



ESPECIAL

TROFÉUS DA CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA

LUSO FRANCESA



AS MELHORES EMPRESAS EM SUSTENTABILIDADE, INOVAÇÃO E VALOR ACRESCENTADO

A 26ª edição dos Troféus Luso-Franceses revelaram as melhores empresas em seis categorias e também um Troféu do Júri que foi para a gestora Ana - Aeroportos de Portugal do grupo Vinci. França é o segundo cliente de Portugal, o terceiro fornecedor e o primeiro empregador estrangeiro, é ainda o primeiro investidor em termos de valor acrescentado e tem interesses em crescendo em Portugal.

ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES


ANÁLISE

Cerca de 750 empresas e 60 mil empregos: o retrato da aposta francesa em Portugal

A 26ª edição dos Troféus Luso-Franceses revelou os vencedores nos seis prémios e ainda um Troféu do Júri. São os melhores na inovação, sustentabilidade e exportação. O investidor francês é o melhor em termos de Valor Acrescentado e o maior empregador estrangeiro.

VÍTOR NORINHA
E CARLOS CALDEIRA
vnorinha@jornaleconomico.pt

Sete vencedores receberam os Troféus Luso-Franceses nas várias categorias. Nos primeiros seis troféus temáticos, a Visound Acústica ganhou o Troféu Inovação, a Renault Portugal arrecadou o Troféu Desenvolvimento Sustentável, a Delabie o Troféu Investimento, a Balanças Marques recebeu o Troféu PME, a BBG o Troféu Exportação e o CybEle o Troféu Startup. O júri atribuiu o seu prémio pelo trabalho desenvolvido ao nível do turismo nacional à ANA – Aeroportos do grupo Vinci.

Numa análise aos vários setores de atividade onde empresas francesas ou de capital francês e ainda ao interesse dos franceses por Portugal constata-se que há cada vez mais cidadãos gauleses a viver em Portugal. No final de 2018, estavam inscritas no registo consular junto da Embaixada de França em Portugal, 16.611 pessoas. De real-

çar que os franceses estão no topo da lista de compradores de bens imobiliários (à frente dos ingleses, brasileiros, suíços e chineses).

O investimento francês em Portugal tem também crescido. Segundo a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa, estima-se que haja cerca de 750 firmas com capitais franceses em Portugal, que empregam perto de 60 mil pessoas. Mas quais são essas empresas? As do sector automóvel são as que têm maior expressão em Portugal. Empresas como o Groupe PSA, que tem na sua fábrica de Mangualde um centro de produção de veículos ligeiros, ou a Renault, que mantém em Cacia a produção de componentes automóveis, estão no País há várias décadas.

Já a Engie, com 620 colaboradores no país, representa o sector das energias renováveis em Portugal, empresa que anunciou já uma parceria estratégica com o grupo EDP. A Legrand, com sede em Carcavelos, é outra companhia francesa que marca presença no território

português. Trata-se de um grupo multinacional especializado no fabrico e comercialização de materiais elétricos e hidráulicos.

Aumento do peso na banca
No retalho, os franceses estão representados com a Auchan/Jum-

No retalho, os franceses estão representados com a Auchan/Jumbo, a Leroy Merlin, a Decathlon, o Intermarché, o Leclerc, a Conforama, La Redoute e Fnac entre outras

bo, a Leroy Merlin, a Decathlon, o Intermarché, o Leclerc, a Conforama, La Redoute e Fnac entre outras. Mas há uma outra grande empresa francesa em Portugal que entra na casa de muitos portugueses diariamente: a Altice, que detém a Meo. O grupo finalizou a aquisição da PT Portugal em 2015, tornando-se um dos maiores empregadores do País. A empresa tinha como objetivo contratar mais 200 colaboradores em 2019.

Já no sector financeiro, se o peso do investimento espanhol domina, o francês continua em crescimento. Nos últimos anos, várias companhias francesas elegeram Portugal como a sua base para criar centros de tecnologias de informação e transferir outras atividades. É o caso do BNP Paribas, que escolheu Lisboa para fixar parte das suas atividades, continuando a contratar para diversas áreas, desde gestão de risco, gestão de ativos, backoffice ou mercados de capitais. Conta com 1.800 profissionais no país. Por outro lado, o banco de investimento francês Natixis abriu um

centro tecnológico no Porto, em 2017, tendo transferido para o país as tecnologias da informação. Atualmente tem 550 funcionários em Portugal, mas a meta é alcançar os 700 colaboradores até ao final de 2019.

Mais franceses em Portugal

O clima e o custo de vida de Portugal têm atraído cada vez mais franceses reformados, tanto em visitas turísticas como em residentes. Segundo as estatísticas apresentadas pelos serviços portugueses encarregados da imigração (SEF), em 2018 o fluxo de nacionais franceses a entrar em Portugal registou, pelo segundo ano consecutivo, um aumento de mais de 25%, a segunda maior progressão constatada (depois da Itália, com (29%). Com 19.771 pessoas (1/3 são reformados), a França é a sétima comunidade estrangeira mais importante do país (atrás do Brasil, Cabo Verde, Roménia, Ucrânia, Reino Unido e China). Um facto a que também não será alheia a existência de várias companhias francesas.

Os franceses inscritos no registo consular residem maioritariamente nas regiões de Lisboa (45%), no Norte (20 a 30%) – nos arredores do Porto, Braga, Vila Real e Viana do Castelo –, no Algarve (15%) e, em menores proporções, nas cidades do centro do país (13%) e nas regiões ultramarinas da Madeira e dos Açores, revela a Embaixada de França em Portugal.

Em termos turísticos, cerca de três milhões de franceses visitaram Portugal em 2018 (foram 600 mil em 2010). Os franceses representam 13% dos visitantes estrangeiros e a terceira nacionalidade de visitantes a Portugal, atrás dos espanhóis (5,3 milhões) e dos ingleses (3,5 milhões) e à frente dos alemães (1,8 milhões). ●



DESIGN SUSTENTÁVEL RESPONSÁVEL

A DELABIE, especialista em **torneiras e equipamentos sanitários para Locais Públicos**, é guiada por uma lógica de economia de água e de energia criando gamas de produtos design, eficientes e responsáveis.

DELABIE



Cristina Bernardo

ENTREVISTA FLORENCE MANGIN Embaixadora de França em Portugal

“O interesse da França em Portugal está num claro crescimento”

A França é o investidor industrial de maior valor acrescentado em Portugal e está para ficar. O interesse dos empresários gauleses no país “está em crescendo”, salienta a embaixadora Florence Mangin.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

O que mais atrai os franceses em Portugal?

Tudo. Portugal interessa aos franceses de uma forma em geral. Há um modelo, mas a forma como Portugal saiu da crise muito dura que o afetou é, certamente, uma forma de inspiração para muitos observadores. O país foi muito corajoso e houve um voluntarismo por parte dos governantes e também um voluntarismo por parte da população que fez sacrifícios. E essa foi uma situação que impressionou muito os franceses.

Há um crescendo de apetência por Portugal, essencialmente no plano turístico e não dou nenhuma novidade, mas o que é mais extraordinário foi a maneira como Portugal conseguiu recentrar-se e encontrar uma margem de manobra a nível económico e que acabou por criar oportunidades para as empresas francesas que vieram

até Portugal e efetuaram investimentos.

Portanto, estamos perante um conjunto de fatores que se combinam para tornarem Portugal – e não sei se posso empregar a expressão – um país que está na moda. E, claro, espero que seja uma moda perene porque claramente para as empresas não se tomam iniciativas e decisões numa visão a três meses, mas no médio e longo prazo. Logo, é nuclear que esta atratividade global do país se mantenha.

Quanto valem os negócios franceses em Portugal e quais os grandes setores de atividade onde os empresários franceses têm investido?

Desde há alguns anos que o fluxo comercial e o esforço de investimento das companhias francesas em Portugal está em crescimento. Em 2018, as exportações de França para Portugal representavam 6,9 bilhões de euros e cresceram 7% ; continuam dinâmicas este ano. A França é o segundo cliente

“

Estamos perante um conjunto de fatores que se combinam para tornarem Portugal – e não sei se posso empregar a expressão – um país que está na moda. E, claro, espero que seja uma moda perene porque claramente para as empresas não se tomam iniciativas e decisões numa visão a três meses

de Portugal, o terceiro fornecedor, mas somos o primeiro empregador estrangeiro em Portugal. Este é um aspeto menos conhecido da importância da França em Portugal, pois existe mais de um milhão de filiais e sucursais (com dados de 2017 e que são as estatísticas mais aproximadas). Significa 40 a 60 mil empregos e somos os primeiros em termos de Valor Acrescentado criado no país. Logo é uma presença forte e que está em crescimento e isso demonstra também a boa saúde económica do país, sobretudo numa altura em que o ambiente económico na Europa global é de incerteza. Friso: O interesse da França em Portugal está num claro crescimento.

Os atores franceses investem em sectores muito variados, o que ilustra a atratividade de Portugal. A França está especialmente presente na grande distribuição, nos transportes, no sector automóvel, nas infra-estruturas e nos serviços. Existem também perspectivas interessantes de investimento nas

energias renováveis, por exemplo.

Quais os constrangimentos que as empresas industriais e de serviços encontram em Portugal?

A nível de constrangimentos continua a existir o problema da mão-de-obra, essencialmente a especializada mas, é claro o esforço do Governo português para melhorar este aspeto relacionado com os recursos humanos. Não nos podemos esquecer que muitos portugueses saíram do país durante a crise económica e isso gerou um problema de competências a nível de RH e as empresas com quem falei frisaram essa dificuldade.

E, não menos relevante é um outro constrangimento e que é alguma fragilidade a nível do setor bancário. Existem melhorias mas ainda há fragilidades que precisam de ser debeladas. De qualquer forma, o resultado final é positivo. E mesmo que algumas alterações não sejam simples quando transportadas para a vida do dia-a-dia, o resultado final é, friso, positivo. Reforço



Linhas de Investimento
Portugal 2020

Para pequenas, médias e grandes ambições.



Seja qual for a dimensão da sua empresa e da ambição que tem para ela, há uma solução de investimento adequada ao seu caso. Para o ajudar a saber exatamente qual, ninguém melhor do que a nossa equipa de especialistas em investimento. Se tem a ambição de ter ao seu lado um bom parceiro de negócios, fale com o NOVO BANCO. A nossa ambição é realizar a sua.

novobanco.pt/empresas

NOVO BANCO¹
EMPRESAS

que a questão da mão-de-obra nas indústrias de ponta e também nos serviços terá de melhorar.

Que trabalho tem sido feito por Portugal ao nível da diplomacia económica para atrair mais investimento francês?

Esse é um tema dos ministérios da tutela em Portugal. O que conheço bem é a diplomacia económica francesa pois temos múltiplas indicações que nos são fornecidas pelas nossas autoridades e como embaixadores temos de ser muito ativos nesse aspeto.

Os últimos dois anos têm sido fortes em turismo e compras de imobiliário em Lisboa, Porto e Algarve por parte de cidadãos franceses. Essa tendência é para continuar? O que os atrai mais em Portugal?

É verdade que se verificou uma explosão excecional do turismo em Portugal e todos os números dos últimos anos são eloquentes. Há um crescimento do turismo francês mas também de outras nacionalidades de uma forma muito expressiva. Mas é interessante verificar que os últimos dados conhecidos mostram uma estabilidade e logo a questão é pertinente. Interrogamo-nos se a explosão do turismo vai continuar? Claro que a resposta está com os portugueses que terão de criar apetências para o turismo evoluir e crescer fora dos centros de Lisboa, Algarve ou Porto. E interessante levar o turismo para regiões fora dos grandes centros e, de preferência, mais rurais. Sei que há iniciativas em movimento.

