

## Governo vai rever a Lei das Práticas Individuais Restritivas do Comércio "até ao final da legislatura"

Pág. III



## "Os insetos fazem parte da alimentação do futuro"

Págs. IV e V



### Destaques

**Veracruz investe 50 milhões em amendoal na Beira Baixa**

Pág. II

**Mercadona contratou mais 25 trabalhadores por loja para garantir abertura aos domingos**

Págs. II e III

**Alterações climáticas impõem medidas urgentes na gestão da água e nas práticas agrícolas**

Pág. VIII

### Editorial

TERESA SILVEIRA  
teresasilveira@vidaeconomica.pt



## Boas Práticas Comerciais e um ato simbólico

Foi um ato simbólico aquele a que os ministros da Economia, Siza Vieira, e da Agricultura, Capoulas Santos, assistiram esta semana, com a formalização da adesão de perto de cinco dezenas de empresas ao Código

de Boas Práticas Comerciais na Cadeia Agroalimentar.

Em dezembro de 2017, seis associações/confederações – APED, a CAP, a CCP, a CIP, a CNA e a CONFAGRI – já tinham alinhado num quadro voluntário de princípios e boas práticas.

Esta semana, foi a vez de produtores e industriais (Lactogal, Nestlé, Sumol+Compal, Mondelez, Sovena, Sonae, Frutoeste, Vitacress e outras) e dos retalhistas de assinarem por baixo. Assumiram, preto no branco, publicamente, perante os fornecedores, os clientes e o país, que se comprometem a "atuar em estrita conformidade com a legislação, incluindo a da concorrência", prometendo que vão "negociar entre si de forma responsável, de boa-fé e com diligência profissional".

Por isso, é salutar que os grandes re-

talhistas que operam no país – Pingo Doce Distribuição Alimentar, Modelo Continente Hipermercados, Lidl & Companhia, Auchan Retail Portugal, Recheio Cash & Carry e a recém-instalada em Portugal Irmadona Supermercados (Mercadona) – tenham subscrito o Manual.

É bom sabermos que eles assumem a prática de boas práticas. Para mais quando ainda nos chegam relatos individuais, sempre a medo e sempre em 'off', de práticas comerciais ilegais, desleais, indignas e de condições leoninas ao longo da cadeia de abastecimento alimentar e não alimentar.

Que levante a mão o produtor ou industrial que nunca sentiu na pele – e na fatura – a imposição de descontos não contratualizados nos preços ou a alteração súbita de valores, datas e condições. Que se levante da cadeira aque-

le que nunca ouviu falar das 'notas de débito', apresentadas por certos retalhistas no final do ano só porque sim, e que deixam os operadores económicos entre a espada da saída da sua insígnia dos lineares e a parede que é terem de aceitar receber uns milhares de euros a menos no acerto contabilístico final em troca de lá permanecerem.

Não é crível que a deslealdade comercial vá acabar só porque um Manual de Boas Práticas foi assinado na presença de dois ministros. O mercado é pequeno e feroz e a crescente concorrência eleva a fasquia todos os dias. Mas se esse Manual, a par da prometida revisão do Decreto-Lei sobre Práticas Individuais Restritivas do Comércio (PIRC), surtir efeitos, Portugal dá mais um passo no caminho da ética e da transparência.







RAMIRO ORTIZ, O NOVO DIRETOR-GERAL DA TETRA PAK IBÉRIA, REVELA

# Tetra Pak lança primeiras palhinhas em papel em Portugal no primeiro semestre de 2020

**A Tetra Pak, empresa líder mundial em soluções de processamento e embalagem alimentar, investiu 80 milhões de euros no desenvolvimento de um novo portefólio de embalagens sustentáveis. Nele estão incluídas palhinhas de papel, tampas não removíveis e outras soluções que deverão substituir a utilização de palhinhas de plástico de origem fóssil de 2019 a 2021. Em entrevista à "Vida Económica", Ramiro Ortiz, o novo diretor-geral da Tetra Pak Ibéria, assume que, em Portugal, os consumidores e as empresas revelam "uma clara abertura para a adoção de soluções práticas e inovadoras". As primeiras palhinhas em papel deverão ser lançadas no mercado "no primeiro semestre de 2020".**

