



E S P E C I A L



Troféus CCILF

(Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa)

PRÉMIOS ASSINALAM BOM MOMENTO DA RELAÇÃO ECONÓMICA ENTRE PORTUGAL E FRANÇA

Há um interesse crescente de empresas e grupos franceses em Portugal. Grandes e pequenos, do sector aeronáutico ao da energia, aos transportes e comunicações e tecnologias de informação. O fluxo de investimento aumenta a cada ano. No caminho inverso, França afirma-se como um “mercado natural” para o “crème de la crème” das exportações portuguesas.

ANÁLISE

Projetos transversais e a crescer fixam França como líder no IDE ■ P2

ENTREVISTA

Luís Castro Henriques
Presidente da AICEP

“França é um mercado maduro, mas há muitas oportunidades” ■ P4

ENTREVISTA

Hélène Farnaud-Defromont
Embaixadora de França em Portugal

“Transição ecológica é condição essencial para a competitividade” ■ P6



TROFÉUS

Nomeadas para os prémios representam a força empresarial dos dois países ■ P9

EDITORIAL

França a crescer em Portugal



Nuno Vinha
Subdiretor do Jornal Económico

Escassas duas semanas depois de termos celebrado os 200 anos da primeira Constituição portuguesa, assinada em 23 de setembro de 1822, é forçoso reconhecer que o liberalismo português que lhe deu origem se inspirou nas melhores ideias saídas da Revolução Francesa, por sua vez impregnada do Iluminismo de Voltaire, Montesquieu e Rousseau.

Assim foi também na Justiça, em alguns segmentos da organização do Estado e das Forças Armadas e, como não o referir, na Cultura. Historicamente, Portugal bebeu muito das ideias exportadas por França e isso contribuiu, em boa medida, para o país que temos hoje.

Em 2022, o diálogo é outro. O investimento direto líquido de França em Portugal cresceu 646% entre 2016 e 2020 (ano em que atingiu os 1.953 milhões de euros, mais do dobro do valor atingido no ano anterior). E em 2021, França tornou-se mesmo o segundo maior investidor estrangeiro em Portugal (a seguir a Espanha), com as suas empresas em território português a representar mais de 30 mil postos de trabalho.

Airbus, Air Liquide, Faurecia, Stellantis, Sodexo, Thalès, Natixis, BNP Paribas, Credit Agricole, Pierre Fabre, Altice, CapGemini, Teleperformance, SAUR ou CEGOS são apenas algumas das muitas marcas francesas que prosperam e beneficiam do ambiente de negócios em Portugal.

O caminho inverso também se faz e não é negligenciável o trabalho que o talento português tem desenvolvido em França, onde – diz a embaixadora francesa em Lisboa – existe um “mercado natural” para as exportações nacionais.

Os troféus da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF) são o reconhecimento deste contexto e das histórias de sucesso que lhe dão corpo todos os anos. ■

ANÁLISE

Projetos transversais e a crescer fixam França como líder no IDE

O aumento em termos de número de investimentos franceses em Portugal e do seu valor sublinha a importância de um país de onde vêm algumas das marcas mais reconhecidas pelos portugueses.

JOÃO BARROS
jbarros@medianove.pt

Um parceiro com uma longa história de trocas com Portugal, França tem vindo a assumir um papel mais preponderante na angariação de investimento direto estrangeiro (IDE) para a nossa economia nos últimos anos, sendo várias das principais marcas presentes no mercado português de origem gaulesa. O pós-pandemia veio fortalecer a aposta no imobiliário, mas os investimentos chegam a quase todos os sectores e deverão crescer nos próximos anos, com múltiplos projetos já em andamento.

França é o segundo principal destino das exportações portuguesas, com 13,1% do bolo total, ou 8.320 milhões de euros, em 2021, e apenas ultrapassada por Espanha; em termos de importações o peso é menor, assumindo apenas 6,7% do total com 5.514 milhões, mas ainda suficiente para ficar apenas atrás de Espanha e Alemanha, dados que realçam bem a interligação entre ambas as economias.

Mas esta dinâmica não se tem limitado ao comércio internacional, especialmente nos últimos anos, com os franceses a tornarem-se nos principais investidores estrangeiros em Portugal em 2021, garantindo o segundo maior fluxo de IDE e a quarta posição em termos de stock acumulado, aponta Luís Castro Henriques, presidente da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, o AICEP [ler entrevista na página 4].

Outro fator de destaque: em 2020, os dados do INE mostram que as filiais francesas a operar em Portugal representaram a maior fatia do valor acrescentado bruto (VAB) entre estas sociedades, com 15,0%, apesar de apenas 14,7% do

capital investido nas mesmas ser francês, atrás de Espanha (com 20,2%). Ainda assim, o VAB caiu, naquele ano, 2,7 pontos percentuais (p.p.).

Diversificação é palavra de ordem

Os investimentos têm sido transversais a vários sectores, com o automóvel à cabeça, dada a presença de importantes nomes como a Renault ou PSA, às quais se juntam a Altice, Engie e Vinci. Nos últimos anos, a diversificação tem sido

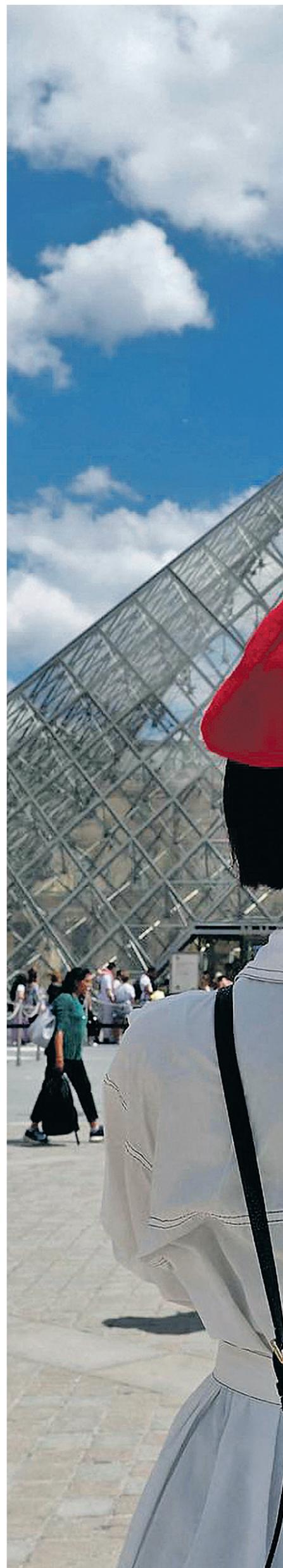
maior, com França a liderar agora vários segmentos em termos da origem do capital investido em filiais estrangeiras em Portugal.

