

Fruticultura: empresários querem regadio e rejeitam tetos ao investimento no Portugal 2030

Págs. IV e V



Destaque

FILPORC cria marca-chapéu 'Portuguese Porc' para a carne de porco nos mercados externos



Págs. VI e VII

Destaques

Exportações de conservas de peixe atingiram 366 milhões de euros

Pág. VI

Produtores florestais "desesperados" com atrasos nos pagamentos do PDR 2020

Pág. VII

David Neves quer “colocar o setor suinícola na agenda mediática e política”



David Neves é o novo presidente da Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores (FPAS).

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

David Neves é o novo presidente da Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores (FPAS). Sucedeu, este mês de maio, a Vítor Menino, que esteve nove anos à frente da estrutura.

O empresário assume este mandato, de dois anos, com a “mira” em várias temáticas sensíveis para o setor: o Roteiro Ambiental, a certificação de bem-estar animal, a criação de um Centro Tecnológico para a Suinicultura, o reforço das exportações e a abertura de novos mercados, o aumento da autossuficiência, a promoção do consumo de carne de porco nacional e a credibilização do setor.

O novo presidente da FPAS entra em funções em plena crise pandémica e

cação e a internacionalização, com o reforço das exportações e abertura a novos mercados”.

A nova PAC e os desafios à produção suinícola

“Este será um ciclo de continuidade dos importantes projetos que foram iniciados no mandato anterior, como a operacionalização do Centro Tecnológico para a Suinicultura, o desenvolvimento do Roteiro Ambiental e a implementação da Certificação em Bem-Estar Animal”, salienta David Neves.

A FPAS garante que aposta na “sustentabilidade do planeta para garantir a viabilidade da produção e vida humana”, afirmando que “o desafio ambiental continuará a ser a prioridade máxima da FPAS”. A Associação, diz, “deve ser proativa no encontro de soluções para

A FPAS quer operacionalizar o Centro Tecnológico para a Suinicultura, o desenvolvimento do Roteiro Ambiental e a implementação da Certificação em Bem-Estar Animal

um cenário de uma escalada de campanhas negativas dirigidas contra o setor agropecuário. David Neves promete “não baixar os braços face às contradições e colocar o setor suinícola na agenda mediática e política”.

O seu foco são “temas urgentes”, como a sustentabilidade ambiental da atividade, a defesa da reputação do setor da suinicultura, o aumento da autossuficiência, bem como a promoção do bem-estar animal e os entendimentos da fileira em matérias como a comuni-

a fileira, na garantia de futuro para as novas gerações, através de uma produção cada vez mais eficiente, que produza mais com menos, para ser capaz de alimentar o crescimento da população mundial sem esgotar o planeta”.

Este mandato de David Neves surge no biênio anterior à entrada em vigor da nova PAC, que traz consigo novos desafios à produção suinícola assumidos na agenda ‘Farm to Fork’, a par de outras áreas estratégicas como a promoção da suinicultura e exportação.

ASSOCIAÇÃO INTERPROFISSIONAL DA FILEIRA DA CARNE DE PORCO ASSUME META DE EXPORTAÇÃO DE 300 MILHÕES EM 2021

FILPORC cria marca-chapéu ‘Portuguese Porc’ para a carne de porco nos mercados externos

O setor da carne de porco agrega em Portugal cerca de 1000 empresas, 18 mil postos de trabalho e gera um volume anual de negócios aproximado de 1,6 mil milhões e euros. Está agora organizado através da FILPORC, Associação Interprofissional da Fileira da Carne de Porco, que une a Associação Portuguesa dos Industriais da Carne (APIC) e a Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores (FPAS).

Em entrevista à “Vida Económica”, Patrícia Fonseca, que assumiu o cargo de diretora-geral em abril, traça metas ambiciosas: chegar aos 300 milhões de euros de exportações este ano, trabalhar a internacionalização da suinicultura e a comunicação do setor e a relação com os consumidores. Em cima da mesa está a criação da marca-chapéu ‘Portuguese Porc’ para “comercializar lá fora a carne portuguesa”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Acaba de assumir o cargo de diretora-geral da FILPORC.

“O mercado da China foi, sem dúvida, uma lufada de ar fresco, essencial para o setor. A China valoriza muito a nossa carne, paga muito melhor. Temos agora em processo dois novos mercados importantes: Filipinas e Vietname”

Para quem não sabe, que projeto é este?

Patrícia Fonseca – A FILPORC é a organização interprofissional da fileira da carne de porco, que tem como associadas a FPAS, Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores, e a APIC, Associação Portuguesa dos Industriais da Carne.

VE – Que objetivos assumem? E quais são as prioridades?

PF – O nosso objetivo é trabalhar para contribuir para melhorar o rendimento dos empresários e de toda a cadeia de valor da fileira. A FILPORC foi reconhecida pelo Ministério da Agricultura em 2019 [Despacho n.º 7038/2019, de 7 de agosto, na sequência do parecer técnico favorável do Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral do Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural]. Entretanto, foi apresentado um projeto ao PDR [Programa de Desenvolvimento Rural 2020], que com a pandemia atrasou um pouco

e, o arranque formal da Interprofissional está a ser dado agora, com a minha entrada na organização. Um dos objetivos que temos para trabalhar é a internacionalização e a exportação da carne de porco, as questões ambientais que existem para resolver, não só ao nível da suinicultura como também as ligadas aos matadouros. Uma das coisas que também foi aprovada no projeto foi a criação de uma marca-chapéu da carne de porco portuguesa para a internacionalização.

VE – Mas há já a marca Porco.pt que está criada.

