

BOLETIM
INFORMATIVO

4INOVA

Agroalimentar

www.4inova.pt

AGÊNCIA NACIONAL DE INOVAÇÃO APOIA INOVAÇÃO NO AGROALIMENTAR

Novos produtos de charcutaria com prazo de validade alargado e mais saudáveis, polpas de frutos e hortícolas de elevada bioatividade e conveniência, novas bebidas de vinagre de fruta e seus concentrados e o desenvolvimento de novos processos integrados de secagem de arroz.

Estes são alguns exemplos de projetos emblemáticos apoiados pela Agência Nacional de Inovação (ANI) no agroalimentar.

O setor tem vindo a crescer de forma sustentada a nível nacional e internacional. O investimento em investigação e desenvolvimento (I&D) tem contribuído ativamente para esta performance e a ANI impulsionou um setor fundamental para a afirmação de Portugal no mercado global da alimentação.

O agroalimentar tem vindo a reforçar a aposta em I&D de base científica e tecnológica. Prova disso é o crescimento de dois pontos percentuais no Portugal 2020, tanto no número de projetos (9%) como no incentivo contratado (8%), face ao anterior Quadro Comunitário de Apoio.

Nos incentivos fiscais, o setor representou 9% das empresas apoiadas e 6% do crédito fiscal concedido entre 2008 e 2015. Na mais recente call para projetos mobilizadores, em fase final de análise, a ANI recebeu 5 candidaturas com impacto no setor agroalimentar, com um investimento proposto de 41 M€.

No Horizonte 2020, o Programa-Quadro Comunitário de Investigação & Inovação, foram financiados 73 projetos com a participação de entidades portuguesas que captaram já mais de 20 milhões de euros.

Mas o envolvimento da ANI no agroalimentar português não se esgota nos apoios financeiros e fiscais.

A agência participa no Prémio Ecotrophelia, através da atribuição de uma distinção Born From Knowledge. Também no domínio da rede EuroAgri do programa EUREKA!, da qual a ANI é membro fundador, empresas e entidades nacionais já viram os seus projetos distinguidos com o selo Eureka, que promove a colaboração internacional em projetos de I&D liderados por empresas e orientados para o mercado.

Nos últimos anos, o agroalimentar tem rimado com inovação de base científica e tecnológica. Empresas como a Novadelta, a Proenol, a **Sparos (Figura 1)**, a Unicer, a Frulact, a Sociedade Central de Cervejas, a Lactogal, a Cerealis e a Sumol+Compal ou instituições como a

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, a Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, a Universidade do Porto e a Biocant ilustram bem esta realidade e a capacidade nacional para

desenvolver produtos e serviços que marcam pela diferença no mercado.



Figura 1 - A Sparos é uma das empresas do setor agroalimentar com base científica e tecnológica.

Existem dois ingredientes secretos que “ligam” esta corrente de transferência do conhecimento dos laboratórios para o mercado:

1. o conhecimento, a prática e a proatividade de quem está no terreno – instituições de ensino superior, centros de investigação, centros de interface e todas as empresas envolvidas.

2. o acompanhamento próximo e empenhado da ANI, enquanto ativistas da inovação, com as competências e a capacidade certa para atrair, identificar e dinamizar todos os agentes de inovação que, em colaboração, tornam possível esta dinâmica.

Fonte: <http://www.tecnoalimentar.pt/noticias/agencia-nacional-de-inovacao-no-agroalimentar/>, em 04 julho 2017.

E-COMMERCE, TECNOLOGIA E CONSUMO FORA DE CASA VÃO MUDAR SETOR DOS HORTOFRUTÍCOLAS

As novas tecnologias, o crescimento do comércio online e o consumo fora do lar são as três tendências que vão revolucionar o fornecimento dos produtos frescos nos próximos dez anos. A conclusão é do estudo ‘Disrupção na distribuição de fruta e legumes’, elaborado pela Oliver Wyman e apresentado no arranque da Fruit Logistica, que termina esta sexta-feira (9 de fevereiro).

