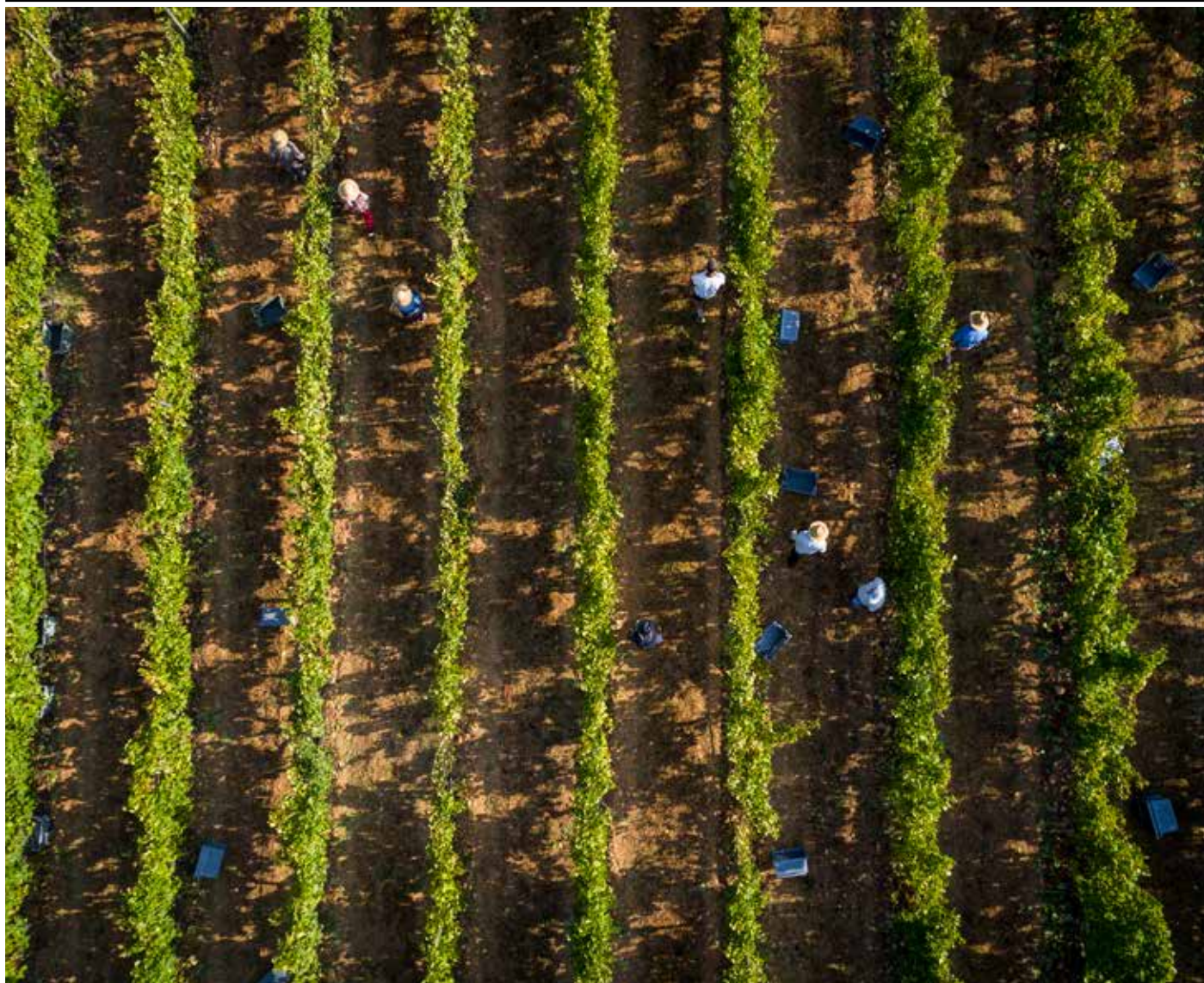


AGRICULTURA



APOIOS:


