

N. 47
1.º TRIM.
2018

CA

REVISTA

GRUPO CRÉDITO AGRÍCOLA

08

Resultados 2017

Lucros CA a crescer

20

ENTREVISTA
TONY CARREIRA

10

ENCONTRO NACIONAL CA
EXTRAORDINÁRIA
AFIRMAÇÃO DE CONFIANÇA

AMBICIONE MAIS PARA O SEU



PUBLICIDADE 11/2017

Se a vida nos dá limões, há um banco que nos ajuda a saber o que fazer com eles. Por isso, o Crédito Agrícola oferece soluções personalizadas para todos os negócios, de A a Z.

INFORMAÇÕES NA AGÊNCIA OU LINHA DIRECTA:

808 20 60 60

Atendimento 24h/dia, personalizado 2ª a 6ª feira: 8h30 às 23h30 sábados, domingos e feriados: 10h às 23h.

www.creditagricola.pt



Crédito Agrícola

O Banco nacional
com pronúncia local

Desde 1911



Tempos iluminados

O primeiro trimestre de 2018 revelou-se especialmente fértil em boas notícias para o Grupo CA. A principal nota a destacar tem a ver com a apresentação de resultados reportados ao exercício de 2017: o Crédito Agrícola apresentou um resultado líquido consolidado de 150,2 milhões de euros no exercício de 2017, o que representa um crescimento de 91,9 milhões de euros face ao resultado apresentado em 2016 (58,3 milhões de euros) e que permite reforçar os níveis de rentabilidade e solvabilidade. Outra notícia em destaque reporta o Encontro Nacional do Crédito Agrícola. No dia 24 de Março, na FIL, no Parque das Na-

ções, em Lisboa, 3.200 pessoas vindas de todo o país, em representação do universo CA, envolvendo Caixa Central, Caixas Associadas e Empresas Participadas, analisaram a evolução do negócio e mobilizaram-se para os grandes desafios estratégicos, num grande evento revelador da extraordinária afirmação de confiança do Crédito Agrícola. Esta edição da revista é igualmente valorizada com outros conteúdos de relevo, desde logo os que dão nota do Dia Nacional do Crédito Agrícola, assinalado a 1 de Março, com a realização de várias acções de proximidade, numa lógica de marketing relacional criativo e

fortemente personalizado, tendo por suporte várias iniciativas marcantes por parte das Caixas de Crédito Agrícola. Especiais são também as matérias tratadas nas secções Portugal Competitivo, com dois exemplos notáveis na fileira do calçado, Cliente CA, onde se revela o 'segredo' do melhor bacalhau do mundo, ou na Geração XXI, que nos explica o essencial do projecto LUSArroz, que contribuiu para a selecção de duas novas variedades portuguesas de arroz, feito notável e por isso justamente reconhecido com o Prémio Empreendedorismo e Inovação CA 2017. *Boas leituras!*

SUMÁRIO

06
DIA
ELECTRIZANTE



06

08
RESULTADOS CA
2017



08

10
ENCONTRO NACIONAL
DO CRÉDITO AGRÍCOLA



10

20
ENTREVISTA
TONY CARREIRA



20

30
GERAÇÃO
XXI



30

FUTURO MAIS QUE PRESENTE

Espera-se que 2018 e os próximos anos sejam tempos de disrupção, de mudança e de grandes desafios para as soluções tecnológicas dos Bancos. A transformação digital em curso convoca o sistema bancário a acelerar as mudanças organizacionais inevitáveis, impulsionadas por uma sociedade mais esclarecida e consciente da importância de novas opções e novas experiências, sejam pessoais ou contextuais, únicas para todos e cada um de nós.

Nesta era da tecnologia digital, somos todos impulsionados pelo “efeito GAFA” (Google, Amazon, Facebook e Apple). Cada vez mais é aí que vamos buscar o que desejamos, sempre que pretendemos. Basta clicar num único botão dos nossos dispositivos móveis. E este impacto está já a ser transferido para os processos bancários e, conseqüentemente, para o serviço ao Cliente.

Neste contexto, perspectiva-se que as tecnologias associadas à exploração e descoberta de dados, à digitalização de processos e à automatização de tarefas floresçam. E que, ao mesmo tempo, as organizações tendam a usar estas tecnologias para reduzir custos, automatizar processos mundanos e diferenciar os níveis de serviço e a oferta de

NO CONTEXTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, O GRUPO CRÉDITO AGRÍCOLA PODE, JÁ HOJE, AFIRMAR QUE ESTÁ EM POSSE DAS CONDIÇÕES BASE PARA ENFRENTAR OS DESAFIOS DE UM FUTURO CADA VEZ MAIS PRESENTE

produtos, através do maior e melhor conhecimento dos Clientes, das suas operações e das suas necessidades.

Nos últimos cinco anos, a Plataforma Tecnológica do Grupo CA tem evoluído neste caminho de inovação, com maior visibilidade na concretização de iniciativas tais como a modernização do sistema de *core* bancário, a renovação tecnológica da arquitetura, o *onboarding* de Clientes e a revisão dos bancos de dados aplicados às funções analíticas e operacionais.

O caminho aberto ao futuro passa também pelas novas plataformas de serviço *online*

e móvel, pela mobilidade dos utilizadores, dos processos e da sua simplificação – tudo isto num ecossistema organizacional interno que, no CA Serviços, assenta numa cultura de constante desafio e inovação tecnológica. A próxima geração de cenários bancários implicará novas funções, transversais à cadeia de valor. Objectivo: tornar as organizações como um todo, mais orientadas aos dados e ao conhecimento; com uma elevada pegada digital com os seus Clientes e capaz de proliferar mecanismos de automatização e robotização inteligente nos processos internos e de serviço.

Com uma natureza mais orientada ao “negócio” do que aos “sistemas”, estas funções vão estabelecer as orientações e os princípios subjacentes às tecnologias que suportarão, de forma preponderante, as suas actividades.

No Crédito Agrícola referimo-nos, numa perspectiva tecnológica, à plataforma Open API que se encontra na base do novo site institucional e do *online* empresas – a disponibilizar brevemente. Mas também aos novos bancos de dados que permitirão conhecer as diversas jornadas do Cliente por todos os canais de relacionamento com a Instituição. E, não menos



JORGE BAIÃO

Administrador
CA Serviços e CA Informática

importante, referimo-nos igualmente à arquitectura de robots DuIT que irão dotar o Grupo de mais e melhor mão-de-obra, 24 horas por dia/7 dias por semana. A evolução para uma arquitectura com predominância digital, orientada aos dados (“data-driven”), e com potencial pragmático de robotização, está em andamento. E sendo certo que o horizonte de progressão é imenso, o Grupo CA pode hoje afirmar que tem as condições base para enfrentar os desafios de um futuro cada vez mais presente.



DIA DO CRÉDITO AGRÍCOLA

Um dia 'electrizante'

As Agências CA mobilizaram-se em todo o país para celebrar com os portugueses, a 1 de Março, um dia especial – o Dia do Crédito Agrícola. Quem se juntou à festa pôde habilitar-se a um *Smart Forfour Electric Drive*, a sortear a 2 de Maio



GRANDE PLANO



Se há datas que não podem passar em branco, o Dia do Crédito Agrícola é uma delas. Para assinalar esse momento relevante, celebrado a 1 de Março, o universo de Agências CA promoveu diferentes iniciativas que sublinharam a proximidade do Banco às comunidades locais onde se insere, junto das quais se destaca como referência financeira e de cidadania. E para premiar os actuais e potenciais Clientes, o CA realizou uma campanha que irá sortear um automóvel eléctrico.

Entre 26 de Fevereiro e 9 de Março todos os Clientes, particulares ou empresariais, que abriram uma conta, subscreveram ou reforçaram produtos e serviços financeiros do Grupo CA, habilitaram-se a ganhar um *Smart Forfour Electric Drive*. O sorteio* será realizado a 2 de Maio, na presença de um Representante do Ministério da Administração Interna, sendo o vencedor anunciado posteriormente em www.creditagricola.pt.

*Concurso Publicitário n.º 14/2018 autorizado pela secretaria-geral do Ministério da Administração Interna. Prémio não convertível em dinheiro. Consulte o Regulamento disponível em www.creditagricola.pt ou numa agência CA.



Lucros do Crédito Agrícola sobem para 150,2 milhões de euros

O Grupo Crédito Agrícola apresentou um resultado líquido consolidado de 150,2 milhões de euros no exercício de 2017, o que representa um crescimento de 91,9 milhões de euros face ao resultado apresentado em 2016 (58,3 milhões de euros) e que permite reforçar os níveis de rentabilidade e solvabilidade. A contribuir para o desempenho do Grupo esteve, essencialmente, o resultado do

negócio bancário que apresentou um crescimento de 75,6 milhões de euros face a 2016 (para 147,6 milhões de euros).

No negócio bancário, a carteira de crédito bruto a clientes ascendeu a 9,4 mil milhões de euros, um aumento de 8,3% face a 2016, em contraciclo com o mercado que registou uma quebra de 2,8%*, o que consubstancia um reforço de quota de mercado em 0,5 p.p. para os 5,0%.

Os recursos totais de clientes totalizaram 14,9 mil milhões de euros que resultam do crescimento homólogo de 5,8%, repartido entre os depósitos de clientes que aumentaram 7,4%, pelos fundos de investimento mobiliário que aumentaram 17,4%, pelos fundos de investimento imobiliário que aumentaram 36,8% e atenuado pelos seguros de capitalização que reduziram 16,1%.

