

REVISTA **Veja** PORTUGAL

SABORES DE PORTUGAL
FLAVORS OF PORTUGAL



SAGAL EXPO

FIL - LISBOA - PORTUGAL
15 - 17 abril april 2024

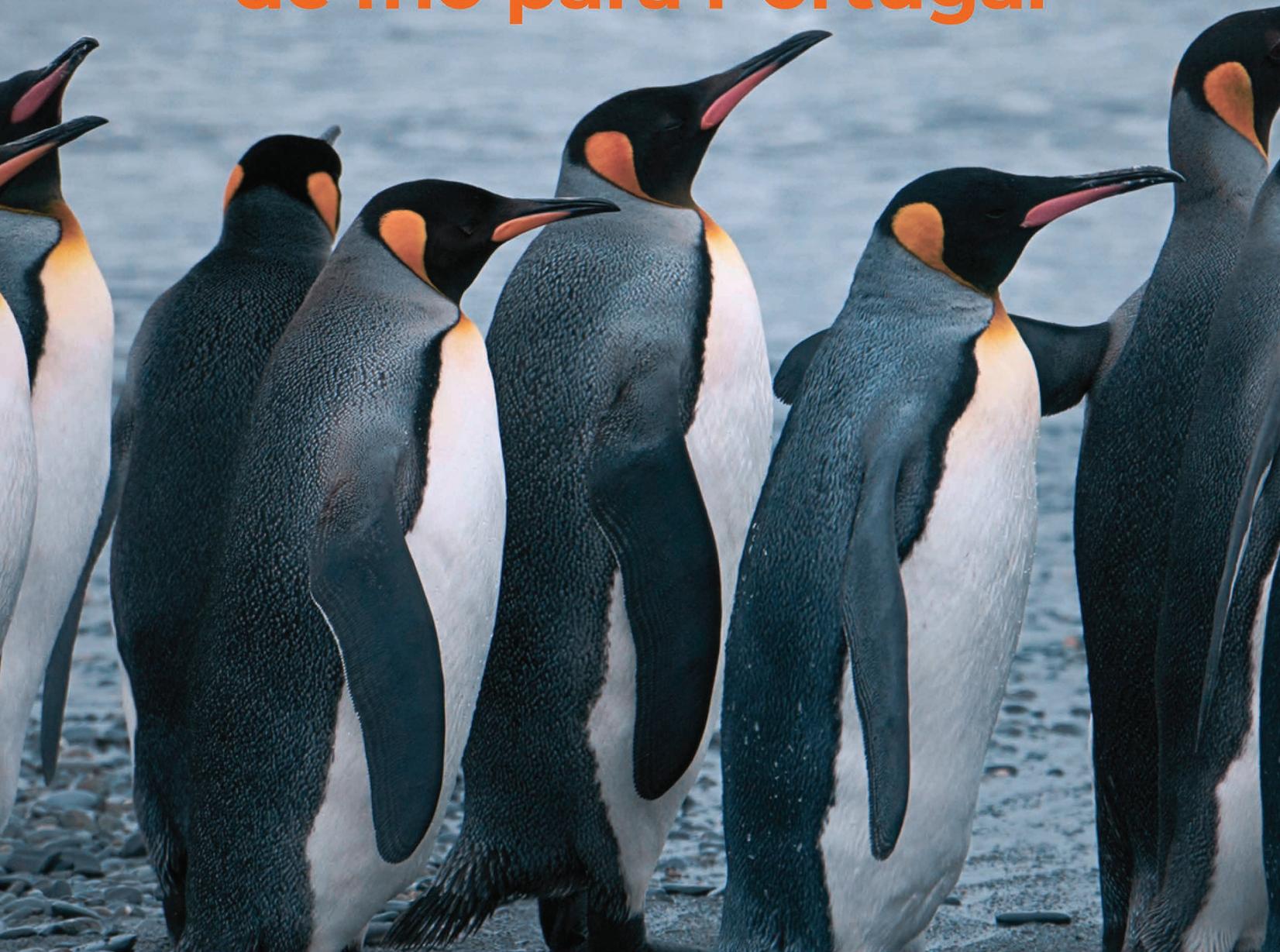


Feira de exportação dos
sabores de Portugal

Exports fair for
Portuguese flavors

organização / organization: **EXPOSALÃO**

Líder em logística de frio para Portugal



Entrega 24/48h
nas grandes
superfícies e
distribuidores



Distribuição de
alimentos
refrigerados e
congelados



REVISTA **Veja**
PORTUGAL

DIRETOR
José Frazão

GESTOR COMERCIAL E
COORDENAÇÃO DE EVENTOS
Alípio Pereira - alipio.pereira@exposalao.pt
Ana Lourenço - ana.lourenco@exposalao.pt

EDITOR
André Oliveira
andre.oliveira@exposalao.pt

REDACÇÃO (TEXTOS)
André Filipe Oliveira

FOTOGRAFIAS
iStockphoto

ADMINISTRAÇÃO
José Frazão

DIRECÇÃO FINANCEIRA
Miguel Ascenso - miguel@exposalao.pt

PROPRIETÁRIO
EXPOSALÃO
Batalha - IC2 - KM 110,
2441-951 Batalha
tel.: +351 244 769 480

Lisboa
Av. Fontes Pereira de Melo, 35 - 7ºD,
1050-118 Lisboa
tel.: +351 217 655 037
email: info@exposalao.pt

A publicação está isenta de Registo
na ERC ao Abrigo do Regulamento
8/99/9/6 Artigo 12º Nr.1/A

IMPRESSÃO
ZAMVALOR Unip. Lda.
Av. da república 71, 1F
1495-111 Algés
nif: 513 310 924
Tel.: + 351 215 963 014
info@zamvalor.pt

Os artigos assinados por pessoas externas à
redacção e as páginas que possuem a indicação
de texto publicitário são da exclusiva responsabilidade
dos seus autores e podem não expressar
o ponto de vista da revista.
Reprodução proibida sem autorização da
EXPOSALÃO – Centro de Exposições da Batalha.



