O Jornal Económico

ESPECIAL

TROFÉUS CCILF

(CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSOFRANCESA)

16 EMPRESAS DISPUTAM TROFÉUS LUSO-FRANCESES

Nesta 27ª edição dos Troféus Luso-Franceses foram selecionadas 16 empresas que concorrem aos seis troféus da iniciativa promovida pela CCILF. Os vencedores serão conhecidos na gala marcada para 28 de outubro, e que contará com a presença de Florence Mangin, Embaixadora de França em Portugal, e de Jorge Torres Pereira, Embaixador de Portugal em França.

ANÁLISE

França continua a reforçar posição na relação económica com Portugal P2

ENTREVISTA

Florence Mangin
Embaixadora de França em Portugal

"França ocupa um lugar central no comércio internacional de Portugal"

Com um excedente comercial a favor da Portugal, França é um parceiro incontornável de Portugal e cujos investimentos entre nós estão a crescer rapidamente. P6

TROFÉUS

Foram selecionadas 16 empresas para seis prémios P8

ANÁLISE

França continua a reforçar posição na relação económica com Portugal

Mesmo com a pandemia, a posição da França como investidor e como parceiro comercial tem sido reforçada.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

França tem ganho um peso cada vez maior na relação económica com Portugal, como fonte de investimento, mas também como mercado, com uma balança comercial que tem pendido para o lado luso, afirmando-se, assim, como estruturante para empresas e empresários.

Em declarações ao Jornal Económico (JE), o presidente da Aicep Portugal Global – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, Luís Castro Henriques, refere que nos cinco anos terminados em 2020 o investimento direto líquido francês em Portugal multiplicou-se por mais de sete vezes. Em termos de stock, o investimento direto estrangeiro (IDE) francês ultrapassou os 12,8 mil milhões de euros, no final do primeiro semestre deste ano, representando 8,3% do total.

França afirma-se, assim, como uma das cinco mais relevantes geografias de origem do investimento estrangeiro em Portugal.

Parceiro comercial em crescendo

Esta relação económica não se resume, apenas, a IDE, porque a importância relativa de França como parceiro comercial tem crescido, afirmando-se como o terceiro fornecedor e ocupando, em crescendo, a posição de segundo maior cliente, mesmo depois do impacto da pandemia. Em 2019, antes da emergência da Covid-19, mais de 7,7 mil milhões de euros de bens e 3,4 mil milhões de euros de serviços foram vendidos por Portugal a clientes franceses.

O volume de comércio significa criação de emprego, sendo que as filiais francesas são o grande empregador estrangeiro em Portugal

Responsável por um excedente comercial da ordem de 1,5 mil milhões de euros favorável a Portugal, o mercado francês é estruturante para as empresas e empresários nacionais.

E o volume de comércio significa criação de emprego, sendo que as filiais francesas são o grande empregador estrangeiro em Portugal, especialmente se tivermos em atenção sectores como o dos transportes e logística, do comércio, tecnologias de informação e comunicação, mas também a indústria, nomeadamente a relacionada com a fileira do automóvel, o que é visível, por exemplo no perfil das empresas selecionadas para os Troféus Luso-Franceses, promovidos pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF).

Globalmente, estamos a falar de 750 empresas com capital francês, que empregam mais de 60 mil trabalhadores.

Reuters

E, desde há alguns anos que foram empresas francesas que tornaram Portugal um destino privilegiado para os negócios de nearshoring, com grandes empresas de serviços ligados à banca e seguros a transferirem as operações para Portugal.

Não se pense, também, que os portugueses estão parados e não aproveitam o mercado francês para também investirem, de volta. Durante os primeiros nove meses deste ano, o stock de IDE português em França atingiu os 1,4 mil milhões de euros, com referência para a iniciativa de grupos lusos relevantes a atuarem em todo o território gaulês, caso dos grupos Amorim, Visabeira, Renova, Purever, Alves Ribeiro ou ainda, os "unicórnios" de matriz portuguesa, que se mostram muito ativos, como a Talkdesk e a Outsystems.

I&D em destaque

De realçar que a França é um potentado na capacidade de angariar investimentos industriais, a par de atividade de pesquisa e desenvolvimento (I&D), ficando à frente do Reino Unido e da Alemanha. Os sectores mais apelativos para os grandes investidores externos em França centram-se nas energias renováveis, algo fundamental no momento atual, onde se espera ficar menos dependente de energias fósseis e quando a União Europeia definiu regras para o processo de descarbonização da economia, com metas ambiciosas definidas já para o final da década. E é também um país para grandes investimentos na área da saúde, refletindo o elevado poder de compra dos seus cidadãos e também o problema na alteração da pirâmide demográfica.

Florence Mangin, Embaixadora de França em Portugal, realça (na entrevista publicada neste Especial) que o país está recetivo e aberto a projetos industriais onde a tecnologia portuguesa dá cartas, caso dos sectores ligados ao mobiliário, madeira, vidro e cerâmica. A nível de serviços, o mercado francês está recetivo no setor da construção civil, uma área onde a emigração dos anos 60 do século passado foi relevante.

Na distribuição, os franceses têm um operador público disponível para os investidores e exportadores, o Business France. Dados citados pela Lusa referem que o Governo francês subiu de 6% para 6,25% a sua previsão de crescimento económico para 2021. Na apresentação do orçamento francês foi referido pelo ministro da Economia, Bruno Le Maire, que que era esperado para este mês de dezembro um nível de atividade idêntico ao período pré-pandémico. Este é o último orçamento do atual mandato do presidente Emmanuel Macron e fecha com um plano de investimento de 30 mil milhões de euros. Nas contas francesas o défice público deverá ficar nos 5% em 2022, bem acima do desejado por Bruxelas, enquanto o peso da dívida pública no Produto Interno Bruto tenha recuado ligeiramente para 114%.

O ministro da Economia francesa prometeu que a estratégia não será o equilíbrio das finanças públicas à custa de períodos longos de austeridade, mas antes através de reformas estruturais e classificou a opção de 2008 como um erro. O desemprego esperado para este semestre em França é de 7,6%, o mais baixo desde a crise financeiro de 2008. Foi realçado o impacto para empresas e famílias do custo de energia e a produção nuclear vai voltar a ser a opção para manter os valores de energia controlados, quer a nível de eletricidade, quer indiretamente no gás. Por seu lado, o plano "France 2030" apresentado a seis meses das eleições presidenciais. Visa relançar a França industrial, sendo que a inovação é crítica para o país financiar o modelo social. Uma das principais medidas será o investimento de mil milhões de euros em pequenos reatores nucleares, uma energia amplamente utilizada na França que não gera gases de efeito estufa. No entanto, não é consensual esta opção energética. O país vai ainda aplicar quatro mil milhões de euros no desenvolvimento de uma aeronave de baixo carbono e para produzir cerca de dois milhões de veículos elétricos e híbridos até 2030. Haverá ainda investimento na robótica para a agricultura.

Investimento imobiliário continua em alta

O imobiliário também tem sido um sector de destino do investimento francês. O clima e o custo de vida de Portugal têm atraído cada vez mais franceses, tanto como residentes, beneficiando de um quadro fiscal competitivo, como em turismo. No ano passado, um período atípido devido à pandemia, os franceses tornaram-se os turistas mais gastadores em território português, ultrapassando uma posição que era detida pelos britânicos. Segundo o Banco de Portugal, em 2020, os turistas gauleses deixaram 1.551 milhões de euros em Portugal. E lideraram, também, no primeiro semestre deste ano.

Em 2016, Reino Unido e China foram ultrapassados pelos franceses, que se tornaram os maiores investidores estrangeiros no imobiliário português. O estudo "Living Destination" apresentado recentemente pela consultora imobiliária JLL veio mostrar que esta realidade se manteve, apontando que os franceses são a terceira nacionalidade com maior peso na procura internacional por habitação no mercado português, contando com 16%, atrás de chineses e de brasileiros.

No final do ano passado, estavam inscritas no registo consular junto da Embaixada de França em Portugal, 16.787 pessoas, fazendo com que a francesa seja a oitava comunidade estrangeira mais importante do país. ■

PUB

GROUP
LAUAK

PARCEIRO DE LONGO PRAZO PARA EMPRESAS AEROESPACIAIS LÍDERES

NOSSAS ATIVIDADES

INOVAÇÃO

A inovação na LAUAK envolve imaginar e desenvolver os produtos, tecnologias e processos de amanhã para manter e desenvolver nossa vantagem competitiva.

CHAPA DE METAL

Actividade histórica do Grupo LAUAK , somos especialistas em trabalhos de painéis e chapas aeronáuticas , simples ou complexos, conformados a frio ou a quente.

