

AIFP – ASSOCIAÇÃO PARA A COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA DA FILEIRA FLORESTAL

OS NOVOS DESAFIOS DE UM SECTOR VOLTADO PARA O FUTURO

«As indústrias da fileira florestal têm um longo futuro à sua frente. Há convergência de interesses, há convergência política e há razões para ter esperança».

João Ferreira do Amaral



Realizou um estudo sobre "O Sector da Pasta e do Papel na Economia Nacional", publicado em 2006, onde aferiu que o ramo detinha enormes potencialidades em termos macroeconómicos que outros não apresentavam. Desde então, João Ferreira do Amaral, doutorado e agregado em Economia pela Universidade Técnica de Lisboa, onde lecciona no ISEG - Instituto Superior de Economia e Gestão, não mais parou de reflectir sobre as oportunidades e ameaças de uma actividade que faz crescer Portugal e projecta o nosso país além-fronteiras. Como Presidente da Direcção da AIFP, João Ferreira do Amaral é o rosto de todo um sector que quer crescer fortemente, sob os referenciais da sustentabilidade, da coesão e do carácter distintivo que advém da sua História.

A demanda da ambicionada melhoria da produção florestal, em termos qualitativos e quantitativos, encontra potencial de materialização no facto de Portugal acolher no seu tecido empresarial, ao nível da indústria transformadora, algumas empresas de referência, líderes do merca-

BALANÇA COMERCIAL DAS SUBFILEIRAS FLORESTAIS
(PREÇOS CORRENTES, MILHÕES DE EUROS)

Indicadores	2005	2006	2007	2008	2009
Fileira Florestal					
Exportações	2.647,2	2.916,1	3.390,3	3.347,4	2.935,9
Exportações da Fileira Florestal / Exportações Totais Portuguesas (%)	6,2%	6,0%	6,3%	6,1%	6,4%
Exportações da Fileira Florestal / Exportações de Bens (%)	8,5%	8,3%	8,9%	8,7%	9,3%
Importações	1.666,4	1.746,4	1.960,1	1.941,3	1.644,3
Importações da Fileira Florestal / Importações Totais Portuguesas (%)	3,0%	2,9%	3,0%	2,7%	2,8%
Importações da Fileira Florestal / Importações de Bens (%)	3,5%	3,4%	3,5%	3,2%	3,4%
Subfileira Cortiça a)					
Exportações	838,0	848,5	853,8	823,7	698,3
Exportações de Cortiça / Exportações Totais Portuguesas (%)	2,0%	1,8%	1,6%	1,5%	1,5%
Exportações de Cortiça / Exportações de Bens (%)	2,7%	2,4%	2,2%	2,1%	2,2%
Importações	146,2	130,4	130,7	127,6	84,6
Importações de Cortiça / Importações Totais Portuguesas (%)	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%
Importações de Cortiça / Importações de Bens (%)	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
Subfileira Madeira b)					
Exportações	272,7	353,3	700,5	664,5	470,0
Exportações de Madeira / Exportações Totais Portuguesas (%)	0,6%	0,7%	1,3%	1,2%	1,0%
Exportações de Madeira / Exportações de Bens (%)	0,9%	1,0%	1,8%	1,7%	1,5%
Importações	338,6	356,9	629,0	601,2	451,4
Importações de Madeira / Importações Totais Portuguesas (%)	0,6%	0,6%	1,0%	0,8%	0,8%
Importações de Madeira / Importações de Bens (%)	0,7%	0,7%	1,1%	1,0%	0,9%
Subfileira Mobiliário c)					
Exportações	179,8	206,0	258,2	276,1	294,0
Exportações de Mobiliário / Exportações Totais Portuguesas (%)	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,6%
Exportações de Mobiliário / Exportações de Bens (%)	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,9%
Importações	194,6	205,4	55,4	52,2	44,9
Importações de Mobiliário / Importações Totais Portuguesas (%)	0,3%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%
Importações de Mobiliário / Importações de Bens (%)	0,4%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%
Subfileira Pasta, Papel e Cartão d)					
Exportações	1.356,8	1.508,2	1.577,7	1.583,2	1.473,6
Exportações de Pastas, Papel e Cartão / Exportações Totais Portuguesas (%)	3,2%	3,1%	3,0%	2,9%	3,2%
Exportações de Pastas, Papel e Cartão / Exportações de Bens (%)	4,4%	4,3%	4,2%	4,1%	4,7%
Importações	986,9	1.053,7	1.145,1	1.160,3	1.063,4
Importações de Pastas, Papel e Cartão / Importações Totais Portuguesas (%)	1,8%	1,7%	1,7%	1,6%	1,8%
Importações de Pastas, Papel e Cartão / Importações de Bens (%)	2,1%	2,0%	2,1%	1,9%	2,2%

a) Fonte: INE (dados fornecidos pela APCOR)

b) Fonte: INE

c) Fonte: GEE | GPEARI (dados incluem somente mobiliário de madeira)

d) Fonte: EUROSTAT (dados fornecidos pela CELPA)

do europeu e mundial, que alavancam a Economia e contribuem de uma forma muito significativa para as exportações nacionais.

• Ver tabela - Balança comercial das subfileiras florestais

Na base de um entendimento que se pretende unívoco para o progresso do sector, João Ferreira do Amaral salienta que no seio da fileira se tem assistido a "uma convergência de interesses,

entre os produtores florestais - que certamente não-de querer rentabilizar a sua produção, porque uma melhor produção é mais bem paga - e a indústria, uma vez que a matéria-prima é um factor determinante da sua competitividade", acrescentando que "tradicionalmente, a gestão da floresta a nível nacional sempre teve um grande problema pela repartição de competências entre ministérios". Se, por um lado, a produção florestal sempre esteve mais ligada ao Ministério da Agricultura e, em certa medida, ao Ministério do Ambiente, já a transformação tem reportado ao Ministério da Economia e da Inovação, aponta. "Essas dificuldades têm sido muito sensíveis durante décadas. Agora notamos, de facto, uma atitude diferente a nível governamental em relação a isso e parece haver, claramente, um entendimento, uma conjugação de esforços e uma estratégia comum entre os diversos sectores da actividade governativa. Isso para nós é muito importante, porque notamos uma concepção de integração da parte da produção florestal com a da transformação, no sentido de potenciar o desenvolvimento do sector", congratula-se o Presidente da Direcção da AIFP.