Por outro lado, percebem que os setores de atividade em Portugal ligados ao turismo estão segmentados. Algumas fontes afirmam que se atingiu a maturidade e este é o cenário de futuro, enquanto outros analistas acreditam que é um setor que pode cair. A verdade é que a explosão do turismo está ligada a fatores que já sublinhei mas também está ligada ao cenário específico dos países do Magreb e que beneficia Portugal. Os turistas deixaram de viajar para algumas daquelas regiões pelas razões que são conhecidas. Ora, se amanhã, a Tunísia ou Marrocos registarem um aumento do fluxo turístico, é bem possível que Portugal venha a sentir efeitos negativos. E é por isso, que na economia o mais relevante é criar fluxos longos e duradouros e isso obriga as empresas francesas, em conjunto com as autoridades portuguesas, a repensar e a reestruturar as condições para se manter o interesse turístico. O turismo é um setor estruturante. Realço que temos igualmente forte presença na hotelaria e na organização a nível de viagens de turismo. O objetivo é tornar um pouco



Cristina Bernardo

“

A verdade é que a explosão do turismo está ligada a fatores que já sublinhei mas também está ligada ao cenário específico dos países do Magreb e que beneficia Portugal

mais perene uma atividade que é cíclica por natureza.

Portugal tem sido um destino para famílias franceses de reformados e também para expatriados que trabalham entre nós. Acredita que o acordo com benefícios fiscais para franceses que mudam para Portugal se irá manter?

Também isso é uma questão a colocar aos ministros da tutela. Foi um sistema instituído em 2009 e que tem como pressuposto o benefício do cidadão durante 10 anos com isenções fiscais.

E França pode ser um destino para empresários portugueses? Em que áreas?

Totalmente. É um tema de grande relevância. Só temos falado de empresas francesas em Portugal e queremos uma reciprocidade e constatamos que há cada vez mais empresas portuguesas que se instalam em França. Aliás, existe um movimento recente que vai nesse sentido, com vários grupos grandes que se instalaram em França e de alguma forma esse é o resultado das iniciativas do Governo de Emmanuel Macron e do esforço feito desde há dois anos no sentido de atrair investimento externo. A

França precisa dessas iniciativas e foram registadas várias reformas em vários domínios e que são relevantes para as empresas. Estas iniciativas começam a dar os primeiros frutos e de uma forma geral a atratividade da França para as empresas melhorou substancialmente. Nos rankings internacionais que são lançados todos os anos, a França cresce de uma forma rápida e dou apenas um exemplo: O país recebeu mais de mil decisões de investimento em 2018 e tornou-se o segundo país na Europa na receção de novos investimentos. Aliás, o primeiro-ministro, que recentemente recebeu os embaixadores fez um discurso muito forte no sentido de prosseguir com as reformas. E, por outro lado, o efeito dos “coletes amarelos” do último inverno não colocou em causa esta atratividade. E é relevante mencionar este facto porque o ambiente melhorou e as empresas portuguesas poderão vir a instalar-se em França com mais facilidade. Tem exemplos recentes muito bons e positivos e há muita margem para receber novas empresas, e a embaixada e outras agências de promoção dos negócios como o Business France vão acompanhar o movimento. E desejamos que mais empreendedores portugueses possam tomar a direção de França.

E há setores específicos de interesse?

Tudo o que aportar valor tecnológico, tanto nos setores da saúde, do digital, tudo o que tem a ver com inovação pode ser interessante. Depois tudo depende das empresas, elas terão de procurar os setores e os parceiros e, mais uma vez, entidades como Business France vão estar à disposição dos empresários e gestores. Os setores de interesse são vários mas, repito, tudo o que for de forte valor acrescentado de índole tecnológico é muito bem-vindo. É verdade que o desenvolvimento dos países está a fazer-se a partir de startups ligadas às TI e à digitalização e este é um setor onde se poderia fazer mais em termos de presença portuguesa em França.

Quais os conselhos para quem avança na internacionalização pela primeira vez?

Devo salientar que fizemos a modificação no processo de organização das empresas, criámos interlocutores nas diferentes regiões em França, a par da criação de balcão único que recebe as empresas e que estabelece as várias ligações necessárias. Logo, para além de Paris, todas as regiões em França têm o balcão único e o interlocutor específico para os investidores no país. Recentemente estive na Borgonha e aqui a Câmara de Comércio em parceria com o agente Business France trabalhou como ponto de

Marie Bonte,
Country Manager



Missão Microbiota, pela Biocodex

FORNECER soluções para melhorar a saúde da microbiota através de probióticos inovadores e investimento em start-ups.



EDUCAR o público e os profissionais de saúde sobre a importância da microbiota através do Biocodex Microbiota Institute.



ACCELERAR as descobertas científicas na área da microbiota, financiando investigação académica através da Biocodex Microbiota Foundation.



Biocodex chega a Portugal para cuidar da sua Microbiota

A farmacêutica Biocodex conta com mais de 65 anos de experiência, na investigação, desenvolvimento e comercialização de probióticos. Quais foram os vossos maiores objetivos quando decidiram abrir uma sucursal em Portugal?

A Biocodex é uma empresa familiar e multinacional, presente em mais de 100 países, desde o seu início focada em gastroenterologia. Em 1923 a Biocodex descobriu a estirpe única que compõe o UL 250® cápsulas, o medicamento probiótico número um a nível mundial. A expansão internacional faz parte do ADN da companhia, sempre aliada ao desejo e à ambição de “Levamos a microbiota a novos horizontes”. O nosso objetivo é trabalhar com Profissionais da área da saúde para aumentar o conhecimento relativamente à Microbiota e aos segredos do intestino. O UL-250® cápsulas, medicamento reconhecido por todos em Portugal, foi outra motivação para estarmos diretamente presentes e estamos empenhados no seu desenvolvimento e na continuidade do seu sucesso. Já temos também nas farmácias o Allorex®, um dispositivo médico, um probiótico que faz a diferença na vida dos doentes com síndrome do intestino irritável e é para isso que trabalhamos todos os dias, para trazer a inovação aos que mais precisam. Em 2020 vamos lançar novos probióticos da gama Symbiosys®, suplementos alimentares que são um conjunto de formulações microbianas cientificamente testadas para manter o bem-estar geral, em cada etapa da vida.

Quais as características diferenciadoras da Biocodex?

Somos uma equipa dinâmica e ágil que encara com entusiasmo este novo desafio. Somos neste mo-

mento mais de 30 pessoas e queremos continuar a crescer, a Biocodex é uma empresa que trabalha e investe a pensar no longo prazo e focada no desenvolvimento sustentável.

Para além dos probióticos, que projetos tem a Biocodex a decorrer em Portugal?

Trazemos para Portugal projetos que temos a nível mundial, como por exemplo a Biocodex Microbiota Foundation, uma fundação corporativa independente e criada em 2017 para apoiar a pesquisa em microbiota através de comités científicos nacionais, presente em 11 países. A Bolsa Internacional para Projetos de Investigação distingue o melhor trabalho em Microbiota e a suas interações nos transtornos gastrointestinais funcionais Pós Antibióticos ou Pós Infeciosos, realizado por médicos/investigadores a trabalhar em qualquer País e o valor é de 200.000€. A Bolsa Nacional para Projetos de Investigação distingue o melhor trabalho em Microbiota Humana na Saúde e na Doença realizado por clínicos/investigadores a trabalhar em instituições científicas e tecnológicas portuguesas, com um prémio no valor de 25.000€. Neste momento, estão abertas as candidaturas para as bolsas de 2020 que podem ver aqui: www.biocodexmicrobiotafoundation.com.

Por outro lado, o Biocodex Microbiota Institute foi criado em 2017 com o objetivo de produzir e divulgar informações científicas sobre microbiota ao público em geral e aos profissionais de saúde. Este trabalho diário faz parte da nossa responsabilidade social. Numa plataforma web disponibilizamos conteúdo científico sobre microbiota, com acessos diferenciados para profissionais de saúde e para o

público em geral: www.BiocodexMicrobiotaInstitute.com

Este ano apoiamos a exposição “PUM! A vida secreta dos intestinos”, inspirada no best seller com o mesmo nome A Vida Secreta dos Intestinos, de Giulia e Jill Enders, concebida pela Cité des Sciences et de l’Industrie de Paris, patente em Lisboa no Pavilhão do Conhecimento até agosto de 2020. Esperamos que todos a visitem e fiquem a saber mais sobre a microbiota. Cada pessoa tem uma microbiota única, mas todos temos cerca de 100 milhões de neurónios na microbiota intestinal, que por isso já é reconhecida como o nosso segundo cérebro. 75% das nossas células imunitárias estão no nosso ecossistema intestinal e se cuidarmos da nossa microbiota estamos a cuidar da nossa saúde como um todo.

Qual a importância na participação destes troféus no dinamismo empresarial em Portugal?

Ao sermos nomeados pela Câmara de Comércio e da Indústria Luso Francesa, para o Troféu Investimento, acreditamos na importância da atividade da Biocodex, em aumentar o conhecimento sobre a microbiota junto dos portugueses. É uma excelente oportunidade para vermos reconhecido todo o trabalho, empenho e a paixão que colocamos na investigação e divulgação da microbiota, trabalhamos diariamente para melhorar a saúde e bem-estar dos doentes em todo o mundo.



com o apoio



Cristina Bernardo

recepção único. Resumindo: Há uma estrutura de acolhimento absolutamente nova e depois de ano e meio de trabalho com este modelo já temos resultados. Este modelo tem claros resultados sobre as iniciativas das PME, até porque são as empresas com maiores necessidades de acompanhamento. E no âmbito das reformas de que falei, reorganizámos todo o nosso dispositivo para acolher as empresas estrangeiras de uma forma bem mais eficaz.

Como está o clima de negócios em França e como está a evoluir a economia?

A crise dos coletes amarelos que criou perceções fortes não teve impacto significativo sobre a vida económica. O clima de negócios é bom, está num momento de progressão positivo, as reformas de que falei a nível do direito laboral, dos transportes e da segurança social melhoraram o clima fiscal para o lado das empresas, e melhoraram o clima dos negócios. E direi que há hoje mais confiança em França do que há alguns anos. E tal como vemos em Portugal, a confiança é determinante para investir. Friso,

“

Por soberania europeia não quer dizer que iremos fechar-nos porque a Europa é uma zona aberta ao mundo, mas é uma região que tem de tomar o destino nas suas mãos relativamente a políticas que a deixarão menos dependente de um ambiente internacional que é uma incerteza.

não devemos ser ingénuos e excessivamente otimistas mas o clima é claramente melhor do que há alguns anos. E as imagens de choque que foi a violência nos Champs Élysées não impactaram o regresso da confiança a França.

Como caracteriza a atual política francesa relativamente à UE? É um país estabilizador? É um motor da economia europeia?