USINAGEM

O Grupo LAUAK usa mais de 50 máquinas controladas digitalmente para fabricar peças básicas usinadas e subconjuntos.
Em cada segmento de desenvolvimento, o Grupo Lauak se esforça para oferecer uma solução de desenvolvimento local aos seus clientes e soluções de melhor custo em termos de produção.

TUBOS E CANOS

Presente no campo de ar condicionado há vários anos, o Grupo LAUAK adquiriu todas as atividades de tubulação da Bombardier em 2018. O Grupo LAUAK possui atualmente 3 unidades de produção totalmente integradas (1 APU na França e 2 unidades dedicadas no Canadá e no México) fornecendo o melhor compromisso entre expertise e custo. O Grupo LAUAK está posicionado em todos os sistemas de transporte de fluidos: sangramento, hidráulico, combustível, ar, Fidex, etc.

SOLDADO MECANICAMENTE

LAUAK GROUP é especializado na produção de conjuntos usinados e soldados para ambientes de motores , principalmente em sua unidade de produção LAUAK AERO ENGINES em Saint-Germé. Nossa experiência de longa data está na produção de conjuntos complexos de chapas metálicas, peças usinadas e soldadas, que são usados em sistemas desenvolvidos para motores de helicópteros ou de aeronaves.

CONJUNTO

O Grupo LAUAK monta subconjuntos de aeroestrutura e conjuntos complexos para a indústria aeronáutica. Montamos estas estruturas para as quais contamos com as qualificações dos principais fabricantes aeronáuticos e fornecedores de equipamentos OEM e equipas dedicadas de mais de 200 instaladores especializados.

ENTREVISTA | LUÍS CASTRO HENRIQUES | presidente da AICEP Portugal Global

Portugal tem características únicas que o colocam no radar dos investidores franceses

A relação de França com a economia portuguesa tem-se aprofundado, tanto no investimento como no comércio, apesar do impacto negativo da pandemia. Para a Aicep, fomentar um ambiente de negócios atrativo é fundamental.

RICARDO SANTOS FERREIRA
E VÍTOR NORINHA
rsferreira@jornaleconomico.pt

Cristina Bernardo

França tem um papel de relevo na economia portuguesa, porque é tradicionalmente um dos maiores investidores e porque tem reforçado a sua posição como parceiro comercial. Ao Jornal Económico (JE), o presidente da Aicep Portugal Global – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, Luís Castro Henriques, diz que Portugal beneficia de condições únicas para atrair o investimento francês, como o talento, "o ambiente de negócios amigável e as boas infraestruturas, designadamente tecnológicas".

Como tem evoluído o investimento francês em Portugal?

França é, tradicionalmente, um dos maiores investidores estrangeiros em Portugal. De acordo com os dados publicados pelo Banco de Portugal, no período 2016-2020, o investimento direto líquido de França em Portugal apresentou uma variação média positiva de 646% (1.953 milhões de euros em 2020, o que significa um aumento para mais do dobro do valor atingido no ano anterior).

O primeiro semestre de 2021, quando comparado com o mesmo período do ano anterior, registou uma recuperação, em ambos os fluxos. Em termos de stock, o investimento direto de França em Portugal [IDE] ascendeu a 11.868 milhões de euros no final do ano de 2020, representando 7,9% do total de IDE captado por Portugal e posicionando a França no *TOP 5* dos investidores estrangeiros. No mesmo ano, a França representava 2,6% do total de investimento direto de Portugal no exterior [IDPE], com um total de 1.349 milhões de euros. Até ao final de junho de 2021, o stock de IDE representava 8,3% do total, totalizando mais de 12,8 mil milhões de euros, enquanto o stock de IDPE já ultrapassava aos 1,4 mil milhões de euros e representava quase 3% do total de IDPE, no mesmo período.

É importante salientar o facto de o investimento francês em Portugal ser altamente diversificado e estar, atualmente, muito centrado nas empresas de sectores como as tecnologias de informação, agroalimentar e, de forma crescente, os serviços - restauração, imobiliário, serviços empresariais, passando pelas start-ups que optam por Portugal como destino de instalação e que neste momento são mais de 30.

E como têm evoluído as exportações portuguesas para França?

França é um dos principais parceiros comerciais de Portugal. Em 2014, subiu à segunda posição no ranking dos principais clientes de bens, lugar que manteve nos últimos cinco anos.

> **Vale a pena referir a relevância crescente dos investimentos protagonizados por empresas francesas lideradas/fundadas por portugueses ou por lusodescendentes**

Também nos últimos cinco anos, as exportações portuguesas de bens para França registaram um crescimento médio de 3,7%. Em 2020, o impacto da pandemia fez-se sentir, registando-se uma quebra de 6%, face ao ano anterior, numa altura em que o relacionamento económico bilateral estava em crescimento e de forma sustentada.

No entanto, as empresas portuguesas e a economia estão a reagir e destacaria o facto de as exportações portuguesas para França terem, entre janeiro e agosto deste ano, superado já os valores de 2019, tendo passado de 5.148 milhões de euros para 5.462 milhões de euros, isto é, mais 6,1%. Entre os grandes mercados de exportação portugueses é uma evolução excelente, só suplantada pela Espanha (mais 10,6%). Estamos a falar de valores importantes, ou seja, mais 314 milhões de euros em 2021 em relação a 2019, ao mesmo tempo que subiram 802 milhões de euros entre 2020 e 2021. É a segunda maior contribuição para o aumento global das exportações portuguesas. Todos estes elementos, consolidam a França como um grande cliente de Portugal.

O interesse crescente pelo mercado francês também está bem refletido na evolução do número de empresas portuguesas que exportam para França. Em 2020 exportaram 5.381 empresas, o que significou um crescimento de cerca de 6% face ao ano anterior.

Fatores como a proximidade geográfica e cultural entre os dois países, a acessibilidade - tanto rodoviária como aérea -, assim como 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 existentes entre as empresas dos dois países.

França continua a ser o país com quem Portugal tem a balança comercial de bens e serviços mais favorável, tendo registado um saldo positivo de 4.584 milhões de euros em 2020.

Qual a importância das empresas francesas ou participadas por entidades francesas no desenvolvimento da economia portuguesa?

Portugal tem características únicas que têm colocado o país no radar dos investidores franceses.

A qualidade do talento (qualificações técnicas e conhecimento de línguas estrangeiras), o ambiente de negócios amigável e as boas infraestruturas do país, designadamente tecnológicas, bem como as medidas de promoção da atividade económica e de apoio ao investimento estrangeiro, levadas a cabo nos últimos anos, 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.

Estima-se que estejam instaladas em Portugal cerca de 750 empresas com capitais franceses.

Além dos aspetos já referidos, vale a pena referir a relevância crescente dos investimentos protagonizados por empresas francesas lideradas/fundadas por portugueses ou por lusodescendentes.

A economia portuguesa tem um ambiente competitivo de negócios para atrair capital estrangeiro a nível industrial e de serviços?

O fomento de um ambiente de negócios atrativo é essencial para estimular novos investimentos, incluindo investimento direto estrangeiro, de modo a aumentar a competitividade e o crescimento da economia portuguesa.

Portugal tem vindo a fazer globalmente um esforço que se tem traduzido na melhoria do ambiente de negócios para as empresas.

Por exemplo, mesmo no ano da pandemia de 2020, Portugal entrou no top 10 dos países mais atrativos para IDE, de acordo com o EY Attractiveness Survey Portugal 2021, que anualmente avalia a perceção dos investidores estrangeiros relativamente à atratividade do país enquanto destino de investimento estrangeiro. Já no ranking "Ease of Doing Business", do Banco Mundial, Portugal está classificado em 39º lugar entre 190 economias na facilidade de fazer negócios, mantendo o mesmo lugar que tinha em 2019 [estava em 34º, em 2018].

PUB

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 | FLORENCE MANGIN | embaixadora de França em Portugal

"França ocupa um lugar central no comércio internacional de Portugal"

Com um excedente comercial a favor da Portugal, França é um parceiro incontornável de Portugal e cujos investimentos entre nós estão a crescer rapidamente.

ANTÓNIO FREITAS DE SOUSA
E VÍTOR NORINHA
afsousa@jornaleconomico.pt

A França ocupa o primeiro lugar do ranking dos principais excedentes comerciais de Portugal tanto no que diz respeito às mercadorias como aos serviços – assumindo portanto um lugar central no quadro da internacionalização da economia portuguesa. Em entrevista ao JE, a Embaixadora Florence Mangin anuncia que o objetivo de relocalizar na Europa cadeias de valor que venham reforçar a autonomia estratégica do continente. "Os investimentos entre os nossos dois países entram nessa lógica", afirma – o que só pode ser entendido como uma excelente notícia.