PRODUÇÃO, INDÚSTRIA E GESTÃO FLORESTAL

Na base do conhecido problema da insuficiente quantidade de produção florestal para alimentar a indústria, nomeadamente a papelaria, nos seus diferentes segmentos, João Ferreira do Amaral refere que este "é um facto que se deve, por um lado, aos fogos à própria forma como é explorada a floresta e, por outro, a uma questão de qualidade", salientando que "cada vez mais a nossa competitividade na indústria resulta de se utilizar produção florestal



1.º CONGRESSO "CRESCER FORTE, GROW STRONGER"

O ASSUMIR DE NOVAS ESTRATÉGIAS PARA A FLORESTA

A AIFF - Associação Para a Competitividade da Indústria da Fileira Florestal, entidade gestora do "Pólo de Competitividade e Tecnologia" representativo da fileira industrial florestal portuguesa, organizou no passado dia 26 de Novembro, no BIOCANT, em Cantanhede, o seu primeiro congresso, subordinado ao tema "crescer forte, grow stronger". Na base de um esforço de concentração de sinergias entre os vários 'players' sectoriais, o evento teve como um dos pontos altos a apresentação do Relatório de Caracterização da Fileira Florestal 2010, que reúne, pela primeira vez dados estatísticos do sector e aporta contributos decisivos para a percepção da importância estratégica da floresta na Economia Nacional.

A constituição de um espaço de reflexão sobre a forma de construir o futuro da Fileira Florestal, segundo vectores de inovação, investigação e internacionalização, foi a base do 1.º Congresso da AIFF que contou com a participação de distintos intervenientes, de entre os quais se destaca o Secretário de Estado das Florestas e Desenvolvimento Rural, Rui Barreiro. A presença do governante marcou o sinal de intercooperação que a AIFF pretende trazer para a fileira e onde as entidades do Estado têm um papel incontornável no cumprimento dos objectivos delineados para a evolução do sector. Cumprida a emblemática apresentação do Relatório de Caracterização da Fileira Florestal 2010, por parte de João Ferreira do Amaral, Presidente da Direcção da AIFF, coube a Luís Constantino, orador convidado, palestrar sobre o tema "Portugal, que floresta no futuro?". O Director de Divisão de Agricultura e Desenvolvimento Rural para as Regiões do Médio Oriente e Norte de África, no Banco Mundial, detentor de uma experiência internacional de mais de 30 anos, encara a floresta como um recurso global e multifacetado, que tem vindo a registar um crescimento surpreendente nos últimos cem anos, é vista, na sua perspectiva, como "um sector em crescimento, competitivo, seguro e sustentável", determinante para a afirmação de Portugal nos mercados internacionais. Este objectivo passa, na sua opinião, por uma gestão sustentável da produção florestal que, em Portugal, é maioritariamente privada.

O I Painel, dedicado ao "Presente e futuro das indústrias de base florestal em Portugal", contou com os distintos

contributos de João Ferreira do Amaral, Presidente da Direcção da AIFF, que realçou o papel que estas têm como alavanca da Economia, de António Rios de Amorim, Presidente do Conselho de Administração da Corticeira Amorim, pelo sector da Cortiça, Alberto Tavares, Administrador da Sonae Indústria, pelos Derivados de Madeira e de José Honório, Presidente da Comissão Executiva do Grupo Portucel Soporcel, pela Pasta e Papel. Numa base de união, os destacados oradores defenderam, por parte da indústria, uma estratégia concertada de Investigação & Desenvolvimento, como integradora de qualidade da produção e transformadora de um maior volume de negócios nos mercados externos. Apontaram a solidez de cada um dos sectores representados e apresentaram, fundamentalmente, perspectivas optimistas para o futuro, a médio e a longo prazo. António Rios de Amorim destaca "a grande aposta da indústria corticeira nos mercados internacionais, que tem sido determinante para credibilizar a produção da cortiça e seus derivados em diversos contextos". Alberto Tavares enuncia que "a madeira e o mobiliário representam 2,4 por cento das exportações e incorporam uma alta taxa de valor acrescentado", acrescentando a importância da reciclagem e da inovação num ramo em que a matéria-prima tende a ser deficitária. José Honório considera que tem vindo a ser feito "um trabalho notável pela floresta" e realça a importância da comunicação como meio de "reeducação" num sector sensível.

No II Painel dedicado à "Investigação, Inovação e Indústria na Fileira Flores-

tal", foram convidados investigadores de distintas entidades, que trouxeram novas perspectivas de pensar o sector. Margarida Tomé, docente e investigadora do ISA, considera que a investigação "pura", ou como prefere chamar-lhe "de base" tem tanto espaço e necessidade de existir como a chamada investigação aplicada. "Há muitos projectos de investigação no sector florestal, mas na realidade não há um fio condutor dos mesmos, nem uma estratégia única e continuada no tempo", que balize a sua aplicabilidade. Carlos Faro, do BIOCANT, refere que a investigação aí desenvolvida "está totalmente orientada para o mercado, mas muitas vezes serve de base para o desenvolvimento de 'avenidas de investigação futuras' essenciais à competitividade e inovação", como o projecto de sequenciação integral do genoma do sobreiro que por si só, não cria um produto comercializável, mas permitirá desenvolver uma panóplia de linhas de investigação de extrema necessidade para o conhecimento desta espécie autóctone, enquadrada noutros projectos. Santos Pereira, do ISA, alerta para a necessidade de "olhar a floresta com urgência", apostando na investigação de base neste sector. Quatro grandes áreas de actuação estão neste momento a ser aposta da equipa deste investigador: balanço de carbono, alterações climáticas, a silvicultura (na perspectiva da intensificação sustentável) e a adaptação das espécies florestais às alterações climáticas. Já Edmundo Sousa, pelo INRB indica que "faz falta uma estratégia de Protecção Florestal, a todos os ataques a que a floresta portuguesa se encontra sujeita, quer no que

