

ESPECIAL



(Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa)

SETE EMPRESAS DISTINGUIDAS NOS PRÉMIOS LUSO FRANCESES

Das 18 empresas que estavam a concurso, sete acabaram por ser galardoadas em categorias como o desenvolvimento sustentável, a exportação, o investimento ou a inovação. A 28ª edição do evento organizado pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa já consagrou mais de 1.500 empresas que operam entre Portugal e a França, desde a sua primeira edição realizada no ano de 1993.

TROFÉU JÚRI

Lameirinho
reconhecida
como caso
de sucesso
internacional P3

ENTREVISTA

Fabrice Lachize | Presidente da CCILF

"Municípios têm tido um papel fulcral na captação de investimento" • P4



VENCEDORES

Investimento de vários sectores reconhecido pelo júri • P6

JE TALKS

"O mercado francês abriu a porta" a novos clientes e projetos • P8 **BALANÇO DA INICIATIVA**

Sete empresas distinguidas por operações entre Portugal e França

A 28^a edição dos troféus da CCILF teve como ponto alto a entrega dos prémios em seis categorias e um prémio do júri, reconhecendo os laços económicos, políticos e sociais entre os dois países europeus.

RODOLFO ALEXANDRE REIS rreis@medianove.com

A Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF) finalizou a 28ª edição dos Troféus Luso-Franceses com uma gala em que foram atribuídos os galardões de uma iniciativa que tem como objetivo incentivar as trocas comerciais entre Portugal e França, distinguindo o esforço e o sucesso obtidos pelas empresas no desenvolvimento de estratégias e investimentos em ambos os mercados. A gala, presencial e já sem os constrangimentos provocados pela pandemia, decorreu no hotel Estoril Palace, em Cascais, tendo reunido mais de 220 convidados. O evento foi presidido pelo secretário de Estado Adjunto do primeiro ministro, Miguel Alves, e a Embaixadora de França em Portugal, Hélène Farnaud-Defromont.

Criados em 1993, os Troféus Luso-Franceses têm vindo a distinguir empresas pelo investimento em atividades que "reforçam os laços económicos, políticos e sociais entre Portugal e França", refere a CCILF.

Em edições anteriores saíram vencedoras empresas como a Faurecia, La Redoute, Natixis, Ciclo Fapril, Bluecerts, Monsurgel, Joyeux Portugal, Novadelta, Balanças Marques, Revigrés, Renault Portugal, Visound Acústica, Delabie, CybELE Lawgical, BBG, ANA – Aeroportos de Portugal, Lipor, Soja de Portugal, Grupo Inapa, Lauak, Science4you, entre outras, num total de mais de 1.500 empresas.

Na edição de 2022 foram distinguidas empresas nas categorias de exportação, pequenas e médias empresas (PME), investimento, startups, desenvolvimento sustentável e inovação.

As escolhas das melhores empresas sediadas em Portugal e em França coube a um júri independente, constituído por representantes de entidades portuguesas e francesas como a Agência para a Competitividade e Inovação (IAPMEI), a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), conselheiros do comércio exterior e empresários.

Pierre Lachize, presidente da CCILF, referiu ao Jornal Económico que, tal como sucedeu em anos anteriores, este foi um evento muito positivo e com muitas surpresas. "Muitas empresas apresentam candidaturas com conteúdos bem elaborados e inovadores", afirmou.

Em funções há menos de um



Hélène Farnaud-Defromont Embaixadora de França em Portugal



Miguel Alves
Secretário de Estado Adjunto
do primeiro ministro

mês, a nova embaixadora de França em Portugal considera que a relação comercial entre os dois países é densa e em constante crescimento em todas as áreas em coerência com os pontos fortes das respetivas economias.

"No entanto, há cerca de dez anos que a nossa balança comercial de bens apresenta-se fortemente deficitária com Portugal: em 2021, era de -1.750 milhões de euros. O mesmo acontece com os serviços: França tornou-se o primeiro excedente de serviços de Portugal, enquanto já era o seu primeiro excedente comercial de bens", explicou a embaixadora. No último ano, o investimento francês em Portugal triplicou, ultrapassando os 1.200 milhões de euros. Um valor que a Embaixadora considera ser um indicador da confiança que França e os seus atores económicos têm na economia portuguesa, salientando também a qualidade destes investi-

"Os investimentos franceses estão presentes em todos os sectores estratégicos de Portugal: nos seus sectores fortes tradicionalmente como o automóvel ou serviços, mas também nos seus sectores do futuro e de vanguarda, como a tecnologia, as indústrias de precisão, as energias renováveis", sublinha.