Como estão a evoluir as trocas comerciais entre França e Portugal? Quais os sectores de atividade mais relevantes?

A França é um parceiro económico de primeiro plano para Portugal. Não obstante a crise pandémica e a contração das economias e do comércio, o nosso país manteve-se em 2020 e no primeiro semestre de 2021 o segundo cliente (com 6,2 mil milhões de euros) e o terceiro fornecedor (com 4,7 mil milhões de euros) de bens para Portugal. O mercado francês de bens é estruturalmente lucrativo para Portugal. Excecionalmente deficitária em 2019 (menos 150 milhões de euros), a balança comercial no comércio de mercadorias voltou a ser favorável a Portugal em 2020 (mais 1,5 mil milhões de euros), com um resultado próximo do de 2018.

No que diz respeito ao comércio de serviços, 2019 seguiu a tendência observada nos anos anteriores, com um lucro comercial acrescido para Portugal (mais 3,5 mil milhões de euros), embora 2020 marque uma inversão desta dinâmica, após a forte contração do turismo internacional. Ainda assim, Portugal continua a beneficiar grandemente de um excedente oriundo do mercado francês (mais 2,2 mil milhões de euros). A França ocupa, assim, um lugar central no comércio internacional de Portugal, tendo-se tornado em 2020 no principal excedente comercial de Portugal, em serviços e em mercadorias.

O comércio de veículos automóveis e seus componentes ocupa um lugar de destaque no comércio bilateral, em consonância com a implantação em Portugal da Stellantis, do grupo Renault, da Faurecia, etc. Estas trocas no mercado automóvel beneficiam Portugal. A aeronáutica, os produtos farmacêuticos e os cereais ocupam um lugar de destaque nas exportações francesas para Portugal, enquanto o calçado, o vestuário, a cortiça e o papel-cartão se distinguem nas exportações portuguesas para França, uma vez mais de forma coerente com a produção e necessidades nacionais.

Que impacto teve a pandemia nos fluxos comerciais? E no investimento?

A nível de relações comerciais, o mês de março de 2020, que marcou o início do confinamento tanto em Portugal como em França, assinalou uma quebra acentuada no comércio de mercadorias, mais marcada no sentido de França para Portugal (menos 40%) do que de Portugal para França (menos 24%). A situação continuou a deteriorar-se em abril.

A partir de maio, o desconfinamento em França e em Portugal permitiu uma recuperação gradual do comércio de mercadorias, que apesar disso, se manteve abaixo dos níveis excecionais do período anterior à crise sanitária no segundo semestre de 2020.

A recuperação tem mostrado um certo desequilíbrio em desfavor da França: entre 2019 e 2020 as exportações francesas de bens para Portugal caíram mais acentuadamente (34%) do que as importações de Portugal (11%).

As exportações de serviços de Portugal para França atingiram 3,4 mil milhões de euros em 2020, o que representa uma forte diminuição em relação a 2019 (menos 30%), mas a parte de França nestas exportações aumentou nesse mesmo período. Este é um sinal relevante da resiliência do mercado francês e de uma menor dependência ao turismo e aos transportes do que outros clientes dos serviços portugueses, tais como o Reino Unido ou a Alemanha. Em paralelo, as importações de serviços de França foram ligeiramente afetadas pela quebra (menos 10%) e o seu peso nas importações de serviços para Portugal aumentou.

A nível de investimento e apesar da crise pandémica, Portugal passou do 11º para o 10º lugar das economias europeias em termos de atratividade para os investimentos diretos estrangeiros (IDE), segundo o inquérito 'EY Attractiveness Survey Europe 2021'. No ano anterior o país tinha subido de 17º para 11º lugar. Este poder de atração é fortemente exercido na direção das empresas francesas, que foram as que mais reforçaram o seu stock de investimentos em Portugal em 2020 (1,8 mil milhões de euros), depois de já o terem aumentado substancialmente em 2019 (mais 2,1 mil milhões de euros). A França encontra-se assim em quarto lugar dos países emissores de IDE em Portugal com um stock de 11,8 mil milhões de euros no final de 2020, atrás da Holanda, Espanha e Luxemburgo. Para além deste valor de stock de IDE, as empresas francesas continuam a ser, segundo o Instituto Nacional de Estatística português [INE], os atores de primeira linha na criação de riquezas e empregos. Assim, as suas filiais em Portugal ocupavam em 2019 o primeiro lugar em termos de valor acrescentado bruto: mais de cinco mil milhões de euros, ou seja, perto de 23 % do VAB gerado pelas filiais estrangeiras em Portugal. As nossas empresas são geralmente o primeiro empregador estrangeiro dos transportes e logística, do comércio, assim como das tecnologias de informação e comunicação. Portugal tornou-se assim um destino privilegiado de nearshoring, nomeadamente no setor dos serviços. Enfim nestes últimos anos, as empresas francesas estão especialmente dinâmicas no setor das energias, nomeadamente renováveis.

> **A nível de investimento e apesar da crise pandémica, Portugal passou do 11º para o 10º lugar das economias europeias em termos de atratividade para os IDE**

Como está a ser a recuperação e quando se espera voltar aos níveis pré-pandemia?

Tratando-se de trocas de bens, as exportações portuguesas para França já alcançaram no primeiro trimestre o seu nível antes da crise (mais ou menos 3,6 mil milhões de euros, como em 2018 e 2019). À exceção do ano 2019, podemos igualmente afirmar que as importações de bens franceses em Portugal atingiram praticamente o seu nível antes da crise no primeiro semestre de 2021 (2,6 mil milhões de euros, ou seja somente menos 4% em relação a 2018). O saldo da balança comercial prossegue na tendência constatada em 2020, com um benefício para Portugal acentuado no primeiro semestre de 2021 (mais mil milhões de euros). Relativamente aos investimentos, podemos assim considerar que a crise ficou para trás. De facto, o primeiro trimestre confirma a atratividade de Portugal face às empresas francesas, a França é o primeiro emissor de IDE nesse período (mais 660 milhões de euros) antes da Espanha, o stock atingindo 12,5 mil milhões de euros em fi-

Cristina Bernardo

nais de março de 2021. De forma simétrica, os investimentos das empresas portuguesas em França são repartidos/distribuídos em alta desde o primeiro trimestre de 2021 (mais 131 milhões de euros).
A execução dos PRR francês e português apresentará, assim o espero, oportunidades cruzadas, comerciais e investimento, para as empresas dos nossos dois países, desde que partilhemos uma experiência e conexão comuns às tecnologias ligadas às transições numérica e ecológica.

Quais os setores que estão a recuperar mais rapidamente e quais os que apresentam maiores dificuldades?
As atividades de serviços administrativos são provavelmente os setores que foram os mais resilientes face à crise, tendo mesmo saído beneficiados. Os serviços financeiros (volatilidade dos mercados), consultoria (transformações estratégicas) e tecnologias de informação (digitalização das empresas) beneficiam do contexto atual para desenvolver as suas atividades respondendo às novas necessidades de acompanhamento.
Os setores da hotelaria-restauração, e mais geralmente o turismo, foram bastante afetados. Apesar da implementação do certificado numérico europeu, a dessincronização na emergência de variantes e, portanto, das condições de viagens internacionais, perturbou a retoma do setor em 2021.
As atuais tensões nos fornecimento (tráfego marítimo, falta de semicondutores, etc.), assim como o grande aumento de preço das matérias-primas, em especial a energia, pesam já bastante nas capacidades de produção da indústria e poderiam consequentemente travar a retoma das trocas comerciais de bens industriais.