ASCENZA®

CONTINENTE



ENQUADRAMENTO

A VERDADEIRA RIQUEZA ESTÁ NO SÓLO NACIONAL

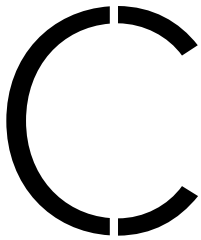




DESAFIOS

APESAR DOS DESAFIOS, A AGRICULTURA E O SECTOR AGROALIMENTAR CONTINUAM A DESEMPENHAR UM PAPEL FULCRAL NA ECONOMIA E NA CULTURA DE PORTUGAL

A AGRICULTURA E O SECTOR AGROALIMENTAR DESEMPENHAM UM PAPEL FULCRAL EM PORTUGAL, TANTO DO PONTO DE VISTA ECONÓMICO COMO NO SOCIAL



Com uma ancestral tradição agrícola e condições climáticas favoráveis à produção de um vasto leque de produtos, a agricultura em Portugal abrange várias actividades, desde a produção de cereais, frutas, vegetais e vinho, entre outros.

Em território nacional, o mapa deste sector é caracterizado por uma combinação de pequenas propriedades familiares e de grandes empresas agrícolas, sendo que a agricultura de raiz familiar desempenha um papel importante na produção de alimentos e na preservação das tradições agrícolas locais.

Já no sector agroalimentar, Portugal possui uma cadeia de produção e distribuição bem estabelecida. Existem empresas especializadas em processamento de alimentos, embalagem e distribuição, que garantem a qualidade e a segurança alimentar dos produtos.

Estes sectores têm enfrentado desafios constantes que têm colocado à prova a subsistência de muitas empresas e dependentes da agricultura e agroalimentar.

Para dar resposta, na primeira metade do ano o Governo celebrou com a APED – Associação Portuguesa de Distribuição de Empresas e a CAP – Confederação de Agricultores de Portugal, o Pacto para a Estabilização e Redução de Preços dos Bens Alimentares, que materializa um reforço em 140 milhões de euros nos apoios à produção agrícola.

Esta iniciativa tem como objectivo mitigar o impacto dos custos de produção, incluindo electricidade verde, através do reforço de verbas para os sectores da suinicultura, aves, ovos, bovinos, pequenos ruminantes e culturas vegetais, para o universo dos agricultores apoiados no âmbito do Pedido Único de 2022.

O Governo assumiu ainda o compromisso de assegurar a renovação do apoio extraordinário ao gasóleo

agrícola, bem como do apoio para mitigar os aumentos dos custos com fertilizantes e adubos.

«Num contexto tão desafiante, este é um passo decisivo na garantia de mais justiça ao longo de toda a cadeia e na protecção dos direitos dos consumidores. Num esforço colectivo, estamos ao lado das pessoas e não deixamos de assegurar, aos agricultores, meios e apoios que contribuam para mitigar os efeitos deste período que vivemos», afirmou a Ministra da Agricultura e da Alimentação, Maria do Céu Antunes.

Outro desafio que estes sectores enfrentam, e cada vez mais, é a seca que tem originado perdas de colheitas, redução da produtividade e aumento da vulnerabilidade dos agricultores diante das condições climáticas adversas.

Actualmente, 89% do território nacional está em situação de seca e 34% em seca severa e extrema (Alentejo e Algarve).

SUSTENTABILIDADE

Nos últimos anos, Portugal tem-se destacado por uma abordagem mais sustentável no sector agrícola. Há um aumento no interesse e preocupação por práticas agrícolas ecológicas e pela produção de alimentos orgânicos.

Muitos agricultores nacionais estão a adoptar técnicas de agricultura de conservação, que visam reduzir o uso de produtos químicos e promover a conservação do solo e dos recursos naturais.

Para além disso, a agroecologia tem ganho destaque, com a integração de práticas agrícolas

com os ecossistemas naturais, respeitando os ciclos biológicos e reduzindo o uso de materiais ou recursos externos. A agroecologia procura criar sistemas agrícolas mais resilientes e sustentáveis, ao mesmo tempo que garante a produção de alimentos saudáveis.