Hélène Farnaud-Defromont salienta que a transição ecológica é um desafio para as PME, dado que nem sempre dispõem dos meios necessários para realizar essa transição rapidamente. "Os custos elevados do processo de transição e a complexidade administrativa e jurídica também são obstáculos a superar pelas empresas. Apesar da crescente adesão dos cidadãos às questões ambientais, no contexto inflacionário que vivemos, o critério do preço dos bens e serviços continua a ser central para as empresas", conclui.













TROFÉU JÚRI

Lameirinho reconhecida como caso de sucesso internacional

Empresa portuguesa do têxtil-lar exporta 90% do que produz, aposta nos segmentos de luxo, está presente nas redes internacionais de distribuição, mas continua a assumir-se como uma empresa familiar.

RICARDO SANTOS FERREIRA rsferreira@medianove.com

A Lameirinho é uma empresa portuguesa especializada em produtos de têxtil-lar que constitui um caso de sucesso, com a particularidade de ser reconhecida como de qualidade e competitiva no concorrido mercado internacional, mas mantendo uma organização que ainda mantém um cariz familiar. Foi a empresa liderada, agora, pela terceira geração da família Coelho Lima que venceu o "Trofeu Júri 2022", na 28ª edição dos Troféus CCILF, uma iniciativa promovida pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa

Fundada em 1948 - está à beira de comemorar as bodas de diamante -, a Lameirinho nasce em Pevidém, no coração do Vale do Ave, aproveitando a abertura do pós-guerra para a instalação de novas unidades fabris, modernas, com que se procurava o desenvolvimento equilibrado da fiação e da tecelagem, com recurso a processos automáticos. Joaquim Martins Coelho Lima, que tem, na altura, experiente, com mais de uma dúzia de anos como preparador de teias, e empreendedor, já com negócio próprio, obtém uma licença para funcionar em regime industrial, com apenas dois teares mecânicos, que se tornaram a base da estrutura industrial e comercial que hoje constitui a empresa.

Negócio focado no merado internacional

A família Coelho Lima investiu - a disponibilidade financeira que o negócio liberta é canalizado para o investimento - e transformou-se numa das mais importantes empresas portuguesas do sector do têxtillar, com instalações modernas que ocupam cerca de 200 mil metros quadrados, empregando perto de 800 pessoas, com um parque que chega quase às duas centenas de teares, com uma atividade focada, essencialmente, no mercado internacional, com mais de 90% da produção a ter como destino a exportação.

A empresa portuguesa vende nos cinco continentes, exportando para 35 países, mas os Estados Unidos da América são o mais importante mercado fora e portas, seguindo-se, na Europa, o mercado francês e, mais longe, o inglês.

A empresa minhota é especialmente conhecida pelos lençóis que fabrica, sendo fornecedora da roupa de cama para cadeias de hotéis de renome como o Ritz, Marriot, Sheraton ou InterContinental. O reconhecimento é geral e a empresa orgulha-se de estar referenciada por ter sido uma das marcas selecionadas para figurar no álbum oficial comemorativo do jubileu de platina da rainha Isabel II, do Reino Unido, em que são revistos os 70 anos como chefe de estado, através de 250 imagens, entre as quais uma roupa de cama fabricada pela Lameirinho.

Além da capacidade industrial, a empresa liderada por Paulo Coelho Lima conta com uma rede de



Presidente-executivo da Lameirinho

O reconhecimento é geral e a empresa orgulha-se de estar referenciada por ter sido uma das marcas selecionadas para figurar no álbum oficial comemorativo do jubileu de platina da rainha Isabel II, do Reino Unido.

comercialização, com lojas oito físicas e distribuição online. Está presente no mercado com as marcas próprias Lameirinho Collection, Home Attitude, ASA e Hierba (que integraram o portefólio com a aquisição da Monesal, em Barcelona), mas também está licenciada para maracas como Purificación Garcia, Agatha Ruiz De La Prada, Antonio Miro e Namorar Portugal, vendendo através de plataformas como a La Redoute ou a Amazon. Acresce a operação em regime de private label para, por exemplo, a Zara Home, do grupo Inditex, ou a Pinzon, da Amazon.