diz respeito a pragas, doenças ou mesmo espécies invasoras", que deveriam ser encarados numa lógica integrada e concertada, assente na aposta em "equipes multidisciplinares, estáveis e motivadas". Gabriel Dehon da RAIZ defende que a "transferência de conhecimento" é uma necessidade básica da investigação, prática comum desta entidade privada de investigação. "O Programa de Desenvolvimento Rural - ProDer - podia e devia apoiar a investigação no sector florestal, mas curiosamente este sector foi sonegado desta fonte de financiamento", acrescenta, assegurando que para Portugal continuar na vanguarda mundial da fileira do eucalipto, é crucial aumentar as potencialidades produtivas, por via da investigação. Catarina Machado, respondendo pelo CEAI, a finalizar, reiterou que a apresentação do projecto de preservação da água de Bonelli é um exemplo claro em que a inter-dependência entre a produção, investigação e indústria é clara e funcional. A ideia de que nos podemos separar e desenvolver áreas de investigação apenas para um "anel da fileira" deve ser posta de parte e tomarmos consciência de que se melhorarmos qualquer intervenção em qualquer ponto da cadeia, toda esta vai ganhar.

No final de um dia histórico para a Fileira Florestal, fica o compromisso firmado no 1.º Congresso da AIFF, por parte dos intervenientes, de defender a criação de uma estratégia única para a investigação no sector florestal, pois este é um dos caminhos para "Crescer Forte", tal como enuncia a divisa da Associação para a Competitividade da Indústria da Fileira Florestal.

QUANTIDADE DE MATERIAL RETOMADO E RECICLADO (TON)

ANO	PRODUÇÃO DE RESÍDUOS DE EMBALAGEM		RETOMAS		RECICLAGEM		VALORIZAÇÃO ENERGÉTICA	
	Papel & Cartão	Madeira	Papel & Cartão	Madeira	Papel & Cartão	Madeira	Papel & Cartão	Madeira
2000	482.178	48.600	18.822	98	225.001	98	298.449	5.274
2001	487.000	49.329	23.360	273	277.715	35.325	360.448	39.037
2002	507.154	0	26.018	751	255.689	0	340.609	0
2003	514.761	82.988	29.965	783	257.693	55.189	86.294	3.920
2004	519.909	91.370	42.853	887	289.031	60.417	49.071	4.666
2005	124.100	15.839	56.879	1.257	24.987	5.154	31.818	5.497
2006	762.000	87.348	69.743	1.912	520.000	64.035	39.556	5.824
2007	697.227	116.891	91.448	2.427	570.146	83.002	15.564	2.122
2008	n.d.	n.d.	102.687	3.062	n.d.	156.058 a)	n.d.	n.d.
2009	n.d.	n.d.	104.638	3.449	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Fonte: INTERFILEIRAS; Eurostat - report APA; a) Centro Pinus

João Ferreira do Amaral avaliza que os agentes que estão envolvidos nas empresas, associações e organizações especializadas "têm noção de que o sector florestal, embora tradicional, tem capacidade para ser afirmar um sector de ponta, moderno e inovador. Eu noto uma dinâmica muito grande, no sentido de desenvolver projectos inovadores nesta indústria e, nomeadamente, no conhecimento, que é muito importante", lamentando que "por vezes o que acontece é que as pessoas habituaram-se a olhar para nós como empresas com História, achando que não têm futuro", afirma João Ferreira do Amaral, realçando que este erro de percepção não só se verifica em Portugal, mas também nas instâncias internacionais. "A OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico comete um erro ao olhar para as exportações do ponto de vista da tecnologia, o que é uma asneira. Qualquer exportação de qualquer produto pode ser de alta tecnologia, ou não. Eu posso ter alta tecnologia na indústria de base florestal, como posso ter alta tecnologia em material electrónico. Não é o sector em si próprio que está condenado a ter índices de baixa, média ou alta tecnologia, mas sim a forma



como de facto se produz", destaca, fazendo valer que "ao nível da transformação temos, de facto, uma dinâmica grande de inovação e agora queremos tentar ajudar que na produção florestal essa dinâmica também se faça sentir, que é o que tem faltado".

• Ver tabela - Projectos da fileira florestal aprovados no QREN para a área inovação

DESAFIOS ESTRATÉGICOS DA AIFF

A AIFF - Associação para a Competitividade da Indústria da Fileira Florestal assenta a sua acção em vários eixos, nomeadamente no planeamento florestal, na optimização da utilização de recursos florestais, na inovação, na internacionalização e na qualificação de recursos humanos. No âmbito da melhoria da qualidade da produção, a AIFF tem

um projecto âncora no seu Pólo de Competitividade das Indústrias de Base Florestal que vai justamente no sentido de ajudar a incrementar a certificação florestal, desenvolvendo, paralelamente, projectos de melhoria da qualidade genética de várias espécies florestais, com o objectivo de mitigar pragas e outros factores de risco. "Temos também como nossa intenção o desenvolvimento de uma rede com entidades de investigação na área florestal para se avançar mais estreitamente nas relações entre a indústria e a investigação científica, que se revelam promissoras", destaca João