4
EDITORIAL
Promover a imagem de Portugal
no Mundo

5
SAGALEXPO
Nova edição promete impulsionar
as exportações nacionais

6
MERCADO
Exportações no setor agroalimentar
crescem em 2023

8
EDITORIAL
Carlos Moedas: “Lisboa acolhe todos
os participantes da SAGALEXPO de
braços abertos”

10
EMPRESAS
As novas propostas do setor

30
INOVAÇÃO
Setor do vinho define estratégias para
aumentar exportações até 2030

56
INOVAÇÃO
Solar do Queijo Serra da Estrela encanta
paladares há 25 anos

58
ENTREVISTA
Inês Simas: “Devemos ter no prato tudo
o que os nossos avós reconhecem como
alimento”

78
MERCADO
Importadores viajam a Lisboa para levar
produtos portugueses para o Mundo



PROMOVER A IMAGEM DE PORTUGAL NO MUNDO

***José
Frazão***
CEO EXPOSALÃO

Caros empresários,

É com imenso orgulho e entusiasmo que damos as boas-vindas à terceira edição da SGALEXPO – Sabores de Portugal. Este evento anual representa uma oportunidade de negócios e uma aposta na relevância das exportações portuguesas no cenário global. Nos últimos meses, a organização da SAGAL trabalhou empenhadamente no crescimento do evento que hoje se inaugura. Testemunho igualmente a aposta constante das empresas expositoras na qualidade dos produtos e marcas portuguesas aqui apresentados. É fundamental reconhecer a importância das exportações para a economia portuguesa. Através do comércio internacional, as empresas portuguesas têm a oportunidade de expandir os seus negócios, fortalecer as suas relações no exterior e promover a

imagem de Portugal no mundo.

A presença de compradores internacionais, mais precisamente 1100, demonstra o interesse e confiança que os produtos e marcas portuguesas transmitem. Estamos empenhados em facilitar encontros de negócios frutíferos, que resultem em parcerias duradouras e lucrativas para todos.

A todos os participantes e visitantes, desejo uma experiência enriquecedora e produtiva nesta feira, apostando no dinamismo e excelência das exportações portuguesas com o objetivo de construir um futuro ainda mais promissor para o comércio internacional.

Bons negócios!

NOVA EDIÇÃO DA SAGALEXPO PROMETE IMPULSIONAR AS EXPORTAÇÕES DAS EMPRESAS NACIONAIS

Evento atinge números recorde com a confirmação de 1100 compradores internacionais e mais de 380 empresas dos mais diversos setores do agro-alimentar.

A SAGALEXPO – Sabores de Portugal apresenta a terceira edição com o objetivo de continuar a promover o crescimento e a internacionalização das empresas nacionais. Estão confirmadas para este ano mais de 380 empresas dos mais diversos setores do agro-alimentar, reunindo expositores de diversas regiões do nosso País, com vinhos, charcutaria tradicional portuguesa, frutas e legumes. A SAGALEXPO tem-se estabelecido como um importante ponto de encontro para empresários, investidores e representantes de di-

versos setores. Com foco na promoção da exportação de produtos e marcas nacionais, a feira tem desempenhado um papel crucial no aumento de oportunidades de negócios internacionais.

Nesta edição, o evento atinge números recorde com a confirmação de 1100 compradores internacionais, onde se incluem as principais figuras das comunidades portuguesas espalhadas pelo Mundo (Diáspora), que todos os anos acedem à chamada para visitar a feira. Destaque ainda para os novos mercados confirmados: Albânia, Arménia, Benin, Chile, Líbano, Panamá, Equador, Omã, El Salvador, Serra Leoa.

A expectativa é que a SAGALEXPO 2024 contribua significativamente para o aumento das exportações portuguesas, impulsionando o desenvolvimento económico do país. A feira propõe-se a ser uma montra para as empresas nacionais, que terão a oportunidade de apresentar produtos e serviços para um público altamente qualificado e interessado em estabelecer relações comerciais.



**1100 MIL
COMPRADORES
INTERNACIONAIS**



**380
EMPRESAS**



EXPORTAÇÕES DO SETOR AGROALIMENTAR CRESCEM 6,86% EM 2023





INE assinala aumento das vendas de produtos alimentares ao exterior, que atingiram €7 526 milhões de euros no último ano. Setor desafia novo Governo a adotar visão estratégica.

As exportações da indústria alimentar e das bebidas atingiram €7 526 milhões de euros em 2023, o que traduz um crescimento de 6,86% face a igual período de 2022, revelam os últimos dados do Instituto Nacional de Estatística.

Com o pódio de crescimento das exportações dentro da União Europeia a ser ocupado, respetivamente, pela Eslováquia (35,40%), Irlanda (31,09%) e Polónia (30,20%), foi, no entanto, para o Peru (91,05%) e para a Mauritânia (61,05%) que as exportações mais cresceram comparativamente a 2022.

As exportações para países tradicionalmente parceiros como Angola e Itália registaram um abrandamento de, respetivamente, 25,49% e 8,53%.

“A conjuntura, nacional e internacional, é desafiante e embo-

ra os números deixem perceber um incremento ao nível das exportações, como previsto, o setor ambiciona mais”, referiu Jorge Henriques, presidente da FIPA. Sem perder o foco no futuro, revela que “o setor tem vindo a penetrar em novos mercados”, o que permite manter a esperança de alcançar a meta dos €10 mil milhões em exportações de acordo com os objetivos traçados. No entanto, desafia o próximo governo a ter “uma visão clara relativamente à criação de uma rede de infraestruturas sólida e competitiva, políticas económicas e diplomáticas de incentivo à exportação, além de maior empenho no eliminar de barreiras alfandegárias em várias latitudes”.

A indústria alimentar e das bebidas é a indústria transformadora que mais contribui para a economia nacional, tanto em Volume de Negócios (€22,4 mil milhões) como em Valor Acrescentado Bruto (€3,8 mil milhões). Primeira indústria transformadora que mais emprega gera – é responsável por mais de 112 mil postos de trabalho diretos e cerca de 500 mil indiretos – assume, simultaneamente, uma grande importância no desenvolvimento do tecido empresarial e na afirmação do potencial de evolução da autossuficiência alimentar do país.