A nível europeu considero relevante o facto de as Autoridades francesas e portuguesas estarem tão próximas. Têm posturas e ideias absolutamente alinhadas. Depois das eleições europeias o primeiro-ministro Costa e o presidente Macron falaram muito e concordaram que a famosa Agenda Estratégica - que foi adotada no Conselho Europeu de 20 de junho - venha a ser uma Agenda ambiciosa, voluntária e ainda que as cinco grandes prioridades que a UE decidiu para as próximas instituições europeias reflitam as vontades francesa e portuguesa: A transição ecológica, o orçamento da zona euro, o reforço da União Económica a

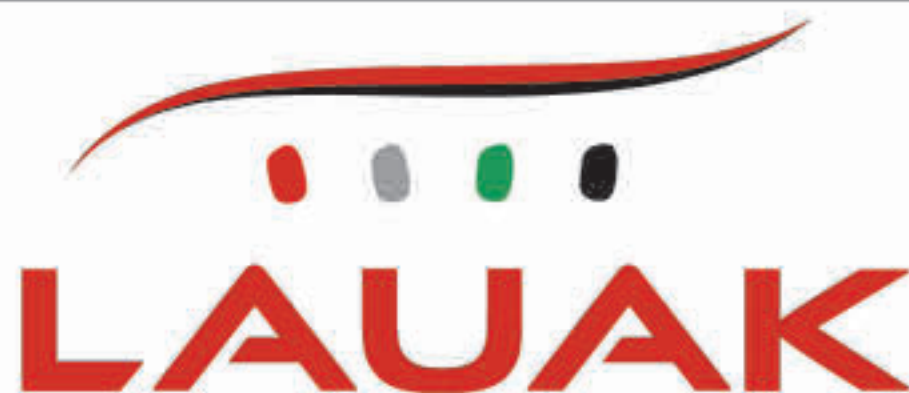
par da União Monetária, a transição digital e aquilo que o Presidente da República acentuou recentemente aos embaixadores, a soberania europeia. E por soberania europeia não quer dizer que iremos fechar-nos porque a Europa é uma zona aberta ao mundo, mas é uma região que tem de tomar o destino nas suas mãos relativamente a políticas que a deixarão menos dependente de um ambiente internacional que é uma incerteza, tanto do lado norte-americano, como do lado chinês. Há uma visão da Europa e a junção de ambos os esforços deu esta estratégia europeia, que é voluntária e que a recém eleita presidente da Comissão Europeia quer colocar em andamento. É uma dimensão que tem uma visão futura da Europa e que, repito, é caracterizada pelo voluntarismo e pela ambição.

Sobre os prémios CCILF que importância lhes atribui? Que iniciativas conjuntas entre a embaixada e a Câmara de Comércio estão previstas para 2019/2020?

Estes Troféus são muito relevantes

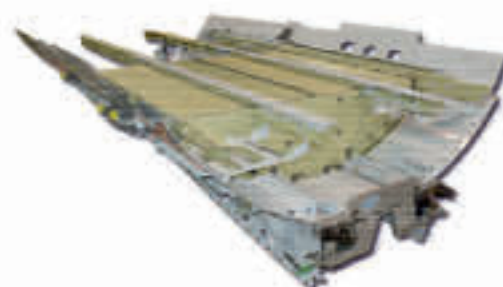
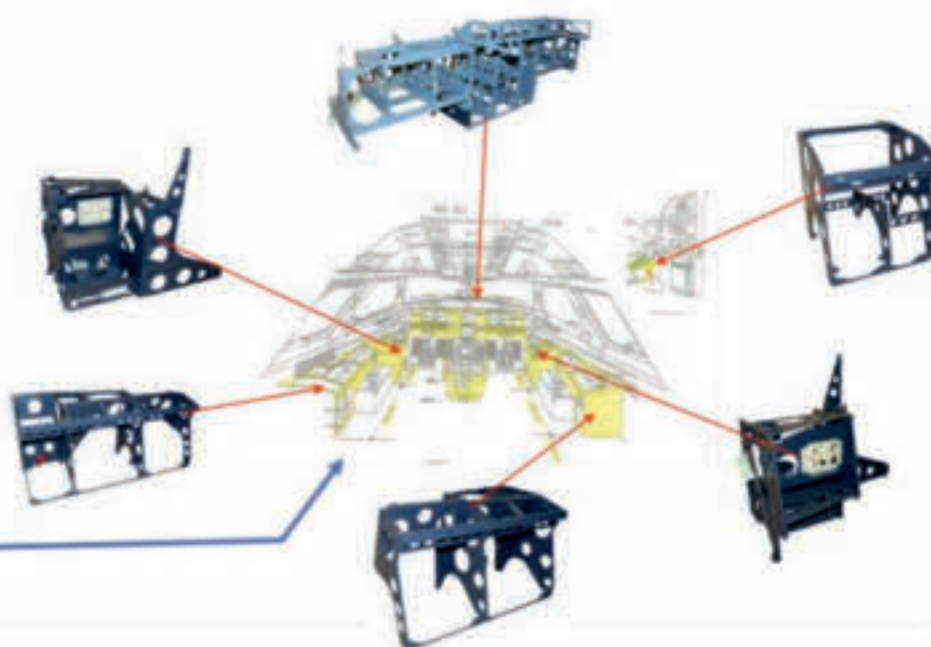
e ilustram a qualidade do ambiente económico, envolvem um conjunto de setores que são importantes, como o investimento, as startups, a digitalização e o ambiente. São exemplos que comprovam bem esta riqueza da relação. Estou feliz porque dão visibilidade às empresas francesas e portuguesas que estão ao nível da excelência quer no digital, quer nas energias renováveis, ou seja, estão em domínios inovadores. É verdade que a França está presente em setores como a energia, o automóvel, como nos setores tradicionais, mas o mais importante é que a França está presente nos setores disruptivos e inovadores. Fico feliz porque os nossos dois países vão aproveitar todo o benefício que se pode tirar a nível da inovação e de novas tecnologias.

Devo salientar que a CCILF teve uma excelente iniciativa no Porto sobre a atratividade da França e irá fazer o mesmo no próximo ano. Hoje assistimos a um pequeno desequilíbrio e tenho o objetivo de levar mais empreendedores portugueses para França. A embaixada de França em Portugal está aberta para este tipo de iniciativas. ●



PORTUGAL

« A FORÇA DE UM GRUPO
A FLEXIBILIDADE DE UMA PME »



AIRBUS INDUSTRIE - A350

Main Control Panel +
Center Pedestal



Main Control Panel
Tableau de Bord



Center Pedestal
Pylône



www.groupe-lauak.com

Parque Empresarial
da Península de Setúbal
SETÚBAL



Thierry Ligonnière (à esq.),
CEO da Ana Aeroportos

SDFSDFSDFSDFSDFSDFS

ANA — Aeroportos de Portugal já investiu 325 milhões de euros desde a privatização

“Através destes investimentos promovemos o desenvolvimento das infraestruturas em diversas dimensões, que podem ir da experiência do passageiro ao aumento de capacidade ou mesmo melhoria de alguns subsistemas dos aeroportos”, diz a ANA

VÍTOR NORINHA E CARLOS CALDEIRA

vnorinha@jornaleconomico.pt

A ANA — Aeroportos de Portugal venceu o Troféu Júri na 26ª edição do Troféus Luso-Franceses. Uma distinção que “traduz o reconhecimento do trabalho das equipas da ANA que em diversas dimensões têm ido além das expectativas. O papel da ANA é significativo na sua dimensão económica, pelo va-

lor gerado na economia nacional em diversos setores, e estímulo à criação de emprego, mas não só. Também nas vertentes ambiental, áreas técnicas, de desenvolvimento de negócios ou intervenção na sociedade, diversas são as evidências dos bons resultados obtidos, e o prémio traduz este reconhecimento que é dirigido às equipas da ANA”, afirma fonte da Ana — Aeroportos de Portugal.

Já quanto à contribuição da ANA Aeroportos para o cresci-

mento do turismo e dos negócios em Portugal, a mesma fonte adianta que enquanto destino periférico mais de 90% dos turistas que visitam o país chegam de avião. “O crescimento do setor do turismo nos últimos anos é notável, e em grande medida facilitado pelo desenvolvimento da conectividade do país, potenciado pelo desempenho operacional que conseguiu acomodar nas infraestruturas um crescimento do tráfego, muito forte e rápido”.

“Com uma inequívoca relevância para a economia e geração de emprego, o setor do turismo é a maior atividade económica exportadora do país, tendo as receitas turísticas registado, em 2018, um contributo de 8,2% no PIB português. A ANA orgulha-se de ter contribuído para estes resultados”, salienta a Ana — Aeroportos de Portugal.

Vinci gere 46 aeroportos
Mas o que fez de diferente a ges-

tora Vinci nos aeroportos portugueses? Segundo a mesma fonte da Ana — Aeroportos de Portugal a Vinci “potencia as já reconhecidas qualidades das equipas da ANA, com uma filosofia de gestão focada no desempenho coletivo, espírito de equipa, tirando partido do funcionamento em rede. As equipas da ANA, na sua grande maioria, são de continuidade e têm um conhecimento acumulado muito grande da nossa atividade. A entrada na rede



VINCI significou que a esse conhecimento acumulado foi acrescentada uma rede internacional que conta hoje com 46 aeroportos que movimentam 240 milhões de passageiros”.

“É normal que a entrada na rede e partilha de conhecimento nos tenha estimulado a implementar as melhores práticas internacionais na gestão das infraestruturas, ganhando eficiência, capacidade e qualidade no serviço prestado”, acrescenta.

325 milhões de investimento nos aeroportos

A Ana — Aeroportos de Portugal, a empresa responsável pela gestão de 10 aeroportos em Portugal continental (Lisboa, Porto, Faro e Terminal Civil de Beja), na Região Autónoma dos Açores (Ponta Delgada, Horta, Santa Maria e Flores) e na Região Autónoma da Madeira (Madeira e Porto Santo), desde a privatização da empresa, já fez investimentos que ascendem a 325 milhões de euros.

“Através destes investimentos promovemos o desenvolvimento das infraestruturas em diversas dimensões, que podem ir da experiência do passageiro (exemplo: renovação do terminal de Faro) ao aumento de capacidade (exemplo:

ampliação da pista do ASC em curso) ou mesmo melhoria de alguns subsistemas dos aeroportos (exemplo: renovação da área de check-in do AHD ou adoção de equipamentos de segurança mais modernos e eficientes em diversos aeroportos da rede nacional)”, realça a Ana — Aeroportos de Portugal.

Mas a ANA fez um investimento inicial de mais de três mil milhões de euros na concessão. Será que já foram recuperados?

“Claro que não. Os resultados têm sido positivos, e, refira-se, com repercussões muito positivas na economia, mas o sucesso de uma concessão mede-se no final”, salienta a mesma fonte.

Evolução dos passageiros em alta

Quanto à evolução dos passageiros, em 2013 os aeroportos geridos pela ANA movimentaram 32 milhões de passageiros. Em 2018 esse número atingiu os 55 milhões de passageiros. Em Lisboa passou de 16 para 29 milhões e no Porto de 6,3 milhões para 12 milhões.

O Jornal Económico questionou ainda do precisa a Ana — Aeroportos de Portugal para fazer crescer o tráfego em Lisboa. E se a opção Montijo é a melhor solução ou a solução possível de expansão.

“É a solução mais rápida, mais eficiente, mais económica, tendo sido seguida pelo concedente, em dois governos sucessivos. O novo aeroporto no Montijo permitirá a “reciclagem” das infraestruturas existentes, na Base Aérea número 6, sendo a solução, operacionalmente viável, mais rápida e sem custos para os contribuintes que responde às necessidades urgentes de evolução de capacidade aeroportuária na região de Lisboa. Esse projeto deverá ser implementado com a máxima celeridade para responder à falta de capacidade atual no Aeroporto Humberto Delgado”, respondeu a Ana — Aeroportos de Portugal.