No que respeita ao agroalimentar, o país tem procurado reduzir o desperdício de alimentos ao longo da cadeia produtiva. Têm sido adoptadas iniciativas como a redistribuição de alimentos excedentes, a valorização de produtos “feios” ou fora dos padrões estéticos e a promoção de uma maior consciência sobre o consumo responsável.

Apesar dos desafios, a agricultura e o sector agroalimentar continuam a desempenhar um papel fulcral na economia e na cultura de Portugal. Através do uso de práticas sustentáveis, valorização dos produtos regionais e adopção de tecnologias inovadoras, o nosso país procura garantir a segurança alimentar, promover o desenvolvimento rural e preservar a sua rica tradição agrícola. ●

NO QUE RESPEITA AO AGROALIMENTAR, O PAÍS TEM PROCURADO REDUZIR O DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS AO LONGO DA CADEIA PRODUTIVA

ASCENZA

GARANTIR ALIMENTOS DE QUALIDADE

DISPONIBILIZAR NOVAS SOLUÇÕES EFICAZES OFF-PATENT COM VALOR AGREGADO PARA OS NOSSOS CLIENTES É UMA DAS VANTAGENS COMPETITIVAS DA ASCENZA

A

os principais desafios da empresa para o futuro.

Com uma longa herança de proximidade com os agricultores, a ASCENZA nasceu há mais de 50 anos, em 1965, em Setúbal, Portugal. Como caracterizam a vossa actividade em Portugal?

A ASCENZA é líder de mercado na Península Ibérica e uma referência global no sector da protecção de culturas, no segmento de genéricos diferenciados. Contamos com mais de 50 anos de história a cuidar das Plantas, das Pessoas e do Planeta.

Nascemos em Portugal e é no nosso país, nomeadamente em Setúbal, que mantemos as nossas instalações fabris e laboratórios, o grande motor da nossa empresa. Globalmente somos mais de 600 pessoas, uma equipa multidisciplinar que controla todas as etapas do processo de desenvolvimento de produto, desde a aquisição de matérias-primas, a concepção de soluções (nos nossos 8 laboratórios in-house na unidade industrial em Setúbal), o desenvolvimento do produto, a produção, comercialização e o aconselhamento técnico. Em Portugal, temos escritórios em Setúbal, Lisboa, Torres Vedras, Malveira e Santo Tirso.

Acredito que a compreensão do mercado, dos clientes e das culturas, aliada à proximidade com aqueles que trabalham no campo, e ao nosso know-how, é o que nos tem permitido continuar a crescer e ser, hoje, uma empresa de referência no sector.

Quais as principais soluções/ produtos que gostariam de destacar?

Em 2022, alargámos o nosso portefólio à bio protecção com o lançamento da gama Blexia, um conjunto de produtos biológicos para a protecção das culturas, à base de extractos botânicos e microbiológicos. A Blexia é uma marca inovadora e consciente,

preparada para responder aos desafios do futuro. Estes produtos permitem-nos responder às necessidades dos produtores, mas também às exigências de toda a cadeia de valor, mantendo a qualidade e rentabilidade da colheita.

Vamos continuar a trabalhar ao lado dos agricultores para, em conjunto, superarmos os desafios e encontrar soluções eficazes, seguras e ainda mais sustentáveis.

Como se diferenciam as vossas soluções/ produtos face à concorrência?

Disponibilizar novas soluções eficazes off-patent com valor agregado para os nossos clientes, está no centro do que fazemos e é





LÍDER

A ASCENZA É LÍDER DE MERCADO NA PENÍNSULA IBÉRICA E UMA REFERÊNCIA GLOBAL NO SECTOR DA PROTECÇÃO DE CULTURAS, NO SEGMENTO DE GENÉRICOS DIFERENCIADOS. CONTAMOS COM MAIS DE 50 ANOS DE HISTÓRIA A CUIDAR DAS PLANTAS, DAS PESSOAS E DO PLANETA



uma das vantagens competitivas da ASCENZA.