França tem assumido uma postura de país ideal para o investimento estrangeiro na Europa. Há movimentos assinaláveis de investimento português em França?
A publicação do barómetro 'EY 2021' de atratividade confirma efetivamente o lugar da França como primeiro destino na Europa para a recolha dos investimentos, pelo segundo ano consecutivo, à frente do Reino Unido e Alemanha. Ainda este ano, a França é a primeira economia europeia em matéria de investimentos industriais e conserva igualmente o primeiro lugar para o recolhimento das atividades de pesquisa e desenvolvimento.
Em termos sectoriais, os projetos de investimento estrangeiros em França nas energias renováveis tiveram um aumento de 81% em 2020. França está em primeiro lugar em matéria de investimentos nos setores da saúde. Ela registou um aumento de 123% do número de projetos na indústria farmacêutica em 2020 e acolhe apenas para ela 40% dos projetos de investimento nos equipamentos médicos e cirúrgicos. O maior crescimento diz respeito aos projetos de investimento no mobiliário, madeira, vidro e cerâmica, que triplicaram ao longo dos dois últimos anos.
Noto que se trata de setores especializados da indústria portuguesa, cujos atores seriam bastante bem acolhidos se decidissem investir no nosso país.
Ainda limitados em volume (1,4 mil milhões de euros de stock de IDE em finais de 2020), a lógica inicial dos investimentos portugueses em França é de aproximar-se de um mercado importante de bens, serviços e construção civil.
A crise pandémica continua a afetar os circuitos logísticos internacionais e os aprovisionamentos. Neste contexto, partilhamos com Portugal o objetivo de relocalizar na Europa cadeias de valor e, assim, reforçar a autonomia estratégica do continente. Os investimentos entre os nossos dois países entram nessa lógica. ■

Candidatura aos Troféus Exportação e Inovação

Carla Santos
CFO da Ciclo Fapril

A CICLO-FAPRIL posiciona-se no mercado da subcontratação de componentes soldados metálicos para mercados tão diferenciados como Hospitalar, automóvel, desporto, puericultura, mobiliário metálico, Fisioterapia/estética, energias renováveis, construção civil entre outros.
A Ciclo Fapril candidatou-se ao Troféu da Exportação CCIFL com o propósito de reconhecimento do trabalho realizado, mas com os olhos postos no futuro, esperando que a promoção da CCILF possa cada vez mais catapultar a marca Ciclo Fapril no mercado em França.
A Ciclo Fapril nasceu para fornecer componentes para mercado das duas rodas em Portugal, mas ao longo destes 56 anos de atividade gradual e sustentadamente foi diversificando as áreas de negócio e aumentando a exportação.
Desde a década dos anos 90 que a atual Administração e Acionistas Executivos tem vertido o seu know-how acumulado numa estratégia de investimentos, que assegura a melhor tecnologia produtiva disponível desde então, sendo percursores na soldadura robotizada alumínio multiproduto, corte laser 2D e 3D, numa dimensão internacional.
A Ciclo Fapril entendeu ser também estratégica a entrada na área de componentes em alumínio, para veículos elétricos onde o peso é determinante, dispondo atualmente de uma unidade de produção 100% dedicada à produção em alumínio que denominamos ALUFAP que é única em Portugal.
Desenvolvemos e produzimos elevadores para Torres Eólicas, Elevadores de Grua e Elevadores de Carga para a construção civil com a marca ELEVEK by CF que concorre com os maiores players mundiais.
A empresa apostou ainda em 2019 na criação de uma Academia NS Academy com vista a valorizar o seu Capital Humano e aumentar o nível da qualificação dos seus trabalhadores.
Estas têm sido as verdadeiras apostas da empresa, que lhe têm permitido conquistar o mercado externo exportando 82% do VN de forma direta.

A gestão do actual comité executivo que é também a segunda geração de accionitas tem-se pautado sempre por elevados padrões de exigência da Ciclo Fapril.
A candidatura ao Troféu Inovação da CCILF, teve por base a valorização da inovação do elevador ALL IN ONE, cuja base se desenvolveu pela crescente capacidade ao nível I&D e associado ao "know-how" das empresas do grupo Ciclo Fapril.
Trata-se de um novo equipamento de elevação com multifunções e capacidades superiores aos existentes atualmente no mercado , adaptando ao setor da construção, nomeadamente no que se refere a elevadores para torres grua.
Com esta solução inovadora, incorporamos no elevador uma estrutura "ALL IN ONE", que otimiza e facilita este processo, procurando uma solução diferenciadora, que torna mais leve e fluído todo o processo de transporte, stock e instalação dos elevadores em torres grua.
A atual Administração e Acionistas Executivos apresentam uma multidisciplinariedade diferenciadora, resultante da ligação, desde tenra idade, à indústria metalomecânica e das duas rodas.
Esta equipa de gestão rodeou-se e tem permitido o crescimento profissional de equipas que têm um valor inestimável pelo conhecimento técnico e domínio dos processos bem como pela vasta experiência de industrialização de projectos dos mais diversificados mercados.

com o apoio de
CF CICLO FAPRIL Metal works.
ELE VEK by CICLO FAPRIL

TROFÉUS LUSO-FRANCESES 2021

Selecionadas 16 empresas para seis prémios

Depois de uma ausência forçada, por causa da pandemia, a iniciativa da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa regressa.

MRICARDO SANTOS FERREIRA
rsferreira@jornaleconomico.pt

Os Troféus Luso-Franceses regressam, este ano, para a sua 27ª edição, depois de um ano interrupção, em 2020, devido à pandemia de Covid-19, que obrigou à suspensão da iniciativa da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF).

"Com o objetivo de promover as trocas comerciais entre Portugal e França e premiar o esforço e o sucesso obtidos pelas empresas no desenvolvimento de estratégias e investimentos em ambos os mercados, estes prémios contribuem também para o fortalecimento das relações entre os dois países", referem os responsáveis pela CCILF.

Nesta edição do regresso possível à normalidade, os troféus voltam a dividir-se em seis categorias, recompensando "Investimento", "Exportação", "PME", "Inovação", "Desenvolvimento Sustentável" e "Startup". Junta-se a este o "Troféu do Júri", a atribuir a uma empresa ou projeto que se tenha destacado num dos mercados de base, o francês ou português.

O prazo para entrega das candidaturas esgotou-se a 20 de setembro, iniciando-se, então, o processo de seleção do júri composto por representantes do AICEP Portugal Global, da IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, por conselheiros do comércio exterior, por empresários, patrocinadores e parceiros do evento.

Gala está marcada para 28 de outubro

O júri selecionou 16 empresas candidatas, três por casa um dos troféus em disputa, sendo que duas empresas foram selecionadas para dois troféus diferentes (ver texto nestas páginas). Acresce aos prémios por segmento o "Troféu do Júri", que não tem uma lista de empresas selecionadas.

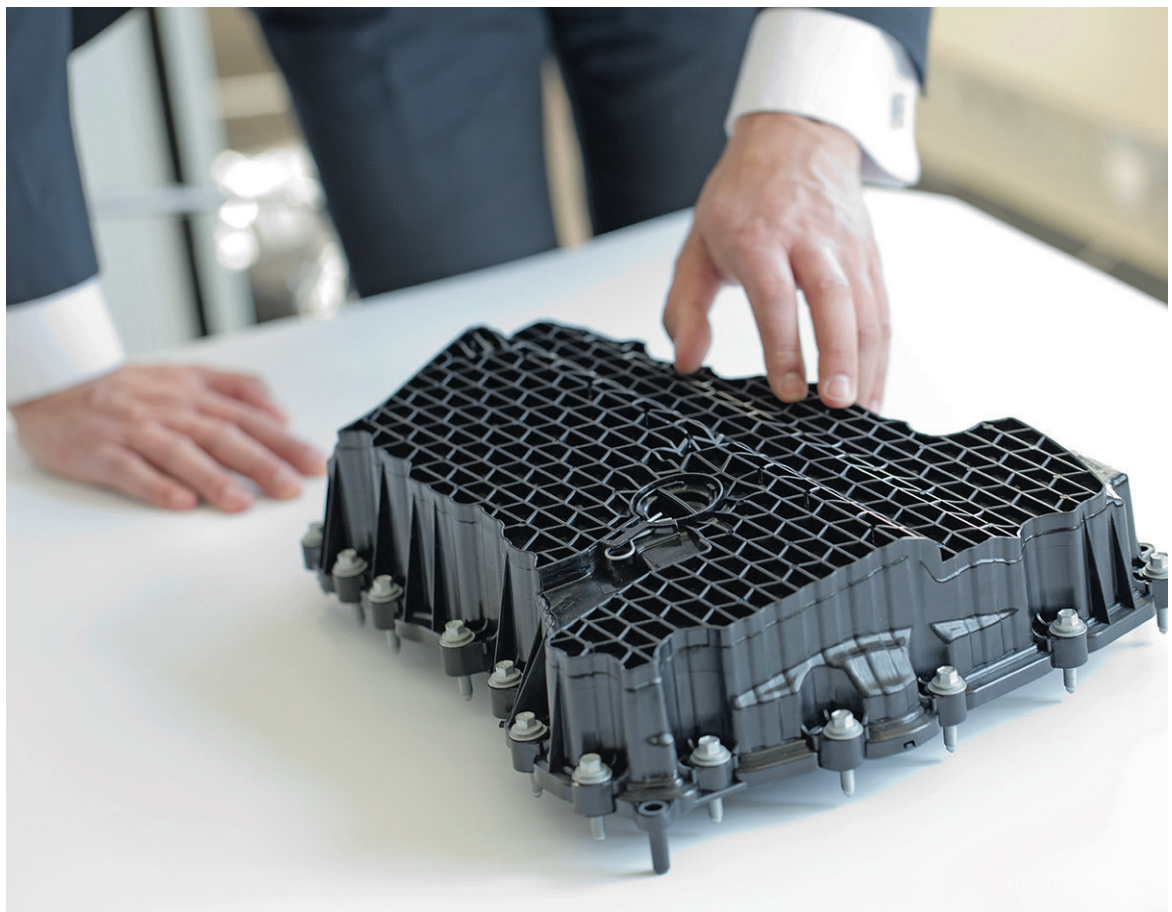
Os vencedores dos Troféus Luso-Franceses 2021 vão ser conhecidos no dia 28 de outubro, na gala de entrega de prémios, que se realizará no SUD Lisboa, na capital portuguesa, numa cerimónia que será presidida por Florence Mangin, embaixadora de França em Portugal, e por Jorge Torres Pereira, embaixador de Portugal em França.