Ferreira do Amaral, apontando que a Formação Profissional, estreitamente ligada à certificação, é outro dos eixos estratégicos da AIFF, tendo por base o princípio de que na produção florestal há condições para tirar muito mais partido dos recursos, em termos operacionais e de gestão. A finalizar, João Ferreira do Amaral reitera: "Temos de estar sempre à frente dos acontecimentos e este sector, em muitos domínios, está. É um sector voltado para o futuro, surpreendente para quem não está dentro, mas que precisamos comunicar para fora". **PP**

PROJECTOS DA FILEIRA FLORESTAL APROVADOS NO QREN PARA A ÁREA INOVAÇÃO

Projectos Inovação QREN Aprovados	Número	Montante (€)
Total Inovação (todos os CAE)	1.153	3.752.414.537 €
Fileira Florestal	106	355.972.837 €
Projectos da Fileira Florestal Aprovados (em % do total)	9,2%	9,5%

Fonte: QREN

BOAS PERSPECTIVAS PARA 2010

O Relatório de Caracterização da Fileira Florestal tornado público no passado dia 26 de Novembro, no 1.º Congresso organizado pela AIFF, fez uma análise do período compreendido entre 2000-2009, mas 2010 apresenta já indicadores optimistas para toda a indústria da fileira florestal.

Destacam-se as exportações ocorridas no 1.º semestre de 2010, em que a indústria da fileira florestal, madeira, cortiça, pasta e papel e mobiliário (estritamente de origem florestal), representaram 10,1% do total das exportações nacionais atingindo em valor 1.788 milhões de euros (segundo dados do INE referentes a Junho 2010). E quando analisamos os dados disponíveis em Setembro, verificamos que a indústria da fileira florestal aumentou para 10,4% a sua representatividade no valor total das exportações nacionais e representou 2.813 Milhões de euros transaccionados.

Em termos comparativos (Setembro 2010) com os outros sectores de actividade, apenas duas áreas de negócio superam a actividade desenvolvida pela indústria de base florestal, a saber, máquinas e material eléctrico (14,9% das exportações nacionais) e veículos e outro material de transporte (12,0%).

ENQUADRAMENTO SECTORIAL E PERSPECTIVAS ECONÓMICAS 2011

A actividade económica nacional em 2011 irá desenvolver-se num condicionalismo difícil, tanto a nível interno como europeu. É de esperar uma recessão, embora não muito profunda, no PIB português, com o consequente aumento significativo do desemprego.

Prevê-se também uma desaceleração da procura externa, no que respeita aos mercados europeus. No entanto, a boa performance registada em 2010 pelas exportações da fileira florestal poderá continuar em 2011, o que, a confirmar-se, permitirá compensar a quebra que presumivelmente se registrará na procura interna de alguns dos produtos da fileira.

As dificuldades de crédito em relação à actividade produtiva deverão agravar-se, em virtude da previsível redução das facilidades de crédito concedidas pelo Banco Central Europeu.

Fonte: AIFF

tabela 18
ÁREA (ha) E NÚMERO DE ADERENTES SEGUNDO O SISTEMA DE CERTIFICAÇÃO FLORESTAL, POR ÂMBITO

Sistema de Certificação	Âmbito:			Área (ha)	Aderentes (n.º)
	Individual	Grupo	Regional		
PEFC	2	2	2	205 030	97
FSC	5	11	n.a.	252 890	116
Total	7	13	2	457 920	213

Fonte: PEFC e FSC

que é certificada e que garante a qualidade da matéria-prima. O esforço da certificação florestal, ao nível da gestão, é fundamental para permitir manter a competitividade da indústria no segmento da transformação. É uma questão que vai sendo cada vez mais importante, na medida em que os mercados são cada vez mais exigentes".

• Ver tabela - Área (ha) e número de aderentes segundo o sistema de certificação florestal, por âmbito

• Ver tabela - Número de certificados CDR (cadeia de responsabilidade) emitidos, segundo o sistema de certificação florestal, por subfileira da fileira florestal

Ciente da deficiente estrutura das explorações florestais e da falta de cadastro, que não permite certificar os seus legítimos proprietários, João Ferreira do Amaral assegura que "tem de se fazer um grande esforço a nível nacional para ultrapassar as décadas de um certo desleixo em relação à floresta", assinalando que tem havido uma maior consciencialização para essa necessidade. O papel associativo, como refere, "é de uma importância extrema, enquanto aglutinador de um sector muito fragmentado". Há uma estimativa de 400 mil proprietários, muito dispersos e com pequeníssimas explorações que, no seu todo, fazem com que a maior parte da superfície florestal portuguesa seja privada, ao contrário de outros países. "Dentro da União Europeia marcamos a diferença e, sendo um dos países mais arborizados, temos mais condições para ganhar competitividade", afirma João Ferreira do Amaral, acrescentando um dado histórico: "Nos últimos cem anos, não houve nenhum país na Europa que crescesse 74 por cento em termos de área florestal, passando a ocupar 34 por cento da superfície efectiva do território nacional.

• Ver gráfico - Evolução da área florestal por espécie (10³ ha) segundo os diversos IFN

É curioso que esta realidade tenha vindo de um esforço de florestação que se fez no início do Século XX e depois desde há décadas tenha vindo a haver um desleixo, pontuado por más práticas de gestão, fogos e pragas, aos quais se juntam as alterações climáticas". Face à grande superfície de terrenos abandonados, João Ferreira do Amaral, na base do entendimento da AIF, afirma que "é preferível plantar do que deixar um terreno inculto, ou desordenado", já que este último factor propicia o alastramento dos incêndios". Reafirma a importância da gestão florestal como recurso estratégico para a mitigação dos factores de risco e lamenta que "se não fossem os fogos, não se falava na floresta, o que, num sector fundamental para um país como o nosso, é no mínimo estranho". No entanto, confiante no futuro, João Ferreira do Amaral vaticina que "na altura em que o produtor florestal perceber que a pequena floresta que tem é uma grande riqueza, será o nosso melhor bombeiro preventivo".

