



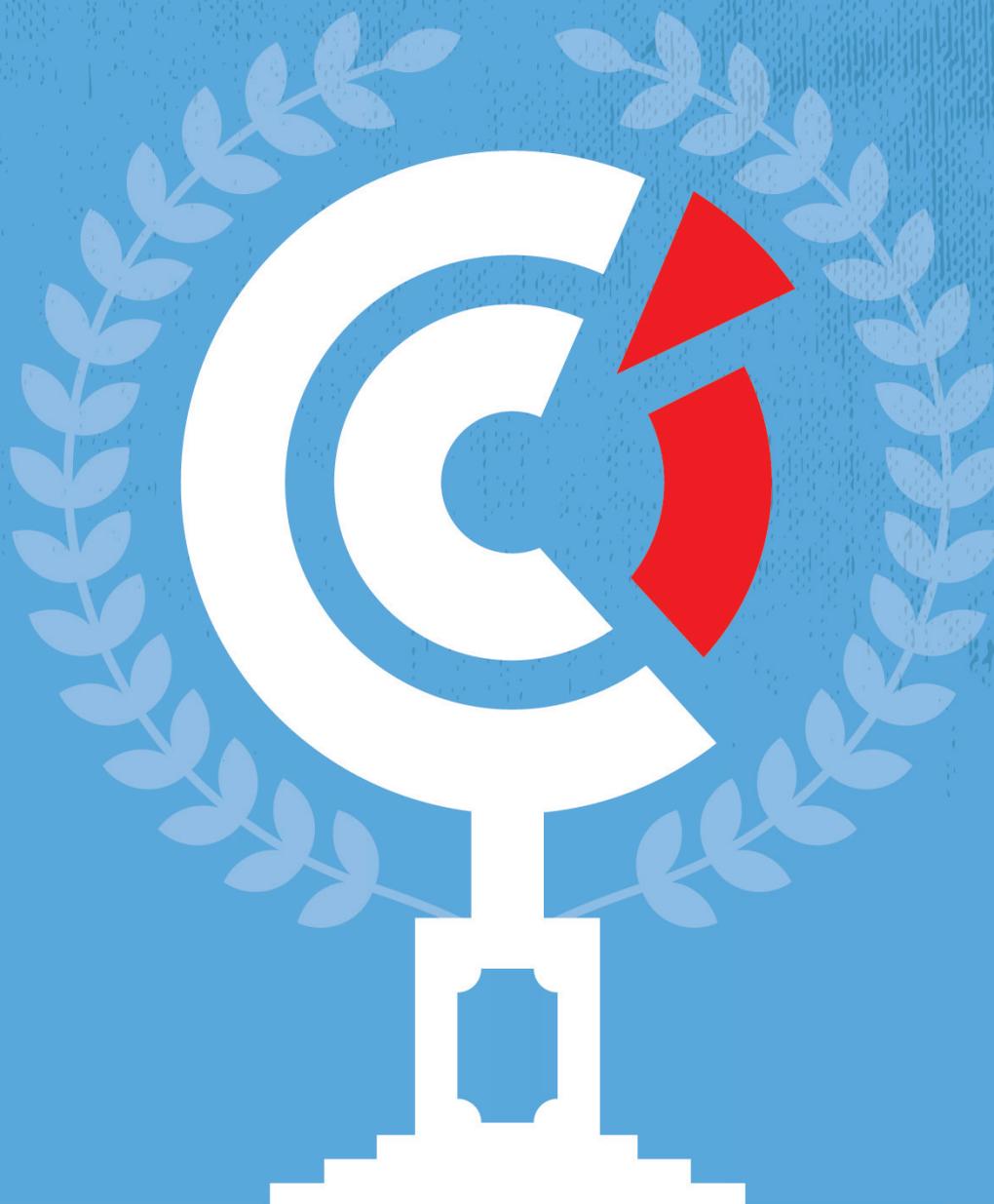
ESPECIAL

TROFÉUS DA CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA

# LUSO FRANCESESA

## EMPRESAS NACIONAIS QUE PENSAM GLOBAL

Inovação, disrupção, sustentabilidade, ética e globalização. Eis as diretrizes das 18 empresas que foram nomeadas para a 26ª Edição dos Troféus Luso-Franceses promovidos pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa. Uma são multinacionais, outras têm forte presença no estrangeiro, mas a maioria ainda está no início da internacionalização, sendo que já têm marcas e produtos reconhecidos.



ANÁLISE

# Investimento francês continua a crescer enquanto a língua volta a ganhar espaço

O investimento francês em Portugal está em setores tão relevantes como a indústria automóvel e de componentes, a aeronáutica, a energia, o digital, as TI, as novas tecnologias ou a distribuição.

VÍTOR NORINHA

vnorinha@jornaleconomico.pt

Poucos serão os setores produtivos onde gestores e empresários franceses não estejam envolvidos. O ambiente de negócios, a estabilidade social e política, e ainda a oferta de serviços de saúde, telecomunicações e transportes fazem a diferença para as empresas francesas, ou simplesmente para a classe média francesa que se instala em Portugal.

A França está entre o top 5 dos maiores parceiros nacionais como mercado de compra e venda de produtos e serviços e, por isso, é um parceiro de eleição. Os Troféus Luso-Franceses promovidos pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF), que já vai na 26ª edição, revelam isso mesmo: a crescente importância da relação bilateral nas áreas do comércio, investigação e imobiliário, mas também no ensino e na cultura. Neste aspeto, é relevante frisar aquilo que o presidente da CCILF, Carlos Aguiar, refere na entrevista desta edição, quando afirma que “os liceus franceses em Lisboa e Porto são centros de ensino de excelência, mas que já sentem algumas dificuldades em fazer face à procura crescente das famílias francesas que se instalam em Portugal”. E tão relevante como os franceses se instalarem é a importância da língua, que ao longo das últimas décadas foi substituída por outra de caráter mais universal. Mas o francês está (de novo) a ganhar relevo em Portugal. Diz ainda Carlos Aguiar que, “para os portugueses, a aprendizagem da língua francesa voltou a ganhar importância acrescida face às oportunidades de emprego proporcionadas pelas empresas fran-

cesas, cabendo destacar o trabalho exemplar da Alliance Française e dos Conselheiros Franceses do Comércio Externo”.

## Soberania

A par do esforço voltado para as famílias e as empresas, a França tem outras grandes preocupações relevantes para Portugal. Ainda num recente discurso do Presidente da República francesa Emmanuel Macron aos embaixadores, onde esteve presente a nova embaixadora em Lisboa, Florence Mangin (com uma entrevista na próxima edição dos Troféus), aquele frisava a prioridade de trabalhar na “construção de uma soberania europeia”. Afirmou na ocasião que este projeto “está no coração europeu e que é partilhado por muitas pessoas desta sala. A soberania europeia não é uma palavra vã. Penso que ao longo de muito tempo cometemos erros ao deixarmos o termo soberania para os nacionalismos. Soberania é uma palavra bonita. Lembra-nos aquilo que está no coração da nossa democracia e da nossa República, é um facto que tem um nome próprio, aquele que é soberano, é o povo. Aquele que decide, mas se perdermos a orientação sobre este princípio, esta soberania não nos conduzirá a nada nenhum. (...) e a responsabilidade dos dirigentes de hoje é de dar condições para terem mão sobre esse destino, para terem um povo com futuro, para que possa ser responsável e intervir”. E mais à frente, no mesmo evento, o presidente Macron fala de uma Europa e de uma estratégia que envolve também Portugal e as empresas lusas. Fala de uma Europa “que investe na investigação e desenvolvimento de uma forma massiva, com destaque para os novos

setores industriais e que enfrentam as exigências da concorrência e ao mesmo tempo são compatíveis com a soberania industrial. (...) Esta é uma Europa que “decidiu ter uma verdadeira estratégia climática e industrial e que coloca uma fasquia elevada no preço das emissões de carbono, e que é aliás

bastante elevada para estimular a transição que orienta os nossos atores (industriais) e cria uma verdadeira tarifa aduaneira de forma a evitar a concorrência desleal de atores que não trabalham dentro do mesmo nível de transição (descarbonização)”.

## O investimento em França

Toda a estratégia francesa a nível de alterações climáticas e a transição para um novo nível industrial com forte redução da descarbonização são uma oportunidade para empresas portuguesas naquele país. Carlos Aguiar salienta que a Câmara de Comércio em articulação com a Business France, o equivalente ao português AICEP, a par dos Serviços Económicos da embaixada de França, “tem vindo a iniciar ou a participar em ações destinadas a dar a conhecer o mercado francês”. Alerta o presidente da CCILF que, “à semelhança do que recomendamos aos franceses que se querem instalar em Portugal, para um conhecimento aprofundado do mercado francês é prudente e avisado que o interessado procure conselho especializado adequado, que lhe permita compreender melhor o país, as suas gentes e a sua cultura, melhor formatar o seu projeto e avaliar os riscos do mesmo”.