O facto de sermos detentores de substâncias activas e formulações na Europa e América do Sul, contribuiu também para uma maior independência nos mercados onde operamos. Ao desenvolvermos e acrescentarmos valor aos produtos off-patent, a par com um serviço técnico personalizado e um portefólio de grande amplitude, faz de nós um parceiro com valor acrescentado para os agricultores.

Acreditamos que um produto diferenciado nasce da grande experiência e capacidade operacional das empresas. Por este motivo, queremos continuar a investir para trazer diferenciação ao mercado.

Como está a correr a vossa expansão internacional?

Actualmente, os produtos ASCENZA já chegam a 18 países, distribuídos pela Europa, Brasil, América Central e Norte de África, com um portefólio de mais de 90 produtos convencionais e de bio protecção. Contamos com escritórios em



EM 2022, ALARGAMOS O NOSSO PORTEFÓLIO À BIO PROTECÇÃO COMO LANÇAMENTO DA GAMA BLEXIA, UM CONJUNTO DE PRODUTOS BIOLÓGICOS PARA A PROTECÇÃO DAS CULTURAS, À BASE DE EXTRACTOS BOTÂNICOS E MICRO-BIOLÓGICOS

Portugal, Espanha, França, Itália, Roménia, Brasil e México.

Para o futuro, o nosso objectivo é continuar a ampliar a nossa presença nos mercados europeu e da América Latina.

Ao longo da história, quais os vossos principais valores para fomentar uma cultura de Zero-Danos?

Na ASCENZA temos um compromisso claro com a Saúde, a Segurança e o Bem-estar dos nossos colaboradores e parceiros. ‘Safety’ (Segurança) é o primeiro dos nossos valores S.E.E.D.S (Safety, Empowerment, Ethics, Dedication, Striving), que partilhamos com todas as empresas do Grupo Rovensa. Este valor é assegurado por todos os colaboradores. Acreditamos que a Segurança é uma responsabilidade de cada um de nós. Todos nós somos o exemplo através do nosso comportamento seguro.

Com base nesta premissa, desenvolvemos um programa global, dedicado a liderar o caminho para uma cultura de segurança dentro da organização, o programa STAR.

Criado com o objectivo de nos posicionar como uma referência para a saúde e segurança, com uma cultura de Zero-Danos, o STAR tem também como finalidade consolidar a gestão da segurança da Rovensa, com processos baseados em práticas de classe mundial, melhorar o desempenho da nossa segurança através do reforço da cultura de segurança, sem esquecer o foco na redução de riscos e a formação continua aos nossos colaboradores. O STAR

pretende criar uma Equipa Segura na Rovensa (Safe Team at Rovensa).

Para 2025 temos objectivos ambiciosos e estamos a trabalhar para os conquistar.

Qual a importância da inovação e tecnologia na vossa atividade?

A inovação e a tecnologia são cruciais no nosso sector. Estamos em permanente investimento para conseguirmos responder às necessidades dos agricultores, num contexto cada vez mais complexo. Investimos, anualmente, mais de 9% da nossa receita em I&D, incluindo no plano tecnológico, no campo da regulamentação e no desenvolvimento de soluções inovadoras para os agricultores.

Um dos grandes desafios no nosso sector passa por desenvolver soluções sem impacto negativo no ambiente e na saúde humana, tentando encurtar o tempo de desenvolvimento e reduzindo o tempo para chegar ao mercado. Isto, aliado ao actual ambiente regulamentar, que aumenta a incerteza quanto ao futuro de alguns ingredientes activos e co-formulantes. Tendo em consideração este cenário, os produtos que podem combinar diferentes tecnologias de protecção de plantas fazem-nos olhar para as formulações com uma perspectiva completamente diferente, procurando soluções disruptivas capazes de manter ou melhorar a robustez do produto de uma forma mais sustentável.