TERESA SILVEIRA  
teresasilveira@vidaeconomica.pt

**Vida Económica – Acaba de ser nomeado diretor-geral da Tetra Pak Ibéria. Que relevância tem este mercado para a companhia?**

**Ramiro Ortiz** – O mercado ibérico tem uma importância fulcral para a Tetra Pak a nível global, sendo um dos cinco mercados mais relevantes do grupo e o segundo na Europa. Este mercado é, inclusive, uma área que conheço bastante bem, já que, no contexto dos vários cargos que desempenhei na empresa, tive oportunidade de trabalhar muitas vezes com Portugal e Espanha. Nestas diferentes experiências fui percebendo a relevância da Tetra Pak Ibéria no contexto global do grupo e a forma como é encarada como uma das principais referências no que toca ao desenvolvimento de grandes projetos e da implementação de ideias e iniciativas inovadoras. No caso do mercado português, o tema da inovação é ainda mais relevante pela clara abertura do consumidor e das empresas para a adoção de soluções práticas e inovadoras.

**VE – Chegado aqui, qual será a sua grande aposta? E que dificuldades espera encontrar?**

**RO** – A nossa grande aposta para o mercado ibérico está perfeitamente enquadrada naquilo que nós, enquanto Tetra Pak a nível global, definimos como as grandes linhas orientadoras para os próximos anos: promover a sustentabilidade ambiental, garantindo um desenvolvimento do nosso portefólio de produtos. Isto, no sentido de incluir soluções que sejam cada vez mais sustentáveis, com embalagens feitas com materiais 100% renováveis e que garantam uma economia circular com baixas emissões de carbono. Por outro lado, desenvolver processos de transformação digital e tecnológica que assegurem uma maior

eficiência produtiva e uma maior funcionalidade no nosso portefólio.

**VE – Na prática, o que é que isso significa?**

**RO** – Significa, por exemplo, o desenvolvimento de soluções de embalagem alternativas, como as palhinhas em papel, as embalagens com tampas não removíveis ou as embalagens conectadas e inteligentes. Neste mercado, e como em qualquer outro, haverá desafios que vamos ter de enfrentar nos próximos anos. A adaptação a soluções de embalagem ambientalmente mais sustentáveis perante as alterações legislativas em relação ao plástico de uso único é um deles, por exemplo.

**VE – A Tetra Pak apresentou, por altura do Dia Mundial do Ambiente, o seu relatório de sustentabilidade. Sei que a empresa tem uma estratégia de portefólio de embalagens sustentáveis e que deverão investir 80 milhões de euros no desenvolvimento de palhinhas de papel, tampas não removíveis e outras. Quando é expectável que essas soluções cheguem ao mercado português?**

**RO** – Ambas as soluções estão ainda em fase de desenvolvimento. Para que, quando chegar o momento adequado, as possamos lançar no mercado com toda a segurança que é exigida do ponto de vista da segurança alimentar dos produtos nelas contidos e com a garantia de que os materiais utilizados e a forma como as embalagens são produzidas tenham as características apropriadas para a sua total reciclagem. No caso específico das palhinhas de papel, o nosso trabalho pretende dar resposta

às necessidades do mercado no contexto das alterações legislativas previstas para 2021 a nível europeu e a nível nacional. É expectável que as primeiras palhinhas em papel sejam lançadas no mercado português no primeiro semestre de 2020.

**VE – Essas soluções implicam adaptações/mudanças na cadeia de produção e custos consideráveis. Os industriais vossos clientes estão recetivos a estas soluções mais sustentáveis?**

**RO** – Em primeiro lugar, importa sublinhar que as investigações feitas ao longo dos últimos anos por parte dos nossos especialistas e das nossas equipas de inovação têm tido sempre por base a experiência e o contacto com os nossos clientes. De outra forma, não seria possível promover da maneira mais cor-

reta e assertiva a criação destas soluções alternativas. E é precisamente por trabalharmos de uma forma tão próxima com estes interlocutores e com a nossa rede de parceiros, que inclui uma série de instituições ligadas à defesa da sustentabilidade ambiental, que estas alterações surgem já enquadradas com as necessidades dos consumidores, dos nossos clientes e, claro, com aquelas que são as exigências ambientais a que queremos dar resposta. Como referi anteriormente, o mercado português é bastante recetivo à utilização de soluções inovadoras, o que significa que os nossos clientes têm demonstrado uma enorme curiosidade pelos produtos que estamos a desenvolver e a trabalhar em conjunto connosco para promover a comercialização destas soluções no mercado nacional.