## Os setores

Entre os setores de maior apetência para atrair cidadãos franceses está o imobiliário. O regime fiscal dos Residentes Não Habituais, criado em 2009, oferece a isenção de IRS aos reformados e uma taxa reduzida de impostos aos rendimentos do trabalho. Este sistema tem atraído reformados e profissionais de alto valor acrescentado, situação que teve grande impacto no setor imobiliário, figurando os

“Os liceus franceses em Lisboa e Porto são centros de ensino de excelência, mas já sentem algumas dificuldades em fazer face à procura crescente das famílias francesas que se instalam em Portugal”

CARLOS AGUIAR





cidadãos franceses entre os estrangeiros com maior volume de compras. Exemplo desse sucesso foi o Salão Imobiliário de Turismo Português – Invest Portugal que se realizou em maio em Versailles, Paris, onde estiveram 150 expositores. Para além de Lisboa, Porto e Algarve, também Famalicão, Olhão, Seixal, Vila de Rei e Nazaré estiveram representadas. No mesmo evento, o realce foi para o promotor francês Nexity.

Recorde-se que o programa de Residentes Não Habituais gerou um investimento direto que está calculado entre os nove mil milhões e os 11 mil milhões de euros ao longo de 10 anos, de acordo com dados da APEMIP. Envolve 25 mil cidadãos de 146 países mas os franceses estão à frente. No setor imobiliário ganhou um peso incontornável a Vanguard Properties de José Botelho e do empresário francês Claude Berda, com o projeto da Comporta.

Em Portugal trabalham cerca de 750 empresas com capital francês que empregam mais de 60 mil pessoas. O número não é novo, o que é relevante é ter-se mantido estável. O setor automóvel, como já referimos, é dos mais importantes, com destaque para o grupo PSA

#### SETE TROFÉUS NA GALA DE 10 DE OUTUBRO

A Gala da 26ª edição dos Troféus da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF) terá lugar a 10 de outubro, em Lisboa. Serão entregues sete Troféus, ou seja, para além dos seis Troféus com nomeações de 18 empresas – o Troféu Inovação, o Troféu Desenvolvimento Sustentável, o Troféu Investimento, o Troféu PME, o Troféu Exportação e o Troféu Startup – será ainda entregue o Troféu Júri.

Na cerimónia, irão discursar Carlos Aguiar, presidente da CCILF, Florence Mangin, embaixadora de França, e o ministro da Economia, Pedro Siza Vieira.

com fábrica em Mangualde, ou ainda o centro de Cacia, que produz componentes para a Renault. As energias renováveis, e já vimos que este setor é relevante para a descarbonização, tem a Engie. Esta companhia conta com uma parceria com a EDP. Depois, na distribuição, o domínio é totalmente francês com as marcas Auchan e Leroy Merlin, Decathlon, Leclerc, Conforama, Fnac, La Redoute ou o Intermarché. Nas telecomunicações temos a Altice que controla a Meo, enquanto na indústria de iluminação pontua a Legrand. No setor financeiro o destaque vai para o BNP Paribas, que tem um *hub* em Portugal. Outros grupos relevantes são a própria Bolsa de Valores de Lisboa, controlada pela Euronext de Paris, ou ainda bancos com forte pendor tecnológico como o Natixis. Pelo meio figuram ainda nomes tão relevantes como a Altran, a Europcar ou a Teleperformance. Este conjunto de empresas permitiu que se tornassem os segundos maiores investidores diretos em Portugal, calculando-se o stock de investimento direto de França em Portugal nos 6,3 mil milhões de euros, de acordo com um trabalho desenvolvido pelo BNP Paribas. ●

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  
Telf. 21 313 41 00 Fax. 21 313 47 00 - Matrícula C.R.C. Lisboa e NIPC 506 333 027  
Capital Social EUR 34.850.000

TROFÉUS LUSO-FRANÇESES  
TROPHÉES LUSO-FRANÇAIS  
2019

## NOMEAÇÕES

# EMPRESAS DE SUCESSO APOSTAM NA INOVAÇÃO E NO MERCADO GLOBAL

Um total de 18 empresas estão nomeadas para seis categorias dos Troféus Luso-Franceses – Exportação, PME, Investimento, Inovação, Desenvolvimento Sustentável e Startup (mais Troféu do Júri) – promovidos pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa. Na edição de 2019, os nomeados incluem desde startups de criação recente a multinacionais, passando por empresas de média dimensão já na terceira geração. Têm em comum o trabalho desenvolvido na área da inovação, alguns projetos disruptivos e uma forte visão do mercado global.

## CATEGORIA TROFÉU DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

## VOLTALIA



JOSÉ CARLOS AMADOR

A Voltalia é uma empresa francesa, fundada em 2005, presente em 20 países, quatro continentes, que atua no mercado como produtora de energia renováveis, como a energia solar, eólica, biomassa e hídrica e prestadora de serviços de desenvolvimento de projetos, engenharia, construção e operação e manutenção, afirma José Carlos Amador, responsável pelo Marketing & Communication,

A Voltalia tem vários projetos de várias tecnologias renováveis

e em vários países de vários continentes, em fase de construção. Para citar alguns exemplos, a empresa concluiu um projeto solar de 2.5Mw na Albânia, um projeto solar no Egito de 25Mw e um projeto solar com armazenamento na Guiana francesa de 8Mw. Estão a concluir um projeto de concentração solar fotovoltaica em França de 8.2Mw e paralelamente estão na fase de construção de um projeto solar no Quênia de 50Mw e a iniciar outro de 55Mw no mesmo país. Em França estão igualmente na fase de construção de dois projetos eólicos, num total de 32Mw. Têm vários outros projetos solares na fase de construção na Grécia, França, Burundi e Itália. No Brasil, estão a construir uma linha de transmissão de 500kv com capacidade para 2Gw e onde a Voltalia pretende ligar cerca de 300Mw de projetos eólicos.

Sustentabilidade para a empresa significa “melhorar o ambiente global, promovendo o desenvolvi-

mento local - é esta a nossa missão diária na Voltalia. A Voltalia faz um uso responsável dos recursos naturais integrando medidas de mitigação ambiental, como proteção da biodiversidade, planos de reutilização, reciclagem e gestão de resíduos em toda a cadeia de valor. Instalamos projetos renováveis sustentáveis, amigos do ambiente, dando o nosso contributo no que à pegada ecológica diz respeito. Em 2018, os projetos da Voltalia ajudaram a evitar 981ktons de CO2 eq. Marcámos presença em mais de 40 projetos sociais, onde destaco projetos ligados com a saúde e educação, seguindo, respeitando e cumprindo com os padrões de desempenho do IFC em termos de gestão ambiental e social”.

Sobre o troféu o gestor diz que “é um estímulo e o reconhecimento do trabalho diário de todos os colaboradores da Voltalia, sempre respeitando e atuando em defesa do meio ambiente e das pessoas.” ●

## CATEGORIA TROFÉU EXPORTAÇÃO

## FELINO - FUNDIÇÃO E CONSTRUÇÕES MECÂNICAS

A Felino dedica-se à produção de máquinas e instalações completas de padaria e pastelaria, bem como produzimos peças (fundição de ferro e alumínio e maquinação) em regime de subcontratação para indústrias fabricantes de bens de equipamento. Os investimentos têm sido significativos desde 2006 (cerca de 1,9 milhões de euros), destacando-se nos últimos cinco anos a aquisição de um centro DMG MORI NHX 10 000 para a maquinação de peças de alta precisão que nos permite maquinar peças até 1700, 1400 e 1510 mm, dois centros multifunções OKUMA MULTUS e uma nova máquina de medição por coordenadas 3D Zeiss, bem como investimentos significativos com a implementação de metodologias de melhoria contínua no nosso processo produtivo. “Especificadamente ao nível da fundição fizemos investimentos em diversos equipamentos laboratoriais e, já recentemente em 2018, a entrada em funcionamento de um centro de rebarbagem automática MAUS”, avança a CEO Susana Braga Lino. Adianta: “Temos vindo a apostar de forma consistente no investimento em I&D, estando já em sede de colocação no mercado de uma nova linha de produtos com foco na queima de biomassa para a aplicação em sistemas de aquecimento de água e ar, bem como na fabricação de peças em novas ligas metálicas”.

Em 2018, o volume de negócios da Felino foi cerca de 7,5 milhões de euros, sendo que o volume de negócios internacional representou cerca de 45% do volume de negócios total da empresa. Os principais mercados na Europa são França, Inglaterra, Países Baixos e Ale-

manha. A FELINO detém uma marca própria registada que lhe permite um posicionamento relevante e a introdução de produtos associados a níveis de inovação e qualidade distintos da concorrência, possuindo em curso o registo ao nível da propriedade intelectual um conjunto de patentes e modelos de utilidade.

Face ao mercado concorrencial, a FELINO “prima pela diferenciação dos seus produtos e serviços, pelo valor agregado que incute nos mesmos, permitindo assim ser competitiva. O domínio do processo produtivo nas diferentes áreas de negócio, aliado a elementos de diferenciação e competitividade como a inovação, a existência de uma equipa com formação especializada, bem como um profundo conhecimento da área de negócio e dos mercados onde atua, e a internalização de todo o processo produtivo, conferem à FELINO uma imagem percecionada pelos clientes de confiança com profundo conhecimento no desenvolvimento de equipamentos de elevada qualidade. É assim, a única empresa nacional e internacional a produzir na íntegra os equipamentos que projeta e comercializa, dado que no setor somos os únicos que realizamos peças em ferro e alumínio para a fabricação de máquinas de padaria e pastelaria, colocando assim o nosso conhecimento e experiência também ao serviço dos produtores de bens de equipamento que recorrem aos nossos serviços de subcontratação”, refere a gestora.