O estudo descreve de que forma os mercados, o consumidor, as empresas e as tecnologias irão alterar a aquisição, o transporte e as vendas de

produtos frescos e revela o futuro passa por um mercado “cada vez mais globalizado e interligado, com base no crescimento da população, no aumento da procura em determinadas partes do mundo, e num maior investimento em produtos alimentares.”

Para além disso, o documento prevê novos desafios e oportunidades para o comércio da hortifruticultura, como a criação de redes comerciais mais rápidas e mais flexíveis, com maior transparência, sistemas de previsão mais refinados e uma colaboração mais estreita entre os parceiros na cadeia de fornecimento; o crescimento contínuo das vendas online de fruta e legumes frescos a nível global, impulsionado pelos custos de envio reduzidos, pelas melhores tecnologias de venda e pelo interesse crescente dos clientes; e maior complexidade e mais expectativas por parte do cliente na área do consumo fora de casa, com o

consumidor a exigir cada vez mais qualidade, conforto e variedade nos pontos de venda.

Rainer Münch, um dos autores do relatório da Oliver Wyman, explica que “o mercado das frutas e dos legumes frescos está cada vez mais globalizado e interligado. Isto, por sua vez, altera a forma como os produtos frescos chegam ao seu local de destino a partir do seu local de origem”.

“A cadeia de fornecimento das frutas e dos legumes está a ser redefinida pela criação de novos

segmentos de mercado e pela evolução da procura dos consumidores (...) As empresas estão a expandir-se e a formar parcerias. “O seu desenvolvimento anda de mãos dadas com um esforço significativo para uma maior eficiência e transparência, apoiado por um progresso tecnológico aparentemente imparável”, conclui.

*Fonte: VIDA RURAL, Artigo de Ana Rita Costa - 8 de fevereiro de 2018. Disponível em:
<http://www.vidarural.pt/destaques/commerce-tecnologia-consumo-casa-vao-mudar-setor-dos-hortofruticolas/>*

MEDRONHO: UMA CULTURA COM GRANDE POTENCIAL



O Medronho é uma cultura que desperta o interesse de produtores de norte a sul do país.

Depois de séculos de quase abandono, o medronheiro (*Arbutus unedo* L.) é agora o foco de uma ‘frente unida’, principalmente de várias academias do País em parceria com entidades oficiais e associações do setor, para conhecer melhor o potencial da planta e do seu fruto, o medronho.

Produtores, técnicos, investigadores e associações estão de mãos dadas para valorizar esta planta autóctone à qual, ao longo dos anos, foi dada muito pouca atenção. Hoje o medronheiro desperta o interesse de potenciais produtores de norte a sul do País, devido à possibilidade de utilizações alternativas, e mais rentáveis, à

tradicional aguardente. A venda em fresco, para polpas, sumos e compotas, para cosmética ou farmacêutica, bem como para planta ornamental são algumas das opções, mas também integrado numa estratégia de prevenção aos incêndios, pela sua resiliência e rápida capacidade de regeneração.

Até a Assembleia da República aprovou em junho passado uma resolução onde recomenda ao Governo medidas de apoio à cultura do medronheiro e à produção de aguardente de medronho. “O Medronheiro devia ser considerado a Planta Nacional”, defende João Gama, técnico da Direção Regional de Agricultura e Pescas do

Centro, que tem sido um dos impulsionadores da promoção da cultura naquela região.

A par de João Gama, a ‘frente unida’ inclui Filomena Gomes, da Escola Superior Agrária de Coimbra (ESAC); Ludovina Galego, da Universidade do Algarve; Carlos Fonseca, da Universidade de Aveiro (UA), presidente da Cooperativa Portuguesa de Medronho (CPM) e produtor; José Paulo Nunes, presidente da Associação de Produtores de Medronho do Barlavento Algarvio (APAGARBE) e também produtor; bem como vários produtores, como José Martins, da Pampilhosa da Serra; Jorge Simões, de Oleiros, Tiago Cristóvão, de Proença-a-Nova, entre muitos outros agentes. A VIDA RURAL falou com quase todos estes, e outros, para perceber o potencial da cultura do medronho nesta altura.