Na 26ª edição dos Troféus Luso-Franceses, foram galardoadas a Visound Acústica (Troféu Inovação), a Renault Portugal (Troféu Desenvolvimento Sustentável), a Delabie (Troféu Investimento), a Balanças Marques (Troféu PME), a BBG (Troféu Exportação) e a CybELE Lawgical (Troféu Startup). O Troféu do Júri foi entregue à ANA – Aeroportos de Portugal.

Fundada em 1887, a CCILF é uma associação privada reconhecida com estatuto de utilidade pública, com uma rede de cerca de 620 associados em Portugal e França. Tem como principal objetivo "incrementar o comércio bilateral luso-francês e proporcionar um amplo leque de serviços a todas as empresas interessadas por um dos dois mercados, fomentando correntes de negócios duradouras".

"Além do apoio comercial, e sempre com o objetivo de facilitar as oportunidades de negócios entre os atores da comunidade empresarial luso-francesa e de permitir os intercâmbios de experiências e ideias entre profissionais de todos os setores de atividade", refere a organização. ■

A CCILF é uma associação privada reconhecida com estatuto de utilidade pública, com uma rede de cerca de 620 associados em Portugal e França



Steep

TROFÉU NVESTIMENTO

Sector automóvel, moda e serviços estão em destaque

O Troféu Investimento tem como objetivo galardoar o sucesso de um investimento realizado num dos dois países, Portugal ou França.

O primeiro selecionado desta categoria que nomeamos é a STE – Exploração de Plásticos Unipessoal, empresa do grupo francês Steep Plastique que também é finalista do Troféu PME. Dedica-se à produção de componentes plásticas automóveis e está instalada no Parque Empresarial de Lanheses, em Viana do Castelo.

Há quatro anos, quando se instalou em Portugal, o grupo gaulês contratualizou um investimento de 10,1 milhões de euros, que poderia ascender a 50 milhões de euros, até 2024, numa quarta fase do projeto para a produção de peças injetadas de plástico para a indústria automóvel, com uma produção essencialmente direcionada para o mercado internacional.

O investimento previa, inicialmente, a criação de 50 postos de trabalho, que, dependendo da evolução do projeto, podem chegar aos 250.

A multinacional francesa está presente, além de Portugal, em França, Marrocos, Eslováquia e Turquia.

Moda e Serviços também disputam troféu

Os outros dois selecionados para esta categoria de Investimento na iniciativa da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa são mais conhecidos do grande público: trata-se da La Redoute e da Sodexo Business Services.

A La Redoute é uma empresa especializada em moda e artigos de decoração e que começou a trabalhar em Portugal em 1988, com uma operação de vendas por catálogo, que evoluiu para a venda online, com o crescimento do comércio eletrónico, e, no ano passado, em plena pandemia de Covid-19, quando a aposta generalizada das empresas foi feita na rede global da internet, a La Redoute abriu a primeira loja física em Lisboa.

Segundo a empresa, as vendas in-store foram um sucesso e, em setembro, a empresa abriu a sua segunda loja física, desta vez no Porto.

O grupo tem aberto lojas físicas em cidades como Paris, Lausanne, Moscovo e Zurique.

Referência, agora, para a Sodexo, uma empresa prestadora de serviços fundada em Marselha há mais de meio século. Este grupo francês atua nas áreas de serviços de alimentação, da saúde e na gestão de instalações. O seu produto mais conhecido é o cartão de refeição.

Presente em diversos mercados na Europa, a empresa iniciou recentemente novos projetos, caso da Polónia, enquanto em Portugal continua em forte crescimento, tendo anunciado há alguns meses a contratação de mais algumas dezenas de funcionários para a sede no Porto.

A Sodexo Business, através do seu centro de serviços partilhados, é responsável pelos serviços de faturação, contabilidade e gestão de ativos de todo o grupo Sodexo na Europa.

O grupo opera em 72 países e tem mais de 100 milhões de consumidores no seu portfólio. ■ *VN*

O Troféu Investimento tem como objetivo galardoar o sucesso de um investimento realizado num dos dois países, Portugal ou França

TROFÉU PME

Recompensar inovação e o dinamismo das PME

As pequenas e médias empresas (PME) constituem 3,8% do tecido empresarial português, segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística. Se juntarmos a estas as microempresas, estamos a falar de 99,9% do total de empresas. É este o universo que pode aspirar ao Troféu PME, que pretende recompensar a inovação e o dinamismo das pequenas e médias empresas, com menos de 100 trabalhadores, no quadro definido pela Câmara de Comércio Luso-Francesa (CCILF).

Para esta edição, foram selecionadas a Baxter Injection Portugal, uma companhia que se dedica à injeção de plástico; a Monsurgel, cuja atividade está centrada no comércio de fruta fresca e congelada; e a STE – Exploração de Plásticos Unipessoal, que fabrica e comercializa produtos à base de matérias plásticas para a indústria automóvel.

A Baxter Injection Portugal tem sede no Porto, começou a laborar há cinco anos e emprega atualmente 23 funcionários para uma faturação estimada de 5,28 milhões de dólares (cerca de 4,98 milhões de euros). Trata-se de uma companhia de alta tecnologia, que se dedica à injeção de peças técnicas, de decoração e de plásticos, sobretudo para o sector automóvel, em que trabalha com marcas de referência. O mesmo acontece no domínio das telecomunicações, da medicina e dos dispositivos médicos, e, ainda, nos equipamentos de proteção e segurança.

A empresa-mãe tem sede em França e sempre se dedicou ao sector automóvel, medicina e telecomunicações. Em Portugal, a operação cresceu rapidamente e três anos depois do arranque a unidade está a crescer em mais 1900 m2 de espaço, a par do investimento em nova maquinaria.

A empresa é liderada por Anthony Ginouvier que tem afirmado estar confiante no crescimento desta indústria sobretudo pela apetência do setor dos dispositivos médicos e das telecomunicações.

Sector agrícola em desenvolvimento

Outro concorrente ao Troféu PME é a Monsurgel, que tem sede em Carrazedo de Montenegro, concelho de Valpaços, e que trabalha todo o distrito de Bragança e de Vila Real e ainda abarca os concelhos da Guarda e de Viseu. Criada há oito anos, a empresa tem como vocação principal nos frutos secos e comércio de produtos congelados, e a castanha é o pilar da empresa, de acordo com o gerente, Francesco Marchese. O mercado de domínio é a castanha fresca e congelada, tendo evoluído para um produto citadino e de consumo fácil e rápido, o "Snack Castanha na Hora".

Os produtores recorrentes são da ordem do meio milhar e ainda estão registados outros 200 que vendem às várias empresas deste sector. São, por isso, pequenos produtores com microempresas. O sucesso desta produção fez com que a plantação do souto tivesse crescido significativamente, sendo que as variedades tradicionais são as mais procuradas, caso da "Judia", da "Longal", da "Boaventura" e da "Negral".

A Monsurgel afirma-se atenta à evolução dos produtores e manifestou publicamente interesse em continuar com as explorações. Por isso, pondera vir a entrar na produção da castanha com a compra de soutos, algo que decorre do despovoamento natural da região do interior do país.

A Monsurgel trabalha anualmente cerca de cinco mil toneladas de castanha e 99% das vendas são feitas em vários países da União Europeia. A empresa está a entrar na comercialização e tratamento de outros frutos tendo em 2020 entrado na comercialização do morango com origem no Ribatejo para o colocar no exterior. É possível que os mercados existentes no exterior sejam usados para novos tipos de frutos.

Por último, a STE – Exploração de Plásticos Unipessoal, uma empresa que trabalha para a indústria automóvel na área de peças e componentes em plástico e que também está selecionada para o Troféu Investimento (ver página 8 deste Especial). ■ *VN*

As pequenas e médias empresas constituem 3,8% do tecido empresarial português, segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística

Unsplash

A "VICTORIA" da Inovação

FRANCISCO CAMPILHO
Administrador-Delegado

A Câmara de Comércio e Indústria Luso Francesa (CCILF) organiza esta semana a 27ª Soirée de Gala dos Troféus Luso-Franceses 2021. Depois de uma interrupção no ano passado regressa assim, uma das mais prestigiadas organizações de reconhecimento do que de melhor se faz nas várias áreas de atividade empresarial, sempre com a particularidade de um ***accent français***.