A capacidade de produção anual da Lameirinho será de, aproximadamente, cinco milhões de peças têxteis para o lar - um segmento que inclui roupa de cama, de mesa e banho –, utilizando uma variedade grande de tecidos, com o mercado do luxo a ter um peso relevante. "Para nos diferenciarmos, a nossa aposta são os produtos de nível cada vez mais alto, de luxo e hiper-luxo", apontou Paulo Coelho Lima, ainda em 2020.

Mesmo com a pandemia, em que adaptou as suas linhas de produção para o combate à Covid-19, contribuindo com o apoio a unidades hospitalares com os seus produtos e pelo equipamento de espaços de acolhimento criados para receber a população mais idosa, a Lameirinho fechou 2019 com uma faturação de 53,8 milhões de euros, o que representa uma ligeira descida face a 2018, mas registando um aumento da rendibilidade. No ano seguinte, as vendas aumentaram 11,5%, para 60 milhões de euros, com a gestão a premiar o esforço da equipa durante os tempos de instabilidade da crise pandémica com um prémio pecuniário geral.

A empresa assume como missão "produzir e distribuir produtos de têxtil-lar que visam proporcionar ao consumidor final bem-estar, momentos especiais e experiências únicas", aliando "a qualidade do produto a uma constante atualização do design, procuramos sempre perceber, satisfazer e superar as expectativas dos clientes", defendendo como valores a "integridade, qualidade, excelência, inovação e design, confiança e confidencialidade".

A terceira geração da família Coelho Lima na liderança da empresa promete manter o lema de transmitir "emoções e bem-estar". ■ ENTREVISTA | FABRICE LACHIZE | Presidente da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF)

"Municípios têm tido um papel fulcral na captação de investimento"

Portugal continua a ser encarado como um destino atrativo para o investimento estrangeiro, mesmo que a pressão sobre o talento continue elevada e os custos do imobiliário gerem preocupação.

RICARDO SANTOS FERREIRA rsferreira@medianove.com

Portugal é atrativo para o investimento estrangeiro, considera o presidente da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF), Fabrice Lachize, que aponta a qualidade de vida, a estabilidade social, a segurança ou a fiabilidade e cobertura das infraestruturas como vantagens competitivas. Os investidores franceses considerarão isto mesmo, já que se tornaram líderes no investimento estrangeiro em Portugal.

Em entrevista ao Jornal Económico, Fabrice Lachize refere, também, a qualificação a mão de obra, mesmo com a pressão geral sobre a captação e retenção de talento, como fatores que ajudam a chamar investimento estrangeiro, e assinala, ainda, o quadro tributário para quem quer desenvolver projetos inovadores.

No final, enaltece o trabalho desenvolvido por organizações como a Aicep Portugal Global, a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, mas também os municípios portugueses, que se têm tornado um agente relevante no processo de captação de investimento estrangeiro, proporcionando apoio, mas também benefícios fiscais.

França tornou-se o maior investidor em Portugal. A que se deve esta preferência dos investidores?

França é um parceiro comercial de longa data para Portugal, ocupando uma posição muito importante e que se tem vindo a consolidar, ano após ano. As boas relações bilaterais existentes, políticas e comerciais, assim como a excelente imagem que Portugal deu nos tempos de crise, fizeram do país uma das mais atrativas economias da Europa.

Devidos a estes fatores, aos quais acrescentamos ótimas condições e ativos interessantes, os investimentos estrangeiros, entre os quais os franceses, têm aumentado nestes últimos anos, tanto através de novos projetos como da expansão de projetos já existentes.

A estabilidade social de Portugal dá confiança às empresas francesas e o facto de já cá estarem muitas implantadas, com histórias de sucesso, facilita a decisão de investir no país.

A CCILF tem tido também um papel muito ativo no apoio ao investimento francês em Portugal, organizando regularmente reuniões em França para promover as oportunidades do mercado português, dinamizar o investimento em Portugal e apresentar Portugal como destino privilegiado para relocalização de empresas.

Ao longo do ano, realizamos também vários fóruns sectoriais cujo objetivo é proporcionar encontros de networking e de negócios entre

A estabilidade social

confiança às empresas

francesas e o facto de

iá cá estarem muitas

histórias de sucesso,

implantadas, com

facilita a decisão

de investir

de Portugal dá

empresas francesas e portuguesas. Mas para além disso, dispomos também de serviços personalizados para a procura de parceiros comerciais (clientes e/ou fornecedores), instalações, colaboradores etc. Todo este trabalho é realizado em conjunto com os nossos associados (atualmente mais de 650 empresas).

