

# Jovens Agricultores #105

JAN|FEV|MAR| 2016 | Distribuição Gratuita  
Associação dos Jovens Agricultores de Portugal



**Novas Oportunidades para a Floresta**  
APCOR | FORESTIS | FNAPF

**Secretário de Estado das Florestas e do Desenvolvimento Rural**  
«O Jovem Empresário Rural deve ser objeto de diferenciação positiva»

**Ciclo de Conferências - Jovem Agricultor**

Caminha | Faro | Peso da Régua | Nelas | Estremoz | Funchal | Lisboa

## «O consumidor é o maior aliado da cortiça»

O setor da cortiça está numa curva de crescimento e precisa de mais e melhor matéria-prima para fazer face ao aumento da procura nos mercados internacionais. A indústria é desafiada a desenvolver novos produtos com maior valor acrescentado e está a apostar na promoção da cortiça enquanto marca global sinónima de cultura, tradição e sustentabilidade.

A Jovens Agricultores esteve à conversa com João Rui Ferreira, presidente da APCOR- Associação Portuguesa da Cortiça a quem pediu um diagnóstico dos desafios e oportunidades do setor. A entrevista decorreu num tom de otimismo e confiança no futuro, porque, segundo diz o jovem empresário, «a cortiça que tem uma enorme vantagem competitiva ao estar alinhada com as tendências mundiais de consumo sustentável (...) o consumidor é o maior aliado da cortiça». Este material nobre faz parte de um ecossistema único, que é um dos 35 hot spots da biodiversidade a nível mundial e Portugal concentra 34% da área mundial de montado de sobro.

A estratégia de promoção internacional da cortiça, liderada pela APCOR, está focada na promoção da cortiça enquanto marca global, sinónima de cultura e tradição. «Os consumidores têm sido recetivos a esta mensagem e é aqui que devemos continuar a apostar, nas cadeias de valor a montante do mercado», explica João Rui Ferreira. A APCOR acaba de ver aprovada uma verba de 7,8 milhões de euros de apoios públicos para promover a cortiça em novos e antigos mercados, nos próximos 2 anos: EUA (1º importador de rolhas e outras aplicações), China, Itália, França, Alemanha (1º importador de aplicações extra rolhas), Escandinávia, Brasil, Reino Unido são os mercados-alvo.

### O SETOR DA CORTIÇA EM NÚMEROS

**€846M** \_ exportações em 2014

**€127,7M** \_ importações em 2014

**€1.000M** \_ meta de exportação em 2020

**62,8%** \_ relevância de Portugal nas exportações mundiais de cortiça

**70%** \_ Europa é o principal importador

**600** \_ empresas

**9.000** \_ trabalhadores

### Cortiça exporta €900M

As exportações de cortiça transformada ultrapassaram pela primeira vez, em 2015, a barreira dos €900M e as oportunidades estão à vista, seja no setor das rolhas, que representam 70% do total das exportações, seja em novas áreas de atividade, como a construção, o têxtil, a decoração, a moda e o life style. O desafio consiste em encontrar novas aplicações para a cortiça em setores que gerem maior valor acrescentado à fileira.

«As novas aplicações deixam-nos com muita esperança no futuro. No setor da construção, por exemplo, a cortiça está a ser cada vez mais utilizada em pavimentos e outras aplicações que melhoram o isolamento térmico e acústico dos edifícios, contribuindo também para torná-los mais sustentáveis do ponto de vista ambiental.



A cortiça é oriunda de um ecossistema único no mundo, que é a última barreira entre o Norte da Europa e o deserto do Sahara

*É preciso afirmar a cortiça enquanto material diferenciador», defende o presidente da APCOR.*

No segmento dos vedantes, as rolhas de cortiça são as preferidas dos consumidores, mas a concorrência feroz de outros materiais de encapsulação, menos nobres, mas mais baratos, obriga a indústria corticeira a reinventar-se constantemente para reduzir os custos

de transformação por unidade. «Os estudos de mercado mostram que a cortiça é preferida por 75% a 85% dos consumidores de vinho a nível mundial. Um norte-americano, por exemplo, está, em média, disposto a pagar 5 dólares a mais por uma garrafa de vinho vedada com rolha de cortiça», revela João Rui Ferreira.