A empresa adianta ainda que os estudos técnicos promovidos pelas diferentes entidades envolvidas (ANA Aeroportos de Portugal, NAV - Navegação Aérea de Portugal, ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil, grupo de trabalho constituído pelo Governo) “foram inequívocos a apontar o desenvolvimento de um Aeroporto no Montijo como a solução mais adequada. O novo aeroporto no Montijo é considerado a opção mais vantajosa a implementar”.

Aeroporto de Faro

Mas, como pode ser dinamizado o aeroporto de Faro durante a época baixa? Segundo a Ana — Aeroportos de Portugal, “estabelecendo parcerias com o sector do turismo para promover a criação de produtos turísticos durante o Inverno, e

“Com uma inequívoca relevância para a economia e geração de emprego, o setor do turismo é a maior atividade económica exportadora do país, tendo as receitas turísticas registado, em 2018, um contributo de 8,2% no PIB português. A ANA orgulha-se de ter contribuído para estes resultados”, salienta a Ana — Aeroportos de Portugal

simultaneamente, desenvolvendo a conectividade durante esta estação com incentivos económicos”.

Quanto a criar novas dinâmicas em aeroportos pequenos, transformando-os em hubs para transportes específicos, a empresa refere que “cada aeroporto é único e tem o seu mercado próprio (passageiros de turismo, de negócio, carga, atividades industriais, correio, etc). Na ANA identificamos o potencial de cada aeroporto e desenvolvemos iniciativas para concretização desse potencial.

Já no que diz respeito a projetos em curso para a descarbonização da actividade, a mesma fonte da empresa diz que a ANA assumiu, em maio deste ano, juntamente com vários aeroportos de todo o mundo, o compromisso com a neutralidade carbónica – 2050. A ANA, e os 10 aeroportos portugueses, integraram a resolução do ACI com aeroportos aderentes à NetZero – 2050.

A ANA, comprometida com este objetivo, alargará, este âmbito, ao futuro novo aeroporto no Montijo, caso seja obtida a respetiva aprovação pela Agência Portuguesa do Ambiente. ●

VINCI AIRPORTS

A Vinci Airports administra uma ampla rede de aeroportos a nível internacional, assegurando o desenvolvimento e a exploração de 46 aeroportos - 12 em França, 10 em Portugal, 3 no Camboja, 1 no Chile, 3 no Japão, 6 na República Dominicana, 1 no Brasil, 1 na Costa Rica, 1 na Suécia, 1 na Sérvia, 2 no Reino Unido e 5 nos Estados Unidos.

A Vinci Airports desenvolve, financia, constrói e opera aeroportos. Disponibiliza ainda a sua capacidade de investimento, a sua rede internacional e o seu know-how na otimização da gestão de plataformas existentes, projetos de expansão ou construção de raiz de infraestruturas aeroportuárias.

PUB

DO IT LEAN
TECHNOLOGY YOU CAN LEAN ON

SOLUÇÕES WEB E MOBILE INOVADORAS BASEADAS NA PLATAFORMA LOW-CODE OUTSYSTEMS

Awards:

- INNOVATION AWARD WINNER
- PARTNER OF THE YEAR 2019
- BEST DIGITAL TRANSFORMATION
- BEST EMERGING TECHNOLOGY
- FASTEST TIME TO MARKET
- BEST LEGACY MODERNIZATION
- BEST INDUSTRY SOLUTIONS

CONTACTE-NOS:
www.doitlean.com | info@doitlean.com

outsystems ELITE Partner

ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

TIAGO MARQUES PEREIRA administrador financeiro da Balanças Marques

“Grandes indústrias francesas têm as nossas básculas”

Vencedor do Troféu PME diz que o reconhecimento do trabalho ocorre quando, em viagem a França, verifica que talhos, charcutarias e lojas gourmet têm as balanças comerciais da empresa.

O reconhecimento da Balanças Marques acontece, diz Tiago Marques Pereira, “quando temos conhecimento que grandes indústrias francesas de renome mundial têm englobado no seu parque tecnológico as nossas básculas de pesar-camiões. Paralelamente, obter o reconhecimento dos restantes parceiros, através de prémios como este, aliado a outros prémios que já recebemos este ano (fomos eleita uma das 100 melhores empresas para trabalhar em Portugal e fomos eleita a melhor empresa de pesagem do mundo por um site da especialidade), apenas nos dão força para continuar a trabalhar, para continuar a inovar e continuar a investir na qualidade dos nossos produtos e dos nossos recursos humanos, que são a principal âncora deste sucesso e que diariamente são confrontados com o principal lema da nossa empresa, que é: “Um Grupo, uma Família!”

Por outro lado ser uma PME “tem algumas vantagens mas também alguns inconvenientes”. Acrescenta: “Tem a vantagem de, quando concorremos com empresas de grande dimensão mundial como acontece no mercado francês, conseguimos ter uma proximidade aos clientes e uma flexibilidade ao nível da produção que outras empresas de maior dimensão não conseguem ter, o que poderá ser decisivo em alguns negócios.

Contudo, e apesar de cada vez mais o mercado reconhecer os produtos Marques como equipamentos de grande qualidade e robustez, o peso da marca de concorrentes de grande dimensão ainda tem algum significado”.

O rótulo de PME abrange a esmagadora maioria das empresas em Portugal, sendo que dentro desta classificação existem empresas em vários estágios de desenvolvimento. Diz: “Há poucos anos éramos considerados uma pequena empresa e neste momento somos uma empresa de média dimensão. Tendo noção que ainda

temos um longo caminho a percorrer para nos tornarmos numa grande empresa, consideramos que estamos a dar os passos certos e sustentados para podermos dar este salto no futuro”.

Por outro lado, frisa, “a customização dos produtos é algo muito apreciado pelos clientes. Apesar de acreditarmos que os nossos produtos vão ao encontro daquilo que são as necessidades genéricas dos nossos clientes, há sempre pequenas adaptações que podem ser feitas para satisfazer aos gostos específicos de cada um dos mercados, sendo esta flexibilidade uma das nossas mais-valias atuais. Temos um nível de proximidade aos mercados e de flexibilidade na produção que nos permite adaptar rapi-

damente os nossos produtos às exigências dos clientes. Por outro lado, temos noção que, com o crescimento da empresa e a crescente automatização das linhas de produção, esta flexibilidade é cada vez mais difícil de implementar mas tudo faremos para que esta característica não se perca dado que, no nosso entender, a customização de produtos e serviços será uma das tendências da indústria nos próximos anos”.

Questionado sobre o sentido de ser uma empresa global e inovadora, mesmo sendo pequena e o papel da empresa criada na China, reforça que o conceito de “empresa pequena” é “muito relativo. Se seguirmos a definição formal de PME existente em Portugal já não se poderá dizer que somos uma pequena empresa”. Acrescenta que a criação de uma empresa própria na China “tem sido fundamental para a nossa atividade dado que é uma porta de entrada para o mercado asiático, o qual é um mercado com uma enorme dimensão, com taxas de crescimento bastante atrativas e com uma classe média cada vez maior e com maior poder de compra. Todas as grandes marcas de equipamentos tecnológicos têm vindo a investir neste mercado, pelo que nós temos a obrigação de seguir esta tendência se queremos continuar competitivos num mercado cada vez mais global. Por outro lado, a presença física na China com uma empresa própria permite-nos ainda ter um contacto direto e permanente com alguns fornecedores e garantir que todos os requisitos de qualidade são estritamente cumpridos”.

Exportações no ADN

Atualmente, o volume de exportação representa cerca de 80% da faturação e tem sido esta a tendência nos últimos anos. “Sem dúvida que a vertente de exportação está presente no nosso ADN e neste momento, apesar de continuarmos a manter uma boa quota de mercado

em Portugal, temos o nosso modelo de negócio muito assente num forte volume de exportação, pelo que este continuará a ser o nosso caminho nos próximos anos. Pretendemos reforçar a nossa posição em alguns países onde já temos uma presença sólida (sobretudo mercado europeu) e estamos a entrar também em novos mercados, com um bom nível de aceitação”. O gestor reflete sobre o eventual crescimento anémico da economia europeia e o impacto na estratégia externa da Balanças Marques. Diz: “Não tenho dúvidas que o abrandamento de uma economia tem sempre impacto na estratégia das empresas que nela operam. Contudo, se tivermos como base o trabalho que temos vindo a fazer nos últimos anos e a aceitação crescente dos nossos produtos por parte de clientes internacionais, acredito que conseguiremos mitigar os efeitos de uma possível contração do mercado com o aumento de quota e, por outro lado, já iniciamos uma estratégia de diversificação de mercados para países em crescimento, sobretudo na Ásia e América do Sul, que nos permitirão continuar a crescer nos mercados externos”. E sobre os próximos cinco anos de atividade diz que têm como principal objetivo “reforçar a posição como principal fabricante português de equipamentos de pesagem e conquistar uma posição de destaque entre os principais fabricantes europeus.

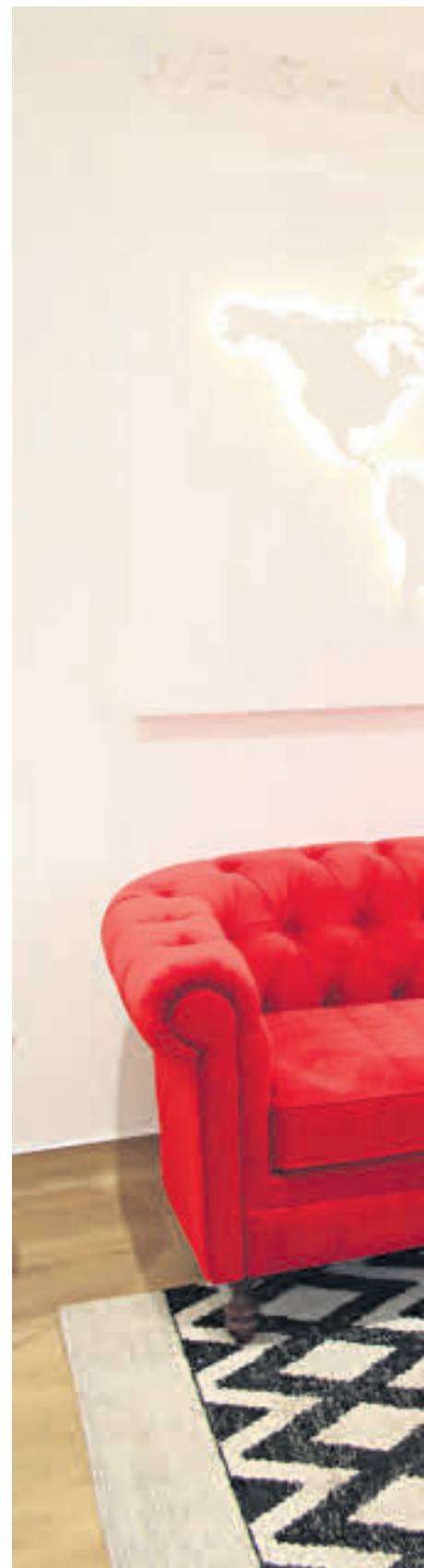
Atualmente, estamos a assistir a uma revolução tecnológica com a crescente automação industrial e a introdução da denominada “indústria 4.0”, a qual acreditamos que terá um impacto muito relevante na indústria como um todo e, mais especificamente, no mercado dos equipamentos de pesagem, tanto ao nível da sua fabricação como ao nível das funcionalidades básicas que serão exigidas às balanças.