• Ver tabela - Números de ocorrências e área ardida (ha), por tipo, por ano (2000-2009)

BALANÇA COMERCIAL, VALOR ACRESCENTADO E CONHECIMENTO

João Ferreira do Amaral apresenta a fileira florestal como "um sector de enorme importância em termos ma-

EVOLUÇÃO DA ÁREA FLORESTAL POR ESPÉCIE (10³ ha) SEGUNDO OS DIVERSOS IFN
Fonte: AFN, 2010

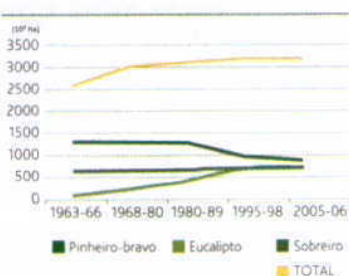


tabela 20
NÚMERO DE CERTIFICADOS CDR EMITIDOS, SEGUNDO O SISTEMA DE CERTIFICAÇÃO FLORESTAL, POR SUBFILEIRA DA FILEIRA FLORESTAL

Sistema de Certificação	N.º de Certificados Cdr emitidos/Subfileira				
	Cortiça	Pasta e Papel	Madeira e Mobiliário	Gráfica	Exploração e Comercialização de madeira
PEFC	2	6	5	4	7
FSC	13	9	21	10	9
Total	15	15	26	14	16

Fonte: PEFC e FSC

croeconómicos, porque tem um grande impacto na balança comercial e concentra um alto conteúdo de valor acrescentado nacional, tanto na transformação, como nas actividades a montante, que concernem à produção". O Presidente da Direcção da AIF, assume que é de primordial importância explicar ao público em geral que a floresta portuguesa tem valor económico, ambiental e social: "É o nosso petróleo - o 'petróleo verde', como disse um dia Mira Amaral, quando foi Ministro da Indústria. Ele tinha razão, se tivermos em conta que a floresta até apresenta uma vantagem face ao petróleo - há um conjunto de actividades em toda a cadeia que continuam a conferir valor acrescentado aos recursos florestais. Como economista,

ber com que sectores económicos é que podemos contar e este é um deles. Em 2009, o sector florestal foi responsável por dez por cento das exportações. O efeito positivo da fileira é muito grande no presente e tem condições para ser ainda maior no futuro. Em termos macroeconómicos, é de extrema importância estratégica pelo facto de ser um sector que não é deslocalizável para o estrangeiro, assumindo-se assim como estruturante do ponto de vista espacial e de organização do país".

A nível ambiental, João Ferreira do Amaral está certo de que "se existe indústria da fileira florestal há mais de 100 anos em Portugal, é porque se reconhece a importância da sustentabilidade. Caso contrário já não existia", evocando o

NÚMERO DE OCORRÊNCIAS E ÁREA ARDIDA (ha), POR TIPO, POR ANO (2000-2009)

Ano	N.º de Ocorrências			Área Ardida (ha)		
	Incêndios Florestais	Fogachos	Total	Povoamentos	Matos	Total
2000	8 802	25 307	34 109	68 646	90 958	159 604
2001	6 889	20 073	26 962	45 609	66 557	112 166
2002	6 492	20 000	26 492	65 164	59 245	124 409
2003	5 309	20 886	26 195	286 055	139 671	425 726
2004	5 020	16 950	21 970	56 109	73 430	129 539
2005	8 179	27 519	35 698	213 517	124 745	338 262
2006	3 455	16 466	19 921	36 320	39 189	75 509
2007	3 566	15 166	18 732	9 638	21 812	31 450
2008	2 557	11 275	13 832	5 463	11 781	17 244
2009	5 776	20 563	26 339	24 094	61 923	86 017
Média (2000-2009)	5 605	19 421	25 023	81 062	68 931	149 993

Fonte: AFN

fico perplexo em saber como é que durante décadas o país deixou de olhar de forma clara para um sector que é brutal a todos os títulos". O Presidente da Direcção da AIF, defende que "esta visão distorcida decorre da discussão sobre temas financeiros que têm abafado a importância da economia real, gerando um grande desconhecimento das grandes potencialidades de muitos ramos de actividade. O Presidente da Direcção da AIF aponta que na resposta ao problema do défice externo, "temos de sa-

caso dos países subdesenvolvidos onde foi delapidado o património florestal. As três principais indústrias da Fileira - Madeira, Cortiça e Papel - fazem reciclagem, porque "sabem que não é sustentável consumir toda a quantidade de fibra virgem. Já temos empresas que incorporam 50 por cento de matéria-prima reciclada. O sector está muito mais avançado do que a opinião pública tem noção".

• Ver tabela - Quantidade de material retirado e reciclado (ton)



dualizada e ajustada a cada mercado-alvo estão a utilizar as mais diversas ferramentas de comunicação disponíveis, tais como: Marketing Relacional, Direct Marketing, Design Gráfico, Web design, Redes Sociais e Internet, Relações Públicas e Publicidade, entre outras.