A FELINO exporta para mais de 50 países, sendo o mercado francês o destino internacional mais importante. ●

## CATEGORIA TROFÉU EXPORTAÇÃO

## WSP - WELDING, STRUCTURE AND PIPING



CARLOS SILVA

A WSP é uma empresa especializada no sector de eletricidade industrial, média e baixa tensão, instrumentação, automação e controlo, manutenção industrial e telecomunicações, afirma Carlos Silva, responsável pela área comercial. A empresa está presente na construção da central elétrica da EDF CNPE Flamanville 3 – Centre Nucléaire de Production d’Electricité, bem como na construção dos maiores cruzeiros do Mundo em Saint Nazaire na STX. O volume de vendas em 2018 atingiu os 9,99 milhões de euros e 90% refere-se a exportações.

“Somos uma empresa que prima pela perfeição na execução dos seus trabalhos, gostando de novos desafios em atividades específicas e bem desenvolvidas no mercado francês. Possuímos um *know-how* deste mercado justificado pela experiência de longos anos a trabalhar França, que nos permite ser mais competitivos perante a nossa concorrência”, refere o gestor. Sobre os Troféus adianta que estes são “simplesmente o reconhecimento de quem tem como objetivo trabalhar mais e melhor em França.” ●



Oferecemos um leque diversificado de ensaios e análises, em equipamentos e componentes de indústrias que necessitam de assegurar o cumprimento dos requisitos mais exigentes de qualidade e segurança nos seus produtos.

No nosso laboratório, aplicamos métodos internacionalmente reconhecidos (como DIN EN 60068-2-6, RTCA/DO-160 ou ECSS-E-ST-10-04C) oferecendo as melhores soluções técnicas e garantindo a competência e idoneidade dos ensaios baseados na nossa larga experiência em projectos espaciais.



Câmara de ciclos térmicos para ensaios: ciclos, fadiga e vácuo. Ambiente controlado e ISO 8.



Mesa de vibração de alta performance para ensaios em equipamento: vibrações, fadiga e choque. Ambiente ISO 5.



Sala Limpa ISO 7 para ensaios e montagem de componentes em ambiente controlado. Equipada com módulo laminar Telstar ISO 4.

## CATEGORIA TROFÉU PME

## BALANÇAS MARQUES



TIAGO MARQUES PEREIRA

Fundada em 1967, a Balanças Marques conta com mais de meio século de experiência no fabrico de equipamentos de pesagem comercial e industrial, sendo destacadamente o principal *player* do mercado português e o maior fabricante e exportador nacional da área. Em 2019 foi eleita a melhor empresa de pesagem do mundo nos prémios internacionais Weighing Review Awards e faz parte atualmente da lista das 100 Melhores Empresas para Trabalhar em Portugal.

Empresa de carácter familiar, fundada por José Pimenta Marques, a Balanças Marques emprega atualmente cerca de 125 pessoas e possui duas unidades no Parque Industrial de Celeirós, em Braga, e instalações em Lisboa, Valencia (Espanha), Orleães (França) e Ningbo (China), frisa Tiago Marques Pereira, Business Development Manager, e neto do fundador. A capacidade da Balanças Marques conseguir evoluir e crescer de forma sustentada ao longo de cinco décadas, em cenários cada vez mais competitivos e globalizados, demonstra o sucesso da estratégia comercial seguida, bem como o reconhecimento de qualidade do nome e produtos Marques, atestado ainda pelos prémios internacionais conquistados.

Com um volume de negócios global de 16 milhões de euros registados em 2018, perto de 90% disse respeito a exportações para vários países um pouco por todo o mundo, incluindo alguns novos mercados no continente sul-americano. De acordo com os cálculos do ITC (International Trade Centre) baseados nas estatísticas recolhidas pela UN Comtrade (Base de Dados das Nações Unidas sobre Comércio Internacional), as vendas para mercados externos da Balanças Marques correspondem a dois terços do valor total de exportações das empresas portuguesas da área de pesagem, o que demonstra o “peso” da empresa de Braga no setor em Portugal.

A importância da empresa nas exportações nacionais reflete o panorama do setor da pesagem em Portugal, em que a Balanças Marques é destacadamente o principal *player* do mercado português e o maior fabricante de equipamentos para a área. O bom posicionamento da marca fora de Portugal e o cada vez maior reconhecimento da qualidade dos seus produtos, acaba também por refletir-se nas várias distinções internacionais que a Balanças Marques tem recebido nos últimos anos, tendo ainda este ano sido eleita a melhor empresa de pesagem a nível mundial nos prémios Weighing Review Awards, assim como a sua balança comercial BM5 ARM e a sua báscula de pesar camiões PCM M1500 foram eleitas as melhores do mundo nas suas categorias. Além de fabricar e distribuir equipamentos de pesagem comercial e industrial e desenvolver software específico para o setor, a Balanças Marques também presta serviços de assistência técnica, de manutenção preventiva e possui um laboratório de metrologia (CallMarques), acreditado para prestar o serviço de calibração de instrumentos de pesagem de funcionamento não automático até às 60 toneladas.

A Balanças Marques é a única empresa a integrar a CECIP, Associação europeia de fabricantes de equipamentos de pesagem, em representação de Portugal, organismo constituído por associações de empresas de diversos países. Por outro lado, a internacionalização dos produtos e da marca, assim como a diversificação de mercados, têm sido uma grande aposta desde há vários anos, fundamental para o crescimento e sustentação da Balanças Marques.

Visando o aumento da capacidade de produção, a melhoria das condições de trabalho e do serviço prestado aos clientes, a Balanças Marques tem investido fortemente na ampliação das suas instalações. Depois da aquisição em 2016 de mais uma unidade fabril no Parque Industrial de Celeirós - Braga, a entrada em funcionamento, em 2017, das novas instalações foi o culminar de um investimento de quatro milhões de euros no período de dois anos. Este investimento permitiu dotar a empresa de espaços renovados equipados com os mais modernos equipamentos e tecnologias. Com a ampliação e melhoria constante das suas infraestruturas, e crescimento da sua equipa, a Balanças Marques pretende manter-se na vanguarda e destacar-se enquanto

empresa de referência num setor tão competitivo como o da Pesagem.

Estando já presente com empresas próprias em alguns mercados internacionais, como França e Espanha, e exportando os seus produtos um pouco para todo o mundo, a aposta atual tem-se centrado bastante no mercado da América do Sul, onde a Balanças Marques tem conseguido entrar com sucesso em alguns países. Afirma o gestor que “desde o início que a Balanças Marques teve o objetivo de acrescentar valor ao mundo da pesagem, inovando através do desenvolvimento, produção e comercialização de produtos e serviços que se destaquem pela sua qualidade e que os clientes sintam orgulho em utilizar”.

Entre as linhas de orientação estratégica da Balanças Marques estão a manutenção e o reforço a sua posição entre os principais *players* europeus e a continuação “na vanguarda do desenvolvimento tecnológico do setor. Atrair e reter o melhor talento, promovendo um ambiente profissional e competitivo, sem abdicar dos valores e princípios familiares, assim como ser reconhecida como uma empresa socialmente responsável, que contribui ativamente para o bem-estar da comunidade envolvente, são princípios de que a empresa não abdica no seu dia a dia. A eleição como melhor empresa do mundo, competindo com empresas alemãs, francesas ou americanas, de maior dimensão, só foi possível graças à produção de equipamentos de alta qualidade, de muita precisão e com muita tecnologia. Outras razões para o sucesso e crescimento da Balanças Marques, e essenciais para se manter competitiva e inovadora relativamente à concorrência, tanto no mercado interno como externo, são a aposta contínua na autonomia nos processos produtivo e distributivo, assim como na inovação tecnológica e no desenvolvimento de novos produtos que acompanhem as necessidades de um mercado global cada vez mais exigente”.

A estratégia atual da empresa passa pela consolidação da sua internacionalização e pela diversificação de mercados, investindo também na customização dos produtos. A Balanças Marques procura, igualmente, manter-se na linha da frente na investigação e desenvolvimento de tecnologias que garantam a contínua inovação na área da pesagem, tendo estabelecidas diversas parcerias com importantes empresas internacionais. ●

## CATEGORIA TROFÉU INOVAÇÃO

## VISOUND ACÚSTICA



CÉSAR CARAPINHA

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 nossos produtos chegam aos mais conceituados artistas internacionais e a empresas de referência como a Apple, Redit, Microsoft até instituições governamentais como a NASA. Neste momento conta com mais de 80 trabalhadores em Portugal e um departamento comercial sediado na Suécia”, afirma o CEO da companhia, César Carapinha.

O projeto mais relevante e imediato da empresa é a construção da nova unidade fabril que irá expandir a área total a mais de 13 mil m<sup>2</sup> com maquinaria e recursos humanos de topo, num investimento superior a seis milhões de euros. “Esta nova unidade permitir-nos-á responder à crescente procura dos produtos desenvolvidos a partir de materiais reciclados”, diz o gestor. Acrescenta que a Vicoustic “é a única empresa na área da acústica que é altamente especializada, com laboratórios próprios de Investigação, escola de formação, desenvolvimento de produtos baseados em materiais reciclados, fabrico, consultoria e exportação. Somos também uma referência mundial no que diz respeito à reutilização de plástico, transformado em produtos acústicos decorativos, o equivalente a mais de 300 toneladas de garrafas de plástico - grande parte retiradas do oceano”.