Segundo o retrato do INE, em 2020 os sectores da construção e atividades imobiliárias, do comércio e dos transportes e armazenagem foram dominados, entre as empresas estrangeiras presentes em Portugal, pelas francesas; estas foram também, entre o mesmo grupo, as principais empregadoras no comércio, nos transportes e no segmento da informação e comunicação, sublinhando bem a importância do capital francês na economia nacional.

“Os investimentos franceses estão presentes em todos os sectores estratégicos de Portugal: nos seus sectores fortes tradicionais 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”, refere a embaixadora francesa em Portugal, Hélène Farnaud-Defromont, que destaca a evolução da balança comercial entre os dois países, que se tornou no “primeiro excedente de serviços de Portugal, enquanto já era seu primeiro excedente comercial de bens” [ver entrevista na página 6].

A embaixadora sublinha o ambiente favorável ao negócio que as empresas francesas encontram em Portugal, sobretudo a “mão-de-obra muito bem formada e multilingue, infraestruturas de muito boa qualidade”, em linha com o destacado pela AICEP como vantagens comparativas na decisão de investir em Portugal. Estes fatores ajudarão a explicar a escolha de mais de três dezenas de firmas francesas que nos últimos anos se fixaram no nosso país, contribuindo com a criação de mais de 30 mil postos de trabalho.

Investidores franceses garantiram o segundo maior fluxo de investimento direto estrangeiro em 2021 e a quarta posição em termos de stock acumulado, aponta Luís Castro Henriques





Benoit Tessier/Reuters

Ainda há espaço para crescer

Ainda assim, há margem para melhorar, algo reconhecido pelo próprio presidente da AICEP, ao referir que, “apesar de França constituir um mercado maduro e tradicional para a oferta portuguesa, existem ainda muitas oportunidades de negócios por explorar e um grande potencial de crescimento das exportações, quer de bens, quer de serviços”.

Olhando do lado de Paris, Portugal continua a representar apenas 1,16% das importações, com de acordo com os dados de 2021, o que até é uma queda em relação aos 1,43% do ano anterior. Por outro lado, o interesse francês no nosso país parece estar a aumentar, tanto ao nível do turismo, como de compra de casa.

Os números do turismo em agosto mostram que França voltou a ser o quarto mercado emissor nacional, com uma variação homóloga acumulada desde o início do ano de 162,8%, o que, dado o efeito base pandémico, até não surpreende comparado com outras geografias. Assinalável é o estudo revelado em setembro feito pela OpinionWay para o Salão do Imobiliário e do Turismo de Portugal em Paris, que revelam que 20% dos franceses se dizem dispostos a mudar para o nosso país.

Por outro lado, o número de empresas portuguesas a exportar para França também tem vindo a crescer, chegando a 5.500 em 2021, o que reflete, segundo Luís Castro Henriques, o “interesse crescente no mercado francês”.

O papel da comunidade portuguesa em França, uma das maiores de imigrantes naquele país e com um nível de integração que permite estabelecer pontes com terras lusas, é também fundamental na afirmação das empresas portuguesas. Ao facilitar contactos e promovendo a imagem de Portugal junto dos gauleses, os emigrantes portugueses ajudam a fomentar as relações bilaterais entre duas das economias mais antigas do mundo, um papel realçado pelo secretário de Estado da Internacionalização, Bernardo Ivo Cruz, projetando uma aposta forte na afirmação do tecido empresarial português no estrangeiro com base no digital [ver entrevista ao lado]. ■

Portugal continua a representar apenas 1,16% das importações francesas, com de acordo com os dados de 2021, o que até é uma queda em relação aos 1,43% do ano anterior

ENTREVISTA | BERNARDO IVO CRUZ | Sec. Estado da Internacionalização

“Alargamento da base exportadora é central”

O esperado abrandamento das economias ocidentais obrigará as empresas nacionais a procurarem conquistar novos mercados.

JOÃO BARROS
jbarros@medianove.com

Com uma conjuntura desafiante pela frente em 2023, as empresas portuguesas procuram manter a trajetória de afirmação internacional, conquistando novos mercados e solidificando a sua presença nos principais compradores de bens e serviços ao nosso país. A estratégia nacional deve, então, focar-se em alargar a base de exportação e apostar no digital, prevê o secretário de Estado da Internacionalização, Bernardo Ivo Cruz.

As empresas portuguesas parecem-lhe prontas para enfrentar uma subida dos custos de financiamento?

O contexto em que nos encontramos é difícil e implica a mobilização de todos. Temos de fazer um esforço conjunto para manter a economia em funcionamento e o país na trajetória de crescimento económico. O Governo está fortemente comprometido com as empresas portuguesas. O Plano Extraordinário de Apoio permite que, assegurando os nossos objetivos em termos de dívida pública, as apoiemos, até ao limite do que é permitido pela Comissão Europeia.

Para ajudar as empresas a lidar com este período de grande incerteza, o governo apresentou um pacote de medidas de mais de 1.400 milhões de euros e uma linha de crédito do Banco Português de Fomento, de 600 milhões de euros, destinada a empresas afetadas pela inflação, pelo preço da energia, das matérias-primas e perturbações nas cadeias de abastecimento.

Dada a esperada queda na atividade económica global, como se devem posicionar as empresas nacionais para continuarem a sua afirmação no mercado externo?

Foi fixada uma meta ambiciosa, mas alcançável, de chegar ao final de década com um peso de 53% das exportações no PIB. Para reforçar a internacionalização e a promoção externa das empresas portuguesas será lançado brevemente um aviso, no valor de 30 milhões de euros, para financiamento da participação em feiras internacionais e a integração em redes internacionais (lo-

gísticas ou de distribuição). Portugal exporta 60% para países da União Europeia. Se, como se prevê, houver um abrandamento da economia europeia, será muito importante a diversificação dos mercados. O alargamento da base exportadora das empresas portuguesas e a captação de novos mercados e clientes externos é central. Deve ser feita usando os canais digitais e adaptando os modelos de negócio internacionais ao digital.

Olhando para França, qual a estratégia portuguesa para a internacionalização neste importante mercado? Quais os principais sectores que mostram mais potencial para se afirmarem em França?

França é um dos nossos principais parceiros comerciais. Fatores como a proximidade geográfica e cultural entre os dois países; a acessibilidade; o reconhecimento de Portugal entre os agentes económicos franceses como País que “fabrica bem” e que “produz qualidade”, são uma prova da solidez dos laços económicos.