De um ponto de vista mais genérico é possível destacar algumas acções: 12 Gabinetes de Imprensa para informar sobre a cortiça; a presença da cortiça nas redes sociais como Facebook, Twitter, Youtube, entre outras, com filmes virais em vários mercados, e desenvolvimento de aplicações para o iPhone; o novo "look and feel" para o sítio da Apcor; no Reino Unido, Lord Puttnam - conselheiro ambiental do Governo Inglês e realizador de filmes como "A Missão" - será a voz da cortiça; em França destaca-se a campanha de publicidade disruptiva que afirma: "Cortiça muitas vezes imitada, mas nunca igualada"; em Itália a campanha de publicidade centra-se na mensagem: "Cortiça guarda todas as coisas boas"; na Alemanha e no Reino

Unido estão a ser desenvolvidos contactos para parcerias com as grandes superfícies e associações vinícolas; a cortiça vai estar presente nas principais feiras mundiais de vinho e decoração e em seminários e workshops para os profissionais dos dois sectores; e serão realizadas visitas de jornalistas e líderes de opinião a Portugal dos vários países. Registe-se, ainda, que este projecto tem uma participação pública de 80 por cento do Compete - Programa Operacional Factores de Competitividade, sendo que os restantes 20 por cento são financiados por fundos privados, essencialmente de associados da Apcor e de associações e empresas de cortiça nos diferentes mercados.

Cortiça nas redes sociais e Internet

A cortiça já marca presença nas redes sociais e em mais sítios da Internet. Desde o Facebook, ao Twitter e YouTube já é possível encontrar a marca desta matéria-prima na era da Web 2.0,

assim como encontrar informação num conjunto de línguas e países.

Em www.facebook.com/100PercentCork pode juntar-se à causa da cortiça 100 por cento natural. Com quase 30 mil fãs conquistados até à data, esta página é já uma montra dos defensores da cortiça nos Estados Unidos da América, mas que começa a espalhar-se por todo o mundo. Para suportar a presença nestas redes sociais foi, também, lançado um sítio na internet em www.100percentcork.org/.

"Eu amo a cortiça" foi o lema seguido em França e no Reino Unido para agarrar os cibernautas. Em www.jaimeleliege.com vai encontrar alguns filmes virais para a promoção da cortiça e, também, 'merchandising' com este slogan, já em www.ilovenaturalcork.co.uk/ vai encontrar a paixão pela cortiça em língua inglesa. Para além de ficar a saber quais as dez vantagens da cortiça, pode participar numa petição on-line em que se compromete a comprar vinhos vedados com rolha de cortiça.

Para quem perceber alemão pode consultar, ainda, www.natuerlichkork.de e vai encontrar um conjunto de informação sobre a rolha de cortiça, da floresta à garrafa, a cortiça e o meio ambiente e uma secção direccionada para a imprensa. Ainda para a promoção das rolhas, mas para Itália, desenvolveu-se um sítio baseado nos anúncios de publicidade, onde três das secções do site são dedicadas ao "Charme", ao "Planeta" e ao "Gosto" - com as razões da cortiça estar associada a estes três vectores - e está acessível em www.ilsughero.org. Para a promoção dos materiais de construção e decoração em cortiça, foram desenvolvidos sítios na Internet em francês, holandês e flamengo e que pode visitar em www.kurkinhuis.be, www.kurkinhuis.nl e www.interieurenliege.be. Aqui pode ficar a saber quais as características que encontra na cortiça e que a elevam a um material de eleição para a construção residencial e de espaços públicos. Nos EUA e Canadá, foi lançado o www.100percentcork.org.



A este investimento acrescem as acções de promoção do design português de mobiliário e decoração, através da marca Associative Design, fazendo um total de 6 milhões de euros. Criada no início de 2009, a marca, financiada pelo SIAC, tem promovido em diversas capitais mundiais o que de melhor se faz em Portugal neste sector.

Assim, e no seguimento do trabalho que a AIMMP tem vindo a realizar no âmbito da internacionalização da Fileira de Madeira e Mobiliário, são já várias as acções delineadas para 2011, estando prevista a participação em algumas das maiores feiras do sector a nível internacional: Domotex (Alemanha); Interiors Abu Dhabi (EAU); International Furniture Fair Singapore (Singapura); ISaloni (Milão); International Contemporary Furniture Fair (Nova Iorque); Export Home Angola (Luanda); Casa Cor Brasil; Decorex (Reino Unido); Made Expo (Itália); Constrói Angola; Interior Lifestyle China e Interior Lifestyle Japan. Missões empresariais e mostras de design são outras das iniciativas previstas para o próximo ano, que permitem aos participantes beneficiarem de 50 por cento de financiamento.

INTERCORK APCOR - ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DA CORTIÇA

21 milhões de euros para promover a cortiça

A Associação Portuguesa da Cortiça (Apcor) está a desenvolver, desde Março de 2010, o programa InterCork – Promoção Internacional da Cortiça. Este é o maior projecto de comunicação desenvolvido até à data para a promoção da cortiça, e conta com um investimento de 21 milhões de euros, divididos por duas grandes áreas de acção: rolhas de cortiça e materiais de

construção e decoração. O Intercork conta com 12,5 milhões de euros para a promoção da rolha de cortiça, chegando a países como França, Itália, Reino Unido, Alemanha e EUA. Os públicos-alvo a atingir são o consumidor, a grande distribuição (hiper e supermercados), a indústria vinícola, os líderes de opinião, organismos profissionais (escolas e associações de enólogos, escanções, produtores vinícolas, entre outros), 'media' (vinícola, 'lifestyle', turismo, gastronomia), distribui-

dores e importadores e universidades/laboratórios.

No caso dos materiais de construção e decoração, e com um orçamento de seis milhões de euros, a campanha chega aos EUA e Canadá, Alemanha, Rússia, Japão, Bélgica, Holanda, China e Emirados Árabes Unidos e a públicos como arquitectos, engenheiros, designers, decoradores, retalhistas, importadores e distribuidores, escolas técnicas, universidades, centros de design, consumidor final e 'media' especializado.