Actualmente, e a título de exemplo, na ASCENZA estamos a trabalhar com grupos de investigação em universidades e centros





ESPECIAL
AGRICULTURA

ASCENZA



ASCENZA®



» Rui Correia,
Central
Marketing
Director
da ASCENZA

de investigação para aumentar o nosso conhecimento interno e ter acesso a soluções inovadoras que podem ser rapidamente aplicadas ao nosso sector.

Na vossa opinião ser agricultor, é atualmente, ainda mais desafiante. Porquê?

Muitas vezes dizemos que nunca foi tão desafiante ser agricultor como nos dias de hoje. É, de facto, do conhecimento de todos os desafios físicos a que a agricultura está exposta: uma população mundial crescente, a escassez de recursos naturais, as alterações climáticas profundas, a procura de soluções mais sustentáveis e com menor impacto no planeta e ainda os desafios regulatórios quer na UE quer a um nível global.

Na ASCENZA estamos comprometidos em ajudar os agricultores, respeitando todas as normas do sector. Sabemos que é desafiante

esta missão, mas o investimento que fazemos nas áreas regulamentares e técnicas permite-nos ser especialistas na nossa área, e o nosso know-how torna-nos um elemento diferenciador e competitivo nos mercados onde operamos.

Como caracterizam o sector agrícola e agroalimentar em Portugal?

O sector agrícola e agroalimentar é um sector muito dinâmico e sobretudo cada vez mais exportador, o que representa desafios, mas muitas oportunidades para os nossos empresários que têm sabido adaptar-se de forma brilhante. Temos condições edafo-climáticas favoráveis à produção de frutos e hortícolas diferenciados e de elevada qualidade que integram a dieta mediterrânica, custos de produção competitivos, muito investimento estrangeiro e muito importante, uma crescente modernização tecnológica.

A vossa missão é alimentar a população mundial, disponibilizando soluções saudáveis e seguras que permitam uma agricultura equilibrada. De que forma é que esta política de Sustentabilidade está materializada na vossa missão?

Enquanto parte do Grupo Rovensa, a nossa visão para o futuro é um mundo com zero fome, no qual ajudamos a alimentar o planeta dentro dos seus limites. Para cumprir esta visão, procuramos trazer um maior equilíbrio ao clima, à natureza e às pessoas, através dos nossos produtos, enquanto reduzimos o impacto ambiental das nossas operações.

Estamos conscientes das preocupações relacionadas com a segurança alimentar, as alterações climáticas, o uso do solo e a perda de biodiversidade, mas sabemos que com a nossa acção podemos melhorar o equilíbrio agrícola no mundo e contribuir para um futuro mais sustentável para as pessoas e para o planeta. Razão que levou o Grupo Rovensa, que integra a ASCENZA, a definir uma Estratégia de Sustentabilidade 2023 a 2030.

A nossa Estratégia é orientada por quatro pilares de acção assentes no conceito de 'Equilíbrio' - Clima, Natureza, Pessoas e Equilíbrio Governamental, que apoiam a nossa visão de sustentabilidade e ambição global, contribuem para a Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ONU) e refletem a integração de três dimensões fundamentais ESG - Ambiental, Social e Governança Corporativa - em tudo o que fazemos.

Qual a mais-valia de fazer parte do grupo Rovensa, um player internacional na indústria agrícola, com uma longa história, experiência e conhecimento no sector?