* Fonte: Banco de Portugal

DESTAQUE

PRINCIPAIS INDICADORES CONSOLIDADOS DO GRUPO CRÉDITO AGRÍCOLA

VALORES EM MILHÕES DE EUROS,
EXCEPTO PORCENTAGENS

	2015	2016	2017	Variação	
				Δ ABS. 17/16	Δ% 17/16
RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO	54,1	58,3	150,2	91,9	158%
do qual: resultado líquido (negócio bancário)	56,3	72,1	147,6	75,6	105%
ACTIVO TOTAL LÍQUIDO	14,936	16.699	18.001	1,301	8%
rentabilidade do activo (roa)	0,36%	0,35%	0,83%	0,4 p.p.	n.a.
SITUAÇÃO LÍQUIDA	1,205	1,244	1,461	216,3	17%
rentabilidade dos capitais próprios (roe)	4,49%	4,69%	10,29%	5,5 p.p.	n.a.
RÁCIO COMMON EQUITY TIER I (PHASED-IN)	13,04%	13,61%	15,47%	1,8 p.p.	n.a.
RÁCIO COMMON EQUITY TIER I (FULLY-IMPLEMENTED)	11,60%	13,10%	15,04%	1,9 p.p.	n.a.
# DE AGÊNCIAS BANCÁRIAS	675	673	669	-4	-0,6%
# DE COLABORADORES AO SERVIÇO	4.121	4.054	4.068	14	0,3%

PRINCIPAIS DESTAQUES

> Num contexto macroeconómico nacional marcado por uma consolidação do crescimento económico conduzido pelo aumento da confiança dos agentes económicos, da procura interna e pelo contributo das exportações, o sector financeiro continuou a estar pressionado devido às taxas historicamente baixas da Euribor, ao processo de desalavancagem dos agentes económicos e aos crescentes requisitos de capital no quadro da regulamentação do Basileia III e do Solvência II, o Grupo Crédito Agrícola apresentou, no exercício de 2017, um resultado líquido consolidado de 150,2 milhões de euros. No mesmo período, o negócio bancário do Grupo apresentou um resultado líquido de 147,6 milhões de euros, representando um crescimento de 105% face a 2016.

> Em 31 de Dezembro de 2017, a carteira de crédito (bruto) a clientes ascendia a 9,4 mil milhões de euros, um crescimento de 8,3%, face a 2016, o que é significativo quando comparado com a quebra de 2,8% registada pelo conjunto das instituições financeiras a actuar em Portugal.

> É de assinalar ainda o contributo dos resultados das empresas do Grupo em 2017, nomeadamente de +6,7 milhões de euros da CA Vida (seguros vida), de +2,0 milhões de euros da CA Seguros (seguros não vida) e de +2,0 milhões de euros da CA Gest (gestora de activos).

NEGÓCIO BANCÁRIO

> No negócio bancário, em 2017, o Crédito Agrícola alcançou um resultado líquido de 147,6 milhões de euros, que compara com os 72,1 milhões de euros registados em 2016.

> Em 31 de Dezembro de 2017, a carteira de crédito (bruto) a clientes ascendia a 9,4 mil milhões de euros, um crescimento de 8,3%, face a 2016, tendo o crédito bruto a empresas e sector público administrativo, com um peso relativo superior a 50% na carteira de crédito bruto, apresentado um crescimento assinalável (+11,3% face a 2016), em contracido com a variação de crédito bruto a empresas verificada no sistema bancário como um todo (-5,5%), o que proporcionou, uma vez mais, um reforço da quota de mercado do Grupo Crédito Agrícola neste segmento.

> Em 2017, os recursos totais de clientes totalizaram 14,9 mil milhões de euros (dos quais 12,6 mil milhões de euros sob a forma de depósitos bancários), evidenciando um crescimento, em termos homólogos, de 5,8% correspondente a 815 milhões de euros. A evolução verificada nos produtos fora do balanço bancário foi influenciada negativamente pela quebra dos seguros de capitalização (-250 milhões de euros), apesar do crescimento verificado nos fundos de investimento de 199 milhões de euros (+26,1%) face ao período homólogo.

> No final de 2017, o rácio de transformação de depósitos em crédito líquido ascendia a 69,5%, significativamente abaixo do limiar máximo de transformação recomendado.

> Em termos de qualidade da carteira de crédito do Grupo Crédito Agrícola, em Dezembro de 2017, o rácio de crédito em risco situou-se nos 8,5% (versus 9,4% em 2016) e o respectivo rácio de cobertura fixou-se nos 81,8%. Por seu lado, o rácio de crédito vencido há mais de 90 dias em Dezembro de 2017 atingiu os 5,4% (versus 6,2% em 2016) e o rácio de cobertura do crédito vencido há mais de 90 dias situou-se nos 127,8%.

— ENCONTRO NACIONAL DO CRÉDITO AGRÍCOLA

Extraordinária afirmação de confiança

A FIL, no Parque das Nações, em Lisboa, juntou 3.200 pessoas representativas de todo o universo CA. Um grande encontro para analisar a evolução do negócio e sublinhar as principais linhas estratégicas que abrem, objectivamente, caminho ao futuro



Um Grupo financeiro exemplar no seu desempenho e onde as pessoas dão significado autêntico à seguinte afirmação: “Juntos, somos maiores que a soma das partes”. Este é o essencial da mensagem do presidente do Conselho de Administração Executivo da Caixa Central, Licínio Pina, no Encontro

Nacional do Crédito Agrícola. Um grande evento que a 24 de Março, na FIL, no Parque das Nações, em Lisboa, reuniu 3.200 pessoas representativas de todo o universo CA, desde a Caixa Central às Caixas Associadas, passando pelas Empresas do Grupo.

O encontro abriu com a intervenção de

boas-vindas do presidente do Conselho Geral e de Supervisão da Caixa Central, Carlos Courelas, que assinalou os pontos-chave principais que fundamentam o crescimento do Crédito Agrícola num contexto de proximidade cada vez mais determinante para o desenvolvimento socioeconómico das comunidades locais.



mos reportou-se à regulação e supervisão bancária, abordando as amplas reformas no plano interno e a nível global, bem como a agenda regulatória e de supervisão; José Maia Alexandre partilhou as suas reflexões sobre a actualidade, as tendências e os desafios de negócio tendo destacado as novas ferramentas de apoio ao negócio, as prioridades e a modernização dos canais digitais; e Renato Feitor centrou a sua intervenção na política e prática de crédito, assinalando que o aumento do volume gerado nesta rubrica, em contraciclo com o mercado, tem permitido ao Crédito Agrícola reforçar a sua quota no mercado de crédito.



No que reporta às Empresas do Grupo CA, os respectivos responsáveis deram nota da evolução do negócio e dos objectivos estratégicos definidos – o presidente da CA Vida, António Castanho, sinalizou os momentos principais que fazem a história dos 20 anos de actividade da Seguradora, que se celebram em 2018; o presidente da CA Seguros, João Pedro Borges, destacou, entre outras novidades, o lançamento da nova APP; o administrador da CA Serviços, Jorge Baião, sublinhou o que de mais importante vai acontecendo no Grupo CA em matéria de sistemas e tecnologias de informação; e o presidente

da CA Gest, Luís Lagarto, falou sobre os activos sob gestão do CA, fundos de investimento mobiliário e fundos abertos. No contexto da Caixa Central, os seus administradores fizeram a apresentação-síntese dos tópicos mais relevantes das respectivas áreas de competência, todas elas convergindo num eixo estratégico claramente apontado aos novos desafios que se colocam ao sistema financeiro – Sérgio Raposo Frade desenvolveu o tema dos mercados financeiros, com um outlook económico e dos mercados, assinalando os desafios e as medidas a implementar; Ana Paula Ra-

A concluir, o presidente do Conselho de Administração Executivo da Caixa Central destacou as mais recentes conquistas, frisou o ADN distintivo do Crédito Agrícola e reafirmou os grandes vectores estratégicos que convocam e mobilizam o Grupo CA – e cada um dos seus Colaboradores. Este foi um tempo e um espaço que, ao congregiar Dirigentes e Colaboradores vindos de todo o país, foi também uma oportunidade para confraternizar, sendo que no fim dos trabalhos, seguiu-se o almoço e um espectáculo com a actuação de Tony Carreira.

CA SOLUÇÕES DE PROTECÇÃO E INVESTIMENTO

CA Dedicado combina o que é mais importante

Está a decorrer até 11 de Maio a campanha CA Soluções de Protecção e Investimento, integrando o Seguro de Vida Protecção Família e o Seguro CA Saúde

Da nova campanha CA Soluções de Protecção e Investimento faz parte o Seguro de Vida Protecção Família, que garante a protecção do agregado familiar em caso de morte ou invalidez total e definitiva da pessoa segura, através do pagamento do capital subscrito. No âmbito desta oferta estão ainda disponíveis duas coberturas de saúde: CA Internamento, que cobre internamentos hospitalares resultantes de doença ou acidente, e CA Intervenção Cirúrgica, que cobre uma percentagem do capital seguro por cada intervenção cirúrgica.

O Seguro CA Saúde é a outra proposta de protecção. Para o segurado ou para a sua família, este seguro, em parceria com a Médis, garante o acesso à linha telefónica CA Saúde, a um plano de coberturas, a um médico assistente, a uma rede de cuidados de saúde Médis em Portugal e no estrangeiro, assim como a facilidades online para a gestão dos processos.