Exportam para este mercado mais de 5.500 empresas portuguesas, em setores variados como o calçado, mobiliário, têxteis, confeções, bens alimentares e bebidas, e setores tecnologicamente mais desenvolvidos como o automóvel, material elétrico ou máquinas e equipamentos industriais.

A comunidade portuguesa em França é muito reconhecida e tem tido um crescente papel no reforço das relações económicas bilaterais entre os nossos países. A comunidade empresarial lusa aí presente é uma potencial parceira das empresas portuguesas interessadas em entrar no mercado francês. ■



Bernardo Ivo Cruz
Secretário de Estado da Internacionalização

ENTREVISTA | LUÍS CASTRO HENRIQUES | Presidente da AICEP

“França é um mercado maduro, mas há muitas oportunidades”

O presidente da AICEP destaca a trajetória de crescimento do IDE francês em Portugal e perspetiva que este se mantenha apesar do menor dinamismo da economia global. Qualidade da mão-de-obra e tecnologia ajudam Portugal.

JOÃO BARROS
jbarros@medianove.pt

O comércio internacional tem sido determinante para a evolução da economia portuguesa na última década e nem o esperado abrandamento da atividade global trava as ambições de afirmação da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP). Ao invés, Luís Castro Henriques, presidente do organismo, destaca a qualidade da mão-de-obra e infraestrutura nacional para defender que é possível crescer em 2023.

Que avaliação fazem da relação entre Portugal e França nos últimos anos em termos de comércio externo e IDE?

A França é um mercado incontornável para as empresas portuguesas, sendo desde 2014 o segundo maior cliente das exportações portuguesas de bens, num valor que, em 2021, ascendeu a mais de 8,34 mil milhões de euros, sendo também o terceiro maior fornecedor de Portugal. O interesse crescente pelo mercado francês também está bem refletido na evolução do número de empresas portuguesas que exportam para França - mais de 5500 em 2021. Da análise das exportações, e dado o crescimento sustentado do número de exportadores portugueses para França nos últimos anos, constata-se que apesar de a França constituir um mercado maduro e tradicional para a oferta portuguesa, existem ainda muitas oportunidades de negócios por explorar e um grande potencial de crescimento das exportações quer de bens quer de serviços. Já a atratividade de Portugal como destino de investimento para empresas francesas é significativa e tem levado um número muito alargado de empresas francesas a analisarem as condições de investimento em Portugal.

E quais as expectativas para os próximos anos?

França é, tradicionalmente, um dos maiores investidores estrangeiros em Portugal. Em 2021, França surge na segunda posição em termos de fluxos de IDE (a seguir a Espanha) e na quarta em termos de stock, no ranking dos principais investidores estrangeiros em Portugal. É de salientar o facto de o investimento francês em Portugal ser altamente diversificado,

tanto na indústria como nos serviços. Paralelamente, a AICEP tem apostado em grandes campanhas de promoção dos produtos portugueses, com especial destaque para o mercado francês. Foi o caso da mais recente Exposição “Métamorphose”, sob a marca Made in Portugal Naturally, com a presença de 31 empresas da fileira casa portuguesa, no âmbito da Paris Design Week. A exposição pretende promover a singularidade e o talento português, identificando e reconhecendo Portugal para além do fabrico, e afirmando a sua capacidade de criar e desenvolver produtos exclusivos. A AICEP vai continuar a desenvolver grandes campanhas de promoção em França, um relevante mercado de aposta para os produtos portugueses.

Quais os principais aspetos determinantes na estratégia da AICEP de angariação de IDE em França?

A AICEP tem trabalhado sistematicamente o mercado de França de forma personalizada e em sectores novos, e com resultados muito assinaláveis. Temos conseguido diversificar a base de investidores franceses em Portugal, tanto na indústria como nos serviços. Desde 2015, o investimento contratualizado com a AICEP de origem francesa já ascendeu a 658 milhões de euros, sendo que só nos últimos quatro anos ocorreu mais de 60% desse investimento, o que mostra o interesse crescente dos investidores franceses por Portugal. Também na área dos serviços, temos angariado vários Centros de



Desde 2015, o investimento contratualizado com a AICEP de origem francesa ascendeu a 658 milhões de euros; nos últimos quatro anos ocorreu mais de 60%



Lusa

Irá Portugal ajustar a sua estratégia de captação de IDE face ao aumento dos custos da dívida e à menor propensão esperada para o investimento decorrente da subida dos juros a nível mundial?

Mesmo num quadro de incerteza a nível global, Portugal mantém os seus fatores de atratividade e as suas vantagens competitivas. O talento altamente qualificado, as infraestruturas de classe mundial, o ambiente favorável aos negócios, bem como a segurança e estabilidade e o papel de plataforma para mercados na Europa, América e África estão entre vários fatores que têm contribuído para um fluxo contínuo e constante de investimentos em diferentes sectores económicos e a recorde de investimento estrangeiro nos últimos anos. Portugal está aberto ao investimento de todo o mundo e o seu grande fator diferenciador, o talento, mantém-se: temos disponibilidade de competências e recursos com um nível elevado de habilitações técnicas, temos um bom domínio de línguas estrangeiras, não esquecendo o ambiente cosmopolita e acolhedor para os expatriados. Acredito, por isso, que Portugal vai continuar a conseguir alcançar bons resultados de captação de IDE, que tem crescido nos últimos anos, não só em número de projetos, mas também em valor. De lembrar que em 2021, a AICEP alcançou o recorde histórico de investimento angariado no valor de 2,7 mil milhões de euros.

Que sectores mostram maior potencial de afirmação?