A somar a estes agentes há também vários municípios da **zona do Pinhal Interior**, como Proença-a-Nova, Pampilhosa da Serra, Vila de Rei, Sertã e Fundão, e também Monchique, no Algarve, que têm tomado e participado em iniciativas de promoção do medronho e dos seus produtos.

CONHECER O MEDRONHEIRO

A cultura está abrangida por financiamento e a área plantada de medronhal aumentou consideravelmente nos últimos dez anos, com várias plantações orientadas a entrar em produção nos próximos dois a três anos. Além das novas plantações houve também muitos produtores que começaram a intervencionar as suas áreas de medronhal espontâneo para melhorar e valorizar a produção.

João Gama, da delegação da DRAPC da Sertã e responsável pelo núcleo da Pampilhosa da Serra salienta que “esta é uma cultura ainda pouco estudada, sendo uma planta difícil de apreender porque tem um ciclo muito diferente do habitual, com a floração a ocorrer ao mesmo tempo da frutificação, só perde algumas folhas na primavera e o fruto leva 11 meses a amadurecer é, assim, muito diferente das outras fruteiras, não há mais nenhuma igual”. Além disso, o técnico da DRAPC

lembra que “precisamos de mais informação acumulada porque as plantações organizadas mais antigas estão agora na terceira ou quarta colheita”.

A planta demora cerca de cinco a seis anos a entrar em produção, mas João Gama explica à VIDA RURAL que há algumas práticas que podem permitir antecipar a produção: “a maior parte das plantas entram em produção ao quinto ano, com a produção ‘a sério’ a dar-se ao sexto ano, mas o uso do tubo e a poda de formação podem ajudar a acelerar a frutificação para o quinto ano, e nas plantações de regadio há plantas já a produzir ao terceiro ano, sendo já significativa no quarto ano”.

João Gama refere ainda que a colheita necessita de muita mão-de-obra, que tem de passar entre três a cinco vezes em cada planta, tendo muito cuidado, principalmente na produção para aguardente, para não colher flores junto com o fruto, uma vez que estas o contaminam.

A forte resiliência do medronheiro ao fogo e a sua rápida capacidade de regeneração, sendo que muitas vezes é o primeiro a rebentar depois de um incêndio, fazem desta planta uma grande aliada na prevenção dos incêndios florestais, dizem-nos todos com quem falámos, mas estranhamente ainda não faz parte de nenhum plano organizado neste sentido.

João Gama refere a importância e facilidade da sua utilização junto às eólicas, debaixo das linhas de alta tensão e junto às linhas corta-fogo primárias, “porque é um corta-fogo muito eficiente, reduz a velocidade do fogo e é das plantas que se regenera mais rapidamente depois do fogo, voltando a produzir em dois/três anos”. E lembra o que aconteceu depois dos grandes incêndios de 2006: “em 2008 toda a gente colheu medronho por todo o lado”.

Filomena Gomes, em conjunto com outros colegas da ESAC, tem liderado nos últimos dez anos a investigação na área da micropropagação do medronheiro, tendo a sua orientação já dado origem a uma spin off, a GreenClon, que se dedica à propagação e melhoramento de plantas autóctones, nomeadamente o medronheiro e a oliveira galega, entre outras.

O trabalho de investigação abrange hoje todo o ciclo da planta, bem como as suas características e potenciais utilizações do fruto, sendo o objeto de estudo de um ‘consórcio’ que inclui todos os principais investigadores que, de uma forma ou outra, se debruçaram sobre o medronho, bem como as várias instituições e empresas onde eles se inserem (ESAC, DRAPC, INIAV, GreenClon; Univ. do Algarve), tendo ainda o apoio de mais entidades como a FCT, a CPM e o Centro Ciência Viva da Floresta, entre outras, bem como de vários produtores em diversas regiões do País.