Durante a campanha os Clientes que subscrevam o Seguro CA Saúde Particulares beneficiam da oferta da 12.^a mensalidade na primeira anuidade, para as apólices com pagamento mensal. Para as apólices com pagamento trimestral, semestral ou anual, há um desconto equivalente a 8,33%, na 1.^a anuidade, o qual será deduzido, proporcionalmente, em cada um dos pagamentos previstos para essa anuidade.

As vantagens estendem-se a quem optar pelo Seguro de Vida Protecção Família: desconto de 10% ou 15% sobre o valor do prémio pago ao longo de toda a duração da apólice (anual automaticamente renovável), para Clientes ou Associados, respectivamente.

Igualmente estão disponíveis diversas soluções de investimento, adaptadas às necessidades dos Clientes.

A TER EM CONTA

Investimento

FAMÍLIA

SAÚDE

PROTECÇÃO



A CIDADANIA RESPONSÁVEL PASSA POR AQUI

PELO 5.º ANO CONSECUTIVO, A FUNDAÇÃO DA CAIXA AGRÍCOLA DO VALE DO TÁVORA E DOURO ATRIBUIU BOLSAS DE ESTUDO AOS JOVENS CARENCIADOS E PREMIOU OS ALUNOS QUE SE DESTACARAM PELO SEU EXCEPCIONAL DESEMPENHO



O Salão Nobre da Câmara Municipal de Armamar foi palco, a 6 de Janeiro, da Cerimónia de Atribuição de Bolsas de Estudo do ano lectivo de 2017/2018, numa iniciativa da Fundação da Caixa Agrícola do Vale do Távora e Douro, que acontece pelo quinto ano consecutivo.

Envolvendo a concessão de bolsas de estudo aos jovens carenciados da região e o prémio aos alunos que obtiveram resultados excepcionais, esta acção de responsabilidade social teve agora o propósito de apoiar um maior número de jovens. Nesse sentido, o Conselho de

Administração da Fundação decidiu atribuir um total de 19 bolsas de estudo, de entre os sete concelhos da sua área de acção, e aumentar o valor do prémio a conceder no âmbito das bolsas de mérito.

No referido evento, o presidente do Conselho de Administração da Fundação, Hélder Lopes, sublinhou a importância desta iniciativa no contexto do apoio e do investimento do Crédito Agrícola na formação destes jovens e na concretização dos seus objectivos pessoais e profissionais.





APRENDER A POUPAR NO YOUTUBE

“POUPAR AGORA É APRENDER A POUPAR NO FUTURO” DÁ TÍTULO AO VÍDEO VENCEDOR DO PASSATEMPO SCHOOL LEADER VID, PROMOVIDO PELA CAMPANHA CA JOVENS, QUE TEVE COMO EMBAIXADORES OS YOUTUBERS ANGIE COSTA E PAULO SOUSA

Um prémio monetário no valor de 1.050 euros, creditado numa conta poupança do Crédito Agrícola, e uma câmara de vídeo de valor semelhante distinguiram a vencedora do passatempo School Leader VID, Sofia Ramalho, que concorreu com a peça “Poupar agora é aprender a poupar no futuro”.

Criar um vídeo a partir do tema “O melhor investimento é a poupança” foi o desafio do Crédito Agrícola nesta Campanha CA Jovens.

Os vídeos produzidos foram colocados no YouTube, tendo os participantes partilhado a sua criatividade nas redes sociais de modo a obterem o maior número de visualizações. Os 10 vídeos mais visualizados passaram à grande final.

Perante uma plateia recheada de participantes e visitantes, o júri composto por representantes do Crédito Agrícola, Mais Educativa e pelos Youtubers e influenciadores Angie Costa e Paulo Sousa, elegeram o vídeo “Poupar agora é aprender a poupar no futuro” como o grande vencedor desta iniciativa. Para além dos prémios que distinguiram o vídeo vencedor, aos restantes finalistas foram entregues vouchers CA e um certificado de participação.



SEMPRE A APOIAR AS NOSSAS EXPORTAÇÕES

PARTICIPAÇÃO RELEVANTE DO CA NA FRUIT LOGÍSTICA 2018, A MAIOR FEIRA MUNDIAL DA FILEIRA HORTOFRUTÍCOLA, COM A PRESENÇA DO SECRETÁRIO DE ESTADO DA AGRICULTURA

O Grupo Crédito Agrícola, em parceria com a Associação Portugal Fresh, teve, pelo quinto ano consecutivo, presença destacada na Fruit Logística, a maior feira de comércio do sector hortofrutícola do mundo, realizada de 7 a 9 de Fevereiro, em Berlim. Sublinhando a importância desta fileira para a economia nacional e a projecção de Portugal em mercados internacionais, o Secretário de Estado da Agricultura e Alimentação, Luis Medeiros Vieira, esteve presente na inauguração deste certame especializado.

A Fruit Logística promove não só o comércio global de frutas e legumes, através da divulgação de informação e experiências de cientistas e académicos da indústria, mas também fornece instrumentos, tendências e hábitos alimentares para os consumidores.

A edição deste ano contou com a presença dos players mais importantes do sector, provenientes de 130 países, num total de 3.100 expositores, e a participação de 75.000 visitantes, 20.000 dos quais provenientes de novos mercados da Ásia, Médio Oriente, África e América Latina. O Crédito Agrícola, desde sempre ligado ao sector agrícola, e reconhecendo a exportação como factor estratégico para a revitalização da economia portuguesa, voltou assim a juntar-se às empresas nacionais presentes no certame, na reafirmação do seu apoio ao comércio externo, através de representantes da Direcção de Negócio Internacional e da Direcção de Dinamização do Negócio.





SEMPRE A INCENTIVAR PORTUGAL INTERNACIONAL

CA RECEBEU NO SISAB, A MAIOR MOSTRA MUNDIAL DE MARCAS E PRODUTOS, A VISITA DO MINISTRO DA AGRICULTURA, FLORESTAS E DESENVOLVIMENTO RURAL

O Crédito Agrícola marcou presença no SISAB – Salão Internacional do Sector Alimentar e Bebidas, de 12 e 14 de Fevereiro, no Pavilhão Altice Arena, em Lisboa.

Além do patrocínio ao certame, o CA esteve presente com um stand, onde apresentou a oferta disponível para as empresas que pretendem internacionalizar-se ou que já expandiram o seu negócio, tendo recebido várias figuras de Estados, designadamente a visita do Ministro da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural, Luís Capoulas Santos.

Nesta 23.ª edição do evento marcaram presença mais de 80% das empresas exportadoras nacionais do sector agro-alimentar, o que representa 12% do total das exportações portuguesas. Inscreveram-se mais de 400 empresas nacionais e a Feira foi visitada por 1.700 compradores internacionais, oriundos de mais de 110 países.

A associação ao SISAB, pelo sétimo ano consecutivo, reforçou o apoio do Crédito Agrícola à internacionalização das empresas portuguesas, consolidando a aposta na exportação como factor estratégico para a revitalização da economia nacional.



TEMOS RECORDISTAS

REPRESENTAÇÃO DO NÚCLEO DE ATLETISMO DO CENTRO DE CULTURA E DESPORTO DO CRÉDITO AGRÍCOLA COM GRANDE DESEMPENHO NOS 17 KM DO FIM DA EUROPA

Dos representantes do Núcleo de Atletismo do Centro de Cultura e Desporto do Crédito Agrícola, João Ferreira foi o mais rápido da sua equipa no “Fim da Europa”, prova de 17 km disputada a 28 de Janeiro, entre Sintra e o Cabo da Roca.

Com 1h11m53, João Ferreira obteve o melhor tempo de sempre de todas as participações do CA nesta competição de fundo, superando o anterior registo de Luís Zêzere (1h18m04), agora 2.º classificado. Fechou o pódio, no 3.º lugar, Bruno Rocha (1h18m18).

Dos 22 atletas do CA participantes na prova (outro record absoluto), nove conseguiram a proeza de melhorar o seu registo obtido em edições anteriores desta competição de fundo.



APLAUSOS À NOSSA VOLTA!

CA NO REGRESSO À ALTA-RODA DO CICLISMO, NA 36.ª VOLTA AO ALENTEJO EM BICICLETA, CONQUISTADA POR LUÍS MENDONÇA, DA EQUIPA AVILUDO-LOULETANO

O Crédito Agrícola voltou à estrada com o patrocínio à 36ª Volta ao Alentejo em bicicleta, que rolou de 14 a 18 de Março, consagrando, como grande vencedor, o ciclista Luís Mendonça, em representação da equipa Aviludo-Louletano. Com etapa inaugural à partida de Vendas Novas e tirada final com chegada a Évora, a "Alentejana" teve um total de 21 equipas inscritas, para cumprir um traçado de 751,9 quilómetros, abrangendo todas as latitudes do Alentejo, em seis etapas, divididas por cinco dias. A Volta ao Alentejo em Bicicleta fez jus em 2018 aos seus pergaminhos e à sua melhor tradição: uma das mais acarinhadas competições nacionais, que escreve a cada ano uma nova página da história do ciclismo em Portugal.



E

A VIDA É UM DESAFIO CONSTANTE

— TONY CARREIRA

Um fenómeno de popularidade em Portugal, França e globalmente em toda a nossa diáspora. Idolatrado e contestado, mas sempre mediaticamente relevante, o cantor assinala três décadas de carreira numa *tour* comemorativa com tudo para ser memorável e continuar a fazer história. A história de um português de origens humildes que acreditou que podia ser feliz. E o futuro dar-lhe-ia razões para continuar a acreditar. Ainda que, por vezes, seja preciso fazer uma pausa para reflectir, repensar o guião e, depois então, começar de novo. Esse tempo sabático, temporariamente sem canções no pensamento, já tem data marcada. Será logo depois dos concertos de Novembro. Entretanto, Tony Carreira sobe ao palco da entrevista...

