

COMÉRCIO BILATERAL DE BENS E SERVIÇOS ENTRE OS DOIS PAÍSES VALE 16 MIL MILHÕES DE EUROS

França tem 50 mil empresas geridas por portugueses

Existe um grande dinamismo da comunidade portuguesa em França, com 45 a 50 mil empresas geridas por portugueses e luso-descendentes. A afirmação foi feita por Pedro Marinho. O cônsul-geral de Portugal em Marselha interveio na mesa-redonda/debate organizada pela “Vida Económica” que reuniu empresários e dirigentes associativos em Montpellier, no decorrer do Sitevi.

A comunidade portuguesa é a primeira comunidade estrangeira residente em França, criando grande dinamismo a nível profissional e empresarial. As cerca de 50 mil empresas geridas por portugueses e luso-descendentes geram um volume de negócios de muitos milhões de euros. Comparativamente, em Portugal há um total de cerca de 300 mil empresas ativas.

“É preciso que os empresários e as próprias instituições olhem para o nosso mercado com uns olhos diferentes.

A história hoje em dia engana-nos. Em Portugal, temos o discurso natural que os mercados lusófonos são uma prioridade. Seguramente não devemos abandonar este discurso.

Mas a frieza dos números revela-nos que exportamos mais para a Andaluzia do que para o Brasil. Os espanhóis exportam mais para Portugal do que para toda a América Latina, do México ao Chile. Esta é a força do mercado interno” – referiu Pedro Marinho.

De acordo com as estatísticas das alfândegas francesas, que elaboram as estatísticas de comércio

externo, Portugal está no Top 10, ou pelo menos no Top 20, quer das importações quer das exportações.

“Se somarmos o comércio de bens e serviços nos dois sentidos, temos um comércio de mais de 16 mil milhões de euros” – destacou.

Região do Sudoeste de França tem 3000 empresas geridas por portugueses

Com base na informação das câmaras de comércio e indústria e das câmaras de artesanato, só na zona de jurisdição do Consulado-Geral de Portugal em Marselha existem 3000 empresas detidas por portugueses ou luso-descendentes.

“Felizmente, os portugueses representam uma comunidade que teve sucesso em França e criou um nome. Em França, há setores em que ser português é uma mais-

-valia. O setor da construção é um deles. O vinho do Porto não precisa de ser apresentado em França. As rolhas, a cortiça, são também uma mais-valia para nós. A marca Portugal em França é

conhecida em vários setores. Os empresários que sabem usá-la têm mais hipóteses de ter sucesso” – disse Pedro Marinho.

Para o cônsul de Portugal, esta grande constelação de empresas tem uma fragilidade que é não estar bem organizada. “Há clubes de negócios dinâmicos de empresas portuguesas como o de Lyon”.



O Sitevi foi visitado por 57 mil profissionais em Montpellier.

Trabalho em rede potencia resultados

Segundo referiu, seria muito importante que as empresas franco-portuguesas vissem a mais-valia de trabalhar em conjunto.

Além da ação desenvolvida pelas estruturas associativas existentes em França, Pedro Marinho destacou o papel da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa. Como está em Portugal, tem uma vocação particular e apesar de apoiar qualquer empresa nos dois sentidos, é natural que apoie sobretudo as empresas que estão baseadas ou pretendam ter atividade em território português.

Em sua opinião, ainda falta fazer mais porque é nesta grande constelação que ainda há uma grande margem para crescimento. “Mesmo que a economia fran-

cesa esteja em relativa estagnação, os portugueses conseguem fornecer e aumentar as suas exportações de uma forma extraordinária” – salientou.

Pedro Marinho referiu que os serviços da Embaixada de Portugal em França têm a missão de acolher empresas, e apoiar os exportadores que pretendem trabalhar no mercado francês.

“Em todos os contactos que tenho com as autoridades locais, a todos os níveis, os que conhecem portugueses têm uma boa impressão dos portugueses.

A mim, enquanto representante consular, só me facilita o trabalho. Quando é que é difícil trabalhar? Quando não nos conhecem. O que nos falta é cada vez mais trabalhar em rede” – acrescentou.

Segundo explicou, França é um país de disparidades, um país muito grande que tem departamentos em crescimento mas também tem departamentos profundamente deprimidos economicamente. Há zonas que eram industrializadas que viram as indústrias partirem e que estão em plena transformação do seu tecido económico. “Montpellier também tem um bom pólo de start-ups” – acrescentou.

França é o maior comprador de vinhos portugueses

O mercado francês é determinante para Portugal – considerou José Pedro Soares. O presidente da CVR da Bairrada integrou o grupo de visitantes profissionais que se deslocou ao Sitevi. “Esta-

mos a falar do mercado principal do mercado de vinhos nacionais, onde os vinhos do Porto têm uma presença preponderante” – notou. Se retirarmos o vinho do Porto do que é o negócio de vinhos para França, o mercado cai de forma significativa na posição que tem nas exportações nacionais, mas mesmo assim França sem vinho do Porto é o 5º mercado.