Uma das apostas atuais é a ‘alocação clonal’, ou seja a procura de clones perfeitamente adaptados a cada zona de produção, que leva, por exemplo, à instalação de vários ensaios com plantas selecionadas nessas regiões e que estarão sujeitas a diversas formas de condução, com rega ou em sequeiro, etc., como “fizemos recentemente em Penela e em Mértola e no início de fevereiro em Monchique”, conta Filomena Gomes.

A professora da ESAC salienta ainda que têm vindo já a ser feitos trabalhos com vários clones selecionados, pelo que “já sabemos quais os que resistem a piores solos e condições climáticas”. A par dos ensaios de campo nas principais regiões produtoras do País, “onde vamos ter de esperar, pelo menos cinco anos para ter algum resultado”, Filomena Gomes explica à VIDA RURAL que “estamos também a fazer ensaios in vitro, em cinco subculturas, com clones já selecionados e testados, onde podemos ter resultados bastante fiáveis em cerca de 15 dias, identificando assim os melhores e os piores para cada tipo de zona, e podendo fazer já uma primeira alocação clonal”, acrescentando que “a médio prazo, o objetivo é cruzarmos as melhores plantas de cada ‘característica’ para obtermos ainda melhores plantas, voltando a testá-las no campo”.

“O fruto é muito sensível, pelo que tem que ser apanhado no estado próprio de maturação, é o produto de uma garimpa.”

Outra área de trabalho tem sido a micorrização in vitro de vários clones, nomeadamente com cogumelos comestíveis *Lactarius Deliciosus*, “pretendemos com isso dar outra fonte de

rendimento aos produtores – porque os cogumelos são comercializáveis –, bem como melhorar os clones, já que as micorrizas ajudam a planta a fixar os nutrientes e dão-lhe maior tolerância ao stress biótico e abiótico, funcionando como uma vacina ao ajudar a planta a proteger-se”, assim, resiste melhor a agentes patogénicos, bem como à falta de água. Nos vários ensaios instalados recentemente (Penela, Mértola e Monchique) já há vários clones micorrizados “para podermos perceber no campo se a associação simbiótica funciona de facto, se as micorrizas se mantêm e se produzem cogumelos comestíveis”.

‘MEDRONHO DO ALGARVE’

No Algarve também há produtores a apostar na plantação de medronheiros. José Manuel Afonso plantou 200 hectares há três anos, na Serra do Caldeirão, e o destino principal será a aguardente, vendida sob a marca ‘Medronhito do Caldeirão’. Ainda não está a produzir mas já está a montar a destilaria, tendo chegado recentemente o alambique, e até já pediu adesão à recente Indicação Geográfica Protegida (IGP) ‘Medronho do Algarve’ referindo que “é um processo demorado e complicado, uma vez que tudo tem de ser certificado, desde a plantação ao produto, passando pela destilaria”. O produtor refere, todavia, que “ainda temos um grande caminho a percorrer para a valorização da aguardente de medronho. Temos de apostar cada vez mais na qualidade e marketing da nossa aguardente”.

José Manuel Afonso não afasta a possibilidade de aproveitar outras alternativas de comercialização, nomeadamente do fruto fresco, estando também a participar de vários estudos que, nomeadamente, a Universidade do Algarve está a realizar neste âmbito.

Sobre a aguardente de medronho do Algarve falámos também com José Paulo Nunes, produtor com a marca ‘Monte da Lameira’ e presidente da Associação de Produtores de Medronho do Barlavento Algarvio (APAGARBE), que gere a IGP ‘Medronho do Algarve’: “Temos feito muito trabalho de divulgação da cultura e das melhores

práticas junto dos produtores, mas também de promoção da nossa aguardente e, só na Serra de Monchique, há cerca de 50 marcas. Abrimos a loja do Mel e do Medronho onde 28 dos nossos associados já têm os seus produtos à venda, estando sempre um produtor destacado para lá estar em cada dia”, explica o presidente da APAGARBE, adiantando que “trabalhamos também em conjunto com a Universidade do Algarve, principalmente com a professora Ludovina Galego, no melhoramento da qualidade da aguardente, realizando análises periódicas, porque se produzirmos em qualidade não temos problemas em escoar o medronho”.