A VICTORIA associou-se a esta iniciativa há 5 anos tendo vindo a reconhecer, com o Troféu da Inovação, empresas e empresários que ousam criar e apostar em novos caminhos. Como li recentemente, ter uma ideia pode ser uma invenção, mas para inovar é necessário que seja um sucesso. A ligação entre a invenção e a inovação nunca é um caminho direto nem fácil. É a capacidade empresarial que permite fazer a diferença e garantir que esse caminho (por vezes longo) seja percorrido até ao objetivo final, mantendo um rumo sustentável, muitas vezes com novos períodos de inovação.

A participação nos Troféus Luso-Franceses permitiu-nos conhecer inúmeros exemplos de inovação de bens e serviços, dos mais diversos setores de atividade económica. É também a ocasião de conhecer, de forma mais detalhada, a história ou jornada das empresas e empresários que lutam para fazer a diferença nas suas empresas. Dos vários concorrentes que todos os anos enviam os seus dossiers de candidatura, o júri seleciona o vencedor dessa edição tendo em conta os seguintes vetores principais: ideia, sucesso comercial e financeiro, sustentabilidade da empresa. A clareza e completude da candidatura são os fatores que contribuem para uma melhor compreensão e avaliação.

Tem sido um enorme orgulho para a VICTORIA associar-se a este evento, reconhecendo nestas empresas aquilo que também tem sido o seu percurso ao longo dos 91 anos de atividade em Portugal.

A VICTORIA integrou, há nove anos, um grande grupo segurador francês, o Grupo SMA. Tal como acontece com o nosso acionista, a inovação faz parte da história da VICTORIA e foi sempre uma das áreas estratégicas de desenvolvimento e de posicionamento no mercado, como seguradora especializada. Com efeito, logos nos anos oitenta a VICTORIA introduziu modelos de participação nos resultados nos seguros individuais, partilhando os resultados financeiros de forma transparente. Essa procura de clareza na relação com o cliente manifestou-se novamente nos anos noventa, pela introdução dos primeiros seguros com unidades de participação, que permitiam aos clientes acompanhar mensal, e depois diariamente, a evolução das suas poupanças. Ainda no final dos anos oitenta, a VICTORIA lançou a primeira empresa de seguros especializada em seguros de saúde, tendo sido desta forma um dos principais impulsionadores deste ramo e do seu "novo nome". Legal e tecnicamente estes seguros pertencem ao ramo doença, tendo a VICTORIA desde o início utilizado a expressão saúde. Não se tratou de uma mera mudança de nome, mas sim de uma orientação estratégica de aposta na saúde dos seus clientes e que se traduz na inovação de produtos. O produto de topo, o VICTORIA Saúde Executive continua a ser único e diferenciador no mercado, mais de uma década depois do seu lançamento. A inovação traduz-se na especialização e no reconhecimento pelo mercado também como uma Seguradora de referência em soluções para mercadorias transportadas, para o setor da construção e do imobiliário e também para os franceses e para as empresas francesas que se instalam em Portugal.

A inovação faz parte da marca da VICTORIA, porque consideramos a inovação como a força do nosso desenvolvimento ... E acreditamos que só a inovação nos faz progredir e fazer a diferença junto do cliente! Assim, para a VICTORIA, a inovação reflete-se numa atitude ganhadora com a qual nos identificamos. E é neste contexto que o Troféu de Inovação da CCILF foi desde logo reconhecido como o Troféu VICTORIA.

Com o apoio:

VICTORIA
Uma empresa do Grupo Segurador SMA

TROFÉU STARTUP

Promover o emprendedorismo e visões de futuro

A categoria Startup dos Troféus Luso-Franceses destina-se a premiar um projeto ou um empreendedor que tenha uma visão diferente, inclusiva e com potencial de sucesso.

Os nomeados deste ano são a Bluecerts, uma empresa que trabalha nas assinaturas eletrónicas e na transformação digital; a Satellite-vedette, a conhecida La French Radio, cuja atividade é a webmedia e, ainda, a Piauhy Labs, uma empresa que se dedica ao fabrico de medicamentos.

A Piauhy Labs recentemente terminou um ronda de captação de investimento e quer transformar Portugal num centro de excelência internacional da canábis medicinal. Os seus objetivos focam-se na área científica, nas necessidades dos pacientes e nas melhores práticas a nível da indústria farmacêutica. A empresa foi criada em 2018 por Eduardo Sampaio, que foi também fundador de outros projetos ligados ao canábis terapêutico. Ligou-se a um grupo de cinco cientistas com origem nas melhores universidades e especializado nas áreas de neurociências, química e biologia molecular. É este grupo que tem trabalhado para gerar a melhor qualidade possível na produção industrial de canábis para fins terapêuticos. Em 2020 a empesa recebeu do regulador português o Infarmed, uma pré-licença para a cultura, importação e exportação da planta da canábis. Por outro lado, a empresa avançou para a construção de instalações industriais com os standards da GMP-EU e da EMA.

A empresa tem sócios europeus e da América do Sul, que são empresários, engenheiros e neurocientistas. O gestor avançou há três anos com a intenção e criar três unidades de negócio em Portugal a partir de Évora e Aveiro.

Media e Tecnologia também selecionadas

Selecionada para este Troféu Startup está também uma empresa ligada à webmedia, La French Radio. Esta marca está a ser operada pela empresa portuguesa Satellite Vedette, sedeada no Estoril, no concelho de Cascais, e tem como como objetivo informar a comunidade francófona de todas as notícias sobre o que se passa em Portugal.

A La French Radio afirma-se como um meio com uma informação isenta e objetiva, que usa os canais radiofónico e internet para fazer chegar ao seu público informações sobre todos os temas da atualidade.

A Bluecerts, a terceira candidata nesta categoria, é uma empresa tecnológica que opera no sector dos serviços. A empresa garante que todas as informações relacionadas com a emissão de certificados sejam armazenadas na Europa, beneficiando das garantias de segurança previstas no "Velho Continente".

As ofertas de certificados vão desde as SSL/TLS, a QWAC PSD2, a RGS, a eiDAS, a certified e-signature, e a EIDAS server solutions, até aos serviços de proteção de email com o Protocolo S/MIME. Oferece ainda uma ferramenta de gestão de certificados MPKI integrada e pacotes para pequenas e médias empresas. A empresa tem vindo a assinar contratos de partneriado com grandes empresas europeias como provedor de serviços confiáveis. Um dos parceiros estratégicos de relevo é a SwissSign. ■ *VN*

Unsplash

Unsplash

TROFÉU INOVAÇÃO

Ideias de futuro têm lugar cativo

O Troféu Inovação premiará uma empresa francesa ou portuguesa que tenha desenvolvido um projeto, serviço ou produto inovador, tendo sido selecionadas como finalistas a Ciclo Fapril Indústrias Metalúrgicas, que se dedica ao fabrico de componentes soldados metálicos; a Tucab – Extrusão de Tubos e Vedantes, fabricante de chapas, folhas, tubos e perfis de plástico; e a Voltalia, vocacionada para as energias renováveis.

A Ciclo Fapril, que também é finalista para o Troféu Exportação (ver texto nestas páginas), tem 54 anos de experiência e aposta na "pesquisa de novos caminhos, soluções inovadoras e conceitos alternativos", o que lhe tem permitido expandir a atividade para e estar presente em diferentes sectores.

Os seus mercados são, preferencialmente, os de exportação, com França, Espanha e Alemanha a representarem mais de três quartos das vendas.

Outro finalista do troféu instituído pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa é a Tucab, que tem a atividade concentrada em 14 linhas de transformação de plástico por extrusão e que processa vários tipos de polímeros. No seu processo produtivo, a companhia trata os desperdícios para os reintroduzir no processo produtivo, reprocessando o material triturado juntamente com a matéria-prima de origem. A Tucab tem, inclusive, pro-

Roosevelt Cassio/Reuters

TROFÉU DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Promover a sustentabilidade das operações

O Troféu Desenvolvimento Sustentável destina-se a premiar o desempenho e a adoção de estratégias de sustentabilidade de empresas portuguesas ou francesas no mercado luso.

Selecionadas foram a Acembex, Comércio e Serviços, que se dedica ao comércio de matérias-primas para a alimentação humana e animal; a Auchan Retail, que opera na grande distribuição; e a Natixis, uma empresa de serviços financeiros e tecnológicos. Esta última é conhecida pela ligação ao mercado financeiro (com atividades relevantes em trading, investment banking, wealth management, insurance e pagamentos), mas é nas tecnologias de informação que mais pontua. Tem no Porto um centro de excelência com 1.300 colaboradores e, já este ano, anunciou o processo de recrutamento de mais 400 colaboradores.