Considera que Portugal é um mercado atrativo para o investimento estrangeiro, no geral? Quais são as principais vantagens que identifica?

Portugal apresenta inúmeras vantagens para as empresas que pretendem implantar-se aqui. A sua atratividade continua a residir em fatores como a qualidade de vida, a estabilidade social, o clima de segurança, a fiabilidade e cobertura das infraestruturas -de transportes, de telecomunicações, também energéticas -, uma mão de obra qualificada... sem esquecer uma tributação vantajosa para particulares e investidores que queiram desenvolver projetos inovadores. Existem inúmeras medidas pensadas para atrair os investidores estrangeiros. Os municípios, por exemplo, têm tido um papel fulcral nessa parte, tendo alguns criado departamentos de apoio ao investidor propondo benefícios como a redução ou até isenção da tributação local, tudo em prol de tornar a região mais apetecível para as empresas que se instalam nos seus territórios, gerando, assim, não só valor para o município, mas também criando novos empregos.

E pelo lado negativo, que constrangimentos identifica ao desenvolvimento de projetos de investimento estrangeiro?

Penso que os principais constrangimentos são o recrutamento de novos talentos e o preço do imobiliário, nomeadamente no que respeita às rendas.

Como disse anteriormente, as competências profissionais estão bem presentes em Portugal, mas tal como acontece em outros mercados europeus, o mercado do trabalho português vê-se confrontado com uma tensão sem precedentes, que afeta todos os setores e perfis. Todas as empresas estão a ter cada vez maior dificuldade em recrutar.

O aumento dos preços no sector imobiliário pode ser também um entrave à instalação tanto de novos colaboradores como de investidores em certas cidades do país, como Lisboa e Porto, que registaram dos maiores aumentos [de custos].

Acredita que esta tendência de primazia do investimento

francês em Portugal vai manter-se?

As empresas francesas investem, atualmente, em todos os sectores da economia: automóvel, aeronáutica, distribuição, agroalimentar, financeiro e tecnológico, call centers e turismo. Mas Portugal atrai também investimentos em nichos de mercado mais exigentes, tais como os sectores da saúde e da energia.

Penso que os investidores deveriam não só criar projetos de raiz, mas também apostar no desenvolvimento de parcerias com empresas portuguesas ou, ainda, adquirir empresas já existentes no mercado.





empresas portuguesas em França. O que lhe falta às para terem uma maior intervenção no mercado francês?

Mais de 5.500 empresas portuguesas já trabalham com e no mercado francês, é assim difícil dizer que lhes falta alguma coisa para se desenvolverem neste mercado.

A França é a sétima economia mundial, a segunda ao nível da União Europeia, é natural que seja um mercado apetecível e prioritário para as empresas portuguesas, mas, no entanto, não é um mercado fácil.

Muito tem sido feito para apoiar os empresários nacionais nos seus projetos, saudamos a AICEP, que os tem acompanhado em diversas vertentes, assim como as agências regionais de desenvolvimento em Franca

Os empresários portugueses também estão muito bem preparados, conhecem bem este mercado e sabem antecipar as dificuldades.

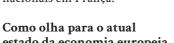
A CCILF tudo faz para assegurar que estas relações comerciais continuem a progredir significativamente. Organizamos regularmente, em França, missões para procura de agentes comerciais destinadas a empresas portuguesas que desejam exportar. Somos parceiros de várias associações profissionais e acompanhamos muitas empresas durante os nossos roadshows em França ou através dos nossos encontros com agentes franceses. A CCILF é também a representante da Promosalons em Portugal, cujo papel é permitir aos empresários portugueses visitar feiras internacionais em França.

estado da economia europeia e que expectativas tem quanto à sua evolução?

Estamos atentos aos acontecimentos internacionais, nomeadamente ao que se passa na Ucrânia e na Rússia com consequências penalizadoras para a Europa. Seguimos os mercados económicos asiáticos, americanos e europeus e observamos também os movimentos sociais que estão a acontecer. Claro que estamos todos preocupados com o futuro e devemo-nos preparar para vários cenários.

A CCILF pertence à rede das Câmaras de Comércio Francesas no mundo que engloba 125 Câmaras em 95 países e reúne mais de 38.500 empresas. Em 2023, tencionamos dinamizar as oportunidades de negócios desenvolvendo sinergias com as empresas desta rede internacional. Assim, mantenho-me positivo e crente num futuro promissor para as nossas em-

um evento muito positivo com muitas surpresas. Muitas empresas apresentam candidaturas com conteúdos bem elaborados e ino-



Que avaliação faz da edição deste ano dos Troféus Luso--Franceses, a iniciativa promovida pela CCILF?