Para José Paulo Nunes “a criação da IGP valoriza o produto, sendo uma escolha do produtor aderir ou não à IGP porque certifica a qualidade. Já temos três pedidos de adesão e sabemos que há mais interessados. À parte disso, as aguardentes que estão à venda na nossa loja têm todas de ter a análise química para garantir que estão dentro dos parâmetros definidos, pelo que o cliente pode consultar o livro onde estão todas as análises e escolher que ser uma aguardente mais ou menos ácida, etc.”.

Em termos de constrangimentos à atividade, José Paulo Nunes destaca o elevado imposto sobre o álcool e os procedimentos burocráticos, nomeadamente a alteração que “obriga ao preenchimento praticamente diário do documento de introdução ao consumo (DIC) de cada vez que fazemos uma venda. Anteriormente fazíamos um documento mensal, mas agora tem de ser no dia a seguir ao pagamento”.

| VENDA EM FRESCO É PRINCIPAL ALTERNATIVA

O presidente da APAGARBE refere ainda que as novas alternativas de comercialização do medronho, já disponíveis (como o fruto fresco, para compotas, confitado ou seco e na culinária “onde dá um sabor exótico”) ou em estudo (polpas para iogurtes, por exemplo, ou em snacks e

barritas) “tornam a produção ainda mais atraente porque quando o caminho já está aberto outros vão a seguir e, por isso, há vários produtores a aumentar a sua produção”.

João Rafael, produtor de medronho e aguardente biológica em Alte, não prevê aumentar, para já, a sua produção, porque foi crescendo gradualmente, e apesar de já estar “a vender medronho fresco há cerca de três anos para supermercados e lojas gourmet”, salienta que “ainda não há muita procura, vamos ver como o mercado vai evoluir. É preciso mais divulgação para aumentar a aceitação do público”.

O produtor tem 50 hectares plantados e vende cerca de 2.000 litros de aguardente “não ultrapasso os 2.040 litros para não perder o estatuto de pequena destilaria. Cerca de 19 toneladas são para a aguardente, o restante fruto vendo para outros produtores de aguardente e também para pessoas que fazem compotas e tenho um protocolo com a Escola Profissional de Alte. A venda de medronho fresco será de cerca de 100kg, ainda tem pouca expressão, mas é uma boa alternativa à aguardente”.

João Rafael explica à VIDA RURAL que plantou os primeiros medronheiros em 2007, mas que a exploração, que tem um total de 100 hectares, já é biológica desde 2004/2005, “uso clones para a plantação, adubo e faço podas quando os medronheiros estão muito fechados, para abrir e deixar entrar o sol. Já tenho cerca de 1 hectare que é regado, para o fruto ser mais homogéneo e maior, numa zona mais junto à casa, para ser mais fácil de apanhar e transportar”.

O produtor adianta: “vendo a aguardente para o Vila Vita Parc e para os Supermercados Jafers aqui no Algarve, tenho a aguardente em três distribuidores nacionais e depois em algumas lojas gourmet em vários pontos do País e vendo online para todo o lado, inclusive para o estrangeiro”.

*Fonte: VIDA RURAL, artigo de Emília Freire - 18 de abril de 2017.
Disponível em: <http://www.vidarural.pt/insights/medronho-cultura-grande-potencial/>*

ESTAS 5 CULTURAS SÃO RENTÁVEIS. VEJA COMO PRODUZI-LAS!

Está à procura de uma nova cultura para rentabilizar o espaço que tem disponível? Existem algumas culturas de nicho que

surpreendentemente são rentáveis e podem ser uma boa opção para pequenos produtores, de acordo com a Modern Farmer.