Sobre o Troféu diz ser “um prémio de grande importância para a nossa equipa, e que distingue o nosso esforço em aliar a estética, técnica e sustentabilidade a um produto técnico. A Vicoustic introduziu este conceito com especial sucesso na Batimat de Paris em 2017, e faremos nova aparição na edição deste ano no mesmo certame.” ●

## CATEGORIA TROFÉU EXPORTAÇÃO

## BBG



BRUNO BRÁS

Fundada em 2008 a BBG desenvolve um trabalho conceptual de elevado design e tecnologia. Desde 2011 que desenvolve um produto com marca própria – “HYLINE” – e 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, afirma o Ceo Bruno Brás. A empresa tem projetos e obras em curso no valor de 26 milhões de euros, e em termos de investimento arrancou com a nova fábrica HYLINE com cerca de sete mil m<sup>2</sup>, num investimento total de quatro milhões de euros. O volume de negócios em 2018 foi da ordem dos 13 milhões de euros, 97% dos quais realizados com a exportação. O mercado francês representa 42% do negócio.

Segundo o gestor, a empresa distingue-se da concorrência “pela sua irreverência e pela forma séria como abraça cada projeto, tornando-o único, permitindo através do seu Web Service uma escalada de negócio no modelo B2B, sendo que os clientes passam a ter total autonomia em qualquer ponto do mundo, podendo administrar as suas encomendas, projetos e contacto com a empresa. Para a HYLINE não existem limites, o impossível é um desafio. Com base nesta performance continuamos a inovar sendo que quatro novos produtos de topo irão ser agora lançados na Feira internacional BATIMAT 2019 em Paris”.

A candidatura da BBG aos Troféus “deve-se ao contínuo aumento da credibilidade da empresa no mercado português e francês, distinguindo-se com produtos de tecnologia de ponta, sendo o mercado francês aquele com mais importância no grupo e onde temos atualmente 40 colaboradores”. ●

# COIMBRA AIRPORT SHUTTLE

[www.airportshuttle.pt](http://www.airportshuttle.pt)

## Do Centro de Portugal para o Mundo

A sua viagem para o aeroporto nunca foi tão fácil!

Coimbra Airport Shuttle fornece serviços de transfer partilhado, desde a **porta de sua casa** até aos **Aeroportos de Lisboa e Porto**.

Oferecemos vários transportes diários regulares, confiáveis e adaptados de acordo com os horários dos voos, apresentando um serviço de excelente qualidade para toda a **Região Centro**.



+351 304 505 304 

[coimbra@airportshuttle.pt](mailto:coimbra@airportshuttle.pt) 

\* O preço apresentado inclui: uma mala de viagem, um item pessoal, recolha ou entrega num raio de 10 km do centro da cidade. Visite [www.airportshuttle.pt](http://www.airportshuttle.pt) para mais informação sobre origem e destino fora deste perímetro.

## ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

### CATEGORIA TROFÉU PME

## DO IT LEAN



PEDRO DELGADO



FREDERICO FERREIRA

A Do iT Lean é uma empresa de serviços, com foco na entrega de aplicações web e mobile modernas, desenvolvidas com metodologias ágeis e exclusivamente sobre Plataforma OutSystems (Outsystems é um reconhecido líder mundial com a sua plataforma *low-code*), afirmam Frederico Ferreira CEO e Co-Founder e Pedro Delgado CTO e Co-Founder.

A Do iT Lean desenvolve a sua atividade para clientes de todo o mundo e para além do desenvolvimento à medida de aplicações, disponibiliza também serviços de manutenção, monitorização, formação *on the job* e produtos próprios. A estratégia de desenvolvimento de negócio em diferentes mercados, permite à Do iT Lean desenvolver em simultâneo projetos para diversos setores de atividade. Os gestores destacam três projetos recentes, em diferentes países e setores de atividade: França, setor segurador com o projeto Portal Web. Este destina-se à venda e gestão de apólices associadas a crédito imobiliário. O portal em frontoffice apresenta as seguintes funcionalidades: agenda; simulador de crédito, *workflow* dinâmico; possibilidade de comunicação por diferentes canais.

A componente de Backoffice permite toda a gestão de negócio incluindo integrações com outros sistemas core.

Outro projeto está a ser desenvolvido na Austrália para o setor da segurança privada com a aplicação móvel + backoffice. É um sistema de suporte operacional. A solução inclui: portal do cliente, relatório de incidentes (reportados na App Mobile), ocorrências (reportados na App Mobile), gestão, portal de operações e relatórios. Outro projeto desenvolvido em Portugal no setor das utilities com uma aplicação móvel para técnicos de terreno. Visa o controle em tempo real das operações de manutenção, garantindo a segurança de pessoas e ativos.

Por outro lado, a Do iT Lean desde a sua fundação que trabalha em exclusividade com a tecnologia Outsystems e com métodos ágeis de desenvolvimento de software. Ao aumento da procura, “a Do iT Lean respondeu com a criação de centros remotos de desenvolvimento (são atualmente quatro espalhados por Portugal Continental e Ilhas) o que lhe permitiu aperfeiçoar o método, os processos e as ferramentas para a construção nearshore e offshore. A experiência remota de desenvolvimento tornou-se vital para trabalhar com clientes nas diversas geografias desde os EUA à Austrália, passando pela Europa”, reforçam os gestores. O foco numa tecnologia “state of the art”, a forte componente de formação e certificação

das nossas equipas e a capacidade de adaptação à cultura empresarial nos mercados onde operamos, “tem-nos permitido o reconhecimento por parte dos nossos clientes e parceiros”.

A diferenciação da concorrência “resulta de todos estes fatores que podemos resumir como a “expertise” como resultado do foco tecnológico e da preparação dos seus quadros, do posicionamento global e do histórico e sucesso na entrega de soluções a clientes de diversos sectores, dimensões e geografias. Este conjunto de atributos permite uma diferenciação face às empresas que desenvolvem soluções web e mobile com outras tecnologias mas também dos concorrentes mais diretos que trabalham com a plataforma Outsystems”, adiantam. A plataforma Low-Code da OutSystems é uma tecnologia de ponta usada no desenvolvimento rápido de aplicações e é nomeada líder no respetivo Quadrante Mágico do Gartner.

Sobre os Troféus afirma que “França é um dos nossos países de referência no mercado europeu, e onde pretendemos crescer e consolidar a nossa presença. Acreditamos que Troféus como os patrocinados pela Câmara de Comércio Luso-Francesa são de extrema importância e relevância para a divulgação do trabalho que fazemos, nomeadamente em França, mas

acima de tudo como reconhecimento das capacidades e do trabalho realizado em equipa com os nossos clientes”.

A Do iT Lean é uma empresa Portuguesa fundada por dois veteranos da engenharia informática, que sempre acreditaram na força da digitalização como suporte à inovação e à melhoria da competitividade das empresas. Apaixonados pela agilidade e modernidade, encontraram na plataforma da OutSystems, hoje líder mundial do desenvolvimento *low code*, a tecnologia e parceria ideais para o desenvolvimento de soluções tecnológicas inovadoras e de grande valor para o negócio. Hoje com quase 10 anos de existência, continuam a crescer a elevado ritmo, contando com uma equipa de mais de 80 profissionais e mais de 130 projetos entregues em cerca de 11 países. Frederico Ferreira é o CEO e Co-fundador da Do iT Lean. Com uma sólida formação técnica, fez parte da equipa Oracle onde foi membro fundador da equipa portuguesa, seguindo depois para a OutSystems como responsável dos serviços a nível mundial antes de fundar a Do iT Lean. Pedro Delgado é CTO e cofundador do Do iT Lean. Foi o colaborador número 10 da OutSystems em 2002, onde ajudou a entregar a primeira aplicação desenvolvida na plataforma. ●

### CATEGORIA TROFÉU INVESTIMENTO

## BIOCODEX



MARIE BONTE

ção e promoção da microbiota em Portugal. A Biocodex é um dos parceiros da Ciência Viva onde patrocina a exposição “A vida secreta dos intestinos”, a decorrer no Pavilhão do Conhecimento em Lisboa entre outubro de 2019 e agosto de 2020”, frisa a gestora. Salienta ainda que “Encorajar a investigação científica é a ambição da nossa Fundação “Biocodex Microbiota Foundation”, neste sentido a Biocodex Portugal abriu recentemente as candidaturas para uma bolsa de 25 mil euros dedicada a investigadores e clínicos a trabalhar na área da microbiota”.

Com mais de 60 anos de experiência, a Biocodex é pioneira e líder a nível mundial na área da microbiota e probióticos (com o UL-250) e tem focado ao longo dos anos a sua expertise nesta área. “A nossa missão é disseminar o conhecimento sobre a importância da microbiota humana para nossa saúde. Desta forma temos três grandes ambições: fornecer aos nossos pacientes novas soluções terapêuticas, educar o público em geral e profissionais de saúde através do Biocodex Microbiota Institute e financiar investigação científica através do Biocodex Micro-

A empresa trabalha a indústria Farmacêutica – Investigação, produção, comercialização e promoção de medicamentos e produtos de saúde e bem-estar. Entre os projetos mais recentes, Marie Bonte, Country Manager em Portugal da Biocodex, destaca a abertura de uma filial em Portugal em 2019 que representa um investimento superior 2,5 milhões de euros e um recrutamento de mais de 30 novos colaboradores em 2019.