Portugal tem vindo a posicionar-se como *hub* tecnológico e de inovação, atraindo cada vez mais empresas internacionais, e nos últimos anos a AICEP, através da sua missão de angariação de investimento, tem contribuído para o “boom” do sector dos Business Services, cada vez mais tecnológicos e com enfoque na exportação da sua atividade. Para ter uma ideia, trata-se de mais de 17 mil postos de trabalho criados via angariação de mais de 100 Business Services Centres por parte da AICEP. Trata-se de Centros de Desenvolvimento de Software ou Tecnológicos, provenientes das mais variadas áreas geográficas e setores que têm permitido dinamizar o ecossistema tecnológico nacional e captar novos talentos que decidem instalar-se no país. ■

Serviços e Competências de empresas francesas, que nos últimos anos ultrapassam as três dezenas representando a criação de mais de 30 mil postos de trabalho. É o caso de empresas como a Airbus, Air Liquide, Faurecia, Stellantis, Sodexo, Thalès, Natixis, BNP Paribas, Credit Agricole, Pierre Fabre, Altice, CapGemini, Teleperformance ou Webhelp. De facto, Portugal tem características únicas que têm colocado o país no radar dos investidores, nomeadamente dos investidores franceses. A qualidade do

talento (qualificações técnicas e conhecimento de línguas estrangeiras, inclusive o francês), o ambiente de negócios amigável e as boas infraestruturas do País, designadamente tecnológicas, têm originado um crescente interesse de empresas e grupos franceses, grandes e pequenos, e de diversas áreas, nomeadamente o aeronáutico, energia, transportes e comunicações, tecnologias de informação, digital, componentes para a indústria automóvel, agroalimentar, distribuição, entre outros.

O Jornal Económico não mudou,

O conhecimento de sempre,
agora com uma experiência de leitor
personalizada, edição diária digital
e convergência de formatos.

transformou-se.

Descubra a melhor forma
de estar informado
em jornaleconomico.pt



O conhecimento transforma.

ENTREVISTA | HÉLÈNE FARNAUD-DEFROMONT | Embaixadora de França em Portugal

“Transição ecológica é condição essencial para a competitividade”

Hélène Farnaud-Defromont é a embaixadora de França em Portugal há menos de um mês. Em entrevista ao Jornal Económico – a propósito dos Troféus Luso-Franceses – a diplomata diz que a transição ecológica não é tarefa fácil para as empresas, sobretudo para as PME.

INÉS AMADO
iamado@medianove.com

Em funções há menos de um mês, a nova embaixadora de França em Portugal herdou da sua antecessora uma agenda diplomática pautada por questões que vão desde a soberania digital europeia à transição ecológica e à igualdade de género. Em entrevista ao JE diz que Portugal pode encontrar em França um mercado natural para exportações nos seus domínios de excelência: investigação, biotecnologia, economia do mar e construção.

Em 2021, o investimento francês em Portugal triplicou, ultrapassando os 1200 milhões de euros. Como olha para esta evolução?

Tem-se assistido a um aumento constante e espetacular dos investimentos diretos franceses em Portugal. O stock de investimentos franceses mais do que triplicou entre 2012 (cerca de 4000 milhões de euros) e 2021 (cerca de 13 mil milhões de euros). Este grande volume de investimentos é um indicador da confiança que França e os seus atores económicos têm na economia portuguesa, mas gostaria também de sublinhar a qualidade destes investimentos. França é o primeiro investidor em número de empregos (cerca de cem mil), em valor acrescentado bruto (o equivalente à riqueza bruta criada) e o segundo em número de empresas estabelecidas em Portugal. Além disso, os investimentos franceses estão presentes em todos os sectores estratégicos de Portugal: nos seus sectores fortes tradicionais 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.

Que condições propiciam esse investimento em Portugal? Os investidores franceses encontram em Portugal um excelente ambiente de negócios, uma mão-de-obra muito bem formada e multilingue, infraestruturas de muito boa qualidade, especialmente de te-

lecomunicações. A tendência é, portanto, excelente e estou convencida de que continuará a progredir ainda mais. Acrescento que os investidores portugueses também são bem-vindos em França.

Como analisa a relação comercial entre Portugal e França?

A relação comercial entre França e Portugal é densa e em constante crescimento, em todas as áreas ou quase: aeronáutica, automóvel, vestuário, etc. – em coerência com os pontos fortes das nossas respectivas economias. Há cerca de dez anos, no entanto, a nossa balança comercial de bens apresenta-se fortemente deficitária com Portugal: em 2021, era de -1750 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. Os produtos farmacêuticos e de biotecnologia são exceções da nossa relação comercial, assim como os produtos agrícolas e aeronáuticos.



Os investimentos franceses mais do que triplicaram entre 2012 e 2021. Este grande volume é um indicador da confiança que França e os seus atores económicos têm na economia portuguesa

E especificamente nos domínios da investigação científica, da biotecnologia, da economia do mar, da indústria e da construção?

Nas áreas que menciona, Portugal encontra em França um mercado natural para as suas exportações nos seus domínios de excelência tradicional, bem como nos sectores do futuro. Em termos de investigação científica, biotecnologia, economia do mar, nem tudo se pode medir em estatísticas comerciais: também temos cooperações técnicas e universitárias que mostram também a grande proximidade de visão dos nossos dois países sobre esses assuntos.

As comunidades de investigação científica portuguesa e francesa estão muito ligadas. Muitos investigadores portugueses fizeram o doutoramento em França e não é raro encontrar investigadores franceses em unidades de investigação portuguesas. A investigação que franceses e portugueses produzem em conjunto é de grande qualidade, como ilustra a atribuição do Prémio Tremplin Mariano Gago na primavera de 2022 a quatro equipas científicas franco-portuguesas.

Como classifica a resposta das empresas às exigências da agenda climática, em particular às impostas pela Comissão Europeia?

Os Europeus adotaram em conjunto o objetivo de reduzir as emissões de gases com efeito de estufa de 55% até 2030. O verão que passamos mostrou-nos, se ainda fosse necessário, como é urgente agir. Com a União Europeia, França continuará a acelerar os seus programas de neutralidade de carbono e anunciou um plano de sobriedade energética no passado 14 de julho. A transição ecológica é também uma oportunidade para a inovação, para o crescimento, para o emprego. A transição ecológica será a condição sine qua non da competitividade das empresas amanhã. E acredito que as empresas, tanto em Portugal como em França, compreenderam bem isso. Em 2021, por ocasião da conferência económica luso-francesa, foi

apresentado um estudo intitulado «Portugal e França: juntos para a transição ecológica – A responsabilidade das empresas» pelos Conselheiros do Comércio Externo de França (CCEF). Este estudo mostra que as empresas francesas presentes em Portugal têm um forte compromisso a favor do ambiente e estão a realizar uma verdadeira política de transição ecológica, quer internamente, quer intensificando a sua inovação. Um número significativo dessas empresas criou, por exemplo, estruturas internas especificamente dedicadas à gestão da transição ecológica.

E quais são os maiores desafios que as empresas enfrentam para se adaptarem às novas regras europeias?

A transição ecológica não é uma tarefa fácil para as empresas, principalmente as pequenas e médias empresas (PMEs), que nem sempre dispõem dos meios necessários para realizar essa transição rapidamente. De forma global, as empresas francesas presentes em Portugal consideram, de acordo com o referido estudo, que existe um travão cultural significativo nas suas estruturas para realizar corretamente a sua transição. 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.