**Carlos
Moedas**

Presidente da Câmara Municipal
de Lisboa

***“LISBOA ACOLHE TODOS OS
PARTICIPANTES DA SAGALEXPO
DE BRAÇOS ABERTOS”***

Carlos Moedas, Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, aceitou o convite da Veja Portugal para redigir um Editorial a propósito da nova edição da feira SAGALEXPO - Sabores de Portugal. As reflexões do autarca acerca do evento que se realiza pela terceira vez reunindo mais empresas nacionais e compradores do exterior.

Com uma tradição rica e variada no setor gastronómico, enraizada em séculos de história e cultura, Lisboa acolhe com orgulho a 3ª edição SAGALEXPO - Sabores de Portugal.

Enquanto capital europeia que se destaca pela capacidade em inovar e em atrair talento internacional, a cidade é um ponto de encontro por excelência para os profissionais da indústria agroalimentar, que tanto tem contribuído para a economia portuguesa.

Lisboa é palco desse dinamismo empresarial: em 2022 e 2023 a cidade bateu um novo recorde de exportações, com um extraordinário crescimento de 40% face aos 2 anos anteriores, e superando pela primeira vez os 10 milhões de euros num só ano.

Esse crescimento tem um impacto direto no emprego. No mesmo período foi alcançada uma nova meta, com 1,5 milhões de pessoas empregadas na região de Lisboa, o valor mais elevado desde que há registo. O emprego é uma componente fundamental na qualidade de vida dos lisboetas e dos portugueses, e constitui mais um indicador do valor acrescentado que o setor agroalimentar é capaz de produzir para o país e para todos nós. Mas a exportação de produtos alimentares e de bebidas portuguesas não contribui apenas para o crescimento e dinamização da nossa economia. Representa também uma força de promoção para a imagem de Lisboa e de Portugal além-fronteiras, aumentando o reconhecimento que é dado à nossa capacidade de produzir, de inovar e

de estar na vanguarda.

A participação ativa das empresas portuguesas na SAGALEXPO é fundamental para fortalecer essa posição no mercado global.

A SAGALEXPO, além de ser uma vitrine para os produtos portugueses, oferece uma plataforma única para negociações comerciais e partilha de conhecimento entre produtores, distribuidores e consumidores internacionais.

A cidade de Lisboa, como anfitriã da SAGALEXPO, desempenha um papel central neste cenário. Lisboa não é apenas a capital de Portugal, mas também um centro cosmopolita de cultura, negócios e turismo. Eventos como a SAGALEXPO promovem a economia local e fortalecem a reputação da cidade como um importante hub comercial e gastronómico.

Nesta 3ª edição, a SAGALEXPO validou uma vez mais a sua capacidade de mobilização e a sua crescente relevância no setor, contando com a presença de 1100 compradores de todo o mundo e mais de 350 empresas nacionais.

Num momento em que a economia global enfrenta desafios sem precedentes, é mais importante do que nunca que as empresas portuguesas se destaquem no mercado externo.

Juntos, vamos continuar a promover os Sabores de Portugal e a impulsionar o seu sucesso em todo o mundo. Lisboa acolhe todos os participantes da SAGALEXPO de braços abertos.



MAIS DO QUE UM AZEITE, É PAIXÃO...

Esta participação da ACUSHLA na SAGALEXPO tem um carácter de disseminação e notoriedade de marca, que pretende aumentar a expansão da mesma no contexto internacional.

Para a ACUSHLA será a primeira participação na SAGALEXPO pelo que o efeito novidade é total, quer em termos de marca, quer em termos de produto. “Acima de tudo interessa-nos apresentar o conceito que está na génese do nosso projeto e que nos diferencia, dado que a ACUSHLA tem uma vertente de produção biológica e de proteção ambiental baseada na economia circular sustentável, que reflete a emoção implementada no projeto, materializado em 2006 e que permitiu a várias gerações reunir-se da mesma família, em torno da olivicultura”, referiu Joaquim Moreira, owner e board member da ACUSHLA.

É na Quinta do Prado, em Vila Flor, que milhares de oliveiras vivem no meio da natureza e em sintonia com um vasto ecossistema de abelhas, pássaros, ovelhas e outros seres vivos, dando origem ao melhor fruto, à melhor azeitona e conseqüentemente ao melhor azeite virgem extra biológico, em 14 hectares de olival centenário e 200 hectares de olival novo, num total de cerca de 75.000 oliveiras. “De facto, sendo a preocupação ambiental e o contributo para um mundo mais sustentável um dos pilares do nosso projeto, optámos pela agricultura biológica, em que o olival é cultivado através de

técnicas que respeitam os ciclos naturais de vida e reduzem o impacto ambiental. ACUSHLA destaca-se por tudo isto, pela qualidade do produto e pelo excelente design e é por isso dizemos que, mais do que um azeite, ACUSHLA é paixão.”

Esta participação da ACUSHLA na SAGALEXPO tem um carácter de disseminação e notoriedade de marca, aliada a uma vertente comercial que está alinhada com a estratégia de crescimento da marca. “É importante para nós consolidarmos a presença no mercado, estendendo e aumentando a rede de postos de venda, enquanto divulgamos a qualidade e variedade da nossa linha de produtos.”

“Esperamos que a SAGALEXPO seja uma boa montra para os produtos ACUSHLA e que nos permita contactos nacionais e internacionais, capazes de reconhecer a mais-valia de um produto de excelência como o nosso e que partilhem esta nossa visão de proteção do ambiente, da cultura e das tradições do nosso país.”



FRESCURA NATURAL COM BOA ESTRUTURA E EXCELENTES PERFIS AROMÁTICOS

Adega de Borba aposta na divulgação de vinhos do Terroir de Borba para a nova edição da SAGALEXPO, que acredita ser uma oportunidade para aumentar a promoção dos vinhos do Alentejo e de Portugal junto dos mercados internacionais.

A Adega de Borba apresenta-se na SAGALEXPO – Sabores de Portugal para dar a conhecer a oferta diversificada de produtos, para todos os tipos de consumidores, com imagens apelativas e diferenciadoras. Vinhos do Terroir de Borba, elegantes, dada a combinação de frescura natural, com boa estrutura e excelentes perfis aromáticos.