“A chegada da Biocodex a Portugal trouxe desde cedo novidades relativamente à investigação, divulga-

ção e promoção da microbiota em Portugal. A Biocodex é um dos parceiros da Ciência Viva onde patrocina a exposição “A vida secreta dos intestinos”, a decorrer no Pavilhão do Conhecimento em Lisboa entre outubro de 2019 e agosto de 2020”, frisa a gestora. Salienta ainda que “Encorajar a investigação científica é a ambição da nossa Fundação “Biocodex Microbiota Foundation”, neste sentido a Biocodex Portugal abriu recentemente as candidaturas para uma bolsa de 25 mil euros dedicada a investigadores e clínicos a trabalhar na área da microbiota”.

Sobre os Troféus diz que participam porque acreditam ser “um reconhecimento de prestígio para as empresas que fomentam as relações entre França e Portugal. A Biocodex é a mais recente farmacêutica em Portugal e acreditamos este troféu seria uma grande oportunidade para tornar o nosso projeto conhecido pelo público em geral e pelos profissionais de saúde. E para sermos reconhecidos por todo o investimento que temos feito na investigação e divulgação no campo da microbiota.” ●

### CATEGORIA TROFÉU PME

## IRMÃOS SOUSA



FERNANDO SOUSA

ção e o serviço que os nossos clientes exigem.

O que nos distingue da concorrência é o nosso serviço de excelência, a qualidade acima da média e bons prazos de entrega. Os nossos clientes, também podem contar, com uma equipa de especialistas, capazes de criar novos sistemas e soluções que melhor se adaptem às suas necessidades”.

Sobre os Troféus afirma que “o mercado francês representa para a IS3 METALWORKING, o segundo maior no seu ranking de faturação. Tendo em vista o seu crescimento e consolidação, todo o reconhecimento possível, é uma mais-valia. Conseguir esta mesma distinção, significa obter um posicionamento mais sólido e diferenciador, no meio de tantos outros concorrentes comerciais que tentam vingar.

Os Troféus 2019 da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa surgem como a possibilidade de ver reconhecido o mérito da IS3, e que a todos os níveis, contribuem para o aumento da sua credibilidade e visibilidade no mercado Francês. Será, sem dúvida, a melhor bandeira que a IS3 poderá hastear.” ●

“A nossa atividade centra-se, essencialmente, na subcontratação, que se traduz em produzir peças e conjuntos mecano-soldados, de acordo com as especificações dos nossos clientes, oferecendo todo o suporte técnico necessário ao planeamento, execução e montagem”, afirma o administrador Fernando Sousa

Adianta que “neste momento, o nosso investimento está a ser realizado no aumento e modernização das instalações fabris e em novas máquinas. Estamos centrados em criar novas e melhores condições de fabrico, que reforçarão a qualidade, a capacidade de produ-

## CATEGORIA TROFÉU STARTUP

## MAISON JEANNE (JABADAO CREATIONS)

A Maison Jeanne destaca-se como um concept store dedicado a mulheres que viajam, quer que seja em deslocação profissional ou escapadela de lazer. Apostando nos princípios da Slow Fashion, a Maison Jeanne desenvolve peças à base de matérias-primas as mais neutras possíveis (certificação Oeko tex, materiais reciclados ou pele a curtimento vegetal) num estilo apurado e intemporal, para resistir as mudanças da moda e à prova do tempo. “Trabalhamos juntos das nossas fábricas localizadas no centro e norte do país para garantir uma qualidade sem compromisso nenhum. O nosso projeto tem uma vertente de responsabilidade social e estamos envolvidas em apoiar instituições que acompanham mulheres com cancro. Vendemos principalmente online através do nosso site [www.maisonjeanne.com](http://www.maisonjeanne.com) mas também iniciamos a distribuição dos nossos produtos através de lojas concept-store e lojas de hotéis (em Portugal e França)”, afirmam Emma Wallaert, CEO da companhia, e a sócia Sandra Mencucci.

Desde o lançamento da marca, a Maison Jeanne funcionou com fundos próprios, e recentemente iniciou uma angariação de fundos juntos de

investidores privados qualificados em Portugal e em França, cuja angariação irá permitir uma aceleração da produção, o desenvolvimento da notoriedade do site e o reforço dos recursos humanos. “As nossas coleções, até agora dedicadas a gente feminina vão evoluir para apresentar também produtos masculinos”, adiantam as gestoras.

A Maison Jeanne nasceu por fazer a diferença no mundo da moda que se tornou uma das indústrias mais poluente do planeta. A Maison Jeanne “propõe um modo de consumo diferente, mais responsável e mais consciente. Destaca coleções para compor uma mala chave-na-mão com todos os produtos essenciais para uma jornada. A sustentabilidade acompanha os procedimentos da marca e fica no coração das nossas preocupações”. Afirma que este galardão “seria um passo significativo na vida da nossa startup, não só pelo simbolismo mas também pelo reconhecimento da ligação forte que em Portugal e França. Pois a marca nasceu em Lisboa com o intuito de participar na economia nacional e de combinar as competências da confeção portuguesa com o estilo francês, minimalista e elegante.” ●

## CATEGORIA TROFÉU STARTUP

## CYBELE LAWGICAL

A CybELE é uma empresa portuguesa que desenvolve uma área especializada 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 relatar danos ambientais. A atividade concentra-se principalmente nos setores jurídico e de seguros, especializados na monitorização de arquivos ambientais, afirma Robin Bouvier, CEO da companhia. Desde a sua criação, a CybELE teve a oportunidade de integrar o centro de incubação português da Agência Espacial Europeia (ESA). O CybELE também aderiu ao programa de incubação da União Europeia “Copernicus”. Estes dois programas permitiram iniciar vários projetos com impacto internacional e vários relatórios foram escritos para especialistas jurídicos sobre casos de desflorestação, poluição marítima e poluição pela indústria mineira. Esses relatórios destacaram a existência de danos ambientais, para além da extensão dos mesmos. A CybELE tem abordado vários players portugueses com interesses nesta

área, incluindo o escritório de advocacia SRS advogados. Refere o gestor que a CybELE “difere da concorrência em duas dimensões. Primeiro, em relação ao setor em que seus serviços e produtos são distribuídos. Embora a maioria das ofertas de produtos esteja concentrada nos setores de agricultura e planeamento florestal, a CybELE fez uma escolha ambiciosa de mudar para os setores jurídico e de seguros. Depois porque o CybELE demonstra inovação tecnológica nos processos de Observação da Terra (OE) implementados nos vários produtos e serviços que oferece. A estratégia foi reforçada após o CybELE ter vencido o Copernicus Master Challenge em duas categorias (BtoB e Global Winner) em 2018”. Desde a sua criação, o CybELE optou por integrar o ambiente estimulante de Lisboa e a startup tem vindo a desenvolver-se ao longo dos últimos meses. Depois de beneficiar da assistência da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF), a CybELE quer ir ainda mais longe nesta parceria. E, com naturalidade, candidatou-se ao Troféu luso-francês na categoria de startup! ●

## CATEGORIA TROFÉU INOVAÇÃO

## VISTA ALEGRE

Fundada em 1824, em Ílhavo, distrito de Aveiro, a Fábrica de Porcelanas Vista Alegre, esteve sempre associada à inovação e ao design e onde tem ganho inúmeros prémios. Relevante no seu percurso a fusão em 2001 do Grupo Vista Alegre, que inclui porcelana, faiança e grés, com o Grupo Atlantis que tem cristal e vidro feitos à mão. O resultado foi um grande grupo europeu a

trabalhar os chamados “tableware” e “giftware”. Em 2009, o Grupo Vista Alegre Atlantis passou a integrar o portefólio de marcas do Grupo Visabeira. De registar que a Vista Alegre continua a investir em parcerias com designers e artistas internacionais. ●

## CATEGORIA TROFÉU STARTUP

## BOX4GUEST

Como aproveitar o turismo em Lisboa e desenvolver experiências únicas e ao melhor preço. Esta é a proposta de uma startup que dá pelo nome de Box4Guest e foi desenvolvida por Carole Mathieu Castelli e por Thierry Humbert. ●

PUB



**WSP**  
CRIAMOS  
LIGAÇÕES

### CRIAMOS LIGAÇÕES

A WSP é uma empresa especializada no sector de electricidade industrial, média e baixa tenção instrumentação automação e controlo manutenção industrial e telecomunicação. A WSP encontra-se inserida num grupo sólido de empresas, o grupo JRC, podendo assim conjugar valências 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](mailto: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 energetivas | 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

## ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

### CATEGORIA TROFÉU DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

# RENAULT PORTUGAL



RICARDO OLIVEIRA

“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”, afirma Ricardo Oliveira, diretor de Comunicação da Renault Portugal.

Desde há vários anos que a mobilidade, e acima de todas as formas de mobilidade o automóvel tem estado no centro da discussão sobre a responsabilidade associada aos fenómenos poluentes que estão na base das alterações climáticas “e 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”, diz o gestor.

Mas para a Renault a alteração de paradigma não se esgota no tema da mobilidade. A empresa pretende ter um papel ativo na criação de uma sociedade globalmente mais sustentável como é exemplo o Projeto Porto Santo Smart Fossil Free Island que trata da transformação de todo um ecossistema muito para além da questão da mobilidade. Para a Renault a sustentabilidade da sua atividade é um desafio estratégico mas a empresa entende como seu o papel de contribuir ativamente para a criação de uma sociedade globalmente mais sustentável incluindo em domínio que vão para além da sua “natural” área de construtor de automóveis.