Entregou as suas cartas de credenciais no dia 13 de setembro. Como estão a ser estas primeiras semanas em Portugal?

Cheguei a Portugal no dia 5 de setembro e tive a sorte de poder apresentar as minhas cartas de credenciais a Sua Excelência Senhor Presidente da República Portuguesa no dia 13 de setembro. Desde então, encontrei um grande número de interlocutores para conhecê-los e avançar em questões bilaterais ou europeias em particular. Fui, assim, ao Porto no dia 14

de setembro para encontrar o presidente da Câmara, Rui Moreira, participar na inauguração do novo centro de engenharia e inovação da empresa francesa Alstom, conhecer as empresas francesas da região e visitar o liceu francês do Porto. Encontrei-me também com o secretário de Estado do Ensino Superior português, Nuno Teixeira, para abordar a questão do acesso ao ensino superior português dos alunos titulares do diploma francês de 12.º ano, na sequência da reforma do mesmo. O meu encontro com o Ministro dos Negócios Estrangeiros português, João Gomes Cravinho, permitiu preparar o seu encontro, em Paris, com a sua homóloga francesa, Catherine Colonna, no dia 7 de outubro. Com o secretário de Estado do Mar português, José Maris Costa, inauguramos, em Lisboa, o Fórum dedicado aos oceanos no dia 26 de setembro, no âmbito da Temporada Cruzada França-Portugal. Com o secretário de Estado dos Assuntos Europeus, Tiago Antunes, abordámos as grandes questões europeias. A relação bilateral entre os nossos dois países é muito densa. Isto reflete-se nos próximos



Foto cedida

eventos que estamos a preparar neste momento: o encerramento, em Portugal, da Temporada Cruzada e a abertura da Festa do cinema francês, no final de outubro, bem como o WebSummit logo no início do mês de novembro.

Quais são as principais áreas de cooperação entre França e Portugal e que agenda “herdou” do seu antecessor?

A dimensão económica das relações entre França e Portugal continua a ser essencial, tanto a nível comercial como em termos de investimentos, como indiquei. As questões europeias também estão no centro das nossas relações bilaterais e as nossas convergências são fortes na maioria das questões. A França apoiou plenamente a Presidência portuguesa da UE no primeiro semestre de 2021, e pudemos contar com o valioso apoio de Portugal durante a Presidência francesa da UE no primeiro semestre deste ano. Uma Presidência da UE ocorre, claro, principalmente em Bruxelas, mas cabe à embaixada do país que exerce a presidência ajudar a dar-lhe vida localmente. Aqui em Portugal, a minha ante-

cessora e a embaixada organizaram vários eventos sobre temas que estiveram na agenda do Conselho da UE em Bruxelas, como a soberania digital europeia, a construção de uma defesa comum, a consideração dos oceanos na agenda europeia de transição ecológica ou as questões de igualdade de género. Estes temas, e muitos outros, continuarão a marcar o trabalho desta embaixada e a minha agenda para os próximos três anos. Dentro de algumas semanas, encerrar-se-á a temporada Cruzada França Portugal. Mais de 400 projetos foram implementados desde o seu lançamento em Paris, em fevereiro passado, com a participação de mais de 4.000 intervenientes, em 150 cidades em território francês e português. São projetos de alta qualidade em áreas tão variadas como a gastronomia, a ciência, a educação, o ambiente, a economia e, claro, projetos culturais e artísticos. Estes projetos, realizados conjuntamente por portugueses e franceses, permitiram abordar os desafios do futuro para as nossas sociedades: a construção de uma cultura de igualdade de género ou a preservação de bens públicos globais, como o oceano.



A transição ecológica será a condição sine qua non da competitividade das empresas de amanhã

Trata-se de encorajar os mais jovens a apropriarem-se do diálogo entre os nossos dois países e a torná-lo vivo.

E no domínio da defesa?

A nossa parceria com Portugal é essencial, nomeadamente em várias regiões de África onde as nossas forças armadas estão mobilizadas em conjunto. Ao nível estratégico, Portugal, como nós, apoia uma forte integração europeia na área da defesa e defende o aprofundamento do pilar europeu da NATO. A adoção, durante a Presidência francesa da União Europeia, do Bússola Estratégica, iniciativa lançada durante a Presidência portuguesa, é um belo exemplo de cooperação entre os nossos dois países.

Como vê a evolução da situação geopolítica e de segurança num futuro próximo?

Desde o dia 24 de fevereiro, vivemos o retorno da guerra ao continente europeu. Uma guerra que a Rússia iniciou, violando assim os princípios mais fundamentais da Carta das Nações Unidas, e que já teve um impacto considerável nas nossas economias, na nossa segu-

rança e constitui uma ameaça às nossas democracias. Um dos efeitos desta guerra foi, paradoxalmente, aproximar ainda mais e muito rapidamente os países europeus, dentro da UE, mas também fora dela. Na quinta-feira, 6 de outubro, foram convidados 44 Estados europeus para a primeira reunião da Comunidade Política Europeia no âmbito da Cimeira de Praga. Estados que desejem cooperar para reforçar a segurança, a estabilidade e a prosperidade de toda a Europa. Um dos objetivos da Cimeira será dar uma resposta às consequências dramáticas da guerra na Ucrânia. A agressão iniciada pela Rússia na Ucrânia está, portanto, longe de terminar e o nosso compromisso de apoio à Ucrânia deve ser de longo prazo. Mais do que nunca, França está convencida de que uma das melhores maneiras de resistir às crises internacionais de todos os tipos é construir uma Europa soberana, unida e democrática. A Europa é uma proteção para os seus cidadãos: para determinar como agir face à inflação, para baixar os preços da energia, bem como para combater uma pandemia global. ■

TROFÉUS CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSO-FRANCESA

Prémios representam “força empresarial” dos dois países

Entidade vai distinguir no próximo dia 13 de outubro as empresas que se têm destacado em várias áreas de atividade e investimento entre Portugal e França, reforçando cada vez mais as suas ligações económicas, políticas e sociais.

RODOLFO ALEXANDRE REIS
rreis@medianove.com

A Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF) realiza no próximo dia 13 de outubro, a 28ª edição, dos Troféus Luso-Franceses 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. Criados em 1993, estes troféus têm vindo a distinguir as empresas que, pelo investimento feito em várias áreas de atividade, têm contribuído para o reforço da ligação económica, política e social entre Portugal e França. As inscrições encerraram no passado dia 20 de setembro, cabendo as escolhas das melhores empresas sediadas em Portugal e em França 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.