Foi, como acontece todos os anos, vadores.

Com mais de 20 anos de experiência, a Tirion Works Management (Tirion WM) atua no setor da construção, desde a conceção do projeto e orçamentação até à execução.

Nos últimos cinco anos, a Tirion WM afirmou-se no setor do retail e tem vindo a consolidar e a diversificar parcerias em Portugal e nos mercados internacionais onde já opera: França e Antilhas, Estados Unidos da América, República Dominicana e Alemanha.

Graças a uma equipa multidisciplinar, a Tirion oferece uma solução integrada capaz de responder às necessidades e aspirações do cliente, incluindo a engenharia de produto, o mobiliário e multimédia. Para cada projeto, é concebida e implementada uma solução integrada sempre à medida das especificidades e aspirações do cliente.

OS NOSSOS PARCEIROS

A Tirion WM já conquistou a confiança de marcas como a Altice, a FNAC, os CTT e o Grupo Sonae, para citar apenas algumas.

Criada em Portugal, em 2001, foi em França que a Tirion iniciou o seu percurso de internacionalização com a criação da Tirion Agencement que tem projetos em curso em vários pontos do país e ainda nos territórios ultramarinos de Guadeloupe, Martinica, Guiana Francesa e Ilha da Reunião. Ao serviço do grupo Altice, a Tirion assumiu a renovação do parque de lojas da insígnia SFR, em França e nos territórios ultramarinos franceses, da Meo, em Portugal, da Optimum, nos Estados Unidos da América, e ainda da Altice Dominicana, na República Dominicana, ajudando a dar corpo a um novo conceito, não só ao nível da construção e do mobiliário, mas também das soluções multimédia e experiência do cliente.

Só em França, ultrapassam o meio milhar as lojas da SFR renovadas com a marca e qualidade do trabalho da Tirion.

No mercado francês, a Tirion Agencement continua a operar no retail, mas os bons resultados e a vontade de fazer mais e melhor abriram caminho a outros projetos, onde se incluem as instalações dos estúdios de televisão da BFMTV em Lyon, Lille, Nice, Marselha e Toulon, e a outros parceiros como a Bouygues Telecom, a FNAC, a Google, entre outros.

VASTO PORTFÓLIO NA CONSTRUÇÃO

A história de sucesso da Tirion escreve-se, também, no setor da construção com um vasto portfólio que incluiu a construção de raíz e a reabilitação de edificado, com obras em Portugal e nos países onde já opera.

No contexto da parceria com a Altice, a Tirion foi a responsável pela concretização das instalações do Altice Campus, sede institucional do grupo em Paris, que totalizam cerca de 60 mil metros quadrados de escritórios e áreas sociais.

Neste singular e emblemático projeto, a Tirion assegurou diversas valências no âmbito da construção civil e concretizou a componente de climatização e a instalação de todo o mobiliário, desde o corporativo ao colaborativo.

A empresa tem vários projetos em execução e em fase de conceção, muito graças à capacidade interna instalada na conceção e projeto.

O objetivo é alcançar novos mercados e contribuir para um mundo mais progressista e inovador no setor da construção que é cada vez mais competitivo e impõe novos desafios ao nível da sustentabilidade.

Conceber e construir edifícios sustentáveis é um imperativo para as empresas do setor cada vez mais empenhadas em solidificar os alicerces para um mundo sustentável.

Atualmente, a Tirion está a ampliar a sua atuação para as áreas da renovação urbana e da instalação de infraestruturas de fibra ótica.

APOIO A PROJETOS LOCAIS

A valorização dos colaboradores, que no conjunto dos mercados totalizam cerca de duas centenas, e dos parceiros está na matriz da Tirion e é uma das premissas do sucesso das suas equipas nos diferentes países e nas diversas áreas de atuação.

O apoio a projetos locais, seja na área social, seja no desporto e na cultura, é a forma da empresa assumir a sua responsabilidade social e ajudar as comunidades onde se insere.

A par da responsabilidade social, a qualidade e a inovação são marcas que a Tirion quer continuar a imprimir aos seus projetos, independentemente da sua localização porque só assim seguimos o futuro.



Além do investimento,

entre Portugal e França?