**VE – Que ganhos – ecológicos e financeiros – vai ser possível obter?**

**RO** – No nosso entender, os potenciais ganhos (ambientais e económicos) destas novas soluções em que estamos a trabalhar estão relacionados com o conceito da economia circular, com baixas emissões de carbono, e da sua importância para a diminuição do consumo de recursos fósseis. A nossa aposta nestas soluções alternativas enquadra-se nesse contexto. Este é o fator de diferenciação em relação àquelas que são as soluções do passado e do presente: fomentar a utilização de matérias-primas de origem natural e renovável, como o papel, proveniente de fontes responsáveis, ou a utilização de plástico de origem vegetal, procedente da cana de açúcar, ou a utilização, no futuro, de materiais reciclados nas embalagens, e o aumento da capacidade de reciclagem dos produtos e materiais utilizados nestas embalagens. Na Tetra Pak, acreditamos que, ao reduzirmos a quantidade de recursos utilizados, conseguiremos alcançar os desejados índices de sustentabilidade que enquanto sociedade (empresas e consumidores incluídos) procuramos.

**VE – Isso na vertente ecológica/ambiental. E quanto aos ganhos financeiros?**

**RO** – A nível económico, os indicadores do mercado são claros: os consumidores procuram cada vez mais as soluções que apresentem uma melhor relação entre a qualidade do produto e o seu bom desempenho ambiental. Esta realidade ajuda a explicar o porquê de cada vez mais as empresas garantirem a sustentabilidade dos seus produtos, ajudando, com isso, a garantir a preferência dos consumidores. Sendo este um fator decisivo para o valor das marcas e das empresas, a Tetra Pak não lhe fica alheia. E tem reforçado a sua aposta numa estratégia centrada numa economia circular, com baixas emissões de carbono. Tudo de forma a promover uma redução da utilização de recursos, alcançando o impacto positivo que desejamos, tanto em termos ambientais como em termos económicos e financeiros.



Ramiro Ortiz é o novo diretor-geral da Tetra Pak Ibéria desde 1 de julho.

## Tetra Pak: 81 mil unidades de processamento em 160 países

O grupo Tetra Pak orgulha-se de fornecer soluções de processamento e embalagem alimentar – produtos lácteos, bebidas, entre outros – que vão ao encontro das necessidades de centenas de milhões de pessoas em mais de 160 países em todo o mundo.

A companhia emprega 25 488 pessoas, possui mais de 81 mil unidades de processamento em operação, detém 56 fábricas e registou vendas líquidas totais superiores a 11,2 mil milhões de euros em 2018. A empresa não divulga dados desagregados sobre a operação em Portugal.

A Direção Global da Tetra Pak nomeou Ramiro Ortiz como o novo diretor-geral da Tetra Pak Ibéria a partir de 1 de julho de 2019. Substituiu Alejandro

Cabal, que ocupou o cargo nos últimos quatro anos, e que é agora vice-presidente de Soluções de Embalagem, tornando-se assim o novo responsável pelo desenvolvimento do portefólio da empresa.

Ramiro Ortiz, o novo diretor-geral para Portugal e Espanha, ocupava, desde 2016, o cargo de 'Global Key Account Director' da conta global da Coca-Cola. Entrou para a Tetra Pak em 1999. Antes de ocupar o seu cargo atual, desempenhou vários cargos de direção no grupo, entre os quais se destaca o seu percurso na liderança do departamento de vendas e gestão de contas chave no Brasil e na Suécia. Tem 44 anos e é licenciado em Engenharia Alimentar pela Universidade de Campinas (Unicamp), em São Paulo.

INVESTIGADOR DIZ QUE DAQUI A 50 ANOS PODE SER IMPOSSÍVEL TER VITICULTURA NALGUMAS REGIÕES

# Alterações climáticas impõem medidas urgentes na gestão da água e nas práticas agrícolas

TERESA SILVEIRA  
teresasilveira@vidaeconomica.pt

As alterações climáticas “não são um fatalismo”, mas, com a consequente escassez de chuva, estão a ter “efeitos particularmente graves”. E Portugal tem um problema central: “a escassez de água, por um lado; a sua gestão, por outro”.