PF – A marca Porco.pt foi desenvolvida pela FPAS. Com a ‘Portuguese Porc’ a ideia é comercializar lá fora com uma marca-chapéu a carne portuguesa. A marca já foi registada, mas ainda não foi desenvolvida. As três grandes linhas de orientação e aquilo em que estamos a trabalhar no imediato é na certificação em bem-estar animal, que é um tema muito importante e a que a sociedade está a dar extrema importância e que o setor deve dar extrema relevância, porque deve dar resposta àquilo que são as expectativas da sociedade e porque são também necessidades a que o setor se deve adaptar. Estamos a trabalhar e estamos em fase muito adiantada de entrega de um caderno de especifica-

ções para a certificação em bem-estar animal.

VE – A certificação é para as empresas?

PF – Certificação da carne. Das empresas em toda a cadeia, na produção, no transporte e no abate, para que a carne tenha um selo e o consumidor tenha a garantia de que aquela carne que vai comprar cumpriu todos os requisitos de bem-estar animal. Hoje em dia, cada vez mais pessoas dão valor a esses critérios, que muito deles já são cumpridos, aliás. Mas com um selo [de bem-estar animal] ainda se irá mais além do que são as regras da legislação obrigatória.

VE – Haverá já certamente empresas que já cumprem com estes requisitos de bem-estar animal, mas outras haverá que não. Que processo de adaptação vai ser este? E vai haver apoios para as empresas se adaptarem?

PF – Há empresas que seguramente já cumprem, mas o objetivo é melho-

rar sempre, evoluir e sermos cada vez melhores. E quem não consegue ainda cumprir trabalhar para conseguir alcançar esse desígnio, porque só assim conseguirá chegar a mais consumidores e rentabilizar a sua produção. Não tenho ainda o caderno de encargos fechado, mas são critérios que estão em linha com aquilo que é ‘welfare quality protocol’, um conjunto de regras reconhecidas internacionalmente e que define um conjunto de critérios de bem-estar animal. E o caderno de especificações, que foi, aliás, trabalhado com a Faculdade de Medicina Veterinária, vai desde o alojamento das porcas, dos leitões, as maternidades, a alimentação, a temperatura, o transporte, a forma como os animais são encaminhados, a forma como estão nos matadouros antes de serem abatidos, a forma como é percebida a relação do animal com o tratador até à iluminação, o arejamento, enfim, todas estas condições terão de ser cumpridas. Tudo para que se possam criar melhores condições para os animais e satisfazer também as expectativas de uma sociedade cada vez mais exigente.

VE – A sustentabilidade ambiental e o bem-estar animal é um tema muito sensível e que tem estado muito na ordem do dia, com várias manifestações públicas, até nas redes sociais. As empresas estão sensíveis a estas correntes de opinião e à necessidade de melhorarem as condições em que os animais são criados e abatidos?

PF – Essa é outra área em que a FILPORC tem um grande trabalho a fazer, que é a área da comunicação. Nós entendemos, não só a FILPORC, mas até um conjunto muito alargado de organizações, que o setor agrícola deve com comunicar muito melhor tudo aquilo que faz. Mas a perceção que a sociedade tem da atividade agropecuária nem sempre é a correta. E é muito fácil passar uma mensagem a dar uma imagem de situações menos boas, menos corretas. Mas essas situações menos boas, menos corretas existem em todas as atividades profissionais. A morte de um animal não é bonita de se ver, portanto, a forma como a mensagem é passada condiciona a perceção que o consumidor ou a sociedade tem da mensagem que é passada. E para um a sociedade muito urbana e desconhecadora daquilo que é a realidade e a vivência numa exploração agrícola ou numa exploração pecuária, é muito fácil ficar a achar que algo é errado. Sobretudo quando se passa uma mensagem errada daquilo que se faz. Nós entendemos que há um enorme caminho de comunicação para passar uma imagem positiva daquilo que se faz. Estamos conscientes de que isso é um desafio enorme. Isto, sem deixar de ter a consciência de que há muito a melhorar. Até porque, como lhe disse,



Patrícia Fonseca, diretora-geral da FILPORC.

queremos ser cada mais eficientes e fazer melhor. Agora, já se evoluiu imenso, já se faz muita coisa bem feita.

VE – A Patrícia Fonseca é engenheira agrónoma. Das visitas que tem feito sente essa preocupação?

PF – Sim, sou engenheira agrónoma, mas não conheço tudo. Tenho feito visitas a matadouros e a explorações pecuárias para me inteirar. E há da parte das empresas uma preocupação enorme, desde logo com as questões ambientais. Hoje em dia fala-se muito da necessidade da valorização agrícola. E é um dos desígnios da União Europeia. A estratégia ‘Farm to Fork’ [Do Prado ao Prato] tem como objetivo reduzir a aplicação de fertilizantes [químicos] e a substituição por fertilizantes orgânicos [reduzir em 50% a utilização e o risco dos pesticidas químicos até 2030 e reduzir em 50% a utilização de pesticidas mais perigosos até 2030], o que é fantástico para a pecuária, porque a pecuária produz fertilizantes orgâni-

“Estamos a trabalhar na certificação em bem-estar animal, que é um tema muito importante e a que a sociedade está a dar extrema importância e a que o setor deve dar extrema relevância”

cos. Mas nós, depois, temos um país que tem imensas áreas do território condicionadas, com áreas sensíveis e, portanto, na teoria, parece que é tudo fantástico para o setor, mas, na prática, na maior parte do território não se pode aplicar porque está tudo condicionado. Há aqui um enorme trabalho, não só do Ministério da Agricultura, mas do Ministério do Ambiente.

cos. Mas nós, depois, temos um país que tem imensas áreas do território condicionadas, com áreas sensíveis e, portanto, na teoria, parece que é tudo fantástico para o setor, mas, na prática, na maior parte do território não se pode aplicar porque está tudo condicionado. Há aqui um enorme trabalho, não só do Ministério da Agricultura, mas do Ministério do Ambiente.