Em declarações ao Jornal Económico (JE), Arnaud Havard, Administrador da Rubis Energia Portugal e um dos membros do júri, considera que os troféus da CCILF “representam um símbolo da força das relações comerciais entre as empresas francesas e portuguesas. Em particular, permitem que a comunidade económica se reúna a cada ano e celebre os sucessos empresariais (investimentos, startups, iniciativas no

âmbito da responsabilidade social e ambiental. Sobre a evolução empresarial entre Portugal e França desde 1993, o responsável salienta que a integração europeia conduz necessariamente à convergência entre o tecido empresarial dos dois países. “Os investimentos cruzados são cada vez mais significativos e, no Conselho de Administração da CCILF, interessa-nos não só a presença de empresas francesas em Portugal, mas também a presença de empresas portuguesas em França”, refere.

Por seu turno, Armando Gomes, presidente da Lauak Portuguesa – Indústria Aeronáutica,



“De 2014 a 2021 as exportações de Portugal para França aumentaram de 65% e as francesas para Portugal aumentaram também de 60%”, refere Armando Gomes

Lda e também membro do júri, refere ao JE que estes troféus são “o culminar de todo o trabalho feito pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa a facilitar e incentivar as trocas comerciais entre Portugal e França, distinguindo o esforço e o sucesso obtidos pelas empresas. É nestas soirées que a Câmara traz para a ribalta dezenas de empresas que contribuem para que a relação comercial entre os dois países continue de crescer”.

Abordando os quase 30 anos de negócios entre ambos os países, o responsável destaca a última década, na qual as trocas comerciais aumentaram de forma considerável. “De 2014 a 2021 as exportações de Portugal para França aumentaram de 65% e as francesas para Portugal aumentaram também de 60%. Em 2021 a França foi o segundo maior investidor estrangeiro em Portugal. Muitas empresas francesas criaram filiais em Portugal: a minha, Lauak Portugal, seguida de Mecachrome, Airbus, Airbus ATLANTIQUE e muitas mais. Há uma grande evolução empresarial entre os dois países em todos os setores da Indústria, do comércio e serviços”, realça.

Outro dos membros do júri é Francisco Campilho, administrador-delegado da Victoria Seguros, que destaca que estes troféus “têm permitido demonstrar a vitalidade e o fortalecimento das ligações entre os dois países e que se tem vindo a acentuar nos últimos anos. Conseguem-se assim o reconhecimento público das empresas portuguesas com ligação ao mercado francês e também das francesas ao mercado português

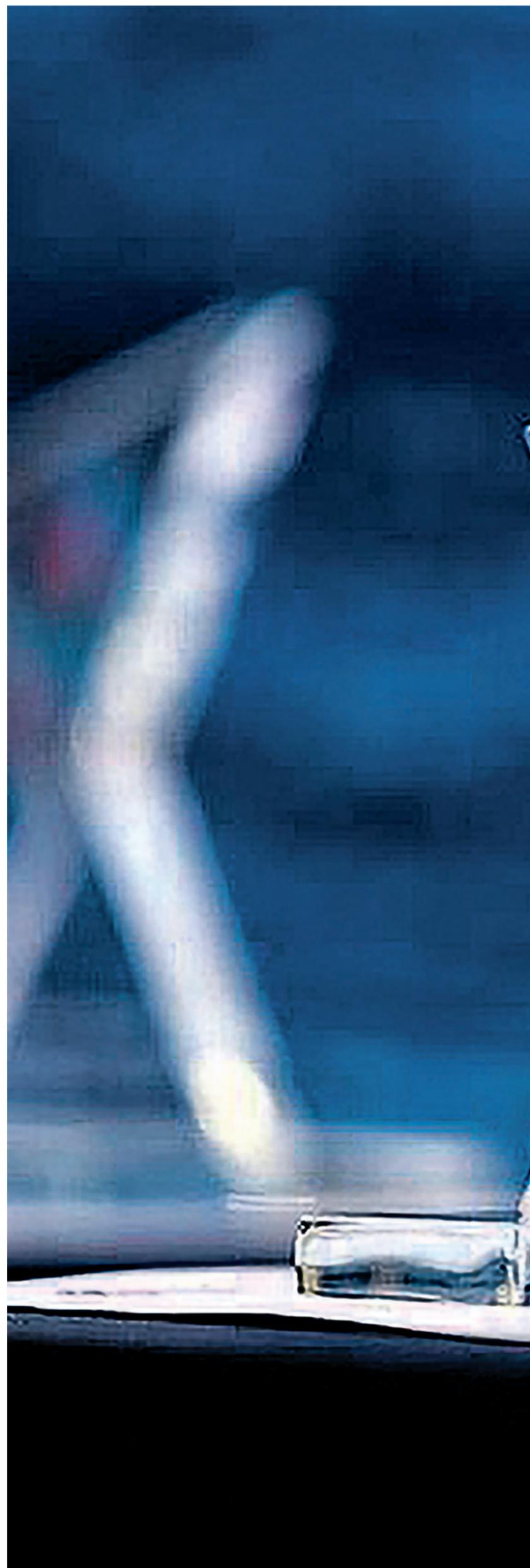




Foto cedida

nas várias categorias que vão desde o investimento à inovação, passando pelo desenvolvimento sustentável, a exportação, com destaque para as PME e para as startups”, realça.

O responsável sublinha que nos últimos 30 anos “as relações económicas não só aumentaram como se aprofundaram. Por outro lado, a crescente presença de emigrantes franceses em Portugal tem também contribuído para o estreitamento das relações entre os dois países”, explica.

Um dos prémios a ser entregues na gala que vai decorrer no Hotel Palácio Estoril, e que será presidida pelo secretário de Estado da Internacionalização, Bernardo Ivo Cruz, é o troféu do júri, que distingue a melhor entre as melhores empresas. Para Armando Gomes, este prémio é dado a dois tipos de empresas: as que se apresentam “com um projeto ‘coup de coeur’, em que deixamos de ser analistas e primamos a emoção”, e as empresas que “pela sua dimensão o seu historial ganharia qualquer dos troféus a que se candidatasse”.

Por sua vez, Arnaud Havard, explica que existe um debate entre os membros do júri para avaliar se existe uma candidatura que reúna um consenso para a atribuição deste troféu. “A justificação difere de ano para ano: valorização de uma iniciativa social, destaque a uma empresa que se diferenciou, reconhecimento de uma área de atividade, etc”, refere.