Exportações portuguesas aumentam mesmo quando a economia francesa estagna

de concorrer por preço com todos os restantes vinhos. O que todos gostaríamos era que houvesse um foco naquilo que são as diferenças de Portugal nas suas regiões, nas suas variedades autóctones, porque isso traria com certeza uma maior fidelização por parte do consumidor francês” – disse o presidente da CVR da Bairrada. “Por outro lado, acho que uma garrafa de vinho tem um papel de embaixador do país. Acredito que o facto de se venderem vinhos de uma determinada região e com uma determinada variedade acaba por fazer com que as pessoas queiram visitar o país” – explicou.

“Temos um trabalho a fazer, tem havido uma conjuntura positiva. As vendas têm vindo a crescer. Não há relutância em comprar vinho português. Temos também de trazer aquilo que é diferente. Não faz sentido exportarmos só por valor baixo, temos de trazer valor acrescido” – concluiu.



Os novos equipamentos e serviços para a vitivinicultura, olivicultura e hortícolas levaram ao Sitevi 110 expositores provenientes de 25 países.

ARLINDO CUNHA SALIENTA EVOLUÇÃO TÉCNICA POSITIVA

“A relação preço/qualidade dos vinhos portugueses é fantástica”

“Os principais mercados de exportação dos vinhos portugueses estão Estados Unidos, Canadá, Angola e Brasil” – afirmou Arlindo Cunha. O presidente da CVR do Dão e antigo ministro da Agricultura destacou a importância de França e da comunidade de portugueses e luso-descendentes. “Na União Europeia, no caso dos vinhos, do Dão em particular, exportamos cerca de 45% do que certificamos. O Dão certifica cerca de 18 milhões de litros. Desse vinho, 60% vai para países terceiros e 40% vai para países da União Europeia” – disse Arlindo Cunha aos convidados da mesa-redonda.

Na União Europeia, a Alemanha é o mercado mais importante, seguindo-se a Bélgica, a Holanda e o Luxemburgo. No caso do Dão, a França vem em quinto lugar. Hoje em dia, “Portugal tem vinhos excecionais. Nos últimos 30 anos, houve uma autêntica revolução” – salientou Arlindo Cunha. Hoje em dia, as exportações de vinhos de mesa excedem já em valor as exportações de vinho do Porto. Segundo referiu, evoluímos muito tecnicamente, apoiados pelos financiamentos comunitários. O que acontece no Dão acontece um pouco por todo o país. Cerca de 40% do vinho que é certificado em Portugal é



Alexandra Ribeiro Custódio, vereadora da Câmara de Saint-Étienne.



Laurent Marionnet, diretor-geral da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa.



Pedro Marinho, cônsul-geral de Portugal em Marselha.



José Pedro Soares, presidente da CVR da Bairrada.

exportado quer para União Europeia, quer para outros países. “Temos uma organização nacional, que é a ViniPortugal, cuja função é promover o vinho português no mundo. A relação preço/qualidade dos vi-

nhos portugueses é fantástica. É nesse filão preço/qualidade que temos de nos afirmar. Um preço baixo é ainda o preço que temos de pagar por não termos a notoriedade que devemos ter. Se continuarmos a trabalhar

de forma sustentada e contínua seremos conhecidos. Temos uma dimensão média e, portanto, podemos desenvolver uma estratégia focada em mercados de valor” – acrescentou.

Visitantes e expositores em crescimento no Sitevi

O SITEVI, salão dos equipamentos e das técnicas para as produções vinha-vinho, olivicultura, frutas e hortícolas, que se realizou em Montpellier, registou pela segunda edição consecutiva um aumento do número de visitantes. Ao longo de três dias, o salão registou cerca de 57 000 entradas, com uma subida de 5 % em relação a 2015.

Com 1 100 expositores provenientes de 25 países (+ 10 % relativamente a 2015) e um aumento de 19 % de expositores internacionais, o SITEVI 2017 proporcionou aos visitantes um evento com bastantes inovações (mais

Mais de 300 novos produtos foram apresentados em Montpellier

de 300 novos produtos apresentados), reuniões e encontros, a fim de responder às preocupações das três fileiras. Destaca-se o aumento do número de visitantes internacionais, provenientes de mais de 60 países (vs 52 países em 2015), traduzindo o interesse e a diversidade da oferta do salão.

O jornal “Vida Económica” organizou uma visita de profissionais portugueses que teve o apoio da Promosalons Portugal e da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa, além do Consulado-Geral de Portugal em Marselha.

Para festejar os seus 40 anos, o SITEVI criou um novo espaço destinado aos serviços e iniciativas, onde decorreu a mesa-redonda organizada pela “Vida



Entre os convidados, Pedro Marinho, a cônsul honorária em Montpellier e Inácio Ribeiro.

Económica”.

Entre as novas iniciativas, destaca-se a operação “job dating” que ofereceu a possibilidade de se encontrarem empregadores e candidatos, com 402 dossiês de candidatura estudados e 105 entrevistas realizadas.