VE – Os mercados externos a remunerar melhor a nossa carne?

PF – A China, sobretudo, valoriza muito a nossa carne, paga muito melhor. Temos agora em processo dois novos mercados importantes. Um são as Filipinas. O processo já deu entrada em 2017. Os processos de abertura de mercados são muito demorados. Nós não temos embaixada nas Filipinas. É a Embaixada na Indonésia que trabalha as Filipinas, o que torna o processo mais demorado. E também temos o mercado do Vietname, que está em processo. Estamos também a trabalhar com o Gabinete de Planeamento [GPP – Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral do Ministério da Agricultura] e com a AICEP, no sentido de perceber quais são os mercados mais importantes e melhorar os canais de comunicação com os nossos empresários. No fundo, estamos a começar este trabalho que já era feito pelas empresas, mas que vamos fazer melhor na FILPORC.

PF – Nem sempre é fácil. Há questões a dirimir. Faz-se o seu caminho. Esta semana [a semana passada], a FPAS assinou, no Montijo, na presença da senhora ministra da Agricultura, o protocolo do Roteiro Ambiental para a Suinicultura. Portanto, há muito trabalho a fazer, muita pedra para partir, mas estamos convencidos de que chegaremos lá. Estamos todos de boa-fé e o objetivo é

conseguir encontrar uma solução que permita que as empresas cumpram, criem riqueza para o território, continuem a produzir e sejam sustentáveis.

VE – Queria questioná-la acerca daquela que é uma das vossas primeiras prioridades: a internacionalização. Quanto exporta este setor, para quantos mercados e que objetivos têm a esse nível?

PF – As exportações atingiram 191 milhões de euros em 2020, incluindo trocas intracomunitárias. Foi o melhor ano de sempre em termos de desempenho, muito impulsionado pela abertura do mercado chinês. Sem dúvida, a China e Espanha são os principais parceiros comerciais. O mercado da China foi, sem dúvida, uma lufada de ar fresco, essencial para o setor. Passou a ser o principal mercado de exportação em 2020. E Espanha passou a ocupar o segundo lugar em termos de volume de vendas (aqui, de animais vivos). Espera-se que continue a ter um peso muito importante nos próximos anos. O “Brexit” teve impacto nas vendas para o Reino Unido, que foi ultrapassado por Angola e o Japão.

O problema da peste suína na China e em todo o mercado asiático veio impulsionar imenso a exportação de carne de porco nacional. Nós não somos autossuficientes e as pessoas até perguntam ‘se não somos autossuficientes, por que é que queremos exportar?’. Se calhar, é importante passar a mensagem de que nós temos ao nosso lado [Espanha] o maior produtor europeu de carne de porco, que nos inunda o mercado, esmagando o preço. Ora, nós vivemos numa economia global e o facto de os produtores portugueses poderem ter outros mercados e outras oportunidades de comercialização dá às empresas alternativas para não estarem condicionadas.

Fruticultura: empresários querem regadio e rejeitam tetos ao investimento no PDR 2030

As prioridades do novo Plano Financeiro Plurianual (Portugal 2030) assentam em oito eixos. Na vertente agrícola, a promoção de um desenvolvimento agrícola competitivo, a aposta estratégica reforçada na reforma florestal e a valorização do regadio. E a alocação de 200 milhões de euros para o plano de eficiência hídrica do Algarve é um aspeto positivo”, diz o presidente da associação Portugal Fresh, muito embora confesse “desilusão” face ao Programa de Recuperação e Resiliência (PRR) no que respeita à agricultura.

Ciente dos desafios da fruticultura, Gonçalo Andrade lança um alerta quanto à arquitetura da nova PAC: “Espero que não haja tetos ao investimento no próximo PDR, para que sejam proporcionadas as mesmas condições em termos de competitividade face às empresas dos países do Centro da Europa”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

As exportações de frutas, legumes e flores, mesmo no “contexto de pandemia complexo e desafiante”, atingiram os 1683 milhões de euros



em 2020. “Vínhamos de dois anos com um volume de negócios superior a três mil milhões de euros e baixámos um pouco. Atingimos os 2861 milhões. Não atingimos a barreira dos 3000 milhões”. Mesmo assim, “exportámos 1683 milhões e conseguimos crescer 4,4% em valor”, realça Gonçalo Andrade, presidente da Portugal Fresh, lembrando “o enorme profissionalismo e resiliência” do setor.

Mas “importante” é que haja condições “fundamentais para o país e o setor”, alerta Gonçalo Andrade, lembrando, por exemplo, quanto às alterações climáticas, que estão “preparados”, mas que não podem deixar de ser competitivos. “Estamos num mercado global, devemos encarar o nosso mercado como europeu. Os portugueses são apenas 2% dos consumidores da União Europeia. É muito importante nunca perder esta visão global de vista, porque se nos centramos apenas no local, no que é de 30 ou 40 quilómetros, seguramente não vamos longe”.

Aceitando que “temos de fazer esforços

em matéria de alterações climáticas”, o presidente da Portugal Fresh não tem dúvidas: os esforços “têm de ser mundiais. Não podemos esquecer que geografias como a China, os Estados Unidos e a Índia contribuem muito para a emissão de gases com efeito de estufa e têm de estar nestas ambições, porque, senão, é impossível, globalmente, atingir o objetivo de ter emissões neutras até 2050”. Além do mais, “se exigirmos aos produtores europeus condições completamente diferentes dos outros produtores e depois

Rui Martinho

Secretário de Estado da Agricultura e do Desenvolvimento Rural

“PDR2020: No apoio ao investimento em instalação de novas áreas frutícolas, contamos já com cerca de 711 milhões de euros de investimento elegível aprovado, maioritariamente situado no Norte e Centro. 30% deste apoio foram concedidos através da medida de apoio ao Investimento de Jovens Agricultores”



importamos esses produtos para a UE, estamos a dar tiros nos pés, vamos perder competitividade face a essas geografias”.