Como parte do Grupo Rovensa, o nosso foco é ajudar os agricultores a produzir mais com menos recursos e garantir aos consumidores o acesso a produtos alimentares de qualidade. Na ASCENZA vamos continuar a trabalhar para ampliar o nosso portefólio, em linha com as tendências e desafios do sector, capitalizando potenciais sinergias com outras companhias do Grupo. ●



COM QUASE 100 ANOS DE EXPERIÊNCIA E PRESENÇA EM MAIS DE 70 PAÍSES, O GRUPO ROVENSA APOIA-SE NO SEU PROFUNDO CONHECIMENTO DA FISIOLÓGIA VEGETAL PARA OFERECER SOLUÇÕES DE PROTEÇÃO DAS CULTURAS, NUTRIÇÃO E BIOCONTROLO. A SINERGIA ENTRE AS SUAS DIFERENTES ACTIVIDADES ESTÁ A IMPULSIONAR O GRUPO, QUE HOJE EMERGE COMO UM ACTOR IMPORTANTE NA PROTEÇÃO DAS CULTURAS



Fazemos,
porque cuidamos.

É um cuidado que vem de dentro.

Cuidamos das Plantas, das Pessoas e do Planeta.

Investimos no desenvolvimento de soluções para os nossos agricultores que garantem uma alimentação saudável e equilibrada, respeitando sempre o meio ambiente.

É por tudo isto que nos dedicamos diariamente.

CONTINENTE

APOIO À PRODUÇÃO NACIONAL

O PERFIL DOS PRODUTORES É MUITO DIVERSIFICADO, PODENDO SER PEQUENAS EMPRESAS FAMILIARES E ATÉ ORGANIZAÇÕES DE PRODUTORES QUE TAMBÉM CRESCERAM COM O CPC

Para além do cumprimento legal no que respeita à qualidade e segurança alimentar, o Continente procura e aceita produtores que ofereçam produtos diferenciadores e que estejam disponíveis para uma parceria duradoura. Em entrevista à Executive Digest, Ondina Afonso, presidente do Clube de Produtores Continente (CPC), explica os principais desafios e oportunidades do CPC, quando celebra este ano 25 anos de promoção e apoio à produção nacional.

A Sonae MC desenvolve, desde 1998, uma relação próxima e profícua com produtores do sector agroalimentar e agropecuário. Que balanço faz desta relação?

A relação da MC com os nossos produtores, através do Clube de Produtores Continente, está assente num modelo único a nível europeu. É baseada numa constante parceria, focada no nosso objectivo de disponibilizar produtos nacionais de excelência aos nossos clientes. Esta estratégia de parceria traduz-se na partilha de conhecimento sobre o nosso negócio, os nossos clientes, tendências de consumo, legislação europeia sobre sustentabilidade e até mesmo conhecimento técnico-científico, que advém do nosso





PRESTÍGIO

O CLUBE DE PRODUTORES CONTINENTE CELEBRA ESTE ANO 25 ANOS DE PROMOÇÃO E APOIO À PRODUÇÃO NACIONAL. É POR ISSO UMA ENTIDADE COM MUITA MATURIDADE E CONHECEDORA DAS OPORTUNIDADES E DESAFIOS DO SECTOR AGROALIMENTAR PORTUGUÊS

CONTINENTE



Conselho Científico constituído por investigadores do sistema científico-tecnológico nacional.

Como caracteriza actualmente o Clube de Produtores Continente?

O Clube de Produtores Continente celebra este ano 25 anos de promoção e apoio à produção nacional. É por isso uma entidade com muita maturidade e conhecedora das oportunidades e desafios do sector agroalimentar português. Este apoio, como já referido anteriormente, traduz-se num acompanhamento muito próximo e que decorre ao longo do ano, junto dos nossos 267 produtores. O perfil dos nossos produtores é muito diversificado, podendo ser pequenas empresas familiares e até organizações de produtores que também cresceram connosco.



Em 2022, o Clube dos Produtores do Continente comprou 519 milhões de euros de produtos nacionais certificados, mais de 22,6% do que em 2021. Estamos a falar de 240 mil toneladas de bens vendidos nas nossas lojas. Produtos de alta qualidade de sectores como talho, frutas e legumes, charcutaria e queijos, padaria e

» O nosso objectivo é valorizar os nossos produtores e a qualidade dos seus produtos, promovendo-os nas lojas Continente

pastelaria, peixaria, take away, azeite, arroz, leguminosas, mel e compotas, pasta e patés, farinhas, congelados, ovos, produtos lácteos e vinhos e empregam cerca de 11 000 pessoas, directas e indirectas, através de mais de 200 000 hectares de área produtiva.