AÇAFRÃO



Com um preço a variar entre os 5000 e os 10 mil dólares por meio quilo, o açafrão é uma das especiarias mais caras do mundo, sobretudo pelo facto de ser composta por pequenos filamentos. De acordo com a Modern Farmer, para produzir cerca de meio quilo desta especiaria são

necessárias cerca de 50 mil flores. Contudo, produzir tantas flores requer pouco mais do que um hectare de terreno. Diz quem sabe que esta é uma cultura que se dá melhor em regiões com invernos amenos e secos.

GINSENG



Outra das culturas consideradas das mais rentáveis é a raiz selvagem de ginseng, uma **erva medicinal** encontrada em florestas e que é vendida a preços exorbitantes em todo o mundo. Pelo facto

de se estar a tornar cada vez mais rara, a raiz selvagem de ginseng pode ser uma cultura atrativa para quem quer ganhar dinheiro, já que cerca de meio quilo pode custar até 700 euros.

LAVANDA



Esta é também uma das culturas mais atrativas, sobretudo pela sua utilização comercial, uma vez que pode dar origem a centenas de outros produtos, como loções, óleos essenciais e até produtos alimentares. Um dos aspetos que tornam esta cultura tão atrativa prende-se com o facto de

ser uma planta que pode ser produzida em quase qualquer clima, exigindo apenas um terreno bem drenado e recurso a rega em climas secos, e para a qual não são necessários praticamente nenhuns fertilizantes.

BAGAS DE GOJI



Planta de Goji

Este super fruto continua a ser produzido sobretudo na China, mas por cá já há quem faça experiências bem-sucedidas. De acordo com a Modern Farmer, um quarto de hectare pode trazer

uma rentabilidade de quase 3000 quilos do fruto em fresco, o que faz desta uma das culturas mais rentáveis.

BAMBU



O bambu tem utilidade para as mais diversas indústrias: desde a produção de mobiliário à cozinha chinesa. De acordo com a publicação, esta cultura pode ser interessante, sobretudo, para vender em viveiros de plantas. Se está a pensar investir nesta cultura, identifique as espécies que

crecem melhor e as mais procuradas pelos consumidores.

*Fonte: VIDA RURAL, Artigo de Ana Rita Costa, publicado a 2 Agosto, 2017. Disponível em:
<http://www.vidarural.pt/producao/estas-5-culturas-sao-rentaveis-veja-produzi-las/>*

CASOS DE SUCESSO

No âmbito do Projeto 4INOVA tivemos a oportunidade de entrevistar diversos empresários com projetos inovadores nos setores agroalimentar e agro-transformação. Ficam aqui registadas algumas das ideias-chave das entrevistas concedidas:

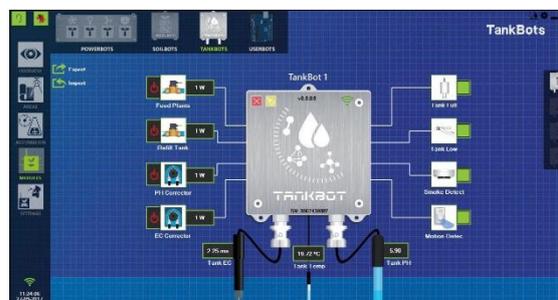
JOÃO MELO | OPEN GROW



João Melo apresenta a Open Grow, a empresa viseense que criou o GroLab™, a principal solução da empresa e que é considerado pelo responsável ‘o mais poderoso e versátil controlador de cultivos, que permite automatizar qualquer aspeto de um cultivo agrícola’.

Para João Melo o objetivo foi tornar o sistema o mais adequado a todos os agricultores, desde o “hobista” ao mais profissional cultivador, fornecendo tecnologia de nível industrial com uma interface fácil de usar.

A sua arquitetura modular possibilita a adaptação a qualquer ambiente, independentemente do tamanho, tipo, meio ou sistema de cultivo, monitorizando todas as variáveis e controlando, com precisão, todos os dispositivos do ambiente de cultivo, em tempo real, através de um software intuitivo.