Partilhar também o dinamismo, inovação e consistência que descrevem o trabalho que a Adega de Borba tem desenvolvido, impulsionando a cultura da vinha e o valor das castas tradicionais que caracterizam o Terroir de Borba, e os vinhos de alta qualidade que produz.

“As nossas expectativas só podem ser as mais elevadas. Ao participarmos neste evento, esperamos reforçar a nossa visibilidade internacional e aposta na diversificação de mercados”, explicou Andreia Gonçalves, Marketing Manager Adega de Borba.

“A SAGALEXPO demonstra bem o exemplo de como devemos trabalhar em conjunto, unir esforços para aumentar a promoção dos vinhos do Alentejo e de Portugal junto dos mercados internacionais.”



SORTIDO DE VINHOS QUE OCUPA VÁRIOS MOMENTOS



A Adega de Palmela é considerada uma das grandes produtoras de vinho da Península de Setúbal - a 2ª região mais importante em termos de consumo para os portugueses - e onde já celebrou 68 anos de história.

Com 15% do total de vinhas da região (1.000 hectares), a Adega de Palmela tornou-se especialista na produção DOC Palmela e marcas elaboradas com as castas mais típicas da região como o Castelão, Fernão Pires e Moscatel. “Somos criadores de marcas fortes em notoriedade e imagem e que se inspiram no ponto mais alto de Palmela e o seu Castelo. Daí o nosso slogan de Vinhos com História”, sublinhou Mário Cravidão, Head of Export Department.

A Adega de Palmela dispõe de um sortido de vinhos que ocupa vários momentos de consumo aperitivos, antes da refeição, com o Moscatel DOC Setúbal, na refeição com uma panóplia de vinhos tranquilos e aguardentes ou moscatéis datados para o momento de digestivo.

“Procuramos sempre entregar ao consumidor a melhor proposta de valor e, acima de tudo, vinhos muito fáceis de beber, que deem prazer e que expressem a autenticidade da região. O nosso portfolio tem também estado a expandir-se para os vinhos Premium Reserva com as marcas Vale de Touros e a Adega de Palmela,

vinhos muito medalhados internacionalmente.”

“O nosso Adega de Palmela Grande Reserva tinto 2017, foi considerado pela Comissão Vitivinícola da Região da Península de Setúbal, como o melhor vinho tinto da Região e o Adega de Palmela DOC Moscatel de Setúbal 10 Anos considerado um dos 10 melhores moscatéis do mundo no Muscats du Monde de França.”

A Adega de Palmela vai estar na SAGALEXPO a apresentar toda a gama e, em particular, as últimas duas novidades: o Adega de Palmela Colheita Selecionado tinto e branco, vinhos DOC Palmela que representam a capacidade de produzir vinhos autênticos que expressam o terroir da região.

“A SAGAL é uma mais-valia pois vai-nos possibilitar encontrar clientes atuais e novos no mundo dos vinhos a partir de Lisboa. E também concebida e gerida por uma equipa de profissionais que conhecemos há muito tempo e que são capazes de gerir uma experiência de negócios e de provas muito positiva.”

TRADIÇÃO COM UM TOQUE DE IRREVERÊNCIA

Binomio regressa à SAGALEXPO para apresentar novidades, mais concretamente Bombons com recheio de Caramelo & Sal. Entusiasmo passa igualmente por retomar contacto com novos mercados.

A CANDYCAT é uma marca caracterizada não apenas pela distinção e tradição, mas também pela elegância e irreverência, pois apresenta todos os anos, novos produtos que complementam a sua oferta.

Este ano, vai apresentar novos sabores, como é caso do Bombons com recheio de Caramelo & Sal e as Amêndoas Premium com vários sabores distintos.

“Regressamos à SAGAL com elevadas expectativas de alargar o networking de âmbito internacional, não apenas pelo retomar de contactos com potenciais clientes que já conhecemos de edições anteriores, mas também conhecendo novos participantes que se revelem uma mais-valia para o nosso projeto de internacionalização”, explicou o diretor comercial Pedro Oliveira.



VINHOS COM CARÁCTER DIFERENCIADOR

*Ervideira vai apresentar
vinhos únicos, como
Invisível, Branco de
Inverno, Vinho da Água.*

A Ervideira é uma empresa familiar, que já vai na quarta e quinta geração, integralmente nas mãos da família. “Dedicamo-nos a vinhos de categorias superiores, trabalhando apenas com vinhas e vinhos próprios”, explicou o Diretor de Compras e Processos na Ervideira, Duarte Leal da Costa.

Nesta feira, a empresa vai apresentar vinhos únicos, como Invisível, Branco de Inverno, Vinho da Água, vinhos diferenciadores cujo público consumidor se tem mostrado altamente interessado e com vendas sucessivamente crescentes, tornando-se num caso de sucesso.

A Ervideira quer estar presente na SAGALEXPO – Sabores de Portugal “pois procura novos clientes pelo mundo, clientes interessados em bons vinhos, diferenciadores”.





QUALIDADE EXCECIONAL E SABOR INIGUALÁVEL

Frimarc apresenta-se na SAGALEXPO - Sabores de Portugal para dar a conhecer alguns cortes escolhidos ao pormenor para responder às necessidades dos clientes internacionais.

A participação da Frimarc na SAGALEXPO é uma oportunidade para destacar alguns dos cortes de carne bovina premium que comercializa.

“Estes cortes, representam o resultado de um rigoroso processo de seleção. Cada peça é escolhida minuciosamente, garantindo não só uma qualidade excecional, como também um sabor inigualável. Trabalhamos com empenho, para assegurar que cada corte atenda às exigências específicas de cada Cliente do mercado europeu.”

Este evento é encarado pela Frimarc, como ponto de encontro para profissionais da indústria alimentar da UE, proporciona uma plataforma valiosa para fortalecer e expandir a rede de contactos. “Com esta exposição direta, procuramos não só aumentar a nossa visibilidade, mas como também reforçar a nossa marca e abrir portas para novas oportunidades de negócios.”