Os 30 anos de carreira celebrados este ano eram uma data, um marco inimaginável quando assumiu definitivamente a música como profissão ou, pelo contrário, os seus sonhos sempre o projectaram para um grande futuro?

Nesta profissão em particular, ninguém pode programar, ninguém pode antever que uma carreira vai durar 20 ou 30 ou, até mesmo, cinco anos... O futuro é uma questão sempre em aberto. Mas é claro, quanto mais o tempo passa, mais

fácil será acreditar que podemos continuar e permanecer até ao fim das nossas vidas. Ainda assim, essa é tão-só uma possibilidade e nada mais do que isso. Nunca por nunca poderá ser um objectivo, uma meta... Não se pode pensar dessa maneira

HÁ MUITA COISA,
MUITO TRABALHO NO QUAL
ESTOU CEM POR CENTO
CONCENTRADO.



O que os meus fãs podem esperar e eu também – pois são três décadas de um público a acompanhar um artista e vice-versa – são concertos inesquecíveis onde, juntos, iremos viajar por 30 anos de canções, numa espécie de medley de toda a minha carreira. Será uma viagem no tempo, para recordar e celebrar a vida

Eu, pelo menos, nunca pensei muito nisso, nunca fez parte das minhas preocupações.

Que memórias, sensações, sentimentos destacaria ao passar em revista o caminho percorrido até aqui?

Destacaria, sem hesitações, o início de tudo, quando se sonha, quando se acredita, quando se luta com todas as forças para que seja possível. E esse tempo é tão profundo, tão intenso que fica em nós para sempre. Depois, entramos noutra fase, noutra dimensão, em que as coisas vão acontecendo naturalmente, com acontecimentos mais fortes e marcantes do que outros, sendo difícil escolher aqueles que se sobrepõem em razão disto ou daquilo... Bem vistas as coisas, a nossa vida, a nossa história é feita de tantos momentos, alguns com significado especial que, às vezes, nem sabemos explicar... é algo que nos transcende. Mas se tiver mesmo de escolher um ou outro momento, um ou outro episódio pela sua importância em termos de impacto junto do público, da proximidade das pessoas e do seu reconhecimento pelo meu trabalho, provavelmente será justo destacar vários concertos memoráveis no Pavilhão Atlântico e, na mesma linha, o concerto na

© GONÇALO CLARO



Avenida da Liberdade para 500 mil pessoas...

Qual é a mensagem principal que a sua imensa legião de fãs pode esperar da tour comemorativa dos 30 anos?

O que os meus fãs podem esperar e eu também – pois são três décadas de um público a acompanhar um artista e vice-versa – são concertos inesquecíveis onde, juntos, iremos

viajar por 30 anos de canções, numa espécie de *medley* de toda a minha carreira. Será uma viagem no tempo, para recordar e celebrar a vida.

A questão em torno da acusação de plágio, que já mereceu da sua parte vários comentários no espaço meditático, fê-lo, em algum momento, repensar esta tour?

Claro que não. Quando somos mediatizados, até por vezes contra

uma luta permanente – nunca tudo é cor-de-rosa. Seja como for, temos de continuar o nosso caminho, seguir em frente.

Entretanto, já anunciou que após esta série de concertos, no final do ano, vai entrar num período sabático. Essa retirada temporária que vem desejando há muito tempo mas que, por motivos diversos, não foi possível acontecer mais cedo, tem duração pré-estabelecida ou, depois, logo se vê – e, já agora, o que vai fazer durante esse tempo longe dos palcos?

Neste momento não estou a pensar nisso; estou, isso sim, muito focado em todos os projectos que tenho em mãos para este ano – há um livro que irá ser lançado em breve, um CD/DVD de um concerto acústico a editar ainda este ano, há uma tournée, os concertos de encerramento nos dias 10 de Novembro, no Multiusos de Guimarães, e 17 de Novembro, no Altice Arena...

Há muita coisa, muito trabalho no qual estou cem por cento concentrado. Depois, logo se vê. O que irei fazer na minha pausa, neste momento não faço ideia. A partir de 18 de novembro, então sim, vou pensar nisso.

O governo francês condecorou-o, em 2016, com a medalha de Cavaleiro da Ordem das Artes e Letras. E o reconhecimento português, porque tarda em sua opinião?

Na verdade, o reconhecimento eu já o tenho; já o tenho do público português, tanto daquelas pessoas que gostam do meu trabalho e me acompanham de uma forma fantástica, como das pessoas que, apesar de não apreciarem as minhas canções,

me respeitam e me acarinhos. E esse é o reconhecimento supremo, não há maior, nada o supera. Foi justamente para esse reconhecimento que eu tenho trabalhado e lutado uma vida inteira.

Os milhões de discos vendidos, os concertos lotados em Portugal e no estrangeiro – tudo isso continuará a ser a melhor recompensa e a maior das motivações?

Exactamente, não há recompensa maior que uma sala inteira a aplaudir-nos. Esse é o prémio.

Trinta anos depois, que mensagem daria o cidadão António Antunes ao artista Tony Carreira?

Provavelmente recomendaria que não mudasse; bem vistas coisas e sem querer ser imodesto, acho que não estou assim tão mal...

Tenho o reconhecimento das pessoas que gostam do meu trabalho e me acompanham de uma forma fantástica, como das pessoas que, apesar de não apreciarem as minhas canções, me respeitam e me acarinhos

a nossa vontade, sabemos bem que isso faz parte. Não podemos querer o melhor dos dois mundos. Se queremos o sucesso, temos também de receber o reverso da medalha. Uma carreira – para mais, com tantos anos – tem inevitavelmente um pouco de tudo. Há momentos em que se é atacado, em que há uma devassa da vida privada, e assim acontece independentemente da profissão. A vida em si é um desafio constante,



— LUGRADE

O melhor do mundo tem o seu segredo...

Quem diria... O segredo do melhor bacalhau do mundo está, afinal, no carinho que tempera todo o processo produtivo. A revelação é feita pela LUGRADE, marca portuguesa de referência em bacalhau salgado seco, demolhado e ultracongelado

Há trinta anos, a LUGRADE* nasceu do casamento dos apelidos Lucas e Grade. Um casal de Coimbra que, depois de vários anos no Alentejo, com negócios bem-sucedidos na distribuição e exportação de azeite, mas também na importação do 'fiel amigo', decidiu voltar às origens. No regresso à Cidade dos Estudantes, a distribuição de bacalhau salgado seco con-

centrou o investimento na nova empresa, criada em 1987. Trinta anos depois, as competências da LUGRADE diversificam-se na sequência de importantes investimentos que hoje posicionam a empresa no topo da actividade de salga e secagem, demolha e ultracongelamento de bacalhau. Entretanto, a segunda geração de gestores é representada pelos filhos do fundador,

Joselito Lucas e Vítor Lucas, que reparam a administração executiva, cabendo a sua mãe as funções de CEO. Na melhor tradição familiar, os herdeiros de Alfredo Lucas continuam a fazer da relação franca e cúmplice com todos os que intervêm na esfera de actuação da empresa, a começar pelos seus Colaboradores, a pedra de toque para o sucesso da LUGRADE.



A cada dez anos, a empresa assinala um registo marcante, sendo de destacar em 1997 o arranque da primeira unidade de transformação no Parque Industrial de Taveiro, que viria a ser ampliada em 2007. Depois, tendo por localização Torre de Vilela, surge em 2017 uma segunda unidade vocacionada para a produção de bacalhau demolido ultracongelado. Actualmente, tudo o que releva, tudo o que distingue, tudo o que faz a história desta marca portuguesa especialista na produção de bacalhau está no site www.lugrade.com, nos seus catálogos e em várias peças jornalísticas que se reportam à empresa com o devido reconhecimento. Ou não estivéssemos perante uma autêntica jóia da coroa do 'Made in Portugal', cuja carteira de clientes directos dá pri-

mazia à restauração e ao comércio tradicional de Coimbra e que se projecta para lá da cidade num raio de 130 km. Noutras latitudes, abrangendo praticamente todo o país, a Lugrade conta com uma rede de distribuidores bem identificada com o posicionamento e os valores distintivos da marca. Já no contexto da grande distribuição, a cultura da empresa não se revê propriamente na lógica comercial existente, abrindo apenas uma excepção: o El Corte Inglés. "Neste caso, falamos a mesma linguagem, sem pressões nem políticas de negociação agressivas, porque o que nos une é apenas e só o fornecimento de um produto de superior qualidade", sublinha Joselito Lucas. E para além das nossas fronteiras, a Europa é um mercado para continuar a afirmar a excelência da marca, designadamente no Reino Unido, França, Alemanha, Suíça e Luxemburgo – e o mesmo é válido para os Estados Unidos. "O nosso propósito está em abrir outras frentes de comercialização que não se confinem ao mercado da saudade e às comunidades lusófonas, criando para isso outras referências para diferentes perfis de consumidores norte-americanos", revela o administrador da Lugrade.