Já Francisco Campilho defende que este troféu é o “reconhecimento especial de uma empresa que se vai tornando evidente ao longo do processo de análise e seleção dos finalistas. É uma empresa que se destaca de tal forma das restantes candidaturas, pelo caso que apresenta ou pela forma como o faz, que tem de ser premiada de forma especial. Foi assim que foi criada esta categoria, que nem todos os anos é atribuída”, conclui. ■



”A crescente presença de emigrantes franceses em Portugal tem também contribuído para o estreitamento das relações entre os dois países”, diz Francisco Campilho

VICTORIA
Uma empresa do Grupo Segurador **SMA**

**Da invenção
à inovação.**

**Um caminho desafiante
que percorremos juntos.**

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
PARCEIRA OFICIAL E
PATROCINADORA DO
TROFÉU INOVAÇÃO**

**TROFÉUS
LUSO-FRANCESES
2022**

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.

APRESENTAÇÃO DOS TROFÉUS

Seis categorias com 18 empresas a concurso em várias áreas de atividade

Imobiliário, saúde e eletricidade competem, entre outros pelo prémio de exportação, inovação ou investimento. Entre os critérios para nomeação está a evolução dos resultados dos últimos anos.

RODOLFO ALEXANDRE REIS
rreis@medianove.com

Depois de nas edições anteriores terem galardoado entre as mais de 1.500 empresas a concurso, a Natis, a ANA – Aeroportos de Portugal ou a Novadelta, a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF) tem na sua 28ª edição 18 empresas a concurso divididas em seis categorias: exportação, PME, investimento, startup, desenvolvimento sustentável e inovação. Para serem merecedoras de nomeação, as empresas têm de corresponder a determinados critérios e característica definidos pelos membros do júri.

“Analisamos a evolução dos resultados dos últimos anos, volume de negócios, total vendas à exportação França ou Portugal número de empregados etc. Depois votamos, contabilizamos os votos e estabelecemos a classificação. Deve ser uma empresa dinâmica, a atuar no mercado franco-português com bons resultados e vontade de crescer”, explica Armando Gomes, presidente da Lauak Portuguesa – Indústria Aeronáutica, Lda e patrocinador do troféu exportação.

Nesta categoria concorrem três empresas: a Gardengate, SA, cuja área de atividade passa pelo fabrico e comércio de artigos em alumínio nomeadamente portas, valorizando as habitações através do enfoque na inovação e design, disponibilizando soluções mais sustentáveis, com melhor desempenho, e geradoras de maior segurança e conforto, tendo como objetivo ser o maior fabricante europeu de produtos em alumínio para a envolvente da habitação.

A concurso está também a José Júlio Jordão, Lda, presente na atividade do fabrico de equipamento não doméstico para refrigeração. Fundada em 1982 com 22 colaboradores, fez a sua primeira exportação no ano seguinte para os Países Baixos. Em 2021, apresentou uma nova solução de isolamento térmico em cortiça natural, matéria-prima renovável, carbono negativa e 100% reciclável.

O terceiro e último candidato desta categoria é a Welding Structure and Piping (WSP) SA, especializada no setor da electricidade

industrial, média e baixa tensão, instrumentação, automação e controlo, manutenção industrial e telecomunicações, onde se destaca desde 2009 os trabalhos realizados em França, em particular no Aeroporto Charles de Gaulle, RES Cadarache, CERN e EPR Flamanville 3, tendo sido incluída na lista das melhores 500 PME a nível europeu, dado o seu crescimento.

Por sua vez, Arnaud Havard, administrador da Rubis Energia Portugal e patrocinador do troféu dedicado ao desenvolvimento sustentável, refere que entre as características para uma empresa receber este galardão está uma apresentação detalhada justificando as suas conquistas e as razões pelas quais acredita que pode ser declarada vencedora. “Os membros do júri têm perfis diferentes, o que permite uma diversidade de perspetivas e pontos de vista. Não há ideias preconcebidas, qualquer tipo de empresa pode (e deve) participar. O que fica demonstrado pelos setores de atividade e pelos perfis das empresas às quais foram atribuídos troféus nos últimos anos”, explica.

O responsável acrescenta ainda que o júri reúne-se e cada um dos seus membros seleciona três empresas para cada troféu (excluindo o troféu do júri) atribuindo um, dois ou três pontos. “As três empresas com mais pontos no geral são selecionadas e a vencedora é aquela que obtém a maior pontuação. O processo é, assim, estruturado e transparente”, salienta.

Na categoria do desenvolvimento sustentável, o primeiro dos três candidatos é a Edenred Portugal, ligada à criação, organização e administração de serviços empresariais e consultoria de gestão de empresas. Criadores do título Refeição e com mais de 50 anos de experiência de mercado, com presença em Portugal há mais de 35, a empresa é líder mundial em soluções transacionais para empresas, colaboradores e comerciantes, tendo como objetivos potenciar o bem-estar e o poder de compra do utilizador, melhorar a atratividade e a eficiência das empresas, contribuir para o aumento do volume de negócios para os comerciantes afiliados e dinamizar o mercado de trabalho e a economia local. Nesta ca-

tegoria encontra-se também nomeada a Lameirinho - Indústria Têxtil, SA. Fundada na cidade de Guimarães em 1948, tem como missão produzir e distribuir produtos de têxtil-lar que visam proporcionar ao consumidor final bem-estar, mas também consolidar a sua posição nos mercados nacional e internacional, enquanto fabricante deste tipo de produtos, através de um forte investimento nas áreas de I&D e Design. A empresa quer também manter uma forte aposta nas vendas online e com melhorias contínuas, cimen-

tar a sua posição na indústria 4.0, bem como uma atualização constante das competências técnicas e humanas, visando a satisfação dos seus clientes.

O terceiro nomeado é a Vipex, uma empresa ligada à transformação de termoplásticos, sediada na Marinha Grande, com um volume de negócios de aproximadamente oito milhões de euros. Exportando diretamente cerca de 75% da sua produção, a empresa dispõe de 22 máquinas de injeção de mono e bi-material como equipamentos principais. O seu modelo de negócio assegura a avaliação das funções e especificações dos produtos em conjunto com os clientes, para uma adequada industrialização e uma eficiente produção, estando todo o processo de negócio sistematizado num roadmap que define as diferentes etapas, as atividades desenvolvidas e as competências necessárias ao seu desenvolvimento. A empresa utiliza metodologias de apoio à reflexão (Blue Ocean Strategy), de execução estratégica (Balanced Scorecard) e avançadas de qualidade, com o objectivo de criar vantagens competitivas sustentáveis, reconhecidas pelos clientes.