Gonçalo Andrade lembra que “os agricultores são grandes amigos do ambiente e da biodiversidade”, sendo “muitas vezes mal entendidos, porque há uma distância do mundo urbano para o mundo rural gigantesca”. E deixa uma garantia: “As pessoas não fazem ideia dos cuidados, da tecnologia hoje utilizada na produção. O nosso setor é extremamente moderno. E utilizamos os recursos com muito cuidado”.

Por isso, quando se pede ao presidente da Portugal Fresh que antecipe os próximos 10 anos, o empresário está ciente: “Sabemos que muita coisa vai ter de ser alterada”. E lembra que “os nossos desafios são muito superiores aos do Centro e Norte da Europa. Estamos numa latitude onde a precipitação é muito menor. Precisamos de ter acesso à água e uma estratégia que ligue Portugal de Norte a Sul através da água”.

PDR 2030: “espero que não haja tetos ao investimento”

E é aí que entram as críticas ao Plano de Recuperação e Resiliência (PRR). “Confesso que, entre a visão estratégica do engenheiro António Costa e Silva [mentor do PRR e que vai presidir à Comissão Nacional de Acompanhamento do Plano], que identificava o eixo estratégico da agricultura e da coesão do território, e o PRR, a desilusão é grande”, afirma Gonçalo Andrade.

Gonçalo Andrade

Presidente da Portugal Fresh – Associação para a Promoção das Frutas, Legumes e Flores de Portugal

“Confesso que, entre a visão estratégica do professor António Costa e Silva, que identificava o eixo estratégico da agricultura e da coesão do território, e o PRR, a desilusão é grande. No entanto, a alocação de 200 milhões de euros para o plano de eficiência hídrica do Algarve é um aspeto positivo”



Ainda assim, “a alocação de 200 milhões de euros para o plano de eficiência hídrica do Algarve é um aspeto positivo”, lembrando o transvase do Pomarão e a criação de uma central de dessalinização de água do mar para reforçar a oferta e permitir a modularidade e a possibilidade de incrementos adicionais de disponibilidade de água para mitigação de riscos futuros. Este exemplo de “equilíbrio” entre os ministérios do Ambiente e da Agricultura, os municípios e as associações dos agricultores que deve

“ser replicado no resto do território”.

O PRR português, recorde-se, vai buscar 16,6 mil milhões de euros – 13,9 mil milhões em subvenções a fundo perdido – ao ‘Next Generation EU’, o fundo de 750 mil milhões de euros aprovado pelos líderes europeus em julho de 2020.

Já quanto à arquitetura do novo PDR, o presidente da Portugal Fresh deixa um alerta, lembrando ao Governo que “as empresas precisam de caminhar para uma média europeia e não podemos olhar para as empresas portuguesas que faturam 30, 40, 60 ou 70 milhões de euros como grandes empresas. Não. São pequenas empresas”. E dá o exemplo das organizações de produtores (OP) na Bélgica, “um país mais pequeno que o nosso”, onde “a Belorta fatura 450 milhões de euros”. Cá, diz, “temos de criar condições para que as empresas se aproximem desta realidade europeia”.

Mas, para termos empresas resilientes e competitivas, “temos de [lhes] dar as mesmas ferramentas, ao nível, por exemplo, do investimento”. Gonçalo Andrade

espera, portanto, que “não haja tetos ao investimento no próximo PDR, para que sejam proporcionadas as mesmas condições em termos de competitividade face a empresas espanholas, francesas, italianas ou de outros países do Centro da Europa”.

Bfruit: “criar condições para concentrar a produção”

Se as exportações de frutas, no conjunto, cresceram mais de 115% em valor

nos últimos 10 anos – passaram de 780 milhões de euros para 1683 milhões –, “os pequenos frutos têm um potencial de projeção e crescimento enorme”. Fernanda Machado, CEO da Bfruit, lembra que as vendas para o exterior “atingiram 247 milhões de euros em 2020”. É um número “muito importante”, que coloca este subsetor “no número um do ranking de exportação de frutas”.

Porém, nem tudo são rosas. “Há problemas, dificuldades e desafios a ultrapassar”, lembra a gestora, explicando que a Bfruit iniciou atividade em 2014, foi reconhecida como OP de frutos silvestres em 2016 – “a primeira OP a ter esse reconhecimento” – e, em 2017, reconhecida como OP de frutas e hortícolas “porque tínhamos ultrapassado os três milhões de volume de produção comercializada” (VPC). É “umas das poucas OP de âmbito nacional”, com “produtores em todo o território continental”, tendo “mais expressão de produtores de mirtilos a Norte e de framboesa a Sul”, sendo a amora e

Por isso, defende a criação de “parceiras” e a necessidade de “cativar investimento estrangeiro, pelo conhecimento e escala – no mercado europeu – e porque permite aligeirar o risco”. E a Bfruit tem-nas feito. E “vantajosas”. Neste momento, revela Fernanda Machado, aliaram-se a “uma das maiores empresas do mundo em pequenos frutos”, que é “número um em mirtilo e número dois nos restantes” (framboesa, amora e groselha). É a Hortifrut.