Por falar em portefólio, as referências superam já as 2.300, numa geografia de qualidade que liga a empresa ao bacalhau da Islândia, Rússia, Noruega, Canadá,

Ilhas Faroé e Gronelândia. "A qualidade é um valor intocável em todo o processo produtivo, e um compromisso de todos quantos constroem o sucesso da Lugrade, nas suas diferentes competências, desde a captura até à sua distribuição", assinala o administrador Vítor Lucas. E quem diz captura e distribuição... diz confecção. É que associado à marca Lugrade está o chef Diogo Rocha, do conceituado restaurante Mesa de Lemos, em Viseu, que se tem notabilizado também enquanto 'Embaixador do Bacalhau da Islândia'. E ainda que o demolido seja uma variedade cada vez mais requisitada pelo consumidor, a dimensão gourmet dos verdadeiros apreciadores continua a eleger o bacalhau salgado seco. "É uma marca da nossa melhor tradição, uma outra bandeira que nos eleva ao patamar da mais requintada mesa do mundo. O nosso Lugrade Vintage, recentemente lançado no mercado, é um salgado seco [origem: Islândia] com 20 meses de cura, que não tem, nem de perto nem de longe, qualquer comparação com outro produto da concorrência. É feito com saber, tempo e, essencialmente, muito carinho – e o resultado está à vista: o melhor bacalhau do mundo", defende Vítor Lucas, assertivo e sorridente.

Entretanto, tradição e inovação continuam a temperar esta marca cada vez mais relevante, que acaba de lançar *O FIEL*. Um aparelho muito útil e acessível (PVP 15 euros), que funciona como auxiliar de demolha do bacalhau. *O FIEL* diz-nos tudo o que precisamos saber: avisa para mudarmos a água e quando o bacalhau está pronto para cozinhar. Por estas e por outras, a Lugrade é "um caso de estudo". Quem o diz é o jornalista e gastrónomo Edgardo Pacheco. E nós subscrevemos, com todo o gosto. O gosto insuperável daquele que é, provavelmente, o melhor bacalhau do mundo. Lugrade, pois claro.

*Cliente do Crédito Agrícola de Coimbra



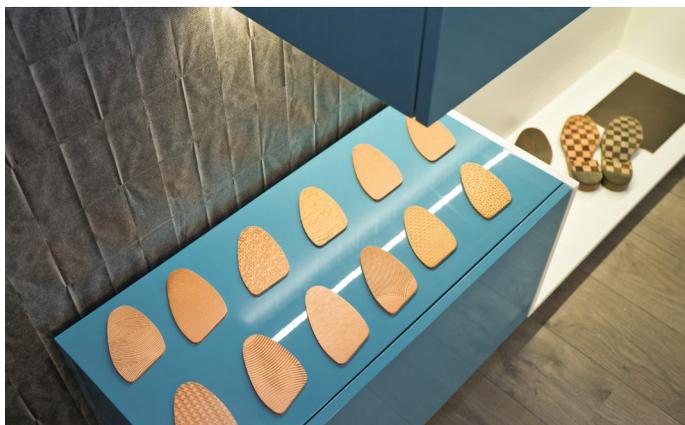
Definitivamente um passo à frente

A competitividade portuguesa tem os pés bem assentes na terra em matéria de componentes para calçado. Quem diz componentes... diz solas. E quem diz solas... diz Solpré. A empresa faz isso e muito mais, com suporte tecnológico sofisticado e *know-how* insuperável

No mercado mundial de calçado, quando se fala em componentes, a começar pelas solas pré-fabricadas, há um nome, uma assinatura, uma chancela de qualidade que se sobrepõe, com toda a naturalidade, a todas as demais empresas que se especializaram nestas competências específicas: Solpré. Em Sendim, concelho de Felgueiras, o administrador da empresa, José Manuel Pimenta, hoje em parceria com o filho

Alexandre, que tem a seu cargo a direcção comercial, continua a fazer do investimento em novas soluções tecnológicas a melhor 'ferramenta' para andar sempre... sempre um passo à frente. Desde 1978 ligado aos componentes para calçado, José Pimenta apostaria dez anos depois na abertura da Solpré, numa lógica de especialização fortemente competitiva, capaz de seduzir os melhores Clientes – mais de 90% do

que produzem é para as principais marcas de calçado internacionais. Em 1988 a empresa arrancou com meia centena de Colaboradores, número entretanto duplicado (hoje já são mais de 100) em razão de um crescimento sustentado e imparável. Exceptuando o último exercício (2017), em que o desempenho circunstancialmente extraordinário representou um aumento de 25% do volume de vendas, a Solpré



tecnologia avançada permanecerá no topo das prioridades estratégicas da empresa, condição indispensável para alargar os horizontes de internacionalização junto de mercados de forte potencial, como a França, a Alemanha e o Reino Unido, sem perder de vista novos negócios nos Estados Unidos. E olhando o futuro, os actuais indicadores da Solpré têm tudo para dar certo, ao sublinharem a solidez financeira da empresa e uma dimensão competitiva assente em três atributos: qualidade, agilidade e eficiência.

**Cliente do Crédito Agrícola de Terras do Sousa, Ave, Basto e Tâmega*

pretende um crescimento anual de pelo menos 10%. Ainda sobre o universo de Colaboradores, os números só não são mais expressivos porque as novas soluções tecnológicas chamam hoje a si muitas das tarefas que, outrora, cabiam ao trabalho manual. Por falar nisso, ao passar em revista os momentos determinantes na história da empresa, José Manuel Pimenta não hesita em destacar o ano de 1997. “Fomos provavelmente os primeiros na Europa a desenvolver uma maquete em suporte digital, e seguramente na Península Ibérica os primeiros no sector a investir numa máquina CNC de cinco eixos. Até os próprios italianos, que formavam os nossos Colaboradores, ainda não tinham arriscado, na prática, a incorporar a atividade de desenvolvimento de moldes na cadeia de valor da empresa”. Resulta daí que esse investimento – e, acima de tudo, esse risco – valeu a pena. Se até então a resposta a um pedido do Cliente para o desenvolvimento de um modelo de componente de calçado

recorrendo a toda a cadeia de abastecimento, demorava cerca de um mês, com o novo equipamento digital passou a ser possível responder em... dois dias. Alexandre Pimenta faz notar que essa viragem foi absolutamente marcante, conferindo à empresa quase o monopólio de todo o tipo de desenvolvimento de componentes para calçado.

“Foi a partir daí que nos posicionámos definitivamente um passo à frente da concorrência. Agora, considerando o dinamismo da envolvente, e olhando objectivamente para a facilidade de acesso a recursos tecnológicos, já não nos podemos destacar apenas pela inovação, mas aliamos a isso o factor mais importante neste tipo de indústria: o know-how dos nossos Colaboradores e a estratégia que, tanto eu como o meu pai, tentamos incutir: a diferenciação: priorizar a excelência e qualidade dos nossos produtos e a necessidade de follow-up, encarando a relação cliente-fornecedor como uma parceria.”

Uma coisa é certa: o investimento em





O Mundo a seus pés

Kenzo, Camel, Marco Polo, Pal Zireli, Jack & Jones, Tommy Hilfiger, Gant, Rockport... Quem vê sapatos de marca, não vê a arte e o talento de um fabricante português que até já calçou um gigante da NBA. E, já agora, a estrela do calçado lusitano é a Arlitó

Ainda Portugal não tinha adoptado o conceito de empreendedorismo, já António Ferreira Pereira se destacava como empreendedor, a exemplo de outros portugueses que, por diferentes razões e motivações, assumiram o risco de tentar ser bem-sucedidos. Com uma experiência no sector do calçado que vem de menino e moço, o administrador da Arlitó tem mundo – faz questão de lembrar a sua experiência nas minas de carvão de Ponferrada, na Galiza – e uma memória prodigiosa onde vai buscar aqueles ensinamentos que ficam para sempre e lhe dizem como relativizar as coisas mais irrelevantes da existência e como valorizar o que realmente importa: as relações humanas feitas no molde da lealdade, da franqueza e da partilha dos bons valo-

res da vida. Há trinta e oito anos, o negócio arrancou com um investimento inicial de cinco mil escudos (hoje, 25 euros...). Foi o bastante para fazer a roda dos sonhos girar, lado a lado com dois Colaboradores que sabiam fazer, do princípio ao fim, um par de botas ou sapatos, assumindo António Ferreira Pereria a tarefa do corte – a sua especialidade. Os primeiros tempos centraram-se no fabrico de dois modelos para fornecimento de um



No portefólio da empresa, não faltam histórias marcantes e episódios relevantes. É o caso daquela ‘super bota’ [ver foto, em cima] fabricada propositalmente para uma campanha publicitária da Rockport, que, em tempos, fez sucesso nos pés de uma estrela maior da NBA.

Quando assim acontece, Portugal sabe bem o terreno que pisa. Terreno fértil para a afirmação da sua competitividade.

**Cliente do Crédito Agrícola de Terras do Sousa, Ave, Basto e Tâmega*



distribuidor exclusivo de Guimarães, numa experiência que se revelaria importante para consolidar competências e ganhar notoriedade.

Quatro décadas depois, a Arlitó é hoje uma referência destacada na fileira do calçado, com um volume de facturação que supera já os 14 milhões de euros e um universo de Colaboradores quase a chegar aos 250. “Aqui, na unidade de Torrados [Felgueiras], temos 170 pessoas a trabalhar, distribuídas pelas áreas de modelação, corte, pré-costura, costura, fabrico e acabamento. E desde 2015 passámos a dispor de uma fábrica de apoio em Cinfães, presentemente com 66 profissionais ao serviço, sendo que o nosso compromisso inicial com o Presidente da Câmara foi garantir a oferta de 15 postos de trabalho”.