Temos um crescimento de 17%

nas exportações para França,

quanto às importações constata-

mos um acréscimo de 15% [este

ano], em relação ao ano de 2021. A

vantagem das relações comerciais

entre os dois países é que todos os sectores indústrias estão abrangi-

dos, não ficamos reduzidos a al-

guns; é muito variado o que per-

mite um equilíbrio e alguma segu-

rança em caso de crise.

como têm evoluído a

s relações comerciais



VENCEDORES DOS TROFÉUS

Investimento de vários sectores reconhecido pelo júri

Indústria do plástico, construção ou alumínio foram alguns dos vencedores nas diversas categorias que foram distinguidas na 28ª edição dos troféus entregues pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa.

RODOLFO ALEXANDRE REIS rreis@medianove.com

A 28ª edição dos troféus da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF) ficou marcada pela diversidade dos vencedores nas diversas categorias, numa cerimónia que decorreu no passado dia 13 de outubro, no Hotel Palácio Estoril.

Holding da portuguesa Alves Ribeiro venceu troféu investimento

A AR France Invest, uma promotora imobiliária e holding no mercado francês da portuguesa Alves Ribeiro, foi a escolhida do juri no troféu investimento. Entre os vários projetos em França está o primeiro centro de negócios da nova geração para as áreas de moda, acessórios e produtos para casa. A primeira fase do projeto contemplou um investimento de 150 milhões de euros de in-

vestimento, num volume total de 500 milhões de euros. Carlos Martins, diretor de operações daAR France Invest, salienta ao Jornal Económico (JE), que este troféu "reconhece o investimento realizado na promoção e construção do Silk Road Paris - Euro Asia Business Center".

O responsável adianta que a imobiliária tem em curso curso duas grandes operações desenvolvimento imobiliário e estuda novos projetos para reforçar a sua posição no mercado francês, a nível da construção e investimento imobiliário, à semelhança do que tem ocorrido em África e América do Sul onde também está presente.

Webrádio francófona vence troféu Startup

Destinada ao público francófono a 'la French Rádio' foi eleita a vencedora na categoria startup. Com sede em Lisboa procura cheEvento da CCILF
distinguiu as melhores
empresas
nas categorias de
investimento, startup,
desenvolvimento
sustentável,
exportação,
PME e inovação

gar não só aos luso-descendentes que voltaram a viver em Portugal, mas também a toda a comunidade francófona (franceses, belgas, suíços, luxemburgueses, canadianos, etc.) e a todos os amantes da língua francesa. O seu fundador é Thierry Burtin, que refere que "um em cada três franceses que vivem em Portugal ouve a 'la French Radio' todos os dias, seja através do nosso website, aplicação ou redes sociais, o que é um enorme sucesso em termos de quota de mercado".

A programação é baseada em notícias de França e Portugal. "O objetivo é permitir à comunidade francófona (que muitas vezes tem poucos conhecimentos da língua portuguesa) conhecer tudo o que se passa em Portugal e assim compreender e viver melhor neste país, tendo uma ligação diária com as suas notícias", afirma. O responsável considera que a atribuição deste troféu serve de motivação

para continuar a fazer as emissões diariamente e revela que este projeto vai expandir-se para Madrid, cobrindo todo o mercado ibérico, "indo assim ao encontro das expetativas dos anunciantes que cobrem ambos os países".

Indústria dos plásticos distinguida no desenvolvimento sustentável

A Vipex Comércio e Indústria de Plásticos, SA foi a empresa vencedora do troféu exportação. Sediada em na Marinha Grande, a empresa especializada na transformação de termoplástico conta com um volume de negócios de oito milhões de euros e exporta diretamente cerca de 75% da sua produção, dispondo de 22 máquinas de injeção de mono e bi-material como equipamentos principais, tendo as suas instalações oito mil m2, integrados numa área de 30 mil m2. Jorge Santos, CEO da empresa considera que esta distinção "é mais um im-



portante reconhecimento pelo trabalho que temos desenvolvido pela sustentabilidade do negócio nomeadamente no âmbito das questões ambientais, sociais e de governança", agradecendo também à CCILF pela iniciativa que valoriza as relações entre as empresas portuguesas e francesas.

A médio longo prazo a Vipex pretende continuar a implementar iniciativas que permitam melhorar e adaptar a empresa aos desafios que são colocados, utilizando as melhores práticas em coerência com a sua visão, 'happiness drives our architecting.