Outro finalista, a empresa de retalho alimentar e não alimentar Auchan tem apostado na digitalização e na sustentabilidade, áreas que foram aceleradas pela pandemia. Toda a cadeia de valor foi reavaliada, para ter em conta a sustentabilidade, percebida como um

dutos que são produzidos com a utilização integral de desperdícios. A empresa afirma, ainda, que a incorporação de materiais recuperados é muito superior à produzida internamento, pelo que faz a aquisição de materiais recuperados a parceiros. O objetivo final da empresa é conseguir uma pegada ecológica sustentável na produção dos seus tubos, perfis e vedantes. A unidade trabalha um produto que é ambientalmente nocivo, os plásticos, mas tem vindo a usar a inovação para reduzir o impacto ambiental negativo.

A derradeira nomeada é a Voltalia, que usa a inovação para reduzir a pegada ecológica. Esta multinacional de origem francesa tem no Porto um centro de competências solar, de onde projeta a sua atividade para diferentes geografias, desde mercados europeus a africanos e á América Latina.

A empresa comprou há cinco anos a Martifer Solar e cresceu para os 200 colaboradores. É conhecida em França pelos projetos de economia sustentável, sendo que o seu core business é a produção e comercialização de eletricidade gerada por energia eólica, solar, hidroelétrica e de biomassa. Há dois anos o principal gestor da empresa afirmava pretender chegar a 10% do mercado solar em Portugal.

A Voltalia já viu a sua atividade reconhecida pela CCILF, que a distinguiu como empresa do ano de 2019. ■ *VN*

"imperativo ético". E na reciclagem é necessário ligar aos produtos que se colocam à frente do consumidor, mas também na literacia deste e na mudança comportamental. Tudo isto está agora ligado pela crise da pandemia e impacto no transporte e logística de produtos, quer nos perecíveis, quer nos não perecíveis e ainda o impacto no aumento desmesurado do custo da energia e matérias-primas. É possível que os impactos signifiquem aumentos nos produtos finais. Entretanto, a Auchan Portugal já anunciou uma iniciativa que pretende levar o consumidor a uma alteração comportamental relativamente a produtos mais saudáveis, sobretudo na educação das crianças e jovens. A iniciativa está a ser feita em parceria com a Misericórdia de Lisboa.

O outro candidato ao Troféu Desenvolvimento Sustentável é a Acembex, uma empresa do grupo RAR, criada em 1970. E embora o objetivo inicial da companhia fosse o açúcar, tendo a sua criação resultado da associação entre os britânicos da Tate & Lyle e da RAR Açúcar, a Acembex tem mantido uma posição de grande importador de cereais e tem vindo a trabalhar no segmento da alimentação para animais domésticos e no dos cereais biológicos. Dados de 2020 dão conta que a Acembex, a operadora logística agroalimentar, faturou 146 milhões de euros gerou resultados antes de antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) de 547 mil euros. ■

TROFÉU EXPORTAÇÃO

Sector automóvel domina nas vendas ao exterior

O Troféu da Exportação destina-se a premiar a melhor empresa portuguesa posicionada no mercado francês ou a melhor empresa francesa posicionada no mercado português. As escolhas recaíram sobre a Balanças Marques, de José Pimenta Marques; sobre a Ciclo Fapril Indústrias Metalúrgicas; e sobre a Faurecia, empresa que trabalha com componentes para automóveis.

E as três empresas nomeadas para os Troféus de Exportações estão ligadas, direta ou indiretamente, ao sector automóvel, evidenciando a sua importância.

A Faurecia fabrica componentes para automóveis e está no lote dos seus primeiros exportadores nacionais. O grupo tem, em Portugal, seis fábricas, um centro de competências e outro de investigação e desenvolvimento e fornece diversas marcas reconhecidas, como a Mercedes, Jaguar, Land Rover, Skoda, Daimler, RSA, PSA Peugeot- Citroën, General Motors, Renault-Nissan, Volkswagen, Citroën e Seat.

As suas principais áreas de negócio são a produção de assentos de automóveis nas duas fábricas de São João da Madeira, na fábrica de Nelas e na fábrica de Vouzela; as tecnologias de controlo de emissões, na fábrica de Bragança; e os sistemas de interior, na fábrica de Palmela.

Com a compra da germânica Hella, anunciada recentemente, a Faurecia tornar-se-á na sétima maior fornecedora automóvel a nível mundial, com vendas anuais da ordem dos 23 mil milhões de euros e 150 mil funcionários.

Outra empresa que está entre os finalistas do Troféu Exportação é a Balanças Marques. A empresa foi criada nos anos 60 por José Pimenta Marques e no seu portfólio consta a criação da balança romana totalmente em metal. Nos anos 80, especializou-se em soluções de pesagem para o comércio e indústria, para depois apostar num produto específico, a báscula de pesar camiões. O crescimento internacional aconteceu a partir de 2010 e, atualmente, a maior parte do volume de negócios é feita com a exportação com o fabrico de balanças para a indústria e comércio, sendo o maior fabricante ibérico de básculas.

A empresa exporta para países como Espanha, França, Brasil e China e ainda para Alemanha, Irlanda, Bélgica, Áustria, Roménia, todo o Magrebe, Cazaquistão e Angola.

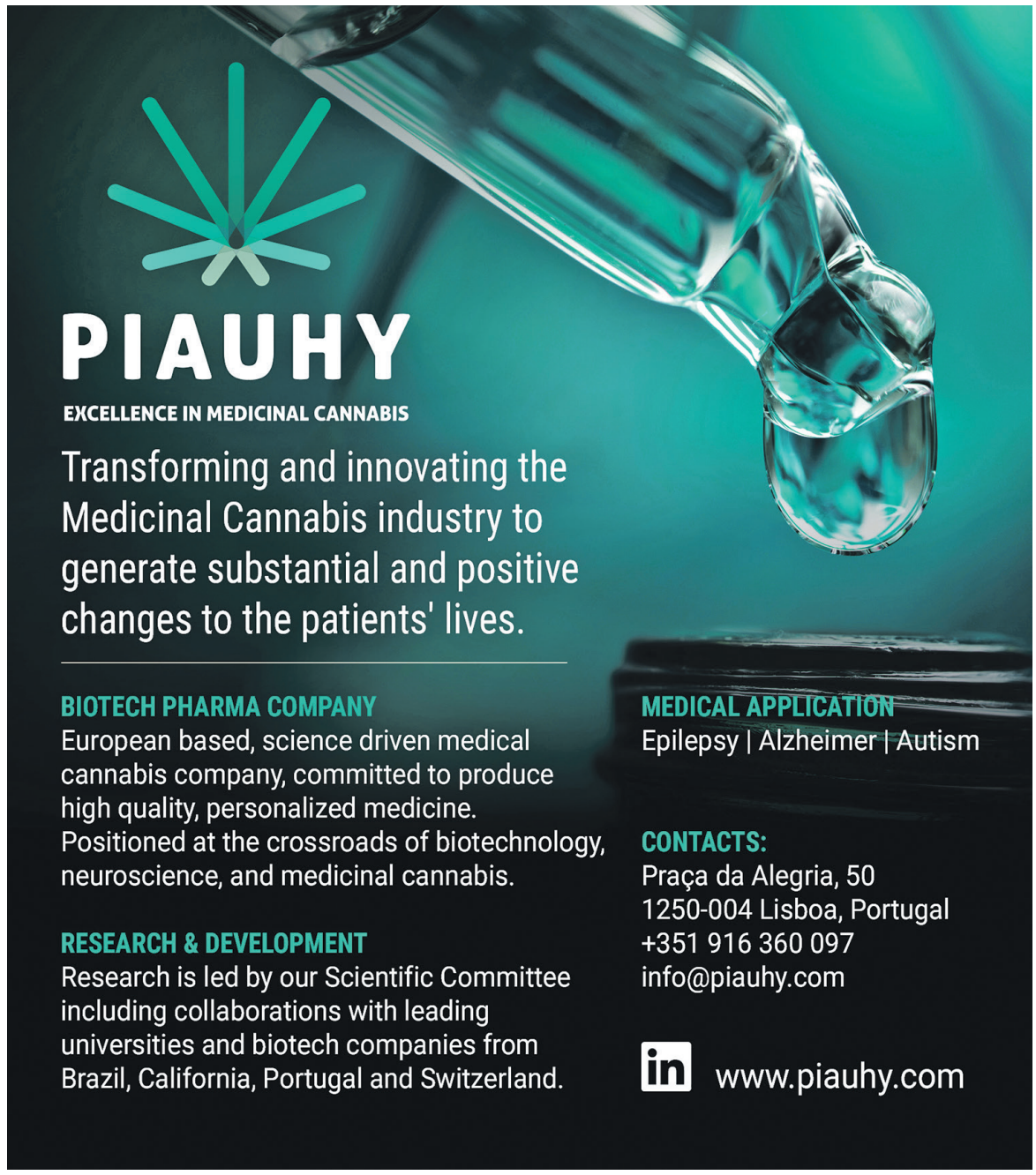
A outra nomeada para o Troféu Exportação é a Ciclo Fapril, que se dedica ao fabrico de componentes soldados metálicos, baseados em estampagem/quinagem de chapa, corte/dobragem de tudo/arame e tornearia/mecanização.