O projeto Porto Santo Smart Fossil Free Island é uma iniciativa do Governo Regional da Madeira “e tem como objetivo tornar

a ilha do Porto Santo no primeiro ecossistema totalmente sustentável a nível mundial. A ilha de Porto Santo tem uma superfície de 42,5km<sup>2</sup> e aproximadamente 5.500 habitantes e menos de 20% da energia produzida provém de fontes renováveis (sobretudo fotovoltaica e em menor escala eólica). Mais de 80% da energia produzida provém, portanto, da central de fuel existente na ilha. Para concretizar este projeto – já em curso – o Governo Regional incumbiu a EEM – Empresa de Electricidade da Madeira da sua execução e esta escolheu o Grupo Renault como parceira para a execução do mesmo”. Acrescenta que o plano prevê, a curto prazo, “o aumento da capacidade de energias renováveis através da expansão das capacidades de geração através, sobretudo de sistemas fotovoltaicos, mas, também, eólicos. A Renault enquanto parceira do projeto está a implementar um conjunto de novas soluções, pioneiras a nível mundial, que numa primeira fase permitirão a diminuição do recurso à central de fuel e, a prazo, deverão conduzir à sua eliminação”.

E sobre os Troféus Ricardo Oliveira diz que ao longo dos anos os Troféus da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa “foram cimentando o seu prestígio e muitas grandes e pequenas empresas, mas todas excelentes, já o conquistaram e mereceram o reconhecimento dos seus pares. O projeto que candidatámos é absolutamente inovador a nível mundial e é, acreditamos, um passo muito significativo para a transformação da sociedade da ilha de Porto Santo a nível ambiental mas também económico. É um projeto onde o Grupo Renault se envolveu de forma decisiva e no qual aplicamos a nossa visão que é a de sermos um construtor de automóveis que se preocupa com a sustentabilidade das suas ações mas que quer dar um contributo ativo para o desenvolvimento e criação de uma sociedade globalmente mais sustentável. Sermos candidatos é algo que nos honra e que realça os méritos deste apaixonante projeto.” ●

### CATEGORIA TROFÉU INVESTIMENTO

# TELEPERFORMANCE



JOÃO CARDOSO

“Com mais de 40 anos de experiência a unir marcas e os seus clientes, a Teleperformance é reconhecida como a melhor empresa de soluções omnicanal. Adaptamo-nos permanentemente e valorizamos a experiência do cliente. Personalizamos e humanizamos cada interação,

seja em suporte técnico, atendimento, aquisição, soluções digitais, *analytics*, back-office ou através de outros serviços especializados”, afirma o Ceo João Cardoso.

Pela sua dimensão, a Teleperformance Portugal tem sempre diversos projetos em desenvolvimento, destacando a vertente digital, nomeadamente a introdução de processos de automação e de Inteligência Artificial, nos quais a empresa tem investido significativamente. Ao nível do Grupo, os valores de investimento em tecnologia rondam os 150 milhões de euros por ano. Em Portugal, “salientamos a contínua expansão que tem levado à abertura de novos business service centers, nomeadamente no Porto (TP Douro), no Parque das Nações (TP Nations) e na zona de Entrecampos (Open). No campo do investimento em

peças e condições de trabalho, realce para o projeto de implementação de clínicas em várias das nossas instalações e para o dinamismo do TP Club, que organiza eventos gratuitos de índole desportiva, social e cultural para os colaboradores. Face à significativa evolução do número de colaboradores, estamos ainda a reformular o nosso departamento de Employee Support, com vista a melhorar ainda mais a forma como os recebemos e apoiamos, adiantou o gestor.

Este Troféu é “especialmente significativo para a Teleperformance enquanto empresa de origem francesa que desenvolveu em Portugal um inovador modelo de negócio, com reconhecido sucesso e respetivo reflexo nos indicadores empresariais de relevo, nomeadamente ao nível do investimento”, conclui o gestor. ●

### CATEGORIA TROFÉU INOVAÇÃO

# ENAMORATA



FÁTIMA COSTA

Especializada no desenvolvimento de coleções de moda praia e banho, a Enamorata é uma marca portuguesa que se inspira na cultura e tradições, pautando a sua atividade pela criatividade, inovação, design, irreverente na criação de peças únicas para pessoas independentes, apaixonadas pela vida com um estilo de vida urbano, que valoriza o design e a qualidade das matérias-primas bem como, conforto e versatilidade, afirma a gerente Fátima Costa.

“Concebemos coleções de roupas de banho funcionais e sustentáveis, tendo desenvolvido artigos de praia com repelente de mosquitos, usando a nanotecnologia portuguesa inovadora SI REPEL MOSQUITO. Assim sendo, a Enamorata apresentou a primeira toalha de praia repelente a mos-

quitos, protegendo as pessoas das suas picadelas em ambientes naturais: praia, mar, desportos e resorts, evitando doenças transmitidas por vectores (VBD), como malária, dengue, zika, febre amarela e Chikungunya, entre outros e que estão localizados principalmente em regiões tropicais e subtropicais e são causadas por um organismo vivo que transporta um patógeno que infecta outros seres vivos, sendo responsáveis pela morte de três milhões de pessoas em cada ano, diz a gestora. Adianta que “embora exista roupa anti-mosquito, o efeito repelente é perdido após algumas lavagens. Só agora, com o advento da nanotecnologia, foi possível criar um produto durável e eficiente, com resistência e eficácia acima das 100 lavagens e até uma temperatura de 90 graus”.

Numa estratégia de marketing e comercial, a empresa criou uma nova marca para estes produtos, estando a aguardar o seu registo no INPI – KeepOff by Enamorata, de modo a aumentar o seu portefólio de oferta em resposta a necessidades identificadas no mercado, como sejam: pulseiras repelentes, t-shirts, chapéus e outros artigos de desporto. Diz ainda a gestora que “a proposta de valor assenta numa oferta de produtos funcionais, utilizando uma nanotecnologia portuguesa inovadora, paten-

teada em vários países, certificada e ecológica, repelente e não inseticida, atóxico, com um raio de proteção de pelo menos 40cm, alta eficácia, alta durabilidade, seguro para a saúde, biocompatível, aplicável a partir dos seis meses de idade, sem irritação da pele. Entretanto, a nossa inovação e criatividade ao nível dos têxteis funcionais está a chegar também ao *swimwear* esperando lançar novidades no próximo ano”.

Sobre os Troféus refere que “à semelhança das boas práticas, os prémios e troféus são reconhecimentos que conferem notoriedade e visibilidade à marca, como é o exemplo da marca Portugal em termos de turismo a qual tem arrecadado imensos prémios internacionais, os quais se traduzem nos bons resultados tão conhecidos por todos. Neste caso concreto, a França é um grande mercado, com uma população que viaja bastante, nomeadamente, para países tropicais mas também já apresenta alguns problemas com mosquitos no sul do país e com as alterações climáticas tendem a aumentar. Este país também possui várias zonas territoriais de domínio francês em zonas tropicais. Será pois, um mercado que estará presente na nossa estratégia de internacionalização e como tal, a importância da atribuição deste troféu.” ●



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](http://novobanco.pt/empresas)

**NOVO BANCO<sup>1</sup>**  
**EMPRESAS**

## ESPECIAL TROFÉUS LUSO-FRANCESES

### CATEGORIA TROFÉU DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

# EXTRUPLÁS



EDUARDO CARVALHO

A Extruplás é uma empresa que recicla, recolhe e recupera os plásticos mistos e a partir dos quais produz mobiliário urbano, em plástico 100% reciclado, evitando assim que estes resíduos tenham como

destino final o aterro. Atualmente possui fábrica no Seixal (sede) e na Maia. No seu vasto portefólio destacam-se as mesas e bancos de jardim, passadiços e pavimentos, espreguiçadeiras e chapéus - de - sol, pontes, estruturas sobrelevadas. Estes artigos, em plástico 100% reciclado, evitam, igualmente, que sejam utilizados recursos naturais como a madeira.

“Neste momento estamos desenvolver novos produtos (sulipas para as linhas de comboio e a base para vedações metálicas), contamos com o apoio do PIEP – Universidade do Minho no sentido de melhorar os nossos produtos, relativamente à capacidade de produção, e efetuámos investimentos nas nossas instalações da Maia e no

Seixal, com a aquisição de novas linhas de produção. Estes projetos representam um investimento de aproximadamente de quatro milhões de euros”, afirma Eduardo Carvalho, International Sales and Marketing. Adianta: “Continuamos a apostar na Internacionalização, a Extruplás vai estar presente nas feiras da Município e Smart Cities, esperando desde já aumentar a sua rede de contactos e distribuidores”.

Ao longo deste ano a Extruplás, exportou para diversos países: Espanha, França Panamá, Chile, Ucrânia, e outros. “Queremos aumentar o nosso volume de vendas, mas acima de tudo conquistar este mercados de forma sustentável, onde a confiança e a capacidade de

resposta são a base destas relações”, frisa o gestor. A atividade da Extruplás “é centrada no princípio da sustentabilidade, ao transformar o plástico que é colocado nos contentores ou nos ecopontos amarelos, dando uma segunda vida a estes produtos que foram desenvolvidos para uma única utilização, o conceito de Economia Circular faz parte do nosso quotidiano”. Diz ainda que “a sensibilização e consciencialização são muito importantes nas mudanças comportamentais, a Extruplás está envolvida a 100%, internamente, junto dos seus colaboradores e exteriormente com os nossos Fornecedores e Clientes. Ao longo do ano, são realizadas várias apresentações e visitas às nossas instalações, desde es-

colas, universidades e associações, dando a conhecer todo o processo de fabricação dos produtos Extruplás, demonstrando o verdadeiro sentido da sustentabilidade”.