A presença neste evento irá permitir à Frimarc alcançar potenciais distribuidores e compradores, servindo “como um trampolim para aumentar significativamente a nossa visibilidade no mercado europeu, consolidando ainda mais a nossa marca como um símbolo de qualidade e excelência.”

QUALIDADE RECONHECIDA ALÉM-FRONTEIRAS

Lugrade participa na SAGALEXPO com o intuito de reforçar a internacionalização da marca e de fortalecer a posição de referência que detem no mercado nacional.



A Lugrade anuncia “os positivos progressos da reconstrução da nossa unidade de produção do Bacalhau Demolhado Ultracongelado” perdida no incêndio de abril do ano passado. A empresa antecipa uma fábrica mais “moderna, com maior capacidade de resposta e de armazenamento”, “equipada com tecnologia de ponta, cujos objetivos são aumentar a eficiência dos nossos processos de produção e minimizar o impacto ambiental da nossa atividade”. O porta voz do anúncio é Joselito Lucas, administrador da Lugrade, que confirma igualmente o regresso à feira SAGALEXPO – Sabores de Portugal, que decorre de 15 a 17 de abril, em Lisboa. “Levaremos amostras de várias referências do nosso Bacalhau Salgado Seco, Salgado Verde e Demolhado Ultracongelado para os clientes analisarem ao vivo. Nos vários calibres, de várias origens (com destaque para as proveniências da Noruega e Islândia), com diferentes tempos de cura, os clientes poderão encontrar bacalhau inteiro, postas, lombos, caras, desfiado, samos, línguas, bochechas”. “Daremos destaque ao nosso bacalhau posteadado, trata-se de embalagens de 500G a 2,3KG, com diferentes calibres. São práticas e perfeitas para consumo familiar. Por exemplo, uma unidade destas embalagens de Bacalhau Crescido permite a confeção de 2 refeições distintas para uma família de 4 pessoas, ou seja, uma refeição para 8 pessoas. Toda a gama apresentada será ainda complementada com a informação dos nossos catálogos e com informação digital.”

O foco da Lugrade é a aposta em produtos de qualidade, sendo reconhecida no mercado nacional e internacional, estando presente em todos os continentes. “A nossa marca destaca-se ainda pela aposta em produtos exclusivos, como são exemplo o bacalhau Lugrade Vintage, de origem islandesa, a que aplicamos uma cura de 20 meses e o Magnus by Lugrade, proveniente dos mares da No-

ruêga, trata-se de um Bacalhau Especial Jumbo, de calibre superior a 5,5KG. Este produto foi lançado em novembro de 2023, na Noruega, na região onde foi capturado, junto à ilha de Husøy.” Ultrapassado um dos anos mais desafiantes da história da empresa, a presença da Lugrade na SAGALEXPO “é a afirmação aos nossos clientes e ao público em geral que nunca desistiremos da nossa missão”, confirmando mais “novidades” para o próximo ano. Com determinação adaptámo-nos às adversidades, não deixámos os nossos clientes sem resposta e em 2023 conseguimos ainda apresentar novidades, tanto ao nível de produto quanto ao nível do packaging.





GENUÍNO SABOR DO SAL MARINHO TRADICIONAL

***Necton aposta em produtos de alta
qualidade que atendem às exigências
do mercado, aliados a um serviço de
excelência.***

A Necton apresenta nesta nova edição da SAGALEXPO uma nova geração de caixas expositoras que foram aprimoradas.

A primeira grande melhoria é a forma como elas facilitam a abertura e a reposição dos produtos. O novo design foi pensado para tornar o processo de reposição mais eficiente e rápido, proporcionando uma experiência mais fluída para os nossos clientes do retalho. A componente visual das caixas expositoras também passou por uma transformação significativa. “A nova imagem foi estrategicamente concebida para comunicar de forma mais atrativa e impactante, destacando os valores da nossa marca e a qualidade excepcional do nosso Sal Marinho Tradicional do Algarve”, explicou Elizabete Guerreiro Gonçalves, Responsável de Marketing da Necton S.A. A empresa orgulha-se de apresentar o primeiro Moinho de Sal Marinho Tradicional Marnoto. A introdução desta nova embalagem, surge em resposta à crescente procura por praticidade e personalização. “O moinho permite aos nossos consumidores desfrutar do genuíno sabor do sal marinho tradicional, agora ajustável às suas preferências individuais, mantendo a integridade e a qualidade do produto a que estão habituados.”

“Procuramos constantemente superar as expectativas dos nossos clientes, não apenas oferecendo produtos inovadores, mas também garantindo uma experiência completa e satisfatória em cada interação com a nossa marca.”

A participação na SAGALEXPO apresenta-se para a Necton como uma oportunidade para aumentar as vendas via exportação. “Após algumas participações, além da oportunidade de rever clientes e leads de anos anteriores, permite-nos conhecer novos importadores e compradores a cada edição”, sublinhou Paulo Martins, Sales Manager Unidade do Sal Necton S.A.

PRODUTOS INOVADORES COM DESIGN SOFISTICADO E COSMOPOLITA



Prisca vai apresentar o vasto portfólio de referências de charcutaria tradicional, doces e condimentos de frutas.

A Prisca é atualmente líder nos setores de charcutaria tradicional portuguesa, doces e condimentos de frutas, mantendo um forte envolvimento com a comunidade, uma abordagem dinâmica do mercado e forte comprometimento relativamente à qualidade e inovação.

“Estar presente na SAGALEXPO é sinónimo da importância que esta feira tem na nossa conectividade com o mercado de exportação e da oportunidade que proporciona para conhecer novos mercados”, explicou Vanda Serrumbia, da Direção Comercial Prisca. “Apresentar novidades em expansão na nossa marca, tem sido um dos fatores triunfantes da nossa participação. Esperamos surpreender os nossos e futuros clientes. Queremos e estamos a trabalhar, para que a próxima edição, que se aproxima, seja um sucesso.” A Prisca é uma empresa de cariz familiar cuja história remonta a 1917. Apresenta um portfólio de produtos forte, inovador, com um design sofisticado e cosmopolita.