Está, ainda, previsto um orçamento de 2,5 milhões de euros para desenvolver acções transversais a todos os mercados como a criação e produção de suportes de informação e comunicação, a reformulação do sítio da Apcor, a elaboração de conteúdos e fotografias que possam servir de base para as campanhas, assim como recolher e organizar toda a informação que será gerada durante o InterCork. As acções de comunicação em curso e que são desenvolvidas de forma indivi-





PROJECTOS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

DE PORTAS ABERTAS PARA O MUNDO

A melhor da produção portuguesa apresenta-se a mercados internacionais estratégicos, segundo vectores de inovação e qualidade que são transversais aos projectos Interwood e Associative Design da AIMMP, InterCork da APCOR e INTER PAPER da CELPA. Fique a conhecê-los...

INTERWOOD / ASSOCIATIVE DESIGN
AIMMP - ASSOCIAÇÃO DAS
INDÚSTRIAS DE MADEIRA E
MOBILIÁRIO DE PORTUGAL

Calendário de Acções

AÇÃO DE INTERNACIONALIZAÇÃO	PAÍS	DATA	SECTOR DE ACTIVIDADE
Missão Empresarial	Venezuela	Junho 2011	Todos
DOMOTEX www.domotex.de	Alemanha	15 a 18 de Janeiro	Materiais de Construção e Decoração de Interiores
Interiors Birmingham www.interiorsbirmingham.com	Reino Unido	23 a 26 de Janeiro	Mobiliário e Decoração de Interiores
IFFS - International Furniture Fair Singapore www.iffs.com.sg	Singapura	9 a 12 de Março	Mobiliário
ISaloni Milão www.cosmit.it	Itália	12 a 17 de Abril	Mobiliário, Decoração e Design
Mostra de Design na Zona Tortona	Itália	12 a 17 de Abril	Design para a Fileira Casa
Interiors EAU - Abu Dhabi www.interiorsuae.com	EAU	9 a 11 de Maio	Mobiliário, Decoração e Design
ICFF - International Contemporary Furniture Fair www.icff.com	EUA	14 a 17 de Maio	Mobiliário, Decoração e Design
ExportHome Angola	Angola	Junho	Mobiliário e Decoração de Interiores
CASA COR Brasil www.casacor.com.br	Brasil	25 Maio a 18 de Julho	Mobiliário e Decoração de Interiores
FIC - Feira Internacional de Cabo Verde	Cabo Verde	Agosto	Todos
Decorex	Reino Unido	Setembro	Mobiliário e Decoração de Interiores
Made Expo	Itália	6 a 13 de Outubro	Materiais de Construção
Constrói Angola	Angola	Outubro	Materiais de Construção e Decoração
Batimat Paris	França	7 a 12 de Novembro	Materiais de Construção
Interior Lifestyle China	China	Outubro	Mobiliário e Decoração de Interiores
Interior Lifestyle Japão	Japão	1 a 3 de Junho	Mobiliário e Decoração de Interiores
Mostra de Mobiliário	Miami, EUA	Dezembro	Mobiliário
Indoor Expo	Líbia	Junho	Mobiliário
Mostra de Mobiliário	Brasil	Julho	Mobiliário

IW Interwood

Programa de acções integradas e sucessivas tendo em vista apoiar as empresas do sector nos seus processos de internacionalização. Missões empresariais, participação em feiras e organização de mostras nos principais mercados internacionais são algumas das acções previstas para garantir às empresas uma boa preparação para a entrada em novos mercados e o incremento das exportações de forma sustentada.

AD Associative Design

A ASSOCIATIVE DESIGN nasceu no início de 2009, fruto de um projecto desenvolvido pela AIMMP, tendo como principal objectivo promover uma rede de cooperação entre as empresas da fileira casa, dando um novo posicionamento aos produtos portugueses. Na prática, é sob a chancela da marca, que são organizadas participações em feiras e mostras internacionais do sector.



Fileira de Madeira e Mobiliário conta com apoio de seis milhões para a internacionalização

Foi já no início de 2008 que a AIMMP deu início ao Interwood, projecto de apoio à internacionalização das empresas portuguesas do sector da Fileira da Madeira e Mobiliário, financiado pelo QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional). Com a duração de seis anos, o programa de acções tem por base a realização de três ciclos de internacionalização, compreendendo períodos de 24 meses.

Em cada ciclo, a abordagem do mercado é feita em 10 fases distintas: definição dos mercados-alvo; inscrição e selecção das empresas; mini-diagnóstico às empresas inscritas; missões aos mercados; estudos de mercado; workshops sobre a participação em feiras; participação em feiras ou eventos; 'follow-up' e workshops de reflexão; visitas de compradores de referência a Portugal e, por fim, análise de sustentação.

No seu terceiro ano de execução, a AIMMP prossegue o seu projecto de internacionalização 2011 com um incentivo já aprovado no valor de 5 milhões de euros.



Bien essayé, mais ...

... 89,3% des français préfèrent le bouchon liège, un bouchon qui perpétue un savoir-faire traditionnel pour 96,3 % d'entre eux.

LE BOUCHON LIÈGE
Toujours imité, jamais égalé.

LES PROFESSIONNELS DU LIÈGE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

Logos: APCOR, MADE IN PORTUGAL, COMPETE, EN, EUROPEAN UNION.

realcorkfloors.com. Um sítio sobre a cortiça como material de construção e decoração que para além de descrever os benefícios deste material para a aplicação nos revestimentos e pavimentos, conta com uma galeria de fotografias sobre a cortiça e com informação sobre a matéria-prima e o montado de sobre. Na mesma área foi lançado o sítio www.schoener-leben-mit-kork.de, desta vez na Alemanha. As várias aplicações e visuais da cortiça, informação para disponibilizar aos meios de comunicação e aos retalhistas, são algumas das secções que podemos encontrar neste espaço que tem como slogan "Viver bem.Com Cortiça.". Destaca-se, ainda, o www.corkhome.ru - o espaço sobre a cortiça na Rússia - e o www.naturalcork.jp - um local em japonês onde também poderá encontrar dados e fotografias sobre a cortiça.