E sobre os Troféus diz que “a razão principal, pela qual apresentamos a nossa candidatura aos Troféus 2019, chama-se Acreditar. Acreditamos que estamos no bom caminho, somos reconhecidos pelo trabalho árduo que estamos a desenvolver e pretendemos levar o nome da Extruplás ao “top of mind” de todos os stakeholders. O ano passado recebemos o Prémio Júri, concorrer com as grandes multinacionais e lutar por este prémio, enche-nos de orgulho, ganhá-lo seria a forma mais nobre desse reconhecimento.” ●

### CATEGORIA TROFÉU INVESTIMENTO

# DELABIE



ALEXANDRE ANAGNOSTIDES

A DELABIE é um grupo internacional com sede em Friville, França, 100% familiar, é líder europeu em torneiras e equipamentos sanitários para locais públicos. Propõe uma oferta específica neste mercado com cinco gamas e mais de 2000 referências: edifícios públicos/comerciais, hospitais e estabelecimentos de cuidados de saúde, acessibilidade e acessórios de higiene, equipamentos sanitários em aço inoxidável e torneiras específicas (cozinhas profissionais, torneiras de emergência, renovação).

O grupo exporta atualmente para mais de 95 países, a partir da sua fábrica em França (Friville), e através das suas nove filiais instaladas na Alemanha, Áustria, Benelux, Reino Unido, Espanha, Portugal (duas fábricas), Polónia, Emirados Árabes Unidos (Dubai) e China (Hong Kong).

Inicialmente especializada no segmento doméstico, a DELABIE rapidamente se posicionou no se-

tor que agora constitui o principal mercado-alvo: os Estabelecimentos que Recebem Público (ERP).

Ao longo do tempo, o investimento na Investigação e Desenvolvimento tem estabelecido a marca como uma referência de qualidade. Em menos de um século, a DELABIE tornou-se um líder no mercado não doméstico de sanitários, frisa Alexandre Anagnostides, CFO do DELABIE Group.

As duas unidades fabris em Portugal (localizadas em Aveiro e Braga) têm sido alvo de um investimento contínuo que “nos permite crescer enquanto grupo internacional e especialista no nosso setor de atividade, tentando dar resposta às exigências de um mercado tão específico. Desde o ponto de partida inicial com a aquisição da fundição em Braga que o grupo fez novos investimentos em formação e aquisição de maquinaria especializada para permitir um melhor desempenho e performance no fabrico dos seus componentes nesta unidade fabril”, frisa o gestor.

Adianta que “investir em recursos humanos e especializados, é uma constante preocupação da empresa que tem vindo a aumentar o seu número de colaboradores ao longo dos anos, tornando possível passar a ter mais duas linhas de produção. A maquinaria e polimento complementando todo o processo já existente na fundição. A fábrica de sanitários em aço inoxidável sediada em Aveiro, reconhecida como sendo o único fabricante de sanitários

em aço inoxidável em Portugal, conta agora com uma nova linha de produção de barras de apoio, também em aço inoxidável. O investimento na aposta tecnológica na produção dos nossos artigos em Portugal passou e passa por um elevado esforço e empenho na aquisição de equipamentos de tecnologia de ponta como a estampagem a frio, soldadura TIG, soldadura e corte laser 3D, robotização de processos repetitivos, feramentas e moldes, sistemas de armazenamento, modernização da rede informática, entre outros. Tudo isto é possível com o recurso a colaboradores especializados e com uma capacidade produtiva que permite dar uma resposta célere aos nossos clientes. Mais recentemente, para o desenvolvimento comercial, a empresa em Portugal conta investir no seu novo showroom e escritórios”. A direção comercial estima que o novo showroom “vai dar um valor acrescentado à empresa, com a apresentação e exposição dos seus produtos perante os seus clientes, prescritores e mercado nacional em geral, sendo uma mais-valia a nível internacional para todos os que terão a oportunidade de nos visitar”, diz ainda o gestor.

Acrescenta que para uma empresa como a DELABIE, que atua como um especialista no seu nicho de mercado através do fornecimento de torneiras e equipamentos sanitários para locais públicos que engloba espaços muito específicos e diversificados como: escolas, edifícios públicos, centros comerciais,

hotéis, pavilhões desportivos, prisões, aeroportos e estabelecimentos hospitalares e de cuidados de saúde, “faz com que a DELABIE esteja constantemente a desenvolver novos produtos e soluções para dar resposta às exigências mais específicas destes locais. Chegar ao mercado com produtos universais que possam ser instalados em todos os países e respeitando as exigências de cada um deles, parece ser uma tarefa fácil, mas cada país tem os seus hábitos, as suas normas e regulamentações, o que torna sem dúvida um desafio diário conseguir dar uma resposta satisfatória a quem confia nos nossos produtos. A nossa presença internacional ajuda-nos a ter um conhecimento mais profundo de cada mercado, para que possamos desenvolver e apresentar soluções universais que correspondam às necessidades e expectativas dos nossos clientes.

A DELABIE tenta reunir uma panóplia de soluções que possam dar resposta às solicitações do mercado, nomeadamente, soluções antivandalismo, níveis de economia de água e energia elevados e higiene, sem esquecer o conforto do utilizador que passa então por desenvolver torneiras, barras de apoio e sanitários com um design atrativo e funcional. A DELABIE cedo se sensibilizou para a necessidade de valorizar os seus produtos, tendo em consideração todas estas características sem esquecer a importância da estética e o enquadramento dos seus produtos nos vários espaços”.

Se o potencial de crescimento é

importante, o grupo DELABIE cria e desenvolve em permanência novos produtos e integra novos conhecimentos. “Continuar a inovar e a lançar novos produtos com soluções adaptadas às necessidades dos nossos mercados, é a principal estratégia do grupo DELABIE. Com as duas fábricas em Portugal, é nossa ambição consumir estes objetivos, mantendo uma relação saudável com todos os players no mercado. Afinal de contas a principal preocupação de todos, é a satisfação e a apresentação de soluções completas para as necessidades de um mercado cada vez mais exigente”, conclui o gestor.

Afirma ainda que o Troféu de Investimento promovido pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa “comprova que as relações existentes entre os dois países vão muito para além da História que nos une. 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 reconhecidos pelas suas competências, empenho e profissionalismo que tão bem justificam toda a dedicação de todos os nossos colaboradores a nível mundial e a confiança em nós depositada, por todos os parceiros que nos acompanham nesta jornada de quase um século. Um especial agradecimento à Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa que nos acompanhou desde o início, com o seu apoio incondicional na implementação do Grupo DELABIE em Portugal.” ●



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**

ENTREVISTA **CARLOS AGUIAR** presidente da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa (CCILF)

# “Investimento público em infraestruturas está aquém do necessário”

Quase metade do investimento estrangeiro feito em Portugal nos últimos cinco anos vem de França, com forte concentração no norte e em Lisboa, afirma Carlos Aguiar, presidente da Câmara de Comércio Luso-Francesa.

**VÍTOR NORINHA**  
vnorinha@jornaleconomico.pt

**Que avaliação fazem as empresas francesas, ou de capital francês, que trabalham em Portugal sobre condições e custos do mercado?**

Segundo dados recentes do INE, a carga fiscal atingiu, em 2018, o nível recorde de 35,4% do PIB, o que, naturalmente, não deixa de se relevar na ponderação que as empresas francesas fazem nas suas decisões de investimento em Portugal, e na competitividade do país – que desceu seis posições, para 39ª, na classificação mundial de Competitividade do IMD World Competitiveness Center/Lausanne. No entanto, cumpre salientar que em matéria de carga fiscal, Portugal se situa num patamar inferior à média europeia (UE a 28), que, em 2018, foi de 39,4%.

Não ignoram os investidores e as empresas, como o sublinha a Comissão Europeia no seu Relatório/2019 sobre Portugal, a falta de mão de obra qualificada, a ainda baixa produtividade dos trabalhadores, a necessidade de melhorar o nível de competências da população, a necessidade de reduzir a carga administrativa e regulamentar que pesa sobre as empresas, e os custos excessivos da energia e das telecomunicações, fruto de um mercado pouco concorrencial. E ainda o facto de o investimento público, sobretudo nas áreas da investigação e desenvolvimento, no transporte ferroviário, nas infraestruturas portuárias e na transição energética, ficar aquém do necessário, por comparação com os demais países da União. No entanto, nenhum desses fatores desfavoráveis impediu a progressão muito significativa, nos últimos anos, do investimento estrangeiro em Portugal, e muito em particular do francês. Estudo recente indica que os investimentos estrangeiros no norte de Portugal, e em particular no Porto, aumentaram, entre

2013 e 2018, numa média anual de cerca de 11%; e que à França corresponde uma fatia de 46% desses projetos de investimento (seguida da Alemanha, com 13%). De notar que os projetos de investimento estrangeiro em Portugal estão, sobretudo, concentrados no norte (32% em 2018) e na região de Lisboa (41% em 2018).