Essa diferença diz tudo em relação ao que tem sido o desempenho da Arlitó, reflectindo uma estratégia de sucesso claramente apontada ao crescimento permanente, mas sustentado, e não abdicando nunca daquilo que sempre fez a diferença. “Um produto de qualidade inatacável, capaz de fidelizar as marcas de calçado mais exigentes do mundo”, assinala Bruno Pereira, filho de António, que tem a responsabilidade do marketing e da área comercial. A propósito de marcas de topo, se referências, se credenciais fossem precisas para atestar a excelência do trabalho da Arlitó, bastaria dizer que entre os seus Clientes se contam, por exemplo, a Kenzo, a Camel, a Marco Polo, a Pal Zireli, a Jack & Jones, a Tommy Hilfinger, a Gant... e por aí adiante.



O futuro semeado em bom português

Trinta anos depois, Portugal, o maior consumidor *per capita* de arroz na Europa, volta a ter duas sementes nacionais: a Ceres, em tributo à deusa romana da agricultura, e a Maçarico, em homenagem à ave ‘residente’ nos nossos arrozais. Tudo isto é fruto do Programa Nacional de Melhoramento Genético do Arroz, iniciado em 2003 e que, em 2014, contou com o apoio do projecto LUSARROZ. Uma parceria exemplar entre a investigação agrícola, a produção e a indústria

A ideia de que as boas práticas em Portugal são implementadas só muito depois de lançadas noutros países é, bem vistas as coisas, uma percepção pouco fiável, tantas vezes contraposta pela realidade dos factos. Vamos ao ponto: quando a Comissão Europeia promoveu as negociações que resultaram no novo Quadro Comunitário de Apoio (Portugal 2020), as recomendações em matéria de investigação agrícola foram muito claras: investigadores, produtores e indústria têm de actuar em parceria, num trabalho articulado que resulte em inovação, sustentabilidade ambiental, menores custos de produção e maior produtividade. Por outras palavras, o conceito bottom-up convoca os *stakeholders* (produção e indústria) a identificar os problemas, desafiando os investigadores a encontrar soluções. Pois bem, o Programa Nacional de Melhoramento Genético do Arroz é absolutamente exemplar nesse contexto

– ao arrancar em 2003, antecipou a larga distância aquilo que só muito mais tarde seria a determinação europeia. Entretanto, em 2014 surgia o LUSARROZ, projecto agregando o COTArroz – Centro Operativo e Tecnológico do Arroz, a BENAGRO – Cooperativa Agrícola de Benavente, o INIAV – Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária e a APARROZ – Agrupamento de Produtores de Arroz do Vale do Sado. Uma parceria que permitiu ao referido programa de melhoramento genético a criação de ensaios de adaptação, contribuindo assim para o processo de selecção das futuras variedades de arroz portuguesas. Objectivo final: disponibilizar aos agricultores sementes certificadas, cuja tipologia esteja adaptada às condições edafoclimáticas do país.

Distinguido com o Prémio Empreendedorismo e Inovação do Crédito Agrícola 2017, na categoria



“Projecto de Elevado Potencial”, e com o Prémio Vida Rural 2016, na categoria “Investigação e Desenvolvimento que marca”, o LUSARROZ entrou já em velocidade de cruzeiro, tendo por suporte obra feita: Ceres e Maçarico, as duas novas variedades portuguesas de arroz que se prevê resultarem em sementes disponíveis para os produtores já em 2019.

Com encontro marcado no COTArroz, nos campos de Paul de Magos, fomos esmiuçar a história, saber novidades e antecipar os próximos passos em torno do projecto LUSARROZ.

“Para a produção e a indústria, os resultados fantásticos do trabalho desenvolvido em parceria é a prova tangível de que este foi um casamento feliz. Com o fim das variedades portuguesas registada há trinta anos atrás, a fileira tem vivido na dependência total de sementes importadas, especialmente de Itália e França, o que onera os custos de



produção e condiciona os níveis de produtividade. Com o regresso a variedades nacionais, a lógica inverte-se e os agricultores agradecem, vendo abrirem-se novos horizontes para o futuro das culturas do arroz”, sublinha Joaquim Cabeça, presidente da AOP – Associação de Orizicultores de Portugal, director da BENAGRO e, por inerência, director do COTArroz. “O balanço de quinze anos de trabalho é muito compensador”, assinala Ana Sofia Almeida, investigadora do INIAV, com competências na área do melhoramento genético dos cereais. “No contexto da variabilidade genética e da recombinação de genes, trabalhamos durante cerca de seis anos nas tarefas de selecção e triagem, que precederam os ensaios em ambiente agricultor. Estamos no Mondego, com a DRAP [Direcção Regional de Agricultura e Pescas do Centro], no Tejo com o COTArroz, e no Sado, com a APArroz [Agrupamento de Produtores de Arroz

do Vale do Sado]. Nos três cenários, testamos a resistência a doenças, a produtividade e a qualidade”, acrescenta Ana Sofia Almeida, indicando que está a decorrer a fase de avaliação de semente de pré-base, que antecede, após decisão dos serviços competentes, a inscrição no Catálogo Nacional de Variedades. “Só as sementes que constam desta selecção oficial poderão ser utilizadas pelos agricultores”, esclarece a investigadora do INIAV. Considerando a realidade portuguesa e, concretamente, as culturas de arroz no Mondego, Tejo e Sado, o programa de melhoramento genético, embora incidindo na obtenção das novas variedades – Ceres (carolino da sub-espécie japónica) e Maçarico (agulha da sub-espécie índica) –, vem trabalhando todas as sub-espécies, incluindo os chamados arrozes médios, especialmente associados aos risotos. Ao longo da conversa, percebemos que estamos entre os verdadeiros

entendidos na matéria. E por isso mesmo, o que nos move é ouvir, tomar nota – aprender. Se já sabíamos que o carolino é o arroz eleito pela melhor mesa portuguesa e pelos chefs mais cotados, ficámos a saber que essa escolha tem a sua ciência: “As moléculas do carolino são ramificadas e não lineares, como sucede com as outras espécies. E isso faz toda a diferença. O comportamento à cozedura resulta num caldo que vai absorver, como nenhum outro arroz, os sabores dos ingredientes que adicionamos –o tomate, o bacalhau, o marisco, seja o que for”, explica-nos a secretária-geral do COTArroz, Paula Marques. E nós ficamos deliciados com a explicação, cientes de que o projecto LUSARROZ é um saboroso exemplo que Portugal tem para dar ao mundo. Um exemplo de cooperação notável pela inteligente e dinâmica conjugação de três palavras-chave: investigação- -produção-indústria.

Desemprego abaixo de 8%

A estimativa provisória da taxa de desemprego de Janeiro de 2018 foi de 7,9%, anunciou o Instituto Nacional de Estatística (INE). É a primeira vez, desde 2004, que este valor fica abaixo

dos 8%. Naquele mês, a estimativa da população desempregada terá sido de 410,6 mil pessoas e a da população empregada de 4.773,4 mil pessoas. O valor de 7,9% compara com os 8%

verificados em Dezembro, menos 0,1 pontos percentuais (p.p.) que no mês anterior, menos 0,5 p.p em relação a três meses antes e menos 2,2 p.p. face ao mesmo mês de 2016.

ESTIMATIVAS MENSAIS DE EMPREGO E DESEMPREGO								
PRINCIPAIS INDICADORES								
	UNIDADE	VALORES AJUSTADOS DE SAZONALIDADE						
		DEZ 2016	JAN 2017	SET 2017	OUT 2017	NOV 2017	DEZ 2017	JAN 2018 (P)
População activa (15 a 74 anos)	MILHARES DE PESSOAS	5 124,2	5 128,7	5 158,3	5 165,5	5 169,5	5 183,7	5 184,1
População empregada (15 a 74 anos)		4 604,0	4 611,0	4 718,0	4 730,5	4 751,8	4 771,5	4 773,4
População desempregada (15 a 74 anos)		520,3	517,7	440,3	434,9	417,8	412,3	410,6
Taxa de emprego (15 a 74 anos)	%	59,1	59,1	60,6	60,8	61,1	61,3	61,3
Taxa de desemprego (15 a 74 anos)		10,2	10,1	8,5	8,4	8,1	8,0	7,9

fonte: INE

Zona Euro: inflação cai para 1,1%

Em Fevereiro, a inflação na Zona Euro caiu para 1,1%, o valor mais baixo desde Dezembro de 2016, revelou o Eurostat, gabinete de estatísticas da União

Europeia. Em Janeiro, a inflação situou-se nos 1,3% acentuando a trajectória de descida iniciada em Dezembro do ano passado.

No conjunto da União Europeia, a inflação desceu de 1,6% em Janeiro para 1,3% em Fevereiro.



fonte: Eurostat



Aprender economia com quem **sabe**

A educação financeira dos portugueses leva João Duque ao ecrã da SIC, à sexta-feira, entre as 22h e as 23h. Com o patrocínio do CA, o mediático economista e professor universitário assina “Economia com quem sabe”, a nova rubrica do programa “Minuto de Economia”

O patrocínio do CA ao programa da SIC generalista “Minuto de Economia”, numa parceria iniciada em 2009 e que gera um impacto anual superior a um milhão de telespectadores, passou a contar em 2018 com

a rubrica “Economia com quem sabe”, assinada por João Duque, economista e professor universitário do ISEG – Instituto Superior de Economia e Gestão. Transmitida semanalmente à sexta-

-feira no horário habitual do “Minuto de Economia” (entre as 22h e as 23h), a nova rubrica trata de conceitos de Economia e Finanças úteis para os portugueses, num contexto de educação financeira.