Francisco Campilho, administrador-delegado da Victoria Seguros, sublinha que “os critérios que são utilizados para a escolha dos finalistas entre as várias empresas que se candidatam a cada uma das categorias são não só quantitativos, mas também qualitativos (relevância do projeto, abrangência e destinatários, impacto na sociedade,...), ao nível das vários projetos que são apresentados”.

O responsável da seguradora e patrocinador do troféu ligado à inovação, destaca uma das características mais importantes para uma empresa se candidatar a um dos troféus: o ‘pitch’, dado que demonstra a vontade de vencer da empresa candidata. “A qualidade da candidatura é decisiva para a atribuição do prémio. A informação deve ser o mais completa possível para dar a conhecer a empresa ao nível das suas principais variáveis financeiras, mas também as características que querem evidenciar para a nomeação numa determinada categoria. A envolvente humana da empresa é também um



“As três empresas com mais pontos no geral são selecionadas e a vencedora é aquela que obtém a maior pontuação. O processo é assim estruturado e transparente”, explica Arnaud Havard





Cristina Bernardo

fator importante para uma melhor compreensão e avaliação da candidatura”, explica.

Para este prémio estão presentes duas empresas nomeadas em outras categorias: a José Júlio Jordão, Lda e a Lameirinho - Indústria Textil, SA. A outra nomeada nesta categoria é a Vitas Portugal, Unipessoal, Lda, que se dedica atualmente ao fabrico e comercialização de produtos para a nutrição vegetal (fertilizantes), nutrição animal (produtos de nutrição e bem estar animal) e nutrição humana (vinhos).

Outra das categorias deste evento é dedicada às pequenas e médias empresas (PME), tendo como patrocinador o Novobanco. Mais do que mencionar as características a que devem corresponder os nomeados, fonte da entidade bancária fez, ao JE, um balanço sobre os quase 30 anos dos prémios da CCILF, que são parte da relação entre Portugal e França, mais acentuadamente no âmbito económico, e têm sido - no entender da entidade - muito importantes para consolidar a proximidade entre as duas economias. Também referiu que não se pode esquecer o papel que estes troféus acabam por ter na implantação das comunidades portuguesa e francesa, realçando a histórica presença da comunidade portuguesa em França, que nos últimos anos tem mostrado um forte crescimento da comunidade francesa residente em Portugal.

A mesma fonte destaca o papel destes troféus no sentido de dar visibilidade e premiar os melhores nas relações comerciais. “É uma forma de estímulo para com a comunidade empresarial, dado que as empresas distinguidas constituem sempre uma referência e as suas práticas servem muitas das vezes como inspiração para as restantes empresas, nomeadamente para as que atuam nos mesmos mercados ou segmentos de atividade”, salienta.

Uma das nomeadas nesta categoria é a Caxamar Comércio e Indústria de Bacalhau, SA, fundada em 1989 e que visa fornecer o melhor bacalhau ao mercado nacional e internacional, desenvolvendo métodos e processos inovadores que permitam um crescimento sustentado e gerando valor acrescentado junto dos acionistas, clientes e fornecedores. Indica a mesma fonte que este crescimento e a importância do relacionamento comercial luso francês reflete-se no facto de a França ser atualmente o segundo maior investidor no mercado português e também segundo maior destino das nossas exportações, para além de constituir o nosso terceiro mercado de importações. E salientou que no ano passado, França foi o segundo país com mais turistas a visitar Portugal. Como tal, refere que não se pode dissociar a importância da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa enquanto incrementadora do comércio bilateral entre Portugal e França, pelo seu contributo nesta evolução e crescimento.

Nomeado para o troféu de PME está também a Desafios em Sintonia, uma empresa especializada na importação e exportação de produtos de diferentes países para proteção individual e dispositivos médicos, que tem como objetivo a criação de condições de satisfação para todos os intervenientes.

A terceira candidata desta categoria é a Tirion Portugal Works Management, Lda, uma empresa que atua no setor da construção, desde a conceção do projeto e orçamentação até à execução, mas estando também focada nas áreas de fiscalização e gestão de projetos e obras, tendo como objetivo alcançar novos mercados e contribuir para a inovação no setor da construção, que é cada vez mais competitivo.

Para o troféu da categoria de investimento a primeira nomeada é a Lameirinho - Indústria Textil, SA. Outra das nomeadas é a AR France Invest, uma promotora imobiliária e holding no mercado francês da portuguesa Alves Ribeiro. Entre os vários projetos da AR France Invest estão o primeiro centro de negócios da nova geração para as áreas de moda, acessórios e produtos para casa. Situada na localidade de Roissy a nordeste de Paris, a primeira fase do projeto contemplou um investimento de 150 milhões de euros de investimento, num volume total de 500 milhões de euros. A terceira empresa desta categoria é a Capgemini Portugal, SA, grupo especializado na consultoria, coordenação, implementação e execução de projetos nas áreas tecnológicas e de sociedade de informação, bem como formação. A subsidiária do grupo francês prevê fechar este ano com um crescimento na faturação de 16% comparativamente a 2021, quando registou receitas de 162 milhões de euros, e um aumento de 18% no número de colaboradores, que lhe permitirá ultrapassar os quatro mil trabalhadores no país, tendo ainda 600 vagas de emprego por preencher neste momento até ao final de 2022.

A última categoria dos troféus da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa diz respeito às startups. Entre as três nomeadas está a Carob World Portugal, empresa ligada à produção de produtos de confeitaria, que vão desde as tabletes, aos cremes e xaropes desenvolvidos à base de alfarroba e da sua farinha.

Outra das nomeadas é a Grandes Estudos Européennes de Santé (GEDS), cuja área de atividade está ligada aos de estudos e serviços de apoio na área da saúde, serviços integrados de promoção, formação, recrutamento, conselho e orientação profissional. Esta organização trabalha em nome das universidades europeias às quais está vinculada por contrato exclusivo para dar a conhecer estas universidades nos países francófonos.

Por fim, surge como nomeada no troféu startup, a Satellite Vedette, a primeira rádio para a comunidade francófona em Portugal. ■

O Jornal Económico não mudou,

O conhecimento de sempre,
agora com uma experiência de leitor
personalizada, edição diária digital
e convergência de formatos.

transformou-se.

Descubra a melhor forma
de estar informado
em jornaleconomico.pt



O conhecimento transforma.