A meta está traçada: “aumentar forte-

Fernanda Machado

CEO da Bfruit

“Temos de criar condições para concentrar a produção, para criar escala na produção para sermos competitivos, desde os apoios ao dispor das OP, através do PDR ou dos programas operacionais das OP, ao desenvolver variedades exclusivas e competitivas ou desenvolver campos e centros de investigação”



José Martins

Produtor de medronhos e CEO da Lenda da Beira

“O medronho é um fruto muito interessante, mas sentimos dificuldade de entrada no mercado. Se calhar, por nunca ter sido trabalhado em escala. Também porque há imensos microprodutores. Há mais de 60 marcas de aguardente, mas não há marca-chapéu. Era muito importante que os produtores se organizassem”



a groselha “quantidades muito residuais”.

Hoje, registam “perto de 15 milhões” de faturação e são “cerca de 110 produtores”. Mas “já tivemos 140. Temos vindo a decrescer”. E esse “é um desafio para a Bfruit”, ou seja, alavancar uma OP com muitos e pequenos produtores. Até porque “estamos a competir com OP que têm 10, 15 produtores e 200 ou 300 hectares. Estamos a falar de economias de escala totalmente diferentes e que nos dão outro nível de competitividade”.

mente as áreas de produção” e “exportar mais, porque o consumo em Portugal não anda ao ritmo do crescimento na fileira”. E “temos de ser competitivos para nos mantermos no mercado e responder às necessidades de consumo”. Daí a necessidade de “criar condições para concentrar a produção”. É que “nós somos mesmo micro”, lembrando a Lusomoranço, “a maior OP do país, que fatura 60 ou 70 milhões”. E, na Europa, “uma OP fatura 400 milhões”.

processos de licenciamento”. Estas, diz a CEO da Bfruit, “deviam estar com uma atitude de disponibilizar as verbas da forma mais fácil possível, porque a maioria dos empresários está de boa fé”. Esperar “dois anos para qualquer apoio não é ajustado ao ‘timing’ do investimento”.

Medronho: OP são fundamentais

Criar condições para concentrar a produção é também um desafio na cultura do medronho. José Martins que o diga, sobretudo na região Centro, onde há “imenso microprodutores, sem escala”. A Lenda da Beira, em Pampilhosa da Serra, de que é CEO, foi “criada em 2013 para dar seguimento a um projeto de medronho que teve início em 2006”. Tudo devido “à necessidade de dar uso à terra” depois dos fortes incêndios que abalaram a região em 2005, terra onde abundava pinheiro bravo e a exploração de madeira e resina eram atividades dominantes.



O medronho tem “um grau ‘brix’ [teor de açúcar] na casa dos 24%, uma acidez superior a 12% e é, dos frutos vermelhos, dos que têm maior teor de antioxidantes e é muito rico em vitamina C e D”. O principal destino do medronho é a aguardente, “talvez 99% da produção”, diz o CEO da Lenda da Beira, “mas desde há três/quatro anos para cá fizemos alguma comercialização de fruta para consumo em fresco (cerca de 2%)”. Trabalham com “duas empresas que nos colocam o fruto no mercado, uma delas para exportação. E também vendemos fruta para a indústria, para confeitaria de doces, licores e pão”. E as folhas e as raízes do medronho são “usadas para a indústria farmacêutica”.

José Martins não duvida: “É um fruto muito interessante, que toda a gente conhece ou já ouviu falar”. Sentem, contudo, “dificuldade de entrada no mercado”. Se calhar, diz, “por nunca ter sido trabalhado em escala e não ter promoção, é um fruto que não é visto”. Certo é que “existem mais de 60 marcas de aguardente, mas não nenhuma marca-chapéu”. O maior desafio, garante, começa aqui: “era muito importante que os produtores se organizassem”. E “as organizações de produtores são fundamentais”.

PRR: 312 milhões para a agricultura do Continente

O Ministério da Agricultura mantém a “prioridade” da presidência portuguesa do Conselho da União Europeia de “alcançar um acordo até ao final do semestre” em torno das negociações da nova Política Agrícola Comum (PAC). O compromisso voltou a ser assumido, desta vez pelo secretário de Estado da Agricultura e Desenvolvimento Rural, Rui Martinho, que participou, a partir de Bruxelas, no webinar da “Vida Económica” sobre “Fruticultura e os desafios da exportação”.

Começou por lembrar que 2021 é o Ano Internacional das Frutas e Vegetais, decretado pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO), num tempo “desafiante que vivemos”, em que “a pandemia tomou conta das nossas vidas”. Ainda assim, “aumentámos as exportações de produtos agrícolas em 5,5% face a 2019

e, no total do complexo agroalimentar, aumentámos as exportações em 2,5% e diminuímos as importações em 4,8%, também face a 2019”, lembrou o governante, sublinhando que, também em 2020, “as frutas apresentaram um crescimento de 6,3% relativamente ao ano anterior” (de 746 para 793 milhões de euros) e que este segmento “representou 47% do total das exportações do setor hortofrutícola”.

Durante a pandemia, “foram abertos 12 novos mercados para 21 produtos (16 da área animal, 4 da área vegetal e 1 da área da alimentação animal), sendo que “estão 73 mercados em negociação, para 349 produtos”, revelou Rui Martinho.

O setor, de facto, “não parou” e continua “a assegurar alimentos seguros, nutritivos e de qualidade”. Para esse objetivo e, também, o da sustentabili-

dade da produção hortofrutícola, diz o secretário de Estado, o regadio é “essencial”. E “tem sido alvo de atenção especial”, garante. Prova disso, diz, é que estão “empenhados na execução do Programa Nacional de Regadios, no âmbito do qual já foram aprovadas 59 candidaturas, beneficiando mais de 67.000 hectares, a que corresponde um investimento público de 392 milhões de euros”. Vai, aliás, ser feito “um estudo, de âmbito nacional, tendo em vista o levantamento das necessidades de investimento e do potencial de desenvolvimento do regadio coletivo eficiente”, revelou o governante.