**A tendência é para aumentarem a presença ou a expectativa é de estabilização?**

É difícil fazer previsões a esse respeito. Diria que mais em resultado do momento geopolítico e económico global presente – guerra comercial EUA/China, possível recessão na Alemanha, incertezas do Brexit e pós-Brexit e fragmentação política em países da UE – do que de variáveis internas, a tendência será para uma estabilização.

**Com a expectativa de redução do crescimento na zona euro, incluindo a França, existe o risco de redução de atividade das empresas francesas em**

“

**O investimento francês em Portugal é de muito longa data, e tem-se mantido estável, e em progressão constante, ao longo dos últimos decénios, mesmo em períodos de maior instabilidade política, de menor crescimento económico, ou mesmo de recessão**

**Portugal?**

O investimento francês em Portugal é de muito longa data e tem-se mantido estável, e em progressão constante, ao longo dos últimos decénios, mesmo em períodos de maior instabilidade política, de menor crescimento económico, ou mesmo de recessão. E há novos investimentos franceses recentes que têm crescido em ritmo elevado.

Quando muito, face às condicionantes externas presentes ou próximas futuras, e aos reflexos que as mesmas poderão vir a ter na nossa economia, estou em crer que a tendência será para uma certa estabilização, ou para a ocorrência de menos novos grandes investimentos.

**Quais os grandes setores de atividade industrial e de serviços que o capital francês detém em Portugal?**

Indústrias automóvel e de componentes automóveis, aeronáutica, energia, digital, TI, novas tecnologias, distribuição, telecomunicações, aeroportuário, promoção e investimento imobiliário, turismo, agroalimentar, serviços financeiros, para mencionar alguns.

**Questões como o Brexit ou a guerra comercial EUA/China poderão afetar o crescimento das economias do continente, incluindo as economias de França e Portugal?**

Analistas bem melhor informados do que eu dizem que sim; a que acrescentaria a fragmentação da vida político-partidária em importantes parceiros nossos, como é o caso da Espanha e da Itália, onde são manifestas as dificuldades de formar governos, ou de coligações frágeis serem capazes de cumprir os respetivos mandatos eleitorais. E a possibilidade de a Alemanha entrar em recessão, e as tensões na coligação no poder não são, igualmente, boas notícias para os nossos países.

**Que constrangimentos ao nível fiscal e de custos de contexto**

**poderão ser melhorados para um crescimento do investimento francês em Portugal?**

Eu diria, entre outros, os que mencionei na resposta à primeira pergunta, e para os quais a Comissão Europeia, o FMI, o Banco de Portugal, o Conselho de Finanças Públicas e o Forum para a Competitividade, para citar alguns, vêm chamando a atenção dos nossos decisores políticos.

É expectável que o Governo que sairá das eleições de 6 de outubro se empenhe na realização das reformas necessárias, de modo a reduzir o peso do Estado na economia e na vida dos cidadãos, e a melhorar o ambiente em que as empresas e os agentes económicos se movem, uma vez que é da iniciativa privada, atuando dentro de um quadro legal estável e previsível, que depende, sobretudo, o crescimento económico e a melhoria da produtividade, sem os quais não pode haver aumento sustentado dos rendimentos das pessoas.

**Para as famílias francesas que se querem instalar em Portugal há respostas suficientes ao nível do ensino curricular francês?**

Dizem os meus amigos franceses, e portugueses que neles têm os filhos a estudar, que os liceus franceses de Lisboa e do Porto são centros de ensino de excelência, mas que já sentem algumas dificuldades em fazer face à procura crescente das famílias francesas que se instalam em Portugal (e não só). Não farei vaticínios sobre como resolver o problema, mas, aparentemente, haverá que tomar medidas.

E para os portugueses, a aprendizagem da língua francesa voltou a ganhar importância acrescida, face às oportunidades de emprego proporcionadas pelas empresas francesas, cabendo destacar o trabalho exemplar da Alliance Française e dos Conselheiros Franceses do Comércio Externo que desenvolvem um programa de aprendizagem da língua francesa “Langue



Française, Langue d'Opportunités” em colaboração com várias universidades portuguesas.

**As condições propostas por Portugal ao nível fiscal para Não Residentes Habituais têm atraído muitos cidadãos franceses. Essas condições que considera cruciais devem continuar a existir?**

Espero bem que deixem de ser, como diz, “cruciais”. Estou em crer que a atratividade de Portugal para cidadãos franceses se deverá, crescentemente, afirmar pelas características permanentes do meu país (proximidade geográfica, de pes-



Cristina Bernardo

### Que riscos terão de ser acautelados quando um grupo empresarial português se quer instalar em França?

À semelhança do que recomendamos aos franceses que se querem instalar em Portugal, para um conhecimento aprofundado do mercado francês é prudente e avisado que o interessado procure conselho especializado adequado, que lhe permita compreender melhor o país, as suas gentes e a sua cultura, melhor formatar o seu projeto e avaliar os riscos do mesmo.

E assinalo a existência e o dinamismo da Business France, com escritório em Portugal, que desempenha um papel em vários aspetos semelhante ao do nosso AICEP no apoio ao potencial investidor em França.

### Ao nível da CCILF como avalia as várias edições dos prémios da Câmara de Comércio? Há prémios novos a serem lançados?

No ano passado, na 25ª Edição dos nossos Troféus, iniciamos o Troféu Start-Ups, que teve um bom acolhimento. Ao todo, são, agora, 7 Troféus (Exportação, PME, Investimento, Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Start-Ups, e Especial do Jury).

Estou convicto que esta 26ª Edição, que terá o seu Jantar de Gala de anúncio dos finalistas e do vencedor de cada Troféu no próximo dia 10 de Outubro, no Sud Lisboa, será um sucesso idêntico ao dos anos anteriores, em número de candidatos, de patrocinadores e de presença de pessoas nesse Jantar.

### Os prémios têm sido um incentivo para as empresas melhorarem os procedimentos a nível ambiental e de responsabilidade social?

Espero que sim. O Troféu é em si o reconhecimento das muito boas práticas por parte da empresa premiada. Se constituir um incentivo a uma melhoria dessas práticas, tanto melhor!

### A par dos Prémios anuais, quais as grandes iniciativas da Câmara de Comércio ao longo do atual mandato?

A CCILF dispõe de uma vasta gama de serviços e organiza regularmente seminários temáticos e missões setoriais para empresas francesas que desejam desenvolver os seus negócios ou implantar-se no mercado português. O Fórum do Investimento e Imobiliário, o Fórum Recrutar em Portugal; a

participação no Fórum Expat em Paris, os Seminários Investir em Portugal realizados em várias regiões de França têm tido muito sucesso.

Para reforçar o seu carácter bilateral, a CCILF tem também uma atividade de apoio às empresas portuguesas que pretendem integrar o mercado francês. Nesta vertente a CCILF organiza ao longo do ano várias Missões de empresas portuguesas a França para facilitar a procura de agentes comerciais e eventos B2B com empresas francesas que procuram fornecedores ou fabricantes portugueses nos setores da construção civil (bolsa da subcontratação), automóvel, aeronáutica, têxtil, energias renováveis...

Para 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 sectores de atividade, a CCILF anima um Clube de Negócios e oferece um vasto e diversificado programa de atividades (almoços, seminários, reuniões temáticas, Soirées de Gala, cocktails, eventos desportivos...). ●

PUB

soas e histórico-cultural, clima, “douceur de vivre”, gastronomia, infraestruturas de excelência, para lembrar algumas) e por uma economia aberta à inovação, amiga do investimento produtivo privado, com um quadro legal estável, uma produtividade maior e uma fiscalidade competitiva, igual para todos, por aferição com os seus principais parceiros comerciais.

### Falamos sempre do investimento francês em Portugal. E ao contrário? Há interesse de grupos portugueses no mercado francês?

Existe interesse crescente de grupos

portugueses pelo mercado francês, existem investimentos portugueses importantes em França, e a Câmara, em articulação com a Business France e os Serviços Económicos da Embaixada de França, tem vindo, em Portugal e em França, a iniciar ou a participar em ações destinadas a dar a conhecer o mercado francês em Portugal.

Mas há muito mais a fazer neste domínio, e a Câmara quer continuar a ser um dos facilitadores dessa abertura do mercado francês ao investimento português, ou do estabelecimento de outros tipos de relações comerciais tendo o mercado francês como alvo.



TECHNOLOGY YOU CAN LEAN ON

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

+130

PROJETOS

5

CONTINENTES

4

ESCRITÓRIOS

74

PROFISSIONAIS CERTIFICADOS





ELITE Partner

CONTACTE-NOS:

[www.doitlean.com](http://www.doitlean.com) | [info@doitlean.com](mailto:info@doitlean.com)



**RENAULT**  
Passion for life

Novo  
**Renault CLIO**  
Designed for living\*



Venha experimentar uma condução revolucionária com o EASY LINK 9,3", o Renault MULTI-SENSE e a câmara 360°.

Emissões de CO<sub>2</sub> (g/km): 108 a 131. Consumo em ciclo misto (l/100km): 4,1 a 5,8. Imagem não contratual.

\*Criado para os bons momentos

\*\*De acordo com automóveis vendidos em Portugal, dados ACAP de 1997 a 2018.

Renault recomenda elf

**21**  
ANOS  
LIDERANÇA\*\*  
EM PORTUGAL

renauld.pt