Qual a vossa missão em relação ao tema do desperdício alimentar?

Desde 2020, que o nosso grande objectivo é trazer o tema da sustentabilidade para o nosso plano de acção. Em 2021, o Clube de Produtores Continente estabeleceu uma Declaração para a sustentabilidade para os seus membros. Este é um compromisso alinhado com o 12.º Objectivo de Desenvolvimento Sustentável da ONU (produção e consumo sustentáveis), com a estratégia europeia “do Prado ao Prato” (sistema alimentar justo, saudável e respeitador do ambiente), e com o Roteiro para Neutralidade Carbónica 2050.

É nesta marcha pela promoção da produção e consumo sustentáveis e um sistema alimentar que respeita o ambiente que integramos também a missão de combater o desperdício alimentar. “Nada se perde, tudo se transforma” é o mote da Feira do Desperdício, a nova plataforma criada pelo Clube de Produtores Continente (CPC) para combater o desperdício alimentar na produção.

Para utilização exclusiva dos membros e parceiros do CPC, a Feira do Desperdício é lançada com a missão de facilitar parcerias entre os produtores, a indústria, o retalho e a investigação, criando, assim, a possibilidade de dar uma



segunda vida aos excedentes gerados pela produção de alimentos.

Ao juntar a oferta e a procura num único local, a Feira do Desperdício (<https://feiradodesperdicio.continente.pt/>) põe em contacto potenciais interessados e impulsiona a inovação de produtos e processos. Todos os princípios da Declaração para a Sustentabilidade do CPC têm data de implementação definida, até 2024, e a Feira do Desperdício vai contribuir para alcançar estes objectivos. Porque “nada se perde, tudo se transforma”

O que é necessário para pertencer ao Clube?

Para além do cumprimento legal no que respeita à qualidade e segurança alimentar, o Continente procura e aceita produtores que ofereçam produtos diferenciadores e que estejam disponíveis para uma parceria duradoura. Avaliamos a capacidade em responder à procura, garantindo, assim, uma oferta estável e consistente ao longo do tempo, mesmo que seja apenas para algumas lojas.

Estamos, cada vez mais, comprometidos com práticas sustentáveis quer nas explorações agrícolas ou agropecuárias quer nas indústrias transformadoras. Os produtores que se querem juntar a nós, desafiámos a integrar estes princípios nas suas operações. Por exemplo, o produtor agrícola que entrar para o Clube de Produtores Continente terá de cumprir com a certificação GLOBALG.A.P. que promove boas práticas agrícolas. Estamos a fazer o movimento para todos conseguirem obter a certificação Resíduo



VAMOS
CONTINUAR A
ADAPTARMO-
-NOS ÀS NOVAS
CIRCUNSTÂNCIAS
QUE NOS
VÃO SENDO
APRESENTADAS
NESTES TEMPOS
DE INCERTEZA,
COLOCANDO
SEMPRE O
CLIENTE NO
CENTRO
DAS NOSSAS
PRIORIDADES

Zero, que salvaguarde princípios de sustentabilidade relacionados com a biodiversidade, a saúde dos solos e a segurança alimentar.

No processo de selecção dos produtores para o Clube de Produtores Continente também são consideradas a inovação e diferenciação: os nossos produtores também são escolhidos por oferecerem produtos inovadores e diferenciados, que possam satisfazer as necessidades e tendências de consumo do mercado. No entanto, não invalida que tenhamos produtores de produtos tão simples como cenouras ou batatas, mas que estão disponíveis para inovar, por exemplo na embalagem, ou em variedades mais interessantes para os nossos clientes.

Na MC investem de forma contínua numa relação de proximidade, confiança e respeito com os fornecedores, visando garantir produtos e serviços de elevada qualidade. Qual a importância do CPC em toda esta estrutura?