Na Balanças Marques, acreditamos que estamos a lidar bem com este desafio e temos vindo a apro-

veitar as oportunidades que o mercado nos tem dado, pelo que nos próximos cinco anos iremos continuar a efetuar os investimentos necessários para nos mantermos na primeira linha da inovação.

Iremos também continuar a investir no nosso principal ativo, que é a qualidade dos nossos recursos humanos, criando as condições necessárias para podermos continuar a ser uma das melhores empresas para trabalhar em Portugal”.

Questionado sobre o papel de “porta-aviões” da Balanças Marques para outras empresas portuguesas entrarem no mercado externo, diz que “o termo “porta-aviões” talvez seja demasiado





forte para aquilo que representamos”. Acrescenta: “No entanto, acreditamos que o trabalho que temos vindo a fazer tem sido uma mais-valia para o bom-nome de Portugal e somos mais uma empresa que contribui diariamente para que o nosso país também seja reconhecido como um país exportador de tecnologia e produtos de qualidade”.

E para quem só agora se aventura fora do mercado doméstico em setores industriais não há recomendações generalistas. “Na minha opinião, cada caso é um caso e cada indústria tem as suas especificidades e os respetivos modelos de negócios que mais se adequam, pelo que não existe uma fórmula

única de sucesso para ser uma empresa exportadora.

Em termos genéricos, eu diria que é fundamental fazer um bom planeamento, estudar bem cada um dos mercados e apenas avançar quando se sentir que se conhece muito bem a realidade local e quando se tiver a certeza que foram encontrados os parceiros certos. Quando me refiro a conhecer bem o mercado, tão importante como efetuar estudos teóricos com dados do mercado e análise da concorrência, é fundamental a realização de visitas regulares ao terreno e haver alguma integração cultural para se perceber a forma como os negócios são efetuados nesse país.” ●

PORTUGAL É UMA MAIS-VALIA

Um nome português no produto e a origem “Portugal” é uma mais-valia ou um problema? O gestor diz que a Balanças Marques é uma empresa familiar que nasceu em Braga, continua sediada em Braga e é detida a 100% por capital português, “pelo que é com muito orgulho que divulgamos o nome de Portugal e fazemos questão de referir que todo o processo de investigação e desenvolvimento é efetuado no nosso país, pela nossa equipa de

engenharia, e contamos com a colaboração regular de instituições de ensino superior portuguesas. Acreditamos que o nome “Portugal” nunca será um problema e a prova disso é que cada vez mais vemos empresas a serem uma referência no setor em que operam e a concorrerem em pé de igualdade com empresas do Norte da Europa ou americanas. Quando exportamos para fora da

Europa, sendo Portugal um país pertencente à União Europeia, acredito que somos vistos cada vez mais como uma empresa europeia e não tanto como uma empresa de Portugal, pelo que nesse caso será irrelevante sermos uma empresa portuguesa, alemã ou francesa. Neste caso, beneficiamos sem dúvida de toda a imagem de integridade e rigor que as empresas europeias representam.”

PUB



CRIAMOS LIGAÇÕES

A WSP é uma empresa especializada no sector de electricidade industrial, média e baixa tensão instrumentação automação e controlo manutenção industrial e telecomunicação. A WSP encontra-se inserida num grupo sólido de empresas, o grupo JRC, podendo assim conjugar valencias de várias áreas oferecendo desta forma serviços integrados aos seus clientes.

CONTACTOS

Rua António Monteiro
Lote 33 - Foros da Catrapona,
2840-068 Aldeia de Paio Pires
Portugal
+351 212 103 596
geral@wsp.pt

ÁREAS DE ACTIVIDADE

/ELECTRICIDADE

Instalações de quadros elétricos | Postos de transformação | Instalações eléctricas em edifícios habitacionais e industriais | Protecção de descargas atmosféricas | Baterias de condensadores

/ENERGIAS RENOVÁVEIS

Auditorias energéticas | Sistemas fotovoltaicos e eólicos e térmicos | Centrais de cogeração | Ciclo combinado/térmicas

/SEGURANÇA

Instalação e ligação de sistemas de incêndio | Video vigilância (CCTV) | Sistema anti-intrusão | Controlo de acesso

/ELECTROMECAÂNICA

Instalação de caminhos de cabos | Manutenção industrial | Passagem de cabos | Tubagens e soldadura

RICARDO OLIVEIRA Diretor de comunicação da Renault Portugal

“Pioneirismo e ambição no projeto de Porto Santo”

Para a Renault a atribuição do Troféu Desenvolvimento Sustentável significa, sobretudo, o reconhecimento da validade do projeto, afirma o diretor da fabricante de automóveis em Portugal.

Ricardo Oliveira realça o “absoluto pioneirismo do mesmo como pela sua ambição de transformar a prazo ilha de Porto Santo no primeiro ecossistema totalmente sustentável em todo o mundo. A atribuição deste Troféu reconhece também que o projeto Porto Santo Smart Fossil Free Island já está em marcha, já há ações no “terreno” e que é mais do que um bom princípio ou uma boa ideia”.

Para a Renault estar associada a este projeto pioneiro “é um motivo de orgulho e que permite dar corpo à ambição da marca de contribuir para a criação de ecossistemas mais sustentáveis para além da simples adoção de novas formas de mobilidade tais como a mobilidade elétrica”.

E de entre os fatores nucleares para o projeto está o objetivo de alterar a mobilidade na região. “A contribuição da Renault para o projeto tem quatro áreas de intervenção: a introdução de automóveis elétricos, a criação de sistemas de armazenamento de energia através de baterias em segunda vida, a introdução da tecnologia de carregamento inteligente (em que o carregamento de automóveis elétricos se fará em função das disponibilidades de energia na rede) e a introdução da tecnologia de carregamento bidirecional onde o Porto Santo é o laboratório “vivo” em termos mundiais.

A introdução destas novas tecnologias é fundamental para que seja atingido o objetivo de total descarbonização da ilha. Mas em primeiro grau é fundamental que seja alterado o mix de produção de energia na ilha. O incremento de produção de energia através de fontes renováveis é um dos objetivos do promotor do projeto: o Governo Regional da Madeira”. E sobre descarbonização Ricardo Oliveira diz que “a generalidade dos construtores auto-



móveis tem planos para incrementar nos próximos anos - de forma praticamente exponencial - a oferta de veículos elétricos e eletrificados e é relativamente seguro dizer que o aumento da oferta terá efeitos positivos na procura. Para que o processo se realize mais ou menos rapidamente há decisões que não estão, de todo, nas mãos dos fabricantes”.

E quando falamos de futuro na energia necessária para a mobilidade, diz que a solução, ou soluções, “serão sempre aquelas que forem mais pertinentes para os consumidores. E certamente que iremos assistir, no que à mobilidade diz respeito, a avanços e ruturas tecnológicas tal como existem...em quase todos os setores”.

Recorde-se que o grupo Aliança tem nos seus planos estratégicos de 2011, Drive the Change 2016, e de 2017, Drive the Future 2022, no qual o grupo Renault estabeleceu objetivos para a redução da sua pegada ambiental global “o que inclui, evidentemente, todo o processo industrial. Entre 2011 e 2022 a pegada ambiental do grupo Renault deverá reduzir em mais de 20%”. Ricardo Oliveira concorda que a transformação do conceito de mobilidade com o uso de transportes ecologicamente eficientes e o sharing são outras formas de sustentabilidade e claro que o grupo Renault pretende, desde o primeiro ano, cumprir com os objetivos CAFE.

Frisa que para uma empresa, como a Renault, cuja dimensão é mundial, “a sustentabilidade é uma “obrigação”! É a obrigação desde logo, por razões ambientais e porque uma empresa cuja atividade não seja sustentável não terá lugar numa economia de futuro. Toda a estratégia de negócio passa pelo incremento da sustentabilidade seja ele na redução dos impactos dos produtos comercializados seja nos processos de conceção e fabricação desses mesmos produtos. A Aliança Renault-Nissan foi a primeira a fazer a escolha estratégica de aposta na mobilidade elétrica já há mais de 10 anos. Uma aposta feita num momento em que nenhum dos concorrentes (e hoje todos mudaram de opinião) acreditava no sucesso da mobilidade elétrica.” ●

A Aliança Renault-Nissan foi a primeira a fazer a escolha estratégica de aposta na mobilidade elétrica já há mais de 10 anos

JE.leitor



Simple, Rápido, Fácil e em todo lado

Já conhece a nova plataforma para acesso aos conteúdos *premium* do seu Jornal Económico? Com o novo JE Leitor, poderá aceder a todas as notícias, entrevistas e reportagens exclusivas que publicamos na edição semanal do Jornal Económico. Experimente já em <http://leitor.jornaleconomico.pt>

EDIÇÃO SEMANAL

Todas as sextas-feiras, leia a edição semanal do JE em formato e-paper ou em versão web. O JE Leitor dispõe da tecnologia mais moderna e inovadora, possibilitando uma leitura fácil e rápida, onde quer que esteja.

+ EDIÇÕES ANTERIORES

O JE Leitor permite o acesso a todas as edições anteriores do Jornal Económico, do caderno Et Cetera, do Económico Madeira e de todos os Especiais. Encontre facilmente a informação que procura.

EPAPER

Oferecemos-lhe três formas de ler as nossas notícias, podendo optar por ler em web ou pelos formatos digitais e-paper e pdf. Leia o JE onde, como e quando quiser.

@OFFICE

A tecnologia @Office permite aceder ao JE Leitor em todos os dispositivos ligados a um endereço IP, para que os colaboradores da sua empresa possam ler o JE. Saiba mais em assinaturas@jornaleconomico.pt

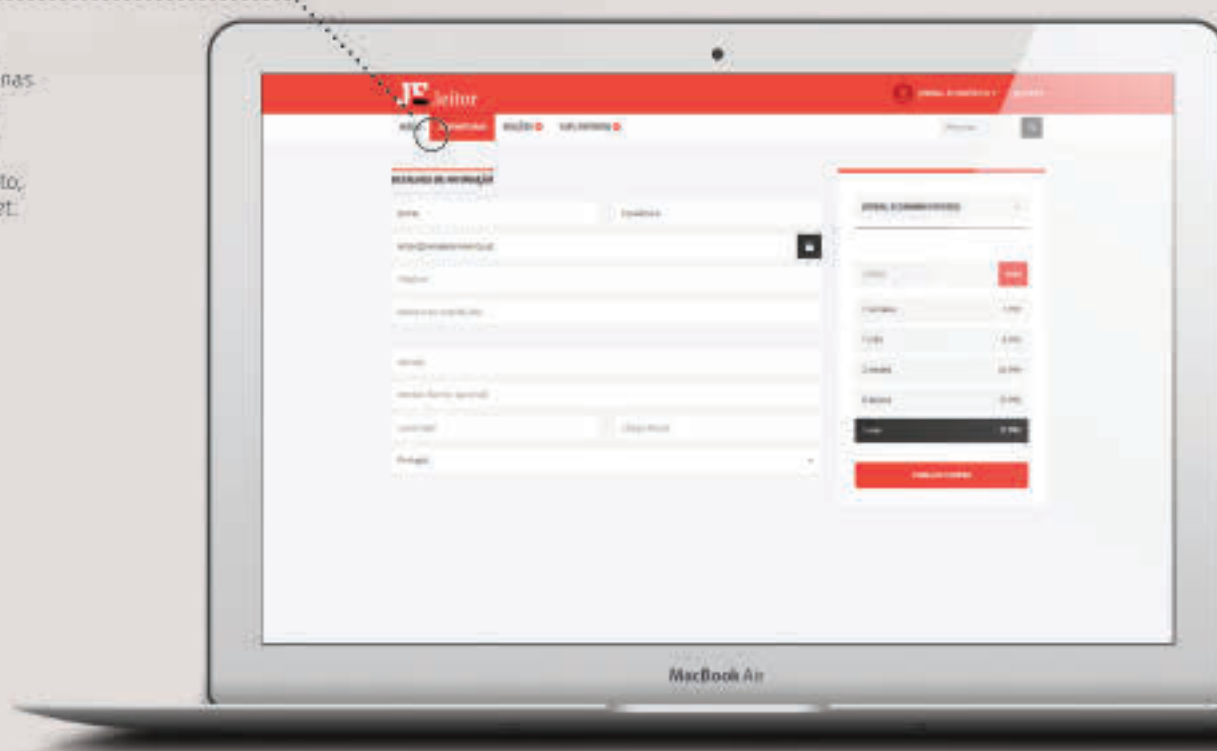


PAGAMENTO + SIMPLES

A nossa plataforma permite subscrever o JE de forma rápida e simples, quer pretenda ler apenas uma edição do jornal ou queira comprar uma assinatura mensal, trimestral, semestral ou anual. Pague através de cartão de crédito, paypal, multibanco ou MEO Wallet.