O GroLab™ permite que o agricultor controle a sua exploração a partir de qualquer lugar e em qualquer altura graças à funcionalidade de controlo remoto e ao sistema de notificações.

O Software GroLab™ é uma espécie de cabine de controlo. O principal propósito deste software é permitir configurar totalmente o sistema, fornecendo todas as ferramentas para personalizar os módulos e dispositivos/sensores, de forma a corresponder às necessidades de qualquer sistema de cultivo agrícola.



LUÍS ALVES – FRUSANTOS

Luís Alves apresenta a Frusantos – Frutos Seleccionados, S.A., uma empresa com 35 anos de história que se dedica à produção, comercialização e distribuição de produtos agrícolas, no mercado nacional e internacional, a partir da sede, em Ferreirim – Sernancelhe, na Beira Alta e da filial, em Samora Correia – Benavente, no Ribatejo, em Portugal.

Para o responsável a empresa distingue-se nos produtos: castanha, batata de semente e consumo, cebola e azeite, mas também pela aposta em vários outros, de acordo com a sua sazonalidade: cereja, maçã, melancia, melão e frutos secos.



A nível comercial, a Frusantos trabalha com grossistas (as agroindústrias) e com retalhistas (centrais de compras de hipermercados, supermercados e mercados abastecedores), com

exceção da batata de semente e produtos fitossanitários que comercializa com retalhistas e consumidor final.

Com um volume de exportação muito significativo, em torno dos 50%, destaca-se no mercado comunitário: Itália, Espanha, França, Alemanha, e extracomunitário: Suíça, Canadá, Brasil e Estados Unidos. A Frusantos valoriza as relações comerciais, tal como a estabelecida com a Santini por ocasião da criação do gelado 'Saudade', confeccionado com castanhas da Frusantos. Uma das principais fontes de inovação, para Luís Alves, continua a ser a identificação de parceiros comerciais, dispostos a valorizar os produtos da Frusantos, permitindo à empresa alcançar novos mercados.



FILIPE COSTA – CERFUNDÃO

A Cerfundão – Embalamento e Comercialização de Cerejas da Cova da Beira, Lda. é uma Organização de Produtores fundada em 2006, e que foi distinguida em 2017 com o Prémio Nacional de Agricultura da Cofina e BPI na categoria de inovação. Um prémio que distinguiu projetos empresariais de sucesso nas áreas da Agricultura, Agroindústria, Floresta e Pecuária.

A inovação está no ADN do projeto Cerfundão e aplica-se em quase tudo aquilo que fazemos, recorda o responsável.

O adiantamento do pagamento semanal da cereja ao produtor é inovador e para um produtor frutícola essa inovação tem muito mais impacto do que qualquer tecnologia que seja utilizada na Cerfundão.



E a inovação passa também pela auto-suficiência energética alcançada pela Cerfundão em 2017 com a instalação de uma estrutura com vários metros quadrados de painéis fotovoltaicos, que alimenta a sua unidade produtiva.



| CÉLIA SILVA – CASA AGRÍCOLA DOS ARAIS

A Casa Agrícola dos Arais, criada em 2010 e sediada em Vide Entre Vinhas, no distrito da Guarda é produtora de queijo e requeijão Serra da Estrela com leite de ovelhas 'Bordaleira' Serra da Estrela da própria exploração.

Célia Silva trabalha ainda no produto turístico Sensações e Sabores que visa dar a conhecer ao público o modo de produção da Casa Agrícola dos Arais, na sua envolvente e autenticidade.