"Significa que as pessoas são o centro das preocupações da empresa, estão comprometidas com o projecto que estamos a desenvolver e conseguem transmitir este espírito a todas as outras partes interessadas, nomeadamente aos clientes e acionistas. Desta forma, estamos seguros de que podemos garantir a sustentabilidade do negócio a médio e longo prazo", explica o CEO.

Alumínio abriu portas ao troféu exportação

O fabrico e comércio de artigos em alumínio, em particular portas deu ao GardenGate Group o troféu exportação. Em 2020 a empresa com sede em Braga registou um volume de vendas de 71 milhões de euros, com 96% de exportações para um total de 17 paí-

ses espalhados pela Europa, África e América do Sul.

Ricardo Correia, administrador da empresa afirma que este prémio é um reconhecimento do trabalho desenvolvido por todos os colaboradores e parceiros, durante os 25 anos de vida do grupo em que esta empresa se integra. "Significa ainda uma enorme responsabilidade, num contexto particularmente adverso e desafiante, para dar continuidade ao percurso de sucesso que tem tido e estar ao nível das expectativas criadas a todos os seus stakeholders", salienta.

Os objetivos a médio longo prazo também já estão definidos: ser o maior fabricante europeu de produtos em alumínio para a envolvente da habitação. "A nossa missão consistirá em valorizar as habitações através do enfoque na inovação e design, disponibilizando soluções mais sustentáveis, com melhor desempenho e geradores de maior segurança e conforto", sublinha.

Construção assegura troféu PME

Em atividade desde 2001 e com sede no norte de Portugal, a Tirion Works Management atua na área da da construção, desde a conceção do projeto e orçamentação até à execução, realizando também a remodelação de interiores, particularmente em lojas, restauração e escritórios. A empresa conta já

com mais de 75 mil m2 de área e renovada e perto de 15 mil m2 de imobiliário em construção.

Teresa Costa, responsável pela comunicação da empresa, a distinção do troféu PME "é o reconhecimento do trabalho realizado pela empresa no mercado francês, mas também em Portugal, já que ele é indissociável. Sendo mercados diferentes, em ambos, a Tirion aposta na qualidade e na inovação e numa solução integrada para os seus clientes que a distingue de outros players". A médio longo prazo a empresa pretende consolidar e diversificar as parcerias em Portugal e nos mercados internacionais onde atua. Por outro lado, a Tirion quer ampliar a expandir a sua atividade para além dos setores do retalho e construção, nomeadamente nas áreas da renovação urbana e da instalação de fibra ótica.

"Nos diferentes setores, o objetivo é alcançar novos mercados e contribuir para um mundo mais progressista e inovador que impõe, cada vez mais, desafios ao nível da sustentabilidade", refere Teresa Costa, realçando que a empresa pretende estar também ativa na comunidade local. "A Tirion quer continuar a apoiar projetos locais, seja na área social, no desporto e/ou na cultura incutindo, nos próprios colaboradores, cada vez mais responsabilidade social", explica.

Soluções de refrigeração vencem troféu inovação

Vista como uma das empresas líder a nível europeu de soluções de equipamentos de refrigeração personalizados para lojas de pequena, média e de grande dimensão, a Jordão conquistou o troféu inovação. Estas soluções são distribuídas por vários setores, desde supermercados e cafés até hotéis e restaurantes e a indústria hoteleira em geral. Isidro Lobo, Diretor Geral da Jordão, realça que a conquista de prémio é o reconhecimento do foco estratégico da empresa na inovação.

"É também o reconhecimento do excelente trabalho que a nossa equipa de IDI (Investigação Desenvolvimento e Inovação) tem vindo a desenvolver, no âmbito da eco inovação e da eficiência energética", refere. Como tal, o responsável defende que no futuro a empresa tem como objetivos continuar a estar na linha da frente da inovação e da sustentabilidade ambiental, criar soluções inovadoras de refrigeração comercial que conciliem design, alta performance, digitalização, baixo consumo de energia e uma menor pegada ecológica.

"Na Jordão a sustentabilidade (ambiental, económica, social, inovação) está no centro da estratégia, para a sua proposta de valor, para o crescimento do negócio e para o sucesso no mercado", conclui

CAPACITAÇÃO EM NUTRIÇÃO VEGETAL
by Timac AGRO

Ligar a produção de Conhecimento
ao seu uso prático.

Unir o Grupo Roullier a Universidades
de referência.

Formar Nutricionistas de Plantas.