DE + FÁCIL LEITURA

No computador, no tablet ou no smartphone, o JE Leitor permite-lhe ler o seu jornal da forma cómoda. Mais fácil de aceder, mais simples de ler.



ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

ALEXANDRE ANAGNOSTIDES CFO da DELABIE

“Foi-nos confiada uma tocha e temos de passá-la para as gerações futuras”

Venceu o Troféu Investimento. A saga da DELABIE iniciou em 1928. Alexandre Anagnostides afirma que foi confiada uma tocha à gestão e família que terão de passar para gerações futuras.

“Foi-nos confiada uma tocha e temos de passá-la para as gerações futuras”. Este leitmotiv tem estimulado a família DELABIE e as suas equipas há mais de 90 anos, refere o gestor do grupo. Quatro gerações de empreendedores e de colaboradores que se sucederam, alimentando a confiança, acumulando a experiência e cultivando a paixão de fazer bem. A empresa tornou-se o número 1 europeu de torneiras e equipamentos sanitários para Estabelecimentos que Recebem Público (ERP) e um player mundial indispensável que exporta para mais de 95 países.

“Devemos o nosso sucesso aos nossos clientes grossistas e instaladores que confiam em nós e, nos ajudam a progredir continuamente, bem como aos prescritores e empreiteiros que nos honram com as suas escolhas. E é com um profundo sentimento de agradecimento e, especialmente a todos os que nos apoiaram e acreditaram neste projeto de origem familiar, mesmo quando não éramos reconhecidos, diz fonte oficial.

As boas relações luso-franceses tiveram o seu início muito antes da primeira aquisição do grupo em Portugal. O relacionamento com Portugal e a sua ligação com fornecedores da indústria, quer no setor da fundição, polimento, entre outros, permitiu-nos ter a confiança e manter nos dias de hoje, esses contactos.

A proximidade entre os dois países, quer na cultura quer na semelhança das mentalidades, na procura da exigência na qualidade dos componentes que fazem parte dos nossos produtos, fez com que se tornasse uma realidade manter a relação e torná-la sólida.

“É com muito orgulho que recebemos este troféu. Vem fortalecer ainda mais as relações entre os dois países e, é o reconhecimento de um trabalho de equipa que nos leva a acreditar que temos de continuar a investir, tanto em recursos humanos como em tecnologia, para que os dois países sejam reco-

nhecidos pelo seu esforço e empenho contínuo. Queremos continuar a fazer história e continuar a ter como parceira a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa, à qual devemos o nosso reconhecimento como empresa investidora em Portugal, com a atribuição do Troféu de Investimento na 26.ª edição dos Troféus Luso Franceses”, avança Miguel Mateus, responsável comercial do grupo Delabie e que recebeu o prémio.

Por seu lado o gestor realça o “design de produto sustentável e responsável, poupança de água e energia, antecipação de adaptação às normas de higiene, é uma verdadeira cultura corporativa que permite que a empresa no seu dia-a-dia acompanhe os locais públicos e espaços comerciais, estabelecimentos hospitalares e de cuidados de saúde, enfrentando os seus novos desafios. Acrescenta a mesma fonte que O facto de sermos um fabricante experiente, como empresa industrial desde o seu início, a DELABIE tem mantido o controlo total da produção dos seus produtos ao longo do tempo.

Atualmente, as equipas da DELABIE dominam mais de trinta setores de especialização, desde o processo de fundição até ao desenvolvimento de células termostáticas, incluindo microbiologia e até eletrónica. Esta experiência única, permite à empresa inovar constantemente e adaptar os seus produtos às necessidades dos seus

mercados”. Todos os anos a DELABIE investe significativamente em I&D, assim como no seu processo industrial. O objetivo é oferecer aos clientes soluções cada vez mais inovadoras, através de tecnologia exclusiva e de confiança.

Todos os produtos DELABIE são de qualidade controlada em todas as fases de produção e, são constantemente submetidos a testes rigorosos e exaustivos. O que permite garantir uma excelente qualidade de todos os produtos quando estes saem das fábricas do Grupo. O controlo total do processo de produção, garante que os tempos de entrega sejam reduzidos ao mínimo.

Sobre especializações das unidades fabris diz que a fundição em Braga (criada em 2012), é especializada na fundição de peças em latão que nos permite o fabrico de torneiras em diferentes tipos de liga, de acordo com as exigências dos diferentes países para onde exportamos, como é o caso da Austrália ou Nova Zelândia, por exemplo. Acrescenta: “Recentemente, adicionamos a atividade de polimento robotizado (robot italiano), para fazer face à falta de mão de obra qualificada e, iniciámos a produção do corpo das torneiras com máquinas de comando numérico de origem japonesa, que nos permite garantir uma grande precisão no acabamento da sua superfície. A unidade fabril de Aveiro, especializada no fabrico de equipamentos sanitários em aço inoxidável de diferentes tipos de liga, dá-nos a capacidade de resposta às exigências dos nossos clientes”. A nova linha de produção que teve início este ano, diz respeito à produção de barras de apoio em aço inoxidável para pessoas com mobilidade reduzida, barras de duche e barras rebatíveis para sanitas. Equipada com máquinas de dobragem com comando numérico e máquina de polimento com sistema planetário, que garantem uma superfície constante, com um acabamento homogéneo.

Fi adquirida também uma máquina automática de soldar planetária que completa esta linha de produção.

Diz o gestor que “nos dias de hoje, o espaço “casa de banho”, nomeadamente os espaços sanitários de utilização pública que se encontram nos estabelecimentos que recebem público (ERP), já não estão conotados como um espaço desagradável, com maus odores, onde ninguém queira ir. Houve mudanças radicais no seu aspeto e cuidados redobrados na sua apresentação e equipamentos utilizados. O utilizador espera mais conforto, mais higiene, espera soluções cada vez mais aproximadas da casa de banho doméstica. A DELABIE tenta reunir uma panóplia de soluções que possam dar resposta às solicitações do mercado, nomeadamente, soluções antivandalismo, produtos que apresentem níveis de poupança de água e de energia elevados, facilidade de instalação, manutenção e limpeza, higiene, acessibilidade, ... sem esquecer o conforto e segurança do utilizador, que passa pelo desenvolvimentos de torneiras, equipamentos sanitários, barras e acessórios com um design atrativo e mais moderno, que satisfaça todos os intervenientes no processo, desde a sua prescrição até ao utilizador final”.

Reforça que “inovação na produção é uma necessidade para nos mantermos competitivos perante a concorrência internacional e, como consequência para a conquista de novos mercados. A DELABIE exporta atualmente para mais de 95 países, incluindo o Sudoeste Asiático e América Latina. As necessidades existentes em locais tão particulares, como são os locais públicos e de elevada frequência, passam pelo fornecimento de equipamentos que ofereçam higiene, facilidade de manutenção e antivandalismo, todas elas características que estão presentes nos nossos produtos. O nosso gabinete técnico de Aveiro, em consonância com o gabinete técnico em Fri-



ville (França), procura constantemente soluções para facilitar as operações de produção, em cada etapa do fabrico, mas também para facilitar a instalação dos nossos produtos nos espaços. Damos também especial atenção à necessidade de manutenção reduzida, bem como à desmontagem facilitada no seu fim de vida, para permitir a fácil renovação e substituição dos seus diferentes componentes, sempre que necessário”. Realça que “a robotização permite enfrentar as diferentes necessidades de encomendas, como por exemplo, receber encomendas em simultâneo de equipamentos para 3 estádios de futebol para a Polónia, 2 para os Camarões, etc.,... prisões no Reino Unido, Bélgica e Alemanha. Para dar resposta a estas solicitações, basta aumentar o número de horas dos robots, ao passo que, se o processo de soldadura e polimento industrial fosse manual, seria difícil e quase impossível, mesmo com mão de obra qualificada.

Por outro lado, o robot não apresenta sinais de fadiga (apenas uma manutenção adequada e regular), o que permite uma cadência na produção e qualidade no trabalho constantes.

A vantagem na utilização da robotização, passa também por aumentar o nível de qualificação dos parâmetros de produção. Os nossos colaboradores tornam-se mais



ALEXANDRE ANAGNOSTIDES
CFO da DELABIE



responsáveis pelo manuseamento das máquinas, cujo investimento atinge algumas centenas de milhares de euro, logo, valorizando a sua responsabilidade e confiança no desempenho das suas funções.

O trabalho manual efetuado em algumas máquinas convencionais, continua a ser indispensável para algum tipo de equipamentos, mas também para algumas questões em particular, de acordo com as solicitações. A robotização é a única via de acesso aos grandes mercados de exportação e, consequentemente, à continuidade e permanência das empresas nos mercados onde estão presentes”.

Por outro lado “as boas relações luso-francesas tiveram o seu início muito antes da primeira aquisição do Grupo em Portugal. O relacionamento com Portugal e a sua ligação com fornecedores da indústria, quer no setor da fundição, polimento, entre outros, permitiu-nos ter essa confiança e manter-nos alerta e sempre atentos na procura da exigência na qualidade dos componentes que fazem parte dos nossos produtos. Esta proximidade tornou-se uma realidade ainda mais evidente, quando um dos fornecedores em determinado momento, após se ter deparado com um problema de fornecimento por questões alheias, levou à necessidade de se tomar uma decisão.

A Direção Técnica do Grupo em França concluiu que para dar resposta às suas necessidades de técnicos especializados do setor, com o know-how pretendido, teria como solução criar em Portugal uma empresa que lhe desse essa resposta, pois em França essas competências não existiam.

Esta solução permitiu-nos integrar os colaboradores qualificados do fornecedor que se encontrava numa situação menos favorável e, dar-lhes a oportunidade de fazer parte da nova empresa do Grupo em Braga... E assim nasceu a Fundação – DELABIE, Lda., no ano de 2012. A partir desta altura, a DELABIE fez novos investimentos em formação e aquisição de maquinaria especializada, para permitir um melhor desempenho e performance no fabrico dos seus componentes na fundição. Desde a sua origem, que a empresa elevou o seu número de colaboradores de 6 para 14 até ao dia de hoje e, no decorrer deste ano (2019), fez um novo investimento ao acrescentar duas linhas de produção, maquinaria e polimento que vieram complementar todo o processo, com um investimento total de 325.000€.