PRESUNTO COM OSSO

Inclui suporte de madeira



SABORES DE GERAÇÕES COM MAIS DE MEIO SÉCULO

Probar pretende reforçar estratégia nos mercados externos e no decorrer da participação da feira SAGALEXPO quer reencontrar clientes e encontrar novos prospects.

Os produtos PROBAR são um testemunho do saber-fazer, que tem sido transmitido através de gerações e que nos definem há mais de meio século. O compromisso é pautado por uma contínua procura pela excelência, o que demonstra a dedicação inabalável à tradição e à qualidade da charcutaria portuguesa.

“Os nossos clientes sabem que a nossa marca representa a nossa história, que continua a definir o padrão para produtos de alta qualidade nesta indústria”, explicou Maria Oliveira, Export Manager. “A SAGALEXPO é uma montra da marca Portugal, cada vez mais reconhecida e apreciada no mundo. É o lugar de encontro, de excelência, da comunidade empresarial portuguesa na área da Alimentação e bebidas.”

Com presença em quatro continentes, um dos pilares da estratégia da Probar é expandir a marca além-fronteiras. “A oportunidade de encontro com clientes atuais e a procura de prospects faz com que a nossa participação seja inquestionável”

EXCELÊNCIA DE SABOR RECONHECIDO

A Salsicharia Limiana® está constantemente a melhorar e a inovar todas as gamas de produtos.



SABOR ORIGINAL, TRADIÇÃO SEM IGUAL.

A empresa vai apresentar uma nova gama de produtos a quem visitar o stand, mas prefere deixar a surpresa para a SAGALEXPO. “Inovámos também muito dentro das fábricas, com a introdução de nova tecnologia ultra moderna em novas linhas de produção. Estamos também muito focados e a arranjar soluções para diminuição dos plásticos nas embalagens e que este seja 100% reciclado e reciclável”, destacou Paulo Camoezas, diretor comercial.

“Entendemos que só assim conseguimos manter a excelência de sabor e demais qualidades que tanto nos caracteriza e é reconhecido. Estamos em constante avaliação e melhoria ao nível de qualidades organoléticas e de embalagens.”

A Salsicharia Limiana marcou presença nas últimas edições da SAGAL e pretende estar no futuro. “É uma excelente oportunidade para estarmos com os nossos parceiros internacionais, que na sua maioria nos visita aquando deste evento, uma excelente oportunidade para os receber bem e apresentar todas as novidades, e além disso apresentar a Salsicharia Limiana® a novos parceiros que visitem o certame. Acreditamos neste formato que mais não é que uma excelente ferramenta para dinamizar negócios e fortalecer amizades e parcerias.”

UMA NOVA REFERÊNCIA BEIRABAGA

Marca detida pela Euromel apresenta a Geleia de Marmelo Beirabaga. Durante a participação na feira, empresa vai apostar também na divulgação das referências de Mel premiadas.



A Euromel, detentora das marcas Serramel e Beirabaga – Doces Tradicionais, apresenta-se pela terceira vez na feira SAGALEXPO para dar a conhecer algumas novidades. “Este ano lançámos uma nova referência Beirabaga que, estamos confiantes, vai ser um sucesso – a “Geleia de Marmelo Beirabaga 270g”, anunciou o diretor Frederico Horgan.

A Serramel apresenta 15 referências de Mel, com algumas distinguidas com prémios que atestam a qualidade e excelência do produtos. A Beirabaga – Doces Tradicionais acrescentou novas referências à gama, que vão ao dispor dos compradores internacionais presentes no evento.

A Euromel encara a SAGALEXPO como uma grande oportunidade para interagir com o mercado exterior. “É, em Portugal, quanto a nós, a Feira de exportação por excelência. Encontramos sempre os nossos clientes de sempre e também concretizamos, frequentemente, novos negócios. É uma oportunidade para apresentar as novidades – novos produtos, prémios conquistados. E, também, de encontrar fornecedores e rever amigos e colegas de longa data”, acrescentou o responsável.



PRODUTOS DE CHARCUTARIA COM IMAGEM RENOVADA

Grupo FTD, detentor da Terras do Demo, regressa à SAGALEXPO para mostrar e degustar produtos, receber o feedback imediato de clientes e potenciais.

A Terras do Demo opera na área das carnes suínas e transformados de charcutaria. “Estamos presentes na SAGALEXPO para comunicar aos nossos clientes a nossa renovada imagem de produtos de charcutaria e também novos produtos desenvolvidos ao longo do ano”, referiu o diretor comercial Nuno Moreira.

A empresa participa no evento pela segunda vez, dando sequencia à estratégia delineada de participação em feiras “na qual a SAGAL faz parte, entendemos que a participação na SAGAL nos dá a oportunidade de comunicar mais próximo com os clientes, estando eles na Feira focados em fazer negócios.”

O evento permite ao Grupo FTD, detentor da Terras do Demo, “ter vários clientes juntos no mesmo certame, em que podemos mostrar e degustar os produtos, receber o feedback no momento (o que é muito importante), permite também reforçar laços, e ter uma montra para potenciais clientes.”





SOLUÇÕES SAUDÁVEIS PRONTAS A COMER

Vasco da Gama apresenta três novas referências Jardineira de Soja Arrabiata; Tofu Fumado com Legumes e Lentilhas e Cogumelos com Caril.

A Cofisa apresenta-se na terceira edição da SAGALEXPO – Sabores de Portugal para apresentar a nova gama de produtos Vegan – Vasco da Gama VEGGIE. Trata-se de três novas referências, que vão encontrar das tendências de consumo.

“As três saborosas refeições Vegan, certificadas com o selo V-Label, promovem uma dieta saudável e exclusivamente de vegetais: Jardineira de Soja Arrabiata; Tofu Fumado com Legumes e Lentilhas e Cogumelos com Caril. Temos a certeza que todos os consumidores, mesmo os mais exigentes, vão adorar a gama Vasco da Gama VEGGIE”, enalteceu Telma Reis, International Business Manager da Cofisa.

Presente desde a 1ª edição que a COFISA, Conservas de Peixe da Figueira SA, não tem dúvidas de que a presença na feira possibilita mais-valias. “Irá permitir rever os clientes de sempre e assim reforçar as relações bem como apresentar as novas soluções e produtos de uma forma profissional e assertiva.”