Durante o salão, decorreram 40 conferências e debates que juntaram cerca de 2000 participantes. Entre as temáticas abordadas, destacam-se a robótica, alavanca da viticultura, a produtividade dos olivais, as variedades de videiras resistentes.

O Polo Internacional alargou, este ano os serviços dedicados aos visitantes internacionais, propondo para além das visitas a explorações, uma zona de produtores internacionais com degustações de produtos do mundo e diversas sessões de networking.

ALEXANDRA RIBEIRO CUSTÓDIO, VEREADORA DA CÂMARA DE SAINT-ÉTIENNE, CONSIDERA

Potencial da comunidade portuguesa em França tem sido pouco aproveitado pelas empresas exportadoras

“Durante muito tempo a comunidade portuguesa foi ignorada na ação desenvolvida pelos exportadores portugueses” – lamenta Alexandra Ribeiro Custódio. A vereadora da Câmara de Saint-Étienne considera que a nova geração e a segunda e a terceira geração de lusófonos em França estão dispostas a ajudar e abrir portas. “Como autarca de origem portuguesa, tenho todos os dias a oportunidade de fazer essas ligações” – referiu. Aos participantes da mesa-redonda organizada pela “Vida Económica” disse que a Administração Local, as associações regionais e as câmaras de comércio locais vão ser cada vez mais a porta de saída de Portugal. Segundo salientou, as ligações que cada português tem com a sua terra vão ser determinantes no aumento das exportações e do investimento.

Mas destacou que a imagem de Portugal não se pode reduzir à imagem da saudade, que também penaliza o país. “Os milhares de empresas da região de Lyon que têm o coração ligado a Portugal são os melhores embaixadores dos produtos portugueses” – garantiu..

Para Alexandra Ribeiro Custódio, hoje em dia é fundamental utilizar bons veículos de comunicação e por isso a comunidade portuguesa em França pode abrir as portas aos produtos fabricados em Portugal.

Mais de 50 mil franceses vivem em Portugal

“Portugal está a mudar muito agora e os franceses podem ser os embaixadores dos vinhos portugueses” – afirmou Laurent Marionnet. O diretor-geral da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa salientou que já há mais de 50 mil franceses a viver em Portugal. O número de franceses que residem em Portugal atingiu no nível mais elevado de sempre e não para de aumentar. Laurent Marionnet admitiu que os vinhos portugueses têm uma excelente relação qualidade/preço e que o potencial de venda e exportação está a aumentar com a expansão da comunidade francesa. “A nossa Câmara de Comércio está ajudar os franceses a investir em Portugal, mas também somos uma câmara de comércio bilateral e podemos ajudar os portugueses a ir para França” – “Temos escritório em Lisboa e no Porto e queremos apoiar a entrada em França com os nossos parceiros que estão no território francês. Somos uma entidade privada, logo somos uma empresa também” – acrescentou.

A Câmara de Comércio e Indústria Luso-Francesa tem estado muito ativa através de conferên-

Franceses a residir em Portugal atingem o número mais elevado de sempre

cias regulares que reúnem empresários franceses e empresários portugueses. Os centros de serviços partilhados, a indústria de componentes automóveis, o turismo e as residências séniores foram alguns dos temas dos eventos realizados em 2017, com elevada participação.

Redes locais a crescer

A importância das iniciativas de âmbito local na aproximação entre Portugal e França foi destacada por Cláudio Pinto Fernandes. O empresário português foi o cofundador do Portugal Business Club, que tem sede em Lyon. O objetivo tem sido criar e expandir a rede local e promover a cooperação entre empresas dos dois países.

Conforme recordou, Lyon representa a segunda maior região de França em termos económicos. “Quando uma empresa portuguesa pensa instalar-se em



Ao longo de 40 anos, o Sitevi consolidou a posição de maíor salão mundial nos setores que representa.

França, pensa geralmente em Paris. Mas começar por Lyon pode ser uma boa escolha” – afirmou.

O empresário do setor dos serviços da economia digital referiu que o Portugal Business Club tem um discurso pragmático e é um bom complemento às instituições que estão instaladas na região. A cooperação entre Portugal e França também potencia o aumento da presença nos mercados africanos através da lusofonia.

Por isso também foi criado na região o Brasil Business Club, que já tem quatro anos de atividade, e mais recentemente foi também criado o Angola Business Club que apoiam a abordagem aos respetivos mercados.



A preparação da última edição do certame envolveu um trabalho de 18 meses de preparação, conforme referiu Martine Dégremont, diretora-geral do Sitevi.



Alexandrino Amorim, da CVR da Bairrada, com Cláudio Pinto Fernandes, um dos fundadores do Portugal Business Club de Lyon.



Luísa Nero, da Precision Elite, com Arlindo Cunha, da CVR do Dão.



Laurent Marionnet e Alberto Bulhosa, um dos expositores portugueses do Sitevi.



O cônsul Pedro Marinho visitou os stands das empresas portuguesas presentes no salão.