**CASA AGRÍCOLA
DOS ARAIS**

Produtos da Casa Agrícola dos Arais:

Queijo Serra da Estrela – DOP

Queijo Serra da Estrela Velho – DOP

Requeijão Serra da Estrela – DOP

Borrego Serra da Estrela – DO



EVENTOS

SISAB 2018 – SALÃO INTERNACIONAL DO SETOR
ALIMENTAR E BEBIDAS
12 A 14 DE FEVEREIRO 2018



<https://www.sisab.pt/>

FOOD AND DRINK EXPO 2018
16 A 18 DE ABRIL 2018



NEC BIRMINGHAM
16-18 APRIL 2018

<https://www.foodanddrinkexpo.co.uk/>

ALIMENTARIA BARCELONA 2018
16 A 19 DE ABRIL DE 2018

Alimentaria 2018

<http://www.alimentaria-bcn.com/en/>

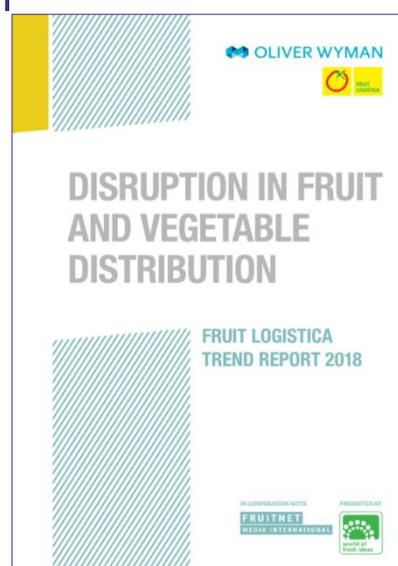
SIAL PARIS 2018
21 A 25 DE OUTUBRO 2018



<https://www.sialparis.com/>

ESTUDOS

FRUIT LOGISTICA TREND REPORT 2018 –
DISRUPTION IN FRUIT AND VEGETABLE
DISTRIBUTION



Disponível para download em:
https://www.fruitlogistica.com/media/fl/fl_dl_all/fl_dl_all_fach_besucher/Fruit_Logistica_Trend_Report_2018_Part1.pdf

FLASH AZEITE – AICEP PORTUGAL GLOBAL



Principais indicadores do setor do azeite em Portugal: dimensão, evolução recente e principais destinos das exportações.

Disponível para download em:
<http://portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Detail.aspx?documentId=d88735f5-67d1-4544-9662-bdfbec3035>

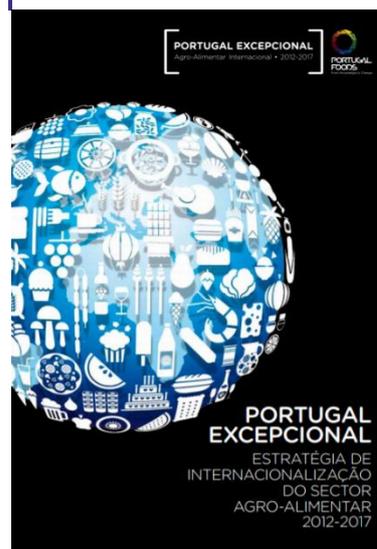
FLASH VINHOS – AICEP PORTUGAL GLOBAL



Principais indicadores do setor dos vinhos em Portugal: dimensão, evolução recente e principais destinos das exportações.

Disponível para download em:
<http://portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Detalle.aspx?documentId=c40dbf29-331f-4467-b79b-039d3ccd4686>

PORTUGAL EXCEPCIONAL - ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR AGRO-ALIMENTAR 2012-2017



Disponível para download em:
https://www.portugalfoods.org/pdf/Estrat%C3%A9gia_de_Internacionaliza%C3%A7%C3%A3o_do_Setor_Agroalimentar.pdf

LINKS ÚTEIS

Portugal Foods



<http://www.portugalfoods.org>

FIPA – Federação das Indústrias Portuguesas Agro-Alimentares



www.fipa.pt

Vida Rural – Revista Profissional de Associação Portugal Fresh Agronegócios



www.vidarural.pt

PORTUGAL FRESH
FRUITS
VEGETABLES
FLOWERS
www.portugalfresh.org

A Revista da Indústria Alimentar Programa Portugal Sou Eu



www.tecnoalimentar.pt



portugalsoueu.pt

Mercado Alimentar – Portal do Setor Agroalimentar e da Nutrição



mercadoalimentar.com

Modern Farmer



modernfarmer.com