EMPRESAS VENCEDORAS

"O mercado francês abriu a porta" a novos clientes e projetos

A internacionalização de empresas será "mais difícil" no atual cenário mundial, mas pode também ser uma oportunidade. "Temos de estar atentos e preocupados", destaca o diretor comercial da Tirion WM.

RODOLFO ALEXANDRE REIS rreis@medianove.com

A expansão internacional é "uma necessidade comum a qualquer entidade e uma forma de se manter no mercado". Quem o disse, na mais recente JE Talk, da JE TV, foi o Audit & Assurance Senior Manager da Mazars, Ricardo Nunes, que esclarece que o processo de globalização dos últimos anos obriga a que as economias e as empresas estejam "orientadas necessariamente para diferentes geografias onde os clientes possam estar".

Uma das empresas que seguiu esse rumo, e que foi recentemente premiada nos Troféus CCILF, foi a Tiron Works Management. O diretor comercial, Pedro Viana, garante que o processo de internacionalização, "nomeadamente nos mercados francófonos, veio de uma economia de escala". "Em Portugal estaríamos limitados à nossa área geográfica e o mercado francês abriu a porta a um variado número de clientes e projetos que, por sua vez, nos permitiu partir para todas as comunidades, neste caso países francófonos a nível global", acrescenta.

Os objetivos de crescimento, quer a nível europeu quer nos Estados unidos estão "bastante consolidados", adianta, mas o foco permanece no mercado francófono, onde existe "a ambição de consolidar com novas parcerias e continuar a crescer". Contudo, Pedro Viana reconhece que há que ter "cuidado e estar atentos a todas as circunstâncias globais", nomeadamente as que atualmente "nos dão alguns *inputs* que não são tão positivos". Ainda assim, mostra-se confiante que o crescimento "vai continuar sustentado e em crescendo nos próximos tempos".

O contexto global que refere prende-se, "numa primeira análise", com o que se passa na Ucrânia. A crise energética decorrente do conflito "poderá constranger em termos logísticos os custos de transporte, poderemos ter alguns problemas nesse aspeto". Mas impera sobretudo "otimisto", sublinha. A Tirion pretende "continuar a apostar nos mercados externos,

Assista a esta Talk

Assista a esta Talk na nossa plataforma multimédia, em www.jornaleconomico.pt mas sem deixar de pensar no mercado nacional" e recomenda aos empresários com ambições de expansão que mantenham o "foco nos mercados e na produção. Temos de estar atentos e preocupados".

Por sua vez, Ricardo Nunes antevê um futuro próximo mais difícil para PME com metas de internacionalização. "É necessariamente mais difícil porque estávamos num ambiente estável", diz. Contudo, diz o profissional da Mazars, sair desta zona de conforto "poderá ser também uma oportunidade". "A falta de mercado interno foi o que fez com que tivéssemos de ir à procura lá fora. Deu-nos aqui uma capacidade de conhecer novos mercados e desses novos mercados poderem potenciar-nos para outros diferentes", explica.

"Acredito que vamos passar por períodos difíceis como passámos nas crises petrolíferas de 1972 e 1979 e na crise de 2008, mas as necessidades, as pessoas e os clientes continuam a existir. E uma questão de resiliência e continuarmos à procura de fazer melhor e da nossa sorte. Apesar de que aqui temos também um problema de recursos e estamos a diminuir a capacidade de escala. A desconfiança dos mercados, entre países, aquilo que permitiu ao mundo crescer que foi a globalização pode ser agora uma ameaça", termina. ■ Com JSC

Da invenção à inovação.

Um caminho desafiante que percorremos juntos.

Uma empresa do Grupo Segurador SMA

Damos os parabéns a todas as Empresas que se desafiam, todos os dias, a transformar uma invenção em inovação.

www.victoria-seguros.pt



VICTORIA - Seguros, S.A. (NIPC 506 333 027) e VICTORIA - Seguros de Vida, S.A. (NIPC 502 821 060)

Entidades legalmente autorizadas para a exploração de seguros dos Ramos «Não Vida» e «Vida» em Portugal, registadas junto da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões de Portugal, sob os códigos 1160 e 1096, respetivamente. Capital Social EUR 34.850,000 e EUR 8.500.000, respetivamente.

Av. da Liberdade, 200 - 1250 -147 Lisboa Portugal | Telf. 21 313 41 00 (Custo de uma chamada para a rede fixa nacional) - Dias úteis das 08h30 às 19h00. Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.