A aquisição da KUHFISS SANITÄR, segundo maior player de equipamento sanitário em aço inoxidável na Alemanha, pelo Grupo DELABIE em 2012, fez

com que pretendesse manter o seu posicionamento neste mercado. Para tal, só seria possível se o Grupo tivesse a oportunidade de vislumbrar um negócio que lhe permitisse alargar a sua oferta, uma vez que não tinha capacidade de produção de sanitários em aço inoxidável. A solução foi procurar o conhecimento e capacidade produtiva, junto daquele que era o maior fornecedor da empresa alemã, a SENDA, S.A, sediada em Aveiro, reconhecida como sendo o único fabricante de sanitários em aço inoxidável em Portugal”.

Por último, confrontados com os novos desafios ambientais e económicos, “as empresas desempenham um papel ativo e, ainda mais, quando os seus produtos podem causar diretamente impacto no consumo de água ou de energia.

Há 90 anos, que controlar o consumo de água e energia em prol de uma lógica de desenvolvimento sustentável preservando os recursos naturais, tem sido um grande desafio para a DELABIE.

A empresa coloca assim questões ecológicas no cerne do seu pensamento e oferece produtos com design, mas também responsáveis e sustentáveis para os locais públicos.

Como sabemos, nos locais públicos os espaços sanitários são particularmente locais com um elevado consumo de água.

Pioneira na economia ecológica, a marca desenvolveu uma política de acompanhamento aos seus clientes e um sistema inovador de torneiras temporizadas, cujo desempenho em termos de economia de energia e água, excede em muito os critérios das eco certificações como a HQE, a LEED, ou a BREEAM.

O compromisso da DELABIE com uma abordagem responsável e sustentável, traduz-se em equipar todas as suas torneiras de lavatório com um débito reduzido a 3 l/min (que pode ser até 1,5 l/min), contra os 6 a 12 l/min das torneiras domésticas concorrentes.

Para limitar o consumo excessivo de água, a DELABIE propõe um sistema que faz com que a água feche entre o ensaboar e o enxaguar das mãos. Batizado de «fracionamento de débito», a inovação permite a paragem automática da água durante o ensaboar e volta a ligar de seguida para enxaguar (7 segundos). O fecho da água é automático e natural, graças a uma gestão inteligente da pressão da água, permitindo assim reduzir o desperdício de energia”.

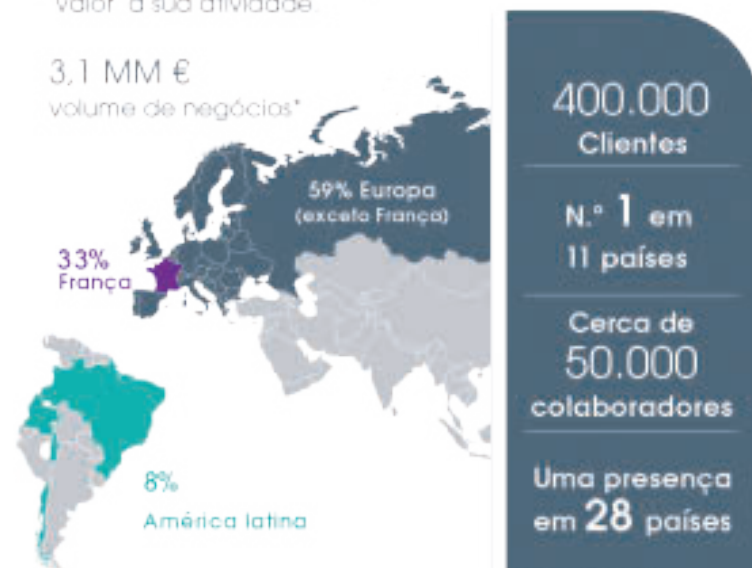
E sobre o futuro o gestor realça que o grupo com um forte desenvolvimento nos últimos 15 anos, “continua a sua política de crescimento internacional através da abertura de filiais ou aquisições de empresas que lhe permitem ampliar a sua oferta. ●

A Elis, um líder internacional multisserviços

Com mais de um século de experiência, a Elis é um fornecedor internacional que oferece soluções de serviços para artigos têxteis, higiene e Pest Control.

Apoiados no Know-How único e no compromisso dos seus cerca de 50.000 colaboradores, o Grupo é um ator de referência e o parceiro de confiança para todos os seus clientes.

Independentemente do setor de atividade ou dimensão da empresa, a Elis disponibiliza uma diversidade de serviços que contribuem para o sucesso diário e dá aos seus clientes a oportunidade de acrescentar valor à sua atividade.



Os nossos valores



A responsabilidade social da Elis

Com base na economia de funcionalidade, o nosso modelo de negócios privilegia o serviço em vez do produto e o aluguer sobre a compra.



A nossa ambição:

Oferecer produtos e serviços responsáveis, maximizando a qualidade.
Reduzir de forma contínua a pegada ambiental do nosso modelo de negócios.
Favorecer o bem-estar e o crescimento dos nossos colaboradores.



ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

BRUNO BRÁS CEO da BBG Sistemas

“Temos um 2020 preenchido de encomendas”

Venceu o Troféu Exportação. Para o CEO Bruno Brás “a distinção obtida tem como significado de que estamos a percorrer o caminho correto e da melhor maneira, sendo para nós mais um argumento para trabalhar o futuro com mais otimismo”.

O futuro é brilhante para a BBG Sistemas tanto em faturação como em projetos. “Temos um 2020 preenchido já de encomendas e um pipeline que nos deixa com uma visão muito promissora para os próximos quatro a cinco anos da empresa, sendo que os principais constrangimentos são os recursos humanos qualificados e motivados, assim como o controlo de crescimento sustentado para não enfrentar constrangimentos financeiros”. E sobre o contexto macroeconómico e os eventuais problemas com a recessão na Alemanha diz que “todas as recessões são problemáticas direta ou indiretamente, sendo que para nós o objetivo é de ter um mercado variado em diversos países o que, por sua vez, pode permitir-nos desacelerar por um lado e acelerar por outro. Não temos apenas foco no mercado europeu, logo continuamos a olhar para o futuro com otimismo”.

E anteciparam complicações em alguns mercados. Quando questionado sobre o previsível menor crescimento da economia europeia, diz: “Já o fazemos há muitos anos, é o nosso ADN, estamos em África, Médio Oriente, América do Sul, América do Norte e claro Europa, desde 2010 que exportamos, logo este é um caminho natural para a nossa organização e estratégia”. Claro que a guerra comercial EUA/China e o Brexit terão impacto no setor onde trabalha. Não o nega mas diz que “a vida continua e as empresas e pessoas têm que continuar a desenvolver a atividade naturalmente”. Acrescenta que “o mundo de hoje é um lugar para se viver mas que está em constante sobressalto, com guerras, discórdias, tensões entre países e economias mas, depois de termos sobrevivido à crise europeia de 2008 aprendemos a perceber que tudo tem o seu tempo”. Realça: “Estes jogos políticos têm consequências para qualquer setor de atividade, mas não fará com que o mundo acabe. Hoje, a nossa empresa e marca HYLINE são mundiais e terão que se desenvolver com guerras comerciais e o Brexit”.



Desde 2010 que exportamos, logo este é um caminho natural para a nossa organização e estratégia

Em termos de números o gestor revela que o grupo BBG Sistemas estará muito próximo dos 15 milhões de euros de faturação “pois temos as nossas filiais de França, Benelux e Brasil a trabalhar bem, assim como Portugal para o resto do mundo. Certamente que continuaremos a crescer nos próximos anos”.

E com a tecnologia como pano de fundo é importante perceber quais as novas tecnologias na produção e aplicação dos materiais na atividade. Frisa: “A BBG está desde há muito tempo a desenvolver ferramentas e soluções nos seus produtos únicos, sendo

que tecnologicamente temos hoje implementados um sistema RP integrado na empresa, software de otimização de produção, centros CNC no processo fabríco, assim como no produto desde sistemas motorizados que incorporam sistemas tuch e com sensor de movimento entre outras coisas”. E a empresa já fez a evolução na digitalização, nas tecnologias de informação e na robotização. “Já o fazemos e temos a nossa própria ferramenta Web. Prefiro sobre este tema não me alongar muito mais, mas posso dizer que é a única forma de evoluir”, conclui. ●

BILHETE DE IDENTIDADE

Fundada em 2008, a BBG SA desenvolve um trabalho concetual de elevado design e tecnologia, desde 2011 desenvolve um produto com marca própria - “HYLINE” - que consiste num sistema minimalista de grandes dimensões (portas pivotantes, sistemas de correr, guilhotinas, entre outras), diminuindo a uma escala de 18mm a vista total de alumínio visível maximizando a transparência sem obstáculos físicos e visuais.

A RUBIS PATROCINA OS TROFÉUS LUSO-FRANCESES 2019 TROFÉU INVESTIMENTO

A 26ª edição dos prémios da Câmara do Comércio e Indústria Luso-Francesa conta, uma vez mais, com a presença da Rubis como patrocinadora do Troféu Investimento.

Esta categoria, que a Rubis venceu em 2015, recompensa o sucesso dos investimentos das empresas em Portugal ou em França, promovendo as relações comerciais entre os dois países.



A energia que nos inspira

ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

ROBIN BOUVIER CEO no CybELE Lawgical

“O CybELE está focada na observação da Terra”

Venceu no Troféu Startup. O CybELE tem como objetivo trabalhar a indústria espacial, um setor de grandes oportunidades para as empresas que, querem inovação, afirma o CEO, Robin Bouvier.

“Estamos muito satisfeitos que o júri tenha considerado interessante o nosso projeto”, afirma Robin Bouvier, o CEO da companhia. A Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa “é um parceiro importante para o desenvolvimento da nossa startup em Portugal. Esperamos que nossa colaboração futura continue a dar frutos e a levar a novas inovações”, avança. Sobre o potencial da indústria espacial afirma que este “é um setor em mudança, com grandes oportunidades para empresas que trazem inovação. O setor espacial privado (às vezes chamado de “Novo Espaço”) está a ganhar o seu território ao lado das atividades espaciais governamentais tradicionais. Cada vez mais as empresas são chamadas para a prestação de serviços em diferentes categorias de atividades espaciais. Um dos exemplos mais divulgados é a privatização dos serviços de lançamento de naves espaciais, caso do Space X. Com o CybELE o objetivo é concentrarmo-nos no desenvolvimento do serviço de observação da Terra. Essa área também está a crescer e é estimulada por importantes avanços tecnológicos. E quando questionado sobre os problemas ambientais que Portugal sofre ao nível da desflorestação e pelos diversos tipos de poluição, frisa que o país, como muitos países europeus, “enfrenta vários tipos de problemas ambientais. No campo marítimo, por exemplo, a desgaseificação de tanques de embarcações é, muitas vezes, feita de forma ilegal e pode ser vista perto da costa portuguesa. Ainda assim, como todos os países industrializados, solos e rios estão sujeitos a pressões ambientais específicas. Assim, a Agência Portuguesa do Meio Ambiente (APA) alertou recentemente para a deterioração si-

gnificativa da qualidade da água do Tejo com origem nas fábricas de celulose localizadas a norte da barragem de Abrantes (com concentrações orgânicas não derivadas de águas residuais), a par da indústria agrícola com índices de concentração de poluentes com cerca de cinco mil vezes acima dos padrões recomendados). O CybELE tem vindo a monitorar a evolução desse tipo de poluição. E para além de trabalharem nos setores dos seguros e da assessoria a entidades ligadas à regulação e a gabinetes jurídicos, existem outros interesses. O gestor diz que esta é uma atividade