COUQUINHO SUPERIOR BRANCO DOC 2016

ORIGEM: Douro, Quinta do Couquinho Sociedade Agrícola

CASTAS: Viosinho e Rabigato

NOTAS DE PROVA: Vinho de cor cítrica, brilhante e denso, mostra aromas de flores e fruta, sugestões balsâmicas e tropicais. A boca confirma a frescura, quase tensa, mineral, mas elegante e de final longo.



CASA DA ÍNSUA BRANCO RESERVA 2016

ORIGEM: Dão, Casa da Ínsua

CASTAS: Encruzado

NOTAS DE PROVA: Vinho de aroma fino e delicado, com bom volume de boca e ligeiras notas citrinas amparadas por notas de madeira de barrica nova. Está pronto para se consumir mas poderá ser guardado por mais cinco anos.



PRIOR LUCAS ESPUMANTE BRUTO BLANC DE NOIRS 2015

ORIGEM: Bairrada, Prior Lucas

CASTAS: Baga

NOTAS DE PROVA: Vinho de cor citrina, com nuances rosadas, mostra aroma limonado, a flor de laranjeira e compotas de frutos vermelhos, complexado com notas de madeira. Sabor fresco e complexo, harmonizado com uma efervescência fina, mas vibrante.



CARDEAL DOM GUILHERME RESERVA TINTO

ORIGEM: Tejo, Adega

Cooperativa de Alcanhões

CASTAS: Touriga Nacional

NOTAS DE PROVA: Aroma em que se salientam a fruta fresca e as notas perfumadas de madeira, especiarias e ervas aromáticas. Fresco e macio na boca, com percepção da madeira em evidência.



O ano de 2017 foi especialmente revelador de boas sugestões de vinhos e azeites, nos respectivos Concursos CA. Para conferir nesta dupla página e depois... saborear

Para conferir e saborear

HERDADE DO SOBRADO

ORIGEM: Portugal, Fitagro Grupo
VARIETADES: Aberquina e Picual
NOTAS DE PROVA: Frutado Maduro



ACUSHLA GOLD EDITION

ORIGEM: Portugal, Acushla, SA
VARIETADES: Cobrançosa, Verdeal e Madural
NOTAS DE PROVA: Frutado Maduro



OLIVEIRA DA SERRA - OLIVEIRINHA

ORIGEM: Portugal, Agroazeite Sociedade Agrícola
VARIETADES: Aberquina
NOTAS DE PROVA: Frutado Maduro



OLIVEIRA DA SERRA - SELECCAO VERDE

ORIGEM: Portugal, Refúgio Verde
VARIETADES: Arbequina, Arbosana, Cobrançosa e Koroneiki
NOTAS DE PROVA: Frutado Verde Ligeiro



ROSMANINHO PREMIUM

ORIGEM: Portugal, Cooperativa de Olivicultores de Valpaços
VARIETADES: Madural, Cobrançosa e Verdeal
NOTAS DE PROVA: Frutado Verde Ligeiro



Luminosidade contagiante

Chegou a altura do ano pela qual mais ansiamos. Após um Inverno frio e chuvoso, os dias amenos, brilhantes e luminosos fazem as delícias de todos. É tempo de abrir as portas ao guarda-roupa e deixar sair as peças mais frescas e coloridas

Na Primavera, o tempo ainda é incerto. Tão depressa está um dia de sol como de repente começa a chover. Não seja apanhada desprevenida – nesta época, o seu grande aliado será o *trench coat*. De cor camel, intemporal, fácil de conjugar com qualquer peça de roupa.

Assistimos, nesta estação, ao regresso das calças bem largas, estilo *palazzo* – ideais para construir um *look* de trabalho, moderno e arrojado. Não é novidade que as saias plissadas têm sido peça de destaque em temporadas anteriores. Agora, também o são. Criando uma silhueta muito elegante, podem ser conjugadas com camisas ou t-shirts, e são perfeitas para diferentes ocasiões. Permitem passar do formal ao casual num abrir e fechar de olhos – basta trocar os saltos altos por uns ténis e... já está.

Quanto aos padrões, predominam o tweed, as riscas e os estampados florais. Os pormenores em renda ou bordados estão presentes nas camisas, tops e vestidos, conferindo um toque feminino às peças.

As cores querem-se quentes, fortes, já a chamar o Verão. São disso exemplo o vermelho, o amarelo, o fúcsia, o azul

BEAUTY TIME

- > Tons quentes: nos lábios, bochechas e olhos
- > Pele luminosa: aplique um iluminador na testa, nariz, têmporas e queixo
- > Para um look festivo, aposte em glitter nos olhos

Klein (a que comumente chamamos azulão). Uma peça de uma destas cores bastará para criar o seu look: combine-a com branco, preto ou ganga.

Uma nota especial para o clássico branco, presente em todas as coleções, que é cor de eleição do Verão. Com tons metálicos (prateados e dourados), sob uma tez bronzada, vai fazê-la destacar-se.

O blazer é uma das peças-chave do guarda-roupa de qualquer mulher. Invista num, combine-o com uma camisa de ganga, para cortar a formalidade, ou com um vestido numa noite fresca de Verão.

E, já a pensar nos dias de praia, deixamos uma sugestão para um look simples e infalível: fato de banho, páreo colorido, uma cesta de verga e, claro, um chapéu de aba larga para proteger do sol.

Cada vez mais, a moda é aquilo que cada um de nós escolhe fazer com as suas roupas, misturando tendências e gosto pessoal. Lembre-se: nós é que fazemos das peças aquilo que queremos que elas sejam. Nem mais.

MASSIMO DUTTI



SEXTO SENTIDO

INESCAPÁVEIS

- > Saias plissadas
- > T-shirts statement
- > Brincos XL



SEPHORA



H&M



MANGO

GLOBE



MANGO



BIMBA Y LOLA

BIMBA Y LOLA

A DOIS PASSOS

— CONFRARIA NABOS E COMPANHIA

SABORES QUE GOSTAMOS DE SABER

A localidade de Carapelhos, no concelho de Mira, em pleno coração do território arenoso da Gândara, é sede da Confraria Nabos e Companhia, que faz da defesa do património gastronómico ponto de partida para outras declinações de uma cidadania responsável, promotoras de cultura e futuro sustentável



OUTRAS LATITUDES DE COOPERAÇÃO

1 Numa época em que a globalização tende a tudo uniformizar, a Confraria Nabos e Companhia é guardiã de uma relevante herança cultural gastronómica que associa harmoniosamente os mais genuínos sabores da terra aos do mar, tendo por montra principal a Feira dos Grelos, realizada anualmente no penúltimo fim-de-semana de Maio – que o mesmo é dizer: o acontecimento gastronómico de maior dimensão promovido, no país, por uma única Confraria.

2 Ainda no plano gastronómico, a capacidade de inovação tem sido demonstrada na criação de novos produtos e combinações de sabores, em estreita cooperação com chefs e outros especialistas naturais da região, cabendo realçar, entre os mais recentes, o gelado de nabo (produzido em parceria com a Gelados de Portugal) e o GINABO (o único gin existente com sabor a nabo, produzido em parceria com as Caves da Montanha).

Esta Confraria pretende defender e promover o património daquele espaço geográfico que abrange também o território dos concelhos de Cantanhede e de Vagos. Para isso, desenvolve actividades culturais muito diversificadas através das quais procura reabilitar o legado das tradições e a sua preservação, projectando-as no futuro de forma sustentável. A sua acção tem sido reconhecida por numerosas instituições entre as quais a própria Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas, que a galardoou com o prémio que distingue as boas práticas confrádicadas.

3

A Confraria é uma embaixadora muito dinâmica da sua terra, fazendo-se representar em diferentes iniciativas da Federação, de Municípios e de outras Confrarias. Tem-no igualmente sido a nível internacional, designadamente através de geminações e protocolos de cooperação, junto de congéneres de dez países situados em três continentes, num notável trabalho de criação e de fortalecimento de relações de amizade entre os povos. Para além disso, está envolvida no apoio às restantes Associações locais, tanto a nível logístico como financeiro.

4

No plano cultural e da cidadania responsável, releva o apoio à investigação histórica e à produção literária, através de concursos, da edição e apresentação editorial de obras dos mais diversos géneros literários. De resto, nos últimos anos, vários têm sido os escritores confrades distinguidos com primeiros prémios em concursos literários de âmbito nacional. Outro tópico a sublinhar é o Prémio de Mérito Académico Confraria Nabos e Companhia/ Silvério Manata, anualmente atribuído ao aluno do Concelho de Mira que obtiver a melhor média no acesso ao Ensino Superior. Contudo, a iniciativa que melhor simboliza e sintetiza a actividade da Confraria, constituindo o seu ex-líbris, é a de ter impulsionado a construção da Praça central de Carapelhos e de ter oferecido, para nela ser instalado, um monumento ao Homem Gandarês, magnificente escultura de quatro metros de altura, cujo autor é confrade e consagrado mestre-escultor Alves André.

PORTALEGRE JAZZFEST

A 15.ª edição do Portalegre JazzFest regressa ao formato de um fim-de-semana único, de quinta-feira a sábado, num cartaz com seis concertos e muitas estrelas, a começar pelos norte-americanos Bill Frisell (guitarra) e Thomas Morgan (contrabaixo) e os noruegueses Ingebrigt Haker-Flaten (contrabaixo), Kjell Nordeson (percussão) e Martin Küchen (saxofone). O fecho do festival trará uma fusão de sons e instrumentos muito portuguesa. De um lado, o Ricardo Toscano Quarteto, cuja linguagem adoptada é a do bebop e do pós-bop, com claras influências de Charlie Parker e um repertório de originais e composições históricas que vai até Ornette Coleman. E finalmente, o sexteto Slow is Possible, praticante de um jazz que revela influências eruditas, mas também do rock e das músicas exploratórias, dando um relevo à melodia e ao ritmo que o torna particularmente acessível. Centro de Artes do Espectáculo de Portalegre, de 26 a 28 de Abril.