“Além disso, a SAGAL promove o contacto com novos clientes/parceiros e consequentemente novas oportunidades de negócio numa categoria tão competitiva como é a das Conservas de Peixe.”

A marca Vasco da Gama comemorou 100 anos de existência, mas acompanha as novas tendências do mercado e oferece soluções saudáveis prontas a comer.

VINHOS DISTINTOS COM CARACTERÍSTICAS ÚNICAS

A referência Animus Douro Reserva é o mais recente lançamento da Vicente Faria, que vai aproveitar a participação na SAGALEXPO para interagir com novos agentes do mercado externo.

A Vicente Faria dedica-se fortemente aos mercados de exportação, mantendo presença em mais de 30 países e consolidando-se como um dos principais exportadores de vinhos DOC Douro.

A empresa está confirmada na nova edição da SAGALEXPO – Sabores de Portugal onde vai revelar o mais recente acréscimo à nossa linha de vinhos Douro - o Animus Douro Reserva. “Este vinho é uma extensão do nosso best-seller, o vinho Animus Douro. Além disso, apresentaremos a gama Quinta Vale Santa Luzia, que inclui vinhos exclusivos provenientes da nossa propriedade em Vilarouco, São João da Pesqueira”, destacou Carlos Felgueiras, Sales & Marketing Directo. A participação na SAGALEXPO representa uma oportunidade única para a Vicente Faria de interagir com intervenientes do mercado mundial que buscam produtos portugueses.

“O evento proporciona um ambiente propício para fortalecer parcerias, explorar oportunidades de negócios e promover a excelência dos produtos portugueses. A conveniência de participar neste evento próximo à nossa ‘casa’ é um benefício adicional, facilitando o acesso a uma audiência global interessada nos nossos produtos.”



HOMENAGEM À NATUREZA E ÀS ORIGENS

A Adega de São Mamede vai apresentar na edição de 2024 da SAGALEXPO o mais recente lançamento.

O vinho comemorativo dos 65 anos da Adega de São Mamede, o Grande Reserva Tinto 2019, vai estar em grande destaque durante a participação da Adega de São Mamede, representada no leque dos Vinhos de Lisboa.

Este é o primeiro topo de gama das castas Touriga Nacional, Syrah e Caladoc. Outra novidade é a gama de Reservas da marca Pena Ruiva que irá ser lançado com um tinto e um branco. Um vinho de homenagem à natureza e às origens que refletem o terroir de influência atlântica. Por fim iremos apresentar ainda um novo monocasta, CALADOC, para a gama da marca ALMA VITIS. “A SAGAL permite-nos num só local e sem deslocações, criar uma rede de contactos de potenciais clientes em mercados internacionais onde ainda não estamos representados”, referiu Paulo Rodrigues, da Adega de São Mamede.

“Conseguimos rever contactos já efetuados, conhecer as tendências e conhecimento dos mercados onde atuam. E ao darmos a provar os nossos vinhos conseguimos numa reunião de um para um perceber o enquadramento dos mesmos ao mercado”.





AMBIENTE DINÂMICO E PROPÍCIO PARA NETWORKING

Azeol faz rasgados elogios às oportunidades conseguidas através da presença na feira SAGALEXPO - Sabores de Portugal, garantindo a sua participação na nova edição do certame, em Lisboa.

É com grande entusiasmo que a Azeol participa na nova edição da SAGALEXPO. “Enquanto empresa, reconhecemos a importância de eventos como este, que reúnem uma vasta rede de profissionais e empresas do setor”, explicou Tânia Pinto, do departamento comercial.

A presença na SAGALEXPO Azeol “não reforça apenas o nosso compromisso com os clientes habituais com quem temos o privilégio de trabalhar e que normalmente visitam o certame, mas também representa uma oportunidade de explorar novas parcerias e expandir os nossos horizontes comerciais.”

A empresa considera que a SAGALEXPO oferece “um ambiente dinâmico e propício para networking e troca de ideias. É mais do que uma simples feira. É o catalisador para o crescimento e desenvolvimento contínuo do nosso negócio.”



CARÁCTER E A ELEGÂNCIA DA SERRA DA ESTRELA

A Casa Américo Wines vai apresentar na SAGALEXPO a nova imagem da linha Quinta do Vale. Uma linha bem completa com Colheita, Reserva Premium, em vinho branco e vinho tinto.

A nova identidade visual da marca de vinhos Quinta do Vale pretende reforçar a sua origem, a Serra da Estrela, numa linguagem mais contemporânea que visa aumentar o destaque no ponto de venda.

A Serra da Estrela ganha relevância e a paleta de tons terrosos remete para os elementos naturais e celebra as lindas cores de outono das vinhas.

A marca “umbrella” Casa Américo Wines está presente de uma forma discreta, como um símbolo de qualidade.

A marca Quinta do Vale está presente na grande distribuição, em termos nacionais, e também em diversos mercados internacionais. A Casa Américo Wines dedica-se a produzir vinhos genuínos que refletem o carácter e a elegância da Serra da Estrela.

A SAGALEXPO representa para a empresa “uma oportunidade de contactar com compradores profissionais que já revelam interesse nos produtos portugueses e mostrar e dar a provar os nossos vinhos, DOP Dão da Serra da Estrela”, destacou Dora Caseiro, da Casa Américo Wines / Seacampo, Lda.

“Vamos apresentar a nova imagem e vinhos da Quinta do Vale, estarão também presentes os vinhos Vinha de Púcaros, Monte Estrela, Sonante e, claro, os vinhos Casa Américo”.

80 ANOS DE HISTÓRIA E DE ESTÓRIAS

As Caves do Casalinho foram fundadas em 1944. É desde a fundação uma empresa familiar, com visão e vocação exportadora, que sempre foi muito resiliente, sabendo modernizar-se e adaptar-se aos novos e exigentes desafios.

Atualmente num ciclo de crescimento, as Caves do Casalinho apostaram num grande e continuado esforço feito nos últimos anos de promoção da empresa, das marcas, na requalificação praticamente total das vinhas, num esforço constante e dedicado em colocar um produto de qualidade ao dispor do consumidor, de expandir o seu portfólio, com novos vinhos e novas referências.