Isso significa que o cliente pode ser um segurador ou um gabinete de advogados, mas também agências governamentais ou empresas privadas do setor marítimo, energia, construção ou associações de proteção ambiental



que afeta os profissionais que trabalham diretamente com o meio ambiente. Isso significa que o cliente pode ser um segurador ou um gabinete de advogados, mas também agências governamentais ou empresas privadas do setor marítimo, energia, construção ou associações de proteção ambiental. E a trabalharem com seguradores impõe-se a questão dos seguros do futuro trabalhados com base em índices paramétricos. Com efeito “estamos atualmente a trabalhar no desenvolvimento de seguros paramétricos”. O projeto de criação do instrumento de aferição do dano será baseado em um índice indexado ao risco de danos am-

bientais. “Fizemos uma parceria com uma companhia de seguros portuguesa para desenvolver este novo produto e testar a sua implementação”, diz o gestor. E sobre tecnologia a mesma fonte afirma que esta “está no centro de nossos produtos e serviços. O campo de observação da Terra, graças às tecnologias espaciais, está a passar por grandes mudanças. Também trabalhamos diariamente para integrar os últimos desenvolvimentos, tanto no campo de coleta de dados como na análise de dados geo-espaciais. Interagimos particularmente com os utilizadores finais para tornar o uso dessa tecnologia acessível e simples.” ●

BILHETE DE IDENTIDADE

A CybELE é uma empresa portuguesa que desenvolve uma especialização no campo da indústria espacial. A atividade envolve a análise e o processamento de dados espaciais recolhidos por diferentes satélites (mais conhecidos como Observação da Terra) com o objetivo de investigar e processar danos ambientais. A atividade concentra-se principalmente nos setores jurídico e de seguros, com a especialização na monitorização e tratamento de arquivos ambientais.

EMPRESAS

ISQ em parceria com empresas francesas

Investimentos na área científica, energia elétrica e fóssil, projetos espaciais e mobilidade são áreas onde o ISQ (Instituto de Soldadura e Qualidade) cruza interesses com empresas francesas.

O ITER – f4e4 (Fusion for Energy) é o maior investimento científico da atualidade e o ISQ participa no âmbito das suas áreas de competência. Igualmente mediático é o trabalho do ISQ na Guiana Francesa – Esa onde presta serviços de “Quality control” no Centro Espacial Europeu há 15 anos. “Muitos dos engenheiros do ISQ que trabalham no Central Espacial têm também experiência noutros projetos com níveis de exigência semelhantes tais como o CERN (European Organization For Nuclear Research), o ESO (European Southern Observatory) ou o Petroleum Institute”, afirma a empresa. O ISQ continua com uma equipa permanente na base ae-

roespacial em Kouru e tem vindo a participar em vários projetos da Agência Espacial Europeia. Mas na relação com empresas francesas o ISQ tem trabalhado com a Engie na Central da Tapada do Outeiro ou ainda no setor automóvel e engenharia de processos com a PSA, a Eurostyle, a Snop, a Vallejo ou a MGI Coutier. A nível das energias Angola tem recebido projetos do grupo APAVE International e que tem uma parceria com o ISQ. “Na Província do Zaire, Norte de Angola, desenvolve-se o projeto Falcão com vista à criação de infraestruturas necessárias para fornecer, no curto e médio prazo, gás natural aos futuros projetos industriais a nascer no

Soyo. Fruto de uma decisão estratégica do governo angolano, este projeto visa aumentar a produção de energia elétrica no país e conta com a consultoria técnica do ISQ APAVE”, refere uma nota da em-

O ISQ continua com uma equipa permanente na base aeroespacial em Kouru e tem vindo a participar em vários projetos da Agência Espacial Europeia

presa. Adianta a mesma fonte que foi reconhecida pela Sonagás “a mais-valia da participação do ISQ APAVE no projeto “Falcão” e que está na sua capacidade e conhecimento para abarcar todas as especialidades das diversas áreas da construção desta infraestrutura, nomeadamente trabalhos de construção civil e de construção mecânica, bem como de eletricidade e instrumentação, desde a análise de materiais e equipamentos até à automação, passando pelas instalações elétricas, proteção catódica e comunicações por fibra ótica”. Ainda em Angola, o ISQ APAVE em conjunto com a APAVE International ganhou um contrato com os franceses da TOTAL E & P An-

gola para o fornecimento de serviços de ensaios não destrutivos. Diz uma nota que “o contrato é aplicável a todas as plataformas offshore da TOTAL E & P em Angola, tais como os FPSOs Girassol, Dalia, Pazflor, Clov, Bloco 17 e Bloco 32. Atua-se no casco do FPSO e na sua parte superior (embarcações flutuantes de petróleo), nas linhas dos umbilicais e nos “Risers” (tubos de subida) do sistema de produção submarina, nos poços e terminais, boias e descarregamento e finalmente em navio de hospedagem”. No Brasil o ISQ tem um contrato com os franceses da Valloirec, um dos maiores fabricantes de tubos destinados ao mercado de oil & gás no país. ●

PUB

VICTORIA
Uma empresa do Grupo Segurador **SMA**

A inovação

está no seu ADN?

No nosso também.

Queremos dar os parabéns a todas as Empresas que fazem da inovação um dos elementos do seu ADN.

VICTORIA Seguros.

Pelo 4º ano consecutivo, Patrocinador Oficial dos Troféus Luso-Franceses.

www.victoria-seguros.pt

VICTORIA Seguros, S.A. - Av. Liberdade, 200 1250-147 Lisboa Portugal

Tel. 21 313 41 00 Fax. 21 313 47 00 - Matricula C.R.C. Lisboa e NIPC 506 333 027

Capital Social EUR 34.850.000



ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

CÉSAR CARAPINHA CEO da Visound Acústica

Exportação chega aos 99,9% para empresas como a Apple e a Microsoft

A Visound Acústica venceu o Troféu Inovação. “Este troféu gentilmente atribuído pela CCI Luso-Francesa é o reconhecimento do nosso trabalho, e a prova que a visão estratégica da empresa estava correta”, afirma o CEO César Carapinha.

Há cerca de 4 anos, ainda antes de toda a polémica conhecida em relação ao excedente de plástico que invade o nosso planeta, a Vicoustic tomou como estratégia eliminar o uso de poliuretano e substituí-lo por polietileno reciclado de lixo. Depois de dois anos de pesquisa e desenvolvimento, a Vicoustic apresenta na Batimat 2017 em Paris o resultado do seu trabalho que se tornou sucesso imediato, realça o CEO César Carapinha.

As características que os clientes relevam nos produtos da empresa são a “inovação, aliada ao design. Criamos produtos que são esteticamente agradáveis, com a benesse de ser um produto técnico de alta performance”. Por outro lado a empresa tem laboratórios próprios e tecnologia proprietária. Diz o gestor: “A Vicoustic é proprietária de um dos mais avançados laboratórios de acústica do mundo, temos uma equipa própria de pesquisa e desenvolvimento e investimos em registos de patentes e marcas. Aliás o nosso slogan revela muito claramente que a Vicoustic assenta sobre o pilar da inovação – “Vicoustic - Innovative Acoustic Solutions”.

Sobre o tipo de materiais a reciclar, estes passam “essencialmente pelo polietileno. Cerca de 95% da nossa faturação assenta sobre produtos com componentes reciclados a mais de 65%, e recicláveis a 100%. O mais conhecido, o Flat Panel VMT que simula materiais rígidos como o cimento ou mármore, com a vantagem da absorção acústica e isolamento térmico”. Com presença em dezenas de mercados a visão global significa na ótica do gestor de ser uma companhia “capaz de atuar no mercado como um todo. No caso da Vicoustic, as políticas de comercialização e distribuição são comuns a todos os países e exportamos 99,9% da nossa produção”. Questionado sobre se faria sentido passar de uma empresa exportadora para a internacionalização com a deslocação de unidades produtivas para junto dos grandes mercados consumidores”, é perentório ao afirmar que “cada caso é um caso. Para algumas indústrias sim, faz sentido, no nosso caso e por uma questão estratégica, decidimos privilegiar a quali-



dade e consistência do produto. Ao fabricar no nosso próprio espaço, temos mais controlo sobre o produto final, e promovemos o Made in Portugal”.

O gestor rejeita qualquer impacto negativo perante uma economia europeia, com destaque para uma economia alemã mais débil. Diz que uma economia europeia a crescer não terá qualquer relevância nas opções de investimento. “Aliás, temos previsto a edificação de uma nova fábrica a inaugurar em 2021 em Paços de Ferreira”.

E sobre o futuro imediato, o gestor adianta que para 2019 a Vicoustic irá passar a barreira dos nove milhões de euros de faturação. Acrescenta: “A Ásia e os EUA são os nossos maiores mercados, e focámos o nosso investimento para 2020 nos mercados dos Emiratos Árabes Unidos, China e Índia. Estamos a cumprir as nossas projeções de investimento e expansão de forma a chegar aos 25 milhões de euros de vendas em 2023.” ●

BILHETE DE IDENTIDADE

A Vicoustic (marca sobre a qual a Visound Acústica SA é conhecida) é uma empresa de engenharia e desenvolvimento na área da acústica sustentável. A Vicoustic desenvolve, produz e exporta para mais de 80 países produtos de isolamento e acondicionamento acústico decorativo atuando nos mais diversos setores - residencial, comercial e indústria. Os produtos chegam aos mais conceituados artistas internacionais e a empresas de referência como a Apple, Redit, Microsoft e até instituições governamentais como a NASA. Neste momento conta com mais de 80 trabalhadores em Portugal e um departamento comercial sediado na Suécia.

activeONE

Veículos de transporte automatizado para a Indústria 4.0
LOGÍSTICA SIMPLIFICADA, MAIOR PRODUTIVIDADE!



ECONOMIA DE CUSTOS COM MOVIMENTAÇÃO AUTOMATIZADA DE CARGAS

Os AGV ActiveONE são veículos automatizados para transporte de materiais e mercadorias em instalações de fabrico e armazenamento. Com elevada capacidade de carga e rentabilidade são facilmente adaptáveis às infraestruturas e sistemas de gestão de diferentes sectores de actividade, apoiando integralmente operações de alta cadência 24h/7.



Configurações base de AGVs: ActiveONE com elevação hidráulica ou pino rebocador, ActiveONE com Transportador de Rolos e ActiveONE XL.



Para saber mais sobre os AGVs ActiveONE visite o nosso site www.activespaceautomation.com
Parque Ind. de Taveiro, Lt. 8, 3045-508 Coimbra, Portugal, Tel: +351 304 505 505, info@activespaceautomation.com



RENAULT
Passion for life

Novo Renault **ZOE**

O elétrico de todos os dias.



395 km de autonomia em ciclo misto.*

Carregamento rápido de 30 minutos
que lhe permite conduzir até 150 km.

21
ANOS
LIDERANÇA
EM PORTUGAL

*Os valores de autonomia foram obtidos em conformidade com a legislação da UE, tendo por base o novo ciclo de teste WLTP idêntico para todos os fabricantes e que permite comparar os veículos entre si. A autonomia depende de várias variáveis não técnicas, como por exemplo: topografia, condições meteorológicas, estilo de condução do condutor e velocidade, pelo que pode não refletir os resultados de uma condução em condições reais. A informação não se refere a um veículo individual específico. **De acordo com automóveis vendidos em Portugal, dados ACAP de 1997 a 2018.

ZE

[renault.pt](https://www.renault.pt)