A empresa foi fundada em 1965, para trabalhar na indústria de componentes de bicicletas e motos, mas evoluiu as suas competências para se tornar fornecedor de componentes para o sector automóvel. Cerca de 94% das suas vendas destinam-se aos mercados externos com destaque para França, que absorve 40% da produção, Espanha, Alemanha, Reino Unido e Itália. ■ *VN*

O Troféu da Exportação destina-se a premiar a melhor empresa nacional posicionada no mercado francês ou a melhor empresa francesa posicionada no mercado português

Luke Sharrett/Bloomberg

PUB



JOÃO AMARAL
CTO e Country Manager
Portugal Voltalia

A aposta nas energias renováveis tem ainda obstáculos

Que balanço faz dos últimos 16 anos da Voltalia? Uma marca nascida em França que rapidamente atingiu escala global: a que se deve o sucesso?
Passados 16 anos temos uma história de sucesso. Ao longo deste percurso identificámos e iniciámos atividade em geografias estratégicas, que nos permitiram reforçar a nossa aposta no solar e criámos os pilares duma empresa global, integrada e focada em sustentabilidade. É com satisfação que hoje produzimos e vendemos energia verde e fazemos armazenamento de eletricidade com tecnologia de ponta, ajudando a manter a rede estável e disponível. Contamos com uma capacidade instalada de mais de 1,9 GW. Temos vindo a registar, ano após ano, um recorde de venda de projetos em desenvolvimento. A par destes números, destaque também para atualmente contarmos com mais de 1.230 colaboradores, distribuídos por 20 países, de 3 continentes.

De que forma atuam na transição ecológica mundial? Como pode ser o sector energético diferenciador nesta jornada global?
Somos uma empresa alinhada com os objetivos mundiais (e locais), nomeadamente alcançar uma economia verde, eco-friendly e neutra em emissões de CO2, e trabalhamos diariamente para contribuir para a transição energética e ecológica, de uma forma integrada onde atuamos em toda a cadeia de valor.
Importa salientar que um projeto de natureza renovável é construído para operar muitos anos - trata-se de uma amplitude para várias décadas - por isso, nos dias de hoje, importa que os mesmos incluam benefícios para o ambiente, sempre de 'mãos dadas' com a ação climática. Este é um excelente exemplo de como marcar pela diferenciação no mercado.

O que distingue a Voltalia dos restantes produtos e distribuidores energéticos? Qual o USP dos produtos da marca?
Enquanto empresa pioneira no mercado corporativo fomos desenvolvendo uma vasta experiência e criámos um modelo integrado, que inclui toda a cadeia de valor para cada projeto renovável, permitindo apresentar soluções personalizadas. Neste modelo temos em primeiro lugar o desenvolvimento, onde se insere a conceção, engenharia e o financiamento, só depois a construção, procurement e, num terceiro passo, a Operação & Manutenção, venda de eletricidade e gestão. Além disso, temos uma operação de monitorização ambiental, com otimização dos recursos naturais e acompanhamento socioeconómico.

Os últimos anos foram marcados por um forte investimento da vossa parte na energia solar, em diversos pontos do mundo. Em Portugal, apostaram na energia eólica – qual deve ser o fio condutor de uma estratégia global de sustentabilidade para uma empresa neste sector?
Para a Voltalia, Portugal é um país relevante na sua atividade global, o posicionamento geográfico e as suas condições naturais tornam-no estratégico. Contudo, apesar de acreditarmos no potencial energético endógeno português, será, porém, necessário ultrapassar dificuldades como a regulamentação e consistência de políticas setoriais, para que haja congruência à missão de priorizar o futuro das gerações vindouras com máxima prioridade ao ambiente e sustentabilidade.
Enquanto grupo apostámos primeiramente na energia eólica. Em 2019, fruto da competitividade crescente do solar na eletricidade para as famílias e empresas, decidimos instalar em Portugal o quartel general da Voltalia para energia fotovoltaica, graças a três alicerces da atividade do nosso país: colaboradores, competência e conhecimento, fatores que dois anos depois continuam a motivar a aposta no país e dão-nos mais certezas que Portugal é uma aposta de sucesso.

Há ainda um estigma de que as empresas energéticas são das mais poluentes – esta ideia ainda tem fundamento? Como pode esta indústria contribuir ativamente para a redução das emissões, consumo de combustíveis fósseis e cumprimento das metas europeias e globais?
Esse estigma ainda existe. As alterações climáticas representam um dos maiores desafios que a humanidade enfrenta. Apesar de estarmos a ir ao encontro de um futuro melhor, a aposta nas energias renováveis tem ainda obstáculos que dificultam esta transição. Atualmente falamos sobre o aumento dos custos da eletricidade, mas importa falar também do aumento dos custos das obras e, em particular, dos painéis solares que comprometem o nosso objetivo da descarbonização.
Trabalhamos todos os dias para levar a transição energética e ecológica a todo o mundo, sabendo que esta mudança traz grandes desafios. No entanto, é necessário compreender que esta mudança também exige regulamentação e este processo tem de ser assumido também pelos governos e respetivos reguladores com a criação de programas, ferramentas e procedimentos seguros e relevantes para o mercado.
Do nosso lado, enquanto player internacional e de referência no setor das energias renováveis, assumimos a responsabilidade de contribuir ativamente na redução de CO2, para o demonstrar em 2019 fizemos as contas e estimámos ter evitado emissões equivalentes de mais de 1,16 milhões de toneladas de CO2 para a atmosfera, graças à nossa atividade.

Essa aposta na sustentabilidade, que está na génese da Voltalia desde 2005, tem impacto no desenvolvimento local? De que formas?
Para a Voltalia, as comunidades são fundamentais para o sucesso de qualquer projeto de energia renovável e confiamos que a sustentabilidade é um vínculo natural entre a população e o projeto. Em linha com esta missão, o propósito da Voltalia está alicerçado em três objetivos:
1) Atuar para a produção de energia renovável acessível ao maior número de pessoas possível, por meio de eletricidade verde de qualidade e acessível, contribuindo diretamente para o combate às mudanças climáticas;
2) Contribuir para o desenvolvimento sustentável dos territórios, construindo relações de longo prazo com os habitantes e stakeholders locais;
3) Trabalhar pela preservação dos recursos do planeta, melhorando o impacto das atividades da empresa no meio ambiente, em toda a cadeia de valor.
Dentro destes compromissos temos aliado à nossa atividade o desenvolvimento local a cada projeto que implementamos, onde, nos últimos anos, estamos focados em integrar parques solares com as economias locais. Em Portugal, temos o parque solar de Coruche onde a tecnologia e a natureza coexistem de forma harmoniosa. Os mais de 20 animais neste parque que ajudam os técnicos a manter o controlo da vegetação e a reduzir a quantidade de emissões de CO2. Destaque também para o Brasil, onde já foram investidos 2 milhões de euros nas comunidades desde 2014 e o ano passado tivemos 41 projetos e ações sociais. Outro exemplo, é a instalação da central híbrida (hídrica/térmica/fotovoltaica) em Oiapoque, cidade que contava com 24 mil habitantes isolados do mundo, sem ligação à rede elétrica nacional. Atualmente estão todos conectados através da produção de 90% de renováveis. Temos ainda o projeto na Guiana Francesa, em Cacao, onde produzimos a partir da combustão de resíduos de madeira, uma decisão adaptada às necessidades locais e em que contribuímos para a criação de mais de 100 empregos e consolidámos o negócio de fornecedores locais do setor florestal e agrícola, com mais 40 empregos. No Egito ajudamos a cumprir as metas ambientais estabelecidas com um projeto solar de grande envergadura que fornece 19 mil habitações localizadas em pleno deserto.
Entre outros exemplos, que permitem mostrar a interação que a Voltalia tem com um número crescente de stakeholders (comunidades locais, parceiros e clientes), sempre com o propósito de apresentar soluções personalizadas, adaptadas às necessidades da região em que se insere e, por outro lado, que criem valor sustentável e social aos seus projetos.

Com o apoio voltalia