O alerta foi deixado por João Santos, docente e investigador da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) e especialista em Ciências Geofísicas, na mesma semana do mês de junho em que o Centro Nacional de Dados sobre Neve e Gelo dos Estados Unidos revelou que mais de 40% da área superficial da Gronelândia – cerca de 712 mil quilómetros da superfície – derreteu. Perderam-se dois mil milhões de toneladas de gelo.

A “Vida Económica” conversou com João Santos, que integra, entre outros, o projeto europeu Clim4Vitis – Climate change impact mitigation for European viticulture, apresentado em fevereiro em Vila Real. É um projeto no âmbito do Horizonte 2020 na área da viticultura e alterações climáticas, coordenado pela UTAD e em consórcio com o Potsdam Institut fuer Klimafolgenforschung (PIK), a Università degli studi di Firenze (UNIFI), o Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) e a Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI). Está no primeiro ano de aplicação, tem “várias empresas envolvidas” e conta com um laboratório colaborativo da vinha e do vinho, sediado na ADVID – Associação para o Desenvolvimento da Viticultura Duriense.

João Santos, que também está a coordenar um plano para as alterações climáticas na região do Tâmega e Sousa, chama a atenção para ocorrências diárias em termos climáticos. E para as “evidências científicas” que as mostram.

## Autarquias “não têm estratégias para combater os desperdícios”

“Quando percorremos o país, vemos a quantidade de fontes e fontanários secos, quer nas aldeias e vilas, quer na beira das estradas, e se juntarmos a isso os rios, ribeiras e lagos que secaram nos últimos 50 anos”, por aí “logo se percebe como a quantidade de água tem diminuído assustadoramente”.

E este ano “está a ser particularmente grave”, garante o investigador da UTAD. A precipitação durante a primavera ficou “muito abaixo da média e não é expectável que chova muito mais no verão”. Ora, “chegando ao outono, que água disponível iremos ter?”, pergunta, em especial para a agricultura, que “depende muito das chuvas da primavera”.

O caso é ainda mais dramático porque “não há reservatórios para acumu-

lar a água nos períodos do ano em que chove muito”. E as autarquias e outras instituições “não têm estratégias para combater os desperdícios”, que são “consideráveis” e que, “nalguns casos, atingem os 50%”, devido às “redes de canalização obsoletas” e à “falta de dinheiro para canalizações novas”.

## “Começar a planear medidas de adaptação na viticultura”

À parte a gestão da água, é preciso olhar para a “erosão dos solos”. E para o setor energético e as hidroelétricas, que “não são muito amigas do ambiente, dados os seus impactos ambientais”, frisa João Santos, para quem a opção devia recair sobre o “fotovoltaico”, que é “mais eficiente e uma variável de futuro”.

Impõem-se, pois, “medidas urgentes, seja ao nível da gestão da água, seja ao nível das práticas agrícolas, sob pena de o país ficar em condições comparáveis

criterosa das castas que cultivamos, quando possível através de uma seleção de clones menos exigentes em água, que suportem melhor o stress hídrico e o stress térmico” é uma solução. A seleção do próprio microclima onde se implantam as vinhas novas, idem.

Por outro lado, “terá de se analisar até que ponto vai ser viável ter vinha em zonas como, por exemplo, a margem esquerda do Guadiana”. São “zonas já hoje com elevada aridez, onde daqui a 50 anos poderá ser impossível ter viticultura, a não ser que se regue a vinha de forma sistemática”.

## Aposta em culturas “mais resilientes” e/ou que não absorvam muita água

O investigador faz várias perguntas: “onde está essa água para a rega? O Alqueva será suficiente? Será economicamente viável?”, questiona. E diz que outra “medida urgente” passa por



ao Norte de África”.