O Clube de Produtores Continente oferece, também, orientação e assistência técnica aos produtores, ajudando-os a melhorar as práticas agrícolas e a aumentar a eficiência da produção. Temos, ainda, procurado estabelecer parcerias com pequenos produtores, muitas vezes cooperamos com associações regionais e sectoriais. Deste modo, estes produtores, conseguem chegar ao mercado de forma mais eficiente.

A qualidade dos produtos e a preocupação pelo meio ambiente



COMPRAS

EM 2022, O CLUBE DOS PRODUTORES DO CONTINENTE COMPROU 519 MILHÕES DE EUROS DE PRODUTOS NACIONAIS CERTIFICADOS, MAIS DE 22,6% DO QUE EM 2021. ESTAMOS A FALAR DE 240 MIL TONELADAS DE BENS VENDIDOS NAS LOJAS CONTINENTE

CONTINENTE



são sempre uma constante. Procuramos, por isso, incentivar e apoiar um uso eficiente de recursos naturais. Por exemplo, até ao momento temos 13 produtores certificados e 25 em processo de Certificação Resíduo Zero. Deste modo a oferta de frutas e legumes nacionais é livre de resíduos de pesticidas no momento da colheita (segundo Regulamento Europeu 396/2005 e inferior ao limite quantificável

» O CPC oferece, também, orientação e assistência técnica aos produtores, ajudando-os a melhorar as práticas agrícolas e a aumentar a eficiência da produção



» Ondina Afonso, presidente do Clube de Produtores Continente

de 0,01 ppm). Promovemos um menor consumo energético, menores emissões e maior controlo sobre aspectos microbiológicos, no que respeita à saúde dos solos. Estas são questões-chave no que respeita à segurança alimentar e integração com o meio ambiente, garantindo a sustentabilidade de todo o sistema agrícola.

O nosso objectivo é valorizar os nossos produtores e a qualidade dos seus produtos, promovendo-os nas lojas Continente.

Aumentar a produtividade agrícola pela inovação e tecnologia é também uma das preocupações do Continente. Como têm acelerado a competitividade e a sustentabilidade dos vossos produtores?

Ao longo do ano, vamos criando espaços de transferência de conhecimento junto dos nossos

produtores, trazendo a academia e peritos para apresentar possíveis soluções e, com isto, anteciparmos situações que possam impactar negativamente na nossa cadeia de abastecimento.

Vamos, por isso, continuar a investir na produção nacional, apoiando os nossos produtores, com inovação científica, com formação, comprando os seus produtos, aumentando a competitividade de todos e, consequentemente, dinamizando a economia do país.

O perfil de consumo dos portugueses alterou-se ao longo dos anos? De que forma?

Actualmente, presenciamos um novo paradigma e no mundo da nutrição e alimentação, têm surgido novas tendências, exigências e expectativas por parte dos consumidores. A alimentação é um tema central no nosso quotidiano. O que comemos tem impacto na nossa saúde e bem-estar assim como no ambiente. Por outro lado, as nossas escolhas são também impactadas por questões económicas e políticas.

Em relação aos consumidores dos produtos do Continente, garantimos os melhores padrões de qualidade e de segurança alimentar.

Vamos continuar a adaptarmo-nos às novas circunstâncias que nos vão sendo apresentadas nestes tempos de incerteza, colocando sempre o cliente no centro das nossas prioridades. Seremos, sempre, proactivos na procura de oportunidades futuras, garantindo a manutenção da nossa posição de liderança e trabalhando em parceria com os produtores nacionais. ●

PARA QUEM GERE PESSOAS



ASSINE JÁ!

41€

1 ANO ASSINATURA
(12 edições)

72€

2 ANOS ASSINATURA
(24 edições)

Para mais informações: assinaturas@multipublicacoes.pt ou ligue para o **210 123 400**.
Assine já em: <https://assinaturas.multipublicacoes.pt/> e beneficie de descontos até 20% sobre o preço de capa.

Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.