neste sentido, em 2016, começamos a utilizar contentores marítimos como meio de transporte para a exportação. O desenvolvimento do transporte marítimo é extremamente importante, pois deste modo auferimos preços e prazos de entrega mais competitivos. É expectável que a unidade de Marco de Canaveses verifique, já em 2017, um aumento de 10 a 12% da carteira de clientes. Em Portugal, a empresa terá de acentuar ainda mais os seus esforços no sentido de alargar a base exportadora e capacidade de internacionalização. ■

1 O mercado francês é fundamental para uma empresa que se tornou o maior fabricante de vedantes para vinho em todo o mundo e, dessa forma, também a maior empresa de cortiça em todo o mundo. Queríamos partilhar toda uma história de crescimento e inovação e esta candidatura representou o momento ideal para o fazer.

2 É o reconhecimento de uma enorme dedicação que na Amorim & Irmãos todos temos para com a cortiça. Mas é, também, o reconhecer de um grande esforço e dedicação que sempre colocámos nas nossas relações comerciais com a França, um mercado altamente exigente e que é o benchmark mundial quando se fala em vinho de qualidade. Triunfar em França significa, nesta indústria, criar bases sólidas para o crescimento noutros mercados que utilizam esse benchmark de qualidade.

3 São parceiros incontornáveis, mas também são parceiros que podem aprofundar ainda mais as relações que existem há tanto tempo. Certamente a nível comercial mas, também, a nível cultural. Existem boas bases de crescimento des-



tas relações e acreditamos que este recente mas robusto fluxo de cidadãos franceses para Portugal será outra pedra importante na construção desse edifício bilateral.

4 A França é um dos mais cruciais mercados para Amorim & Irmãos, pelo que o nosso crescimento neste mercado é anali-

sado, escrutinado quase numa base diária. Temos ainda muito para crescer e esse crescimento é mesmo uma das prioridades estratégicas da nossa empresa. Temos dezenas de iniciativas estratégicas que tocam neste mercado de forma direta e indireta, o que dará uma ideia de como consideramos fundamental a nossa presença na França. ■

PUB



Há 42 anos que seguimos um percurso de rigor, transparência, solidez e especialização em soluções para empresas e particulares, nomeadamente Vida, Saúde, Transportes, Engenharia e Responsabilidades.

Fazemos parte do Grupo SMA, um Grupo Francês de referência, fundado em 1859, e um dos mais sólidos a nível Europeu.

Sentimos orgulho em sermos fornecedores de soluções seguradoras para empresas francesas em Portugal.

Connosco o seu negócio só corre o risco de crescer!

Para mais informações, poderá contactar-nos através do e-mail: novoscanais@victoria-seguros.pt

Descubra a Chronopost.

A excelência na relação com os nossos clientes, assim como a inovação e liderança tecnológica é o que nos torna únicos, e os nossos mais de 750 colaboradores em Portugal colocam ao seu dispor, todos os dias, o seu empenho e dedicação.

Como especialistas em distribuição procuramos sempre novas formas de tornar cada experiência de entrega ao cliente algo extraordinariamente simples, ouvindo os nossos clientes e respondendo de uma forma rápida.

chronopost.pt