Rui Martinho também se mostra otimista com a aplicação dos 312 milhões de euros para a agricultura que virão para Portugal no âmbito do ‘Next Generation EU’ e que vai ser necessário “comprometer nestes dois anos e exe-

“Iremos abrir novos avisos nas medidas de apoio ao investimento na exploração agrícola”

“promoção da agricultura de precisão, da economia circular, da instalação de jovens agricultores e, ainda, dos grupos operacionais”. Estes, diz o governante, “no setor da fruticultura, poderão desempenhar um importante papel no desenvolvimento de novos produtos, de

práticas, processos e tecnologias”.

Já sobre a execução do PDR 2020, na vertente do apoio ao investimento que envolve a instalação de novas áreas frutícolas, “contamos já com cerca de 711 milhões de euros de investimento elegível aprovado, a que corresponde um montante de despesa pública de 347 milhões, maioritariamente situado nas regiões Norte e Centro”, revelou Rui Martinho. 30% deste apoio foram concedidos através da medida de apoio ao Investimento de Jovens Agricultores, o que, para o secretário de Estado, é “um importante indicador de rejuvenescimento do setor”. E garante que, no âmbito do PDR2020, “iremos abrir novos avisos nas medidas de apoio ao investimento na exploração agrícola e na transformação e comercialização”.

No que respeita ao PRR, “visa-se promover a competitividade e a sustenta-

Ramirez lança conserva de atum Tuna Functional® que “favorece sistema imunitário”

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Uma parceria entre a conserveira Ramirez, a Universidade Católica Portuguesa e a Universidade do Porto resultou no lançamento para o mercado, a meados de maio, do Tuna Functional®, uma “conserva de atum, testada cientificamente, que favorece o reforço do sistema imunitário, a preservação da saúde e o bem-estar”.

O alimento funcional foi desenvolvido no quadro do programa de estudo dos sabores do futuro, dinamizado pelo Centro de Nutrição Ramirez (CENUTRA), e foi “testado cientificamente” com a colaboração da Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica (ESB) e do Centro de Investigação em Tecnologias e Serviços de Saúde (CINTESIS), na Faculdade de Medicina da Universidade do Porto (FMUP).

A Ramirez garante que “esta equipa multidisciplinar de investigadores comprovou a biodisponibilidade” – o grau com que



Conserva de atum Tuna Functional®.

uma substância é absorvida e se torna disponível para utilização no local de ação – dos ácidos gordos ómega-3 neste atum funcional em conserva.

Débora Mota Teixeira, nutricionista e responsável do CENUTRA, explica, em comunicado, que o Tuna Functional® é “enriquecido com ácidos gordos ómega-3, fundamentais ao organismo”, o que se “revela eficaz no fornecimento dos ácidos gordos eicosapentaenóico (EPA) e docosahexaenóico (DHA), que beneficiam as funções metabólicas,

como a regulação da pressão sanguínea e a normal atividade do coração”.

Estes compostos bioativos têm também “um papel fundamental na estimulação regular da função cerebral e na manutenção de uma visão normal”, acrescenta a investigadora.

Exportação para mais de 50 mercados

De acordo com a Ramirez, “o estudo comprovou que o TunaFunctional® apresenta benefícios para a saúde do consumidor”, alegações de saúde aprovadas pela Autoridade Europeia de Segurança Alimentar (EFSA) através dos regulamentos da Comissão Europeia 1924/2006 e 432/2012), segundo os quais “o consumo de, pelo menos, duas latas de Tuna Functional® por semana ajuda a reforçar, nos hábitos alimentares, a presença de ácidos gordos fundamentais, que o nosso organismo não tem a capacidade de sintetizar e que só podem ser obtidos através dos alimentos ou suplementos”. Neste contexto, diz a Ramirez que “a ingestão de todo o conteúdo da lata (atum e molho) é fundamental para que o consumidor obtenha todos os benefícios desejados”.

A empresa conserveira, fundada em 1853, instalada na Lavra, Matosinhos, diz que o produto é “inovador, diferenciado e de grande valor acrescentado”. Esta conserva funcional está, para já, disponível para venda apenas nas plataformas digitais da Ramirez: www.tunafuncional.pt e <https://ramirez.pt/produto/loja/>

A conserveira vende os seus produtos em mais de 50 mercados. Ramirez, Cognac, The Queen of the Coast, Tomé, Al Fares ou La Rose são algumas das marcas da companhia, que produz mais de 60 referências, do atum às sardinhas, cavala, bacalhau, lulas, pota, mexilhões ou filetes de anchova.

Fatura 30 milhões de euros por ano, emprega 200 colaboradores e produz 50 milhões de latas/ano.

Exportações de conservas de peixe atingiram 366 milhões de euros

A indústria conserveira assegura 3500 empregos diretos em Portugal, das quais cerca de 90% são do sexo feminino. Agrega 15 fábricas de conservas e tem 29 associados, revelou à “Vida Económica” fonte da Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe (ANICP).

A mesma fonte adiantou ainda, com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), que a exportação de conservas representa 70% da produção nacional, ou seja, 51 mil toneladas e 256 milhões de euros. Exportação e produção para o mercado nacional valem, neste momento, 73

mil toneladas e 366 milhões de euros, refere a ANICP.

Estes números não têm, porém, travado a importação, que chega aos 74%, às 64 mil toneladas e aos 224 milhões de euros.