EUA e Canadá

Camião mostra pavimentos e revestimento de cortiça em 16 cidades

Um camião para promover a cortiça como material de construção e decoração começou a percorrer as ruas das EUA e Canadá, no mês de Setembro. Com o nome Décor(k) Tour, a primeira paragem foi em Nova Iorque, na He-

rald Square, em frente aos conhecidos armazéns Macy's, e contou com a presença da reconhecida designer Candice Olson e cerca de 10 jornalistas que fazem a cobertura regular dos temas do design e dos pavimentos. Dentro do camião, vários cenários deram corpo ao "Divine Design", da autoria de Candice Olson, e convidaram os visitantes a experimentar a cortiça nas várias divisões da casa, assim como a sentir a sua textura e a observar os diferentes visuais disponíveis. "A escolha do pavimento é sempre um elemento chave no meu design," refere a designer. "Quando estamos a construir uma casa é necessário pensar quanto tempo vamos passar no chão. Os revestimentos de cortiça são uma escolha perfeita para a nossa casa porque podem satisfazer as nossas necessidades, o nosso gosto e são funcionais e amigos do ambiente", afirma Candice Olson.

Em Setembro o camião passou, ainda, pelo Canadá (Toronto e Montreal) onde recolheu mais uma apoiante para a cortiça, a conhecida personalidade televisiva e perita em design, Manon Leblanc.

O camião vai percorrer ao todo 16 cidades e muitos KM na América do Norte. As cidades visitadas e a visitar são: New York: 1-2 Setembro; Boston: 17-19 Se-

tembro, 2010; Montreal: 23 Setembro, 2010; Toronto: 29 Setembro a 3 Outubro, 2010; Buffalo: 8 Outubro, 2010; Washington, DC: 20 Outubro, 2010; Atlanta: 23 Outubro, 2010; Dallas: 20 Janeiro, 2011; Las Vegas: 25 - 27 Janeiro, 2011; San Francisco: 1 Fevereiro, 2011; Seattle: 4 Fevereiro, 2011; Vancouver: 8 Fevereiro, 2011; Salt Lake City: 12 Fevereiro, 2011; Denver: 5 Fevereiro, 2011; Chicago: 14 - 16 Junho, 2011; e Los Angeles: 24 - 26 Junho, 2011.

O camião vai estar ainda presente num conjunto de eventos/feiras, a saber: Surfaces (Las Vegas), Toronto Fall Home Show (Toronto), Boston Fall Home Show (Boston), Neo Con (Chicago) e Dwell on Design (Los Angeles).

A Associação Portuguesa da Cortiça (Apcor) tem como missão representar e promover a indústria portuguesa da cortiça, representando cerca de 250, que no seu conjunto são responsáveis por cerca de 80 por cento da produção nacional total e 85 por cento das exportações de cortiça. É também responsável pelo desenvolvimento de acções de promoção e valorização da cortiça através da realização de iniciativas de carácter nacional e internacional, disponibilizando, ainda, um centro de informação.

INTER PAPER

CELPA - ASSOCIAÇÃO DA INDÚSTRIA PAPELEIRA

Promovendo o papel... na Europa

Encontrando-se ainda em fase de aprovação, foi feita uma proposta para aquele que pode vir a ser um grande projecto promotor da utilização do papel na Europa. Tem o nome de INTER PAPER e consiste na adaptação à actualidade da indústria do papel, cujo produto é renovável, sustentável e um forte contributo para o desenvolvimento rural, o que a tornou transformadora, próspera, moderna e competitiva.

Contudo, nos dias que correm, a sociedade é cada vez mais urbana e os espaços florestais são vistos de outra forma. É preciso notar que este é um dos quatro principais sectores exportadores nacionais cujo desempenho económico positivo é inevitavelmente, acompanhado pelas preocupações ambientais. Torna-se assim necessário dar

a conhecer alguns dos aspectos menos divulgados desta indústria como a sustentabilidade.

Neste sentido o INTER PAPER visa promover a sustentabilidade da Indústria Papeleira Portuguesa não só a nível nacional mas a nível Europeu, focando-se nos principais países destinatários da exportação do papel português. A realização desta ideia será feita através da valorização da acção da indústria no desenvolvimento e sustentabilidade da floresta portuguesa e europeia, através da dinamização do espaço rural.

Da mesma forma, prevê-se a desmistificação de vários mitos que têm sido criados ao longo dos anos, dando a conhecer verdades factuais e estatísticas que refutam os mesmos. Esta desmistificação reforçará a sustentabilidade do sector, uma vez que se pretende argumentar contra factos míticos como a contribuição do papel para a desflorestação ou o papel deve ser fabricado apenas com recurso à reciclagem e ainda a comunicação electrónica é ambientalmente mais vantajosa que a comunicação em papel.

Estes objectivos pretendem assim renovar a imagem do papel, dando-lhe uma imagem de produto sustentável assim como sublinham a sua importância para a comunicação em geral, revelando-o como meio eficaz de comunicação por excelência. Sem esquecer a sua imprescindibilidade a nível da higiene humana e o forte complemento que tem sido para a evolução tecnológica.

No âmbito do INTER PAPER, existe uma pequena campanha em curso, o Print Power. Esta é a primeira iniciativa intersectorial Pan Europeia para promover a eficácia e a sustentabilidade da Comunicação em Papel. Esta campanha está dividida em duas partes, a primeira para promover a sustentabilidade e tem o nome Two Sides que, como o nome indica dá a conhecer o outro lado da verdade sobre o papel. A segunda, o Print Power pretende promover a eficácia da comunicação em papel e o nome faz-nos pensar no poder emocional e intuitivo que a comunicação impressa sempre teve e ainda tem. Para este projecto, estão previstas várias acções de mailings, assim como a divulgação de anúncio, outras acções de Relações Públicas e os lançamentos dos websites para cada iniciativa. **PP**