Diz João Santos que, “se as alterações climáticas produzissem efeitos apenas ao nível do aumento das temperaturas, desde que continuasse a chover ou passasse a chover mais, como acontece nos países do Centro e Norte da Europa, que vão ter climas mais quentes mas mais chuvosos, não se colocaria o problema com esta premência, pois, havendo água, em último recurso até poderíamos ter culturas alternativas, oriundas de regiões subtropicais e tropicais”. O problema é que, “se o nosso clima se vai tornar, não só mais quente, mas também mais seco, semelhante ao que temos hoje no Norte de África, não haverá muitas alternativas”. E isso, avisa, “é uma ameaça muito séria que temos de ter já em conta”.

Há, por isso, que tomar medidas urgentes. No caso da viticultura, há “necessidade de começar a planear medidas de adaptação”. Uma “seleção mais

“repensar a gestão da pouca água que temos, começando por controlar muito bem os consumos públicos e privados”, que são, “com frequência, exagerados”.

Também a gestão da água na agricultura terá de ser repensada. “Não podemos ter uma rega de abundância, mas uma rega planeada com recurso a tecnologias de precisão”. Globalmente, “teremos de repensar uma nova sociedade em que haja muito menos desperdício de água”, por exemplo em regas de relvados, hortas e jardins, “na consciência de que no futuro vamos ter cada vez menos água”.

Finalmente, a aposta em culturas “mais resilientes” e/ou que não absorvam muita água. O investigador da UTAD é taxativo: “temos de planear uma nova agricultura, não podemos ter muitas espécies que consomem muita água, como o melão, a melancia ou o arroz”. Também as plantações em monocultura não são uma opção “inteligente”.

## “Summit’ do agroalimentar em Lisboa em 2020” – esclarecimento

A “Vida Económica” publicou no último suplemento “AgroVida” uma notícia dando conta que a Unipeer Solutions, em parceria com a PortugalFoods e a FIPA – Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentares, vai realizar a primeira cimeira agroalimentar em Portugal, a FHIN – Food, Farming, Healthy Ingredients and Nutrition Summit, que deverá ter lugar de 24 a 26 de março de 2020, no Centro de Congressos de Lisboa (CCL).

Escrevemos que “a FHIN deverá substituir a feira Alimentaria&Horexpo, que tem vindo a ser organizada conjuntamente pela Feira Internacional de Lisboa e pela Alimentaria Exhibitions de Barcelona, e iniciar a partir daqui um novo conceito de feira dedicada ao agroalimentar”.

O CEO da Unipeer Solutions, Jorge Lima, escreveu à “Vida Económica”, agradeceu a publicação da notícia e a divulgação da FHIN SUMMIT, mas mostrou-se desagradado pelo facto de ter sido mencionada a probabilidade de o evento substituir a Alimentaria & Horexpo, dizendo que “não cabe considerar essa hipótese”.

Jorge Lima quis deixar “bem claro que jamais essa intenção fez parte da nossa estratégia” e que “não confere com o conceito da FHIN SUMMIT, porque não é nosso projeto e muito menos há a tentativa de substituição de um evento por outro”. Para a Unipeer Solutions, a FHIN SUMMIT “foi concebida nos seus objetivos conceituais pela originalidade e para cobrir uma lacuna de mercado e não para substituir nenhum evento existente”.

## NOTA DA JORNALISTA

A notícia publicada na edição de junho do suplemento “AgroVida” sobre a FHIN SUMMIT 2020 baseou-se num ‘press release’ enviado ao jornal “Vida Económica”, mas, também, na informação avançada durante uma conversa presencial com o CEO da Unipeer Solutions, Jorge Lima, na Alfândega do Porto, no passado dia 21 de maio, dia da atribuição dos prémios Ecotrophelia 2019.

Essa conversa teve lugar na presença de mais duas pessoas, que aqui nos abstermos de mencionar. Durante a mesma, o CEO Jorge Lima avançou com a novidade da realização da FHIN SUMMIT 2020 e deu conta que a Alimentaria & Horexpo deveria deixar de se realizar, dado o fim da parceria com a Alimentaria de Barcelona. Um assunto que motivou a surpresa da jornalista e acerca do qual ali falou com Jorge Lima durante alguns minutos.

A notícia publicada no “AgroVida” de junho não é, pois, infundada. Por um lado, não garante o fim da Alimentaria&Horexpo Lisboa, mas apenas que “a FHIN deverá substituir” aquela feira. Por outro, baseou-se no ‘press release’ da Unipeer Solutions e, também, nessa conversa presencial. TERESA SILVEIRA