O consumo nacional (produção para o mercado nacional + importação) ronda as 86 mil toneladas e cerca de 335 milhões. O atum, seguido da sardinha e da cavala são as espécies mais procuradas. A procura de conservas nacionais aumentou 17% em toneladas e 13% em valor, sendo que o total consumido em Portugal aumentou 14% em toneladas e 11% em valor.

Panificação e pastelaria industrial com queda de faturação de 4,1% em 2020



TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

O setor da panificação e pastelaria industrial registou uma queda de 4,1% na faturação em 2020, para cerca de 700 milhões de euros. Além da quebra de vendas no mercado interno, “os impactos da pandemia na hotelaria e restauração afetaram também as exportações, que deverão situar-se nos 252 milhões de euros”. Tal representa “um recuo de 2,3% face ao ano de 2019”, de acordo com um estudo setorial da Informa D&B. Espanha é o principal mercado de destino deste setor, com uma quota superior a 35% das vendas para o exterior.

No segmento das massas congeladas, que nos últimos anos tinha registado um crescimento superior à média do setor, o panorama também não é animador. Apresentou “uma queda de 8,3% nas vendas em 2020”, ficando-se pelos 215 milhões de euros, segundo o mesmo estudo.

O setor da panificação e pastelaria é constituído por mais de seis mil empresas, que geram um volume de em-

prego de cerca de 43 500 trabalhadores. A maior parte, diz a Informa D&B, “corresponde ao segmento de panificação, onde em 2019 operavam 3905 empresas, incluindo estabelecimentos de produção artesanal”. No mesmo ano havia 2271 fabricantes de bolachas, pastelaria e padaria industrial em Portugal.

Também em 2019, as regiões Norte e Centro concentravam o maior número de empresas de panificação, com 1412 e 1 267, respetivamente, representando em conjunto 70% do total. Por seu lado, as empresas de pastelaria localizam-se principalmente nas zonas Norte, Centro e Lisboa, cada uma delas com mais de 500 empresas.

O estudo setorial da Informa D&B, empresa que, em Portugal e Espanha, lidera a oferta de informação e conhecimento sobre o tecido empresarial, revela ainda que este setor “apresenta um alto grau de fragmentação”. Predominam as empresas de “dimensão reduzida”. Cerca de 80% dos operadores têm menos de 10 empregados e apenas cinco empresas empregam mais de 250 trabalhadores.

Panificação e pastelaria – dados gerais – 2020

Número de empresas (a)	6 176
Panificação (b)	3 905
Bolachas, pastelaria e padaria industriais (c)	2 271
Produção (milhões de euros)	585
Exportação (milhões de euros)	252
Importação (milhões de euros)	367
Mercado (milhões de euros)	700
Produção em valor (% var. 2020/2019)	-3,1
Exportação em valor (% var. 2020/2019)	-2,3
Importação em valor (% var. 2020/2019)	-4,4
Mercado em valor (% var. 2020/2019)	-4,1

(a) 2019. (b) CAE 10711: panificação. Inclui estabelecimentos de produção artesanal. (c) CAE 10712: pastelaria e CAE 10720: fabricação de bolachas, biscoitos, tostas e pastelaria de conservação.

Fonte: Estudos Setoriais DBK: ‘Panificação e Pastelaria Industrial’

Produtores florestais “desesperados” com atrasos nos pagamentos do PDR 2020

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

O Ministério da Agricultura garante que não tem “registo de qualquer atraso” nos pagamentos dos apoios no âmbito da medida 8 – “Proteção e reabilitação dos povoaamentos florestais” do Programa de Desenvolvimento Rural (PDR 2020), mas há produtores florestais “desesperados”, que atravessam “uma insustentável situação financeira” devido a “atraso nos pagamentos dos reembolsos do IFAP dos trabalhos desenvolvidos nos projetos da Medida 8 do PDR 2020 que estão em execução desde 2018”.

A denúncia partiu da Apiflora – Associação Agro-Florestal, uma entidade gestora de zonas de intervenção florestal (ZIF) com uma área de mais de 100 000 hectares e mais de mil aderentes em áreas em que, dizem, “é imprescindível a criação das ZIF”, como é o caso da Serra de Grândola, Santiago do Cacém e Odemira, onde “as propriedades têm em média menos de 30 hectares e existe

controlo de qualidade desde setembro 2019, o pedido de pagamento foi inserido no portal do IFAP em julho de 2019, passados 22 meses, quase dois anos, aguardamos a conclusão da análise ao controlo de qualidade”, sendo que “todos os documentos solicitados foram enviados”.

A Apiflora queixa-se que “os projetos estão a chegar à fase de conclusão/data de encerramento e é mais o tempo de controlo e auditorias aos papéis que a execução em campo”, o que gera “uma situação muito difícil” para as empresas e para a própria Associação, que dependem destes apoios”. Lamentam, aliás, que depois se venham queixar, com o aproximar da época dos incêndios, que “começam a aparecer mais notícias sobre a má gestão das florestas”.

“Postura de inexplicável excesso de zelo”

A Apiflora, além de entidade gestora de ZIF, tem duas equipas de sapadores, dá formação aos trabalhadores das her-

projetos/operações fossem liquidados”.

A Associação fala de uma “postura de inexplicável excesso de zelo”, lamentando que, fruto disso, “começam a estar em causa postos de trabalho e o cabal cumprimento das obrigações decorrentes da atividade da Associação”. É que, dizem, “a natureza não espera”

e, de mais a mais, “com tanto controlo de qualidade e auditorias aos pedidos de reembolso da Apiflora, é impossível cumprir a calendarização das ações previstas nos projetos/operações, havendo a necessidade de pedir a prorrogação/atualização das datas de execução no portal do IFAP e PDR2020”.