### Mais e melhor matéria-prima

Apesar de a balança comercial da cortiça ter um saldo positivo de 718,3 milhões de euros, Portugal ainda importa por ano perto de €128M em matéria-prima para transformação. Significa, portanto, que existem oportunidades de crescimento no setor produtivo.

A montante da Fileira os desafios são vários com vista a aumentar a produção e a qualidade da cortiça. É preciso investir na melhoria da fitossanidade do montado, encontrando novas formas de combate a pragas e doenças, ameaça crescente à produção de cortiça, e são necessárias formas mais intensivas de condução do montado (maior densidade de plantação), que possam contribuir para aumentar o volume de produção por m<sup>2</sup> de terreno.

A certificação da produção é outra preocupação do setor corticeiro. Certificar garante uma gestão florestal mais cuidada, que se traduz, a médio e longo prazo, em ganhos de produtividade e maior qualidade da matéria-prima e pode também ser um fator diferenciador do ponto de vista da comercialização. O melhoramento genético do sobreiro é uma “corrida de fundo” onde já há algum trabalho realizado, nomeadamente através do consórcio de investigação Genosuber, mas é preciso continuar a investir em investigação.

#### Exportações ultrapassam barreira dos €900M

Em 2015, as exportações nacionais do setor da cortiça terão ultrapassado pela 1ª vez a barreira dos 900 milhões de euros de exportações, de acordo com a APCOR. Os EUA assumem a liderança como primeiro mercado importador de cortiça portuguesa, ultrapassando a França, que era desde há muitos anos o primeiro comprador.



«Vive-se hoje um período de confiança e otimismo no setor da cortiça, muito positivo para alavancar investimento», João Rui Ferreira, presidente da APCOR- Associação Portuguesa da Cortiça

#### BI Jovem Empresário

**João Rui Ferreira, 37 anos**

**Presidente da APCOR**  
desde Março de 2012

Diretor-geral da empresa Waldemar Fernandes da Silva S.A., de Santa Maria da Feira. Licenciado em Engenharia Química, especializado em Administração de Conflitos Supercríticos e pós-graduado em Gestão e em Política Europeia e Lobby.

#### Visão empresarial:

Inovar para Crescer = Encontrar soluções novas para problemas antigos.



As novas aplicações da cortiça vão desde a construção, ao têxtil, decoração, moda e life style

### Agenda 3i9

A Agenda Portuguesa de Investigação e Inovação no Sobreiro e na Cortiça - agenda 3i9, apresentada publicamente no final de 2015, nasce do trabalho desenvolvido pelo Centro de Competências do Sobreiro e da Cortiça, envolvendo a produção, a indústria, a investigação e o Estado, num total de 81 investigadores e técnicos de 27 entidades. A Agenda 3i9 define as prioridades para o setor, plasmadas em cinco planos funcionais: Plano Nacional de Melhoramento, Plano Nacional de Melhoria da Produtividade, Plano Nacional de Defesa contra Agentes Bióticos, Plano Nacional de Qualidade da Cortiça e Plano Nacional de Ação Territorial.

Tratam-se de estratégias de intervenção de médio e longo prazo, refletidas do acrónimo “Agenda 3i9”: o curto prazo, correspondente a um ciclo produtivo de nove anos, o médio prazo, correspondente a três ciclos produtivos de nove anos, e a interligação de três componentes primordiais – investigação, inovação e interação entre linhas de atuação.

O objetivo do consórcio é que os apoios disponíveis (comunitários e nacionais) sejam canalizados de forma articulada para um setor com prioridades definidas.