© JOHN ROGERS



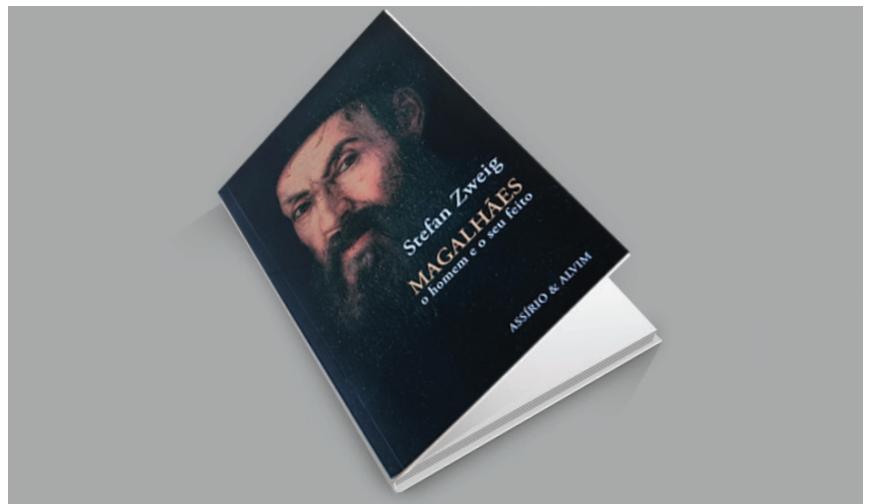
© FRANCISCO CORREIA

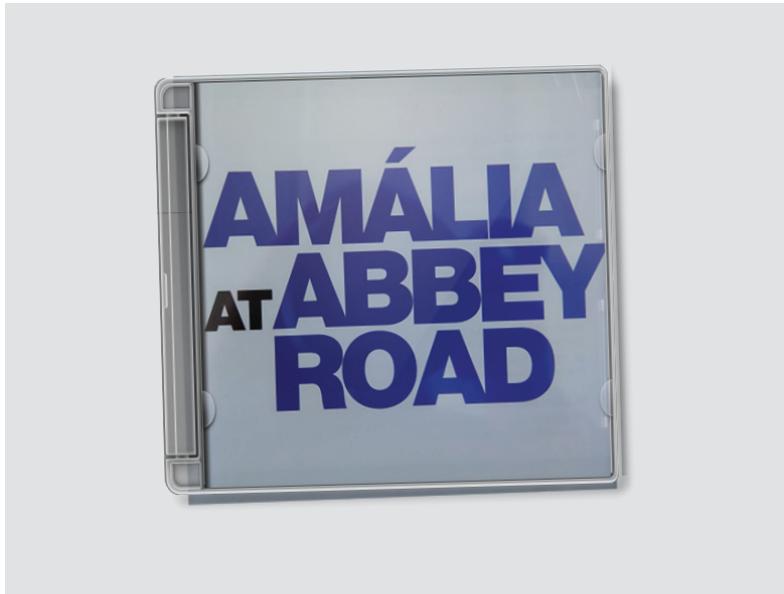
MADEIRA FLORIDA

Um tributo à Primavera celebrando “a metamorfose, o renascimento, a fertilidade e a abundância das flores que pintam, perfumam e inebriam o meio envolvente e que emprestam valor e levam o bom nome deste destino turístico além-fronteiras”. Não há melhor argumento ou cartão de visita, nem convite mais apelativo para visitar a Festa da Flor. Ilha da Madeira, de 19 de Abril a 13 de Maio.

LIVRO

A BIOGRAFIA DE FERNÃO MAGALHÃES, com a notável assinatura de Stefan Zweig, é uma homenagem confessa ao primeiro homem da História a empreender a circum-navegação do mundo. Editado pela Assírio & Alvim e traduzido do alemão por Gabriela Fragoso, o livro “descreve-nos o homem e o seu feito, com grande detalhe e maravilhosa pujança narrativa, a par das circunstâncias históricas em que decorreu a viagem deste português, grande entre os maiores”.





DISCO

NUM TEMPO EM QUE SE SUCEDEM OS TRIBUTOS e se revisita, com frequência relevante, a obra da grande diva do fado, a nossa sugestão vai para um álbum que os entendidos consideram incontornável: *Amália Rodrigues - At Abbey Road (The Complete Sessions)*, disco com a etiqueta da Companhia Nacional de Música. “Em 1952 (dez anos antes dos Beatles, como Amália gostava de frisar), são registados 19 temas nos prestigiados estúdios Abbey Road. O repertório escolhido é bastante heterogéneo, compreendendo criações suas como o emblemático *Foi Deus* de Alberto Janes, êxitos de revista, fados tradicionais, flamencos e até êxitos brasileiros. Consta que as gravações são resultado de uma única – e verdadeiramente inspirada – sessão”, revela a editora.

PORTO ANFITRIÃO DE SONNABEND

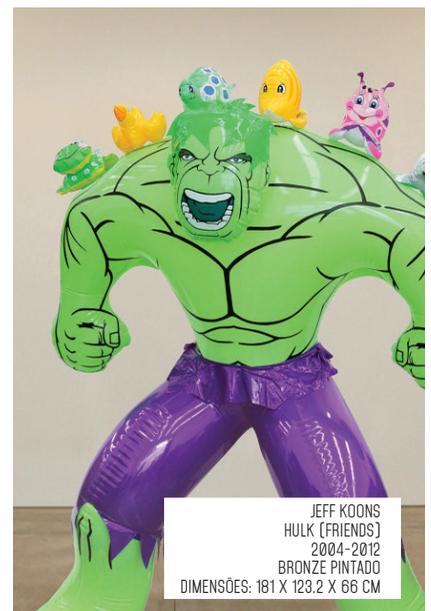
Depois da marcante exposição da Parte I, em 2016, Serralves apresenta “A Coleção Sonnabend: Parte II”, comissariada por António Homem, director da Sonnabend Gallery de Nova Iorque. Criada pela influente galerista Ileana Sonnabend (1914 - 2007), a Coleção Sonnabend é considerada uma das mais importantes coleções de arte americana e europeia da segunda metade do século XX, representando alguns dos movimentos fundamentais da arte ocidental dos nossos dias. Embora conhecida sobretudo pelo seu apoio aos principais protagonistas da arte pop, do minimalismo, da arte povera, do pós-minimalismo e da arte conceptual, Ileana Sonnabend deu continuidade ao seu compromisso até à sua morte em 2007. Museu de Arte Contemporânea de Serralves, Porto, de 10 de Maio a 30 de Setembro.



JEFF KOONS
ANTIQUITY (WOMAN WITH
PARROT VENUS COUPLE)
2012
ÓLEO SOBRE TELA
DIMENSÕES:
272,9 X 213,3 CM



JEFF KOONS
CATERPILLAR LADDER (WALL)
2007
AÇO GALVANIZADO E ALUMÍNIO
PINTADO
DIMENSÕES: 216 X 50,8 X 111,7 CM



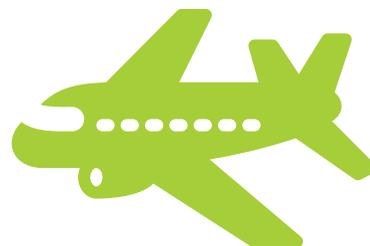
JEFF KOONS
HULK (FRIENDS)
2004-2012
BRONZE PINTADO
DIMENSÕES: 181 X 123,2 X 66 CM

LOJA CA

ESPECIAL 25 DE ABRIL

PERU MÍTICO

Um circuito absolutamente imperdível no Peru, contemplando Lima, Cuzco, Valle Sagrado, Machu Picchu, Ilhas Ballestas e Linhas de Nazca. Mais uma sugestão exclusiva CA e Halcon Viagens. Reserve já na sua Loja CA.



PREÇO POR PESSOA
EM DUPLO DESDE:

2.270€

TAXAS INCLuíDAS

SAÍDA DE LISBOA
A 25 DE ABRIL | 7 NOITES

INCLUI: VOO LISBOA/MADRID/
LISBOA COM A COMPANHIA
AÉREA IBERIA



12x
sem juros

* TAEG de 0,84% para 12 prestações sem juros, calculada para o PVP indicado em cada exemplo. Vigoram as condições de pagamento acordadas para o seu cartão. Mais informações na Loja CA ou em www.creditagricola.pt



8º CONCURSO INTERNACIONAL DE AZEITES VIRGEM EXTRA PRÉMIO CA OVIBEJA

27 DE ABRIL a 1 DE MAIO DE 2018

BEJA • PORTUGAL

Cerimónia de entrega de prémios:
28 de Abril de 2018

Casa do Azeite
Associação do Azeite de Portugal
Rua Pinheiro Chagas, nº17, 4º Esq.
1050-174 Lisboa | Portugal

Telefone: (+351) 21 384 18 10
Fax: (+351) 21 386 19 70
E-mail: geral@casadoazeite.pt

www.ovibeja.pt
www.creditoagricola.pt



Organizado por:



ACOS
AGRICULTORES
DO SUL





100%

50%

0%