PDR 2020: Medida 8 com taxa de compromisso de 85%

“ Não temos registo de qualquer atraso nos pagamentos das medidas do PDR2020, sejam elas agrícolas ou florestais”, disse à “Vida Económica” fonte oficial do Ministério da Agricultura quando confrontado com os atrasos reportados nos pagamentos pelo IFAP.

A mesma fonte garante que “todos os pedidos de pagamento corretamente formalizados são objeto de pagamento, no mais curto intervalo de tempo, após cumpridos todos os procedimentos de validação pelo IFAP”.

O Ministério da Agricultura faz ainda notar que o controlo de qualidade e/ou de auditoria aos pagamentos realizados no âmbito das medidas financiadas pelo FEADER – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural “são procedimentos normais e certificados pelas entidades auditoras, que permitem assegurar a conformidade da despesa, paga ou a pagar, com os normativos nacionais e comunitários em vigor”.

185 pedidos de pagamento em análise

A Medida 8 do PDR 2020 está, neste momento, com uma taxa de compromisso de 85% em valor de despesa pública, revelou fonte do Ministério da Agricultura à “Vida Económica” (a informação reporta-se à execução registada em 30 de abril). A execução da Medida 08 do PDR 2020 é de 59% em valor de despesa pública.

A mesma fonte revela ainda que estão, neste momento, “em análise 185 pedidos de pagamento, com um investimento elegível associado de 7,6 milhões de euros”.

No mês de maio, foram liquidados 125 pedidos de pagamentos, como montante total de apoio apurado de 3,4 milhões de euros, a que corresponde um investimento elegível associado de 4,6 milhões. Durante o mês de maio de 2021, o IFAP procedeu a pagamentos num montante total de cerca de 45,2 milhões de euros, dos quais se destacam os seguintes:



necessidade de intervir para que o montado não acabe, se mantenha saudável e rentável”.

À “Vida Económica”, a Associação queixa-se de “dificuldades em funcionar e implementar as ações dos projetos/operações, pois está sempre em controlo de qualidade e auditorias” por parte dos técnicos do IFAP – Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, o organismo que procede aos pagamentos dos sistemas de apoio e de ajudas diretas nacionais e comunitárias e a quem cabe a aplicação, a nível nacional, das regras comuns para os regimes de apoio direto no âmbito da política agrícola comum (PAC).

A questão é que, diz a mesma fonte da Apiflora, os técnicos do IFAP, “depois de esmiuçarem todas as hipóteses de falhas, chegam à conclusão que se cumpriram todas as exigências do programa”.

A Associação relatou à “Vida Económica” vários casos, que já foram, aliás, reportados, por mais do que uma vez, à gestora do PDR 2020, Rita Barradas. Um deles é paradigmático: “está em

dades dos associados para melhorar o desempenho e terem habilitação para as tarefas que executam, de modo a “aumentarem a qualidade e a produtividade, fomentando o seu desenvolvimento e competitividade”. E faz certificação florestal, iniciativa esta que, dizem, “estabelece um quadro de referência para o reconhecimento mútuo dos processos nacionais de certificação florestal, de forma a promover uma gestão florestal economicamente viável, ecologicamente adequada e socialmente benéfica”.

O problema é que, neste momento, a Associação “atravessa uma insustentável situação financeira, uma vez que continua com atraso nos pagamentos dos reembolsos do IFAP” e, por via disso, “tem dificuldades em funcionar e implementar as ações dos projetos/operações”. Num caso, dizem, houve mesmo “a necessidade de cancelar todos os trabalhos que estavam em curso” devido aos “sucessivos controlos de qualidade e auditorias dos projetos da Apiflora, pois era impossível para a Associação suportar os custos de execução das ações sem que os reembolsos dos

FEAGA - Fundo Europeu Agrícola de Garantia	
Pagamento por Práticas Agrícolas Benéficas ('Greening')	2,9 milhões de euros
Novo Regime da Vinha	1,1 milhões de euros
POSEI	
Abastecimento	1,8 milhões de euros
FEADER - Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural	
PDR 2020	
Investimento	25,6 milhões de euros
PRODERAM 2020	
Investimento	1,9 milhões de euros
FEAMP - Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas	
MAR 2020	
Continente	3,5 milhões de euros
MEDIDAS COVID-19	
FEADER	
PDR 2020	
Investimento	3,1 milhões de euros
Medida 21	48,0 mil euros
PRORURAL+	
Investimento	259,8 mil euros
Medida 21	4,2 mil euros
PRODERAM 2020	
Investimento	70,0 mil euros
FEAMP	
MAR 2020	838,7 mil euros

Ciclo de webinars “Os desafios do agroalimentar na próxima década”
Os vinhos portugueses no mercado externo

sexta-feira, 25 junho às 15h00, via Facebook Live



Bernardo Gouvêa
Presidente do IVV - Instituto da Vinha e do Vinho



Frederico Falcão
Presidente da ViniPortugal



Gilberto Igrejas
Presidente do IVDP - Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto



Pedro Garcias
Jornalista, crítico de vinhos e produtor na região do Douro

Ciclo de webinars

Desafios e oportunidades do agroalimentar na próxima década



- 29 de julho** O investimento na floresta
- 29 de Setembro** A aquicultura e a transformação de pescado
- 28 de outubro** A produção e exportação de amêndoa
- 25 de novembro** Tecnologia e sustentabilidade na produção agrícola
- 19 de dezembro** Os desafios do setor dos lacticínios

Patrocínio:



* transmissão em direto na página agrovida-vidaeconomica no Facebook

Informações

Ana Bessa (Dep. Formação) | Vida Económica - Editorial SA.
Rua Gonçalo Cristóvão, 14 R/C | 4000-263 Porto | ☎ 223 399 427/00
Email: anabessa@vidaeconomica.pt | www.vebs.pt