Nos últimos anos foi feito um trabalho muito apurado na recuperação da marca TRÊS MARIAS, marca registada em 1956 (68 anos) começando desde logo por colocar na garrafa um vinho de grande qualidade e consistência dentro da sua gama, também na imagem e comunicação, sendo que esse trabalho está a dar os seus frutos.

Por vezes é mais difícil recuperar uma marca do que criar uma nova, mas felizmente o objetivo está a ser conseguido com esta marca portuguesa icónica, TRÊS MARIAS.

“Iremos estar presentes mais uma vez na SAGAL, no sentido de reunir com os contactos e clientes que obtivemos nesta feira, desde o seu início, e com a perspetiva de abrir novos negócios”, adiantou Ana Maria Moutinho do Departamento de Exportação da Casalinho Wines.

“Apresentamos este ano, para além das nossas referências já bem conhecidas no mercado, um monocasta Arinto, que irá complementar a gama “premium” “Casalinho 1944”, ano da fundação da empresa, e que conta já com um Alvarinho, Espumantes e agora um 100% Arinto de grande qualidade e potencial de guarda.”





QUALIDADE, DIVERSIDADE E CONSISTÊNCIA

A participação continuada da Cofaco na SAGALEXPO é uma parte fundamental da estratégia de negócios da empresa.

A presença contínua da Cofaco na SAGALEXPO desde a sua primeira edição vai além de um compromisso. “É o nosso empenho e dedicação em levar os sabores autênticos de Portugal a todos os cantos do mundo. Esta participação reflete a nossa determinação em exportar os nossos produtos, que representam o que de melhor se faz em Portugal”, adiantou Joana Pinto Coelho, Responsável de Marketing da Cofaco.

Na edição de 2024, a Cofaco volta a apresentar uma variada seleção de produtos, destacando-se pela qualidade, diversidade e versatilidade. Esta oferta integra várias marcas distintas, cuidadosamente desenvolvidas para satisfazer as diferentes exigências dos nossos consumidores. Esta participação tem permitido à Cofaco cultivar relações com parceiros, distribuidores e clientes. “Ao longo dos anos, construímos uma rede sólida de contactos que continuam a contribuir para o nosso sucesso e crescimento.”

“Participar nesta feira desde a sua primeira edição reflete a nossa confiança no evento e reconhecimento do seu valor para a exportação de produtos portugueses. Esta consistência também demonstra o nosso compromisso em valorizar a categoria de conservas de peixe.”

A presença da Cofaco na SAGALEXPO tem contribuído para o aumento do reconhecimento das suas marcas além-fronteiras. “É uma excelente oportunidade para reafirmar a nossa posição como líderes do setor e o nosso compromisso em fornecer produtos de elevada qualidade.”



**SETOR DO VINHO DEFINE
ESTRATÉGIAS
PARA AUMENTAR
EXPORTAÇÕES
ATÉ 2030**

ViniPortugal quer atingir o limiar dos 1,2 mil milhões de euros com as vendas ao exterior. Profissionais debatem futuro no próximo mês.

A ViniPortugal traçou um novo plano até 2030: atingir 1,2 mil milhões de euros em exportações e um aumento no preço médio para 3,19 euros por litro.

A venda ao exterior dos vinhos portugueses recuou para 1,16% em 2023, atingindo um valor de 928 milhões de euros. No entanto, Portugal conseguiu aumentar a quota no mercado mundial de vinhos, superando a concorrência. O Brasil foi um dos mercados positivos, onde as exportações cresceram significativamente.

“O comércio mundial de vinhos sofreu uma grande queda em 2023, devido a diversos fatores, desde a inflação ao aumento das taxas de juro e do custo de vida. Além disso, as famílias enfrentaram instabilidade económica com as duas guerras. Esses foram os principais motivos para a redução das nossas exportações. No entanto, os dados dos nossos concorrentes mostram quedas muito maiores, o que indica que Portugal conseguiu aumentar a sua quota no mercado mundial de vinhos”, afirmou o presidente da ViniPortugal, Frederico Falcão.

Atualmente, a ViniPortugal está focada na recuperação de mercados importantes, como os EUA, Canadá e China. A discussão do plano estratégico está marcada para março.



“A SGALEXPO É A ÚNICA PLATAFORMA ESSENCIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO”



Alípio
Pereira

Alípio Pereira, diretor comercial para o mercado nacional da SGALEXPO, confirma que estão inscritas mais de 380 empresas na nova edição do certame. Os expositores vindos de diversos pontos do País vão apresentar as mais recentes novidades e propostas, com o intuito de expandir a sua marca além-fronteiras.

Quantos expositores estão presentes na SGALEXPO?

Neste momento, podemos anunciar que vão estar presentes mais de 380 empresas, o que representa um aumento significativo, com mais de 30 por cento, em relação à última edição. Estes números são demonstrativos do interesse e a relevância da SGALEXPO como uma plataforma importante para as empresas portuguesas mostrarem os seus produtos e serviços, estabelecerem contactos e expandirem os seus negócios para o importante mercado internacional.

Que setores estão representados na feira?

Os setores representados na feira abrangem uma ampla gama de indústrias, desde o setor agroalimentar (Azeite + 35 empresas, Vinho + 120 empresas, Pescado + 30 empresas, Carnes e Enchidos + 50 empresas, Queijos + 20 empresas, Doçaria e Pastelaria + 30 empresas, Produtos Biológicos + 20 empresas e até serviços complementares, como logística, transporte e serviços financeiros + 30 empresas, entre outros). A diversidade dos setores em exposição reflete a riqueza e variedade dos produtos portugueses, destacando a qualidade e a inovação presentes na indústria nacional.

Qual é o objetivo principal desta nova edição?

O principal objetivo desta nova edição da SAGALEXPO é promover a internacionalização das empresas portuguesas, dando-lhes visibilidade e acesso a novos mercados. Queremos valorizar as marcas e produtos portugueses, incentivando o crescimento das exportações e contribuindo para o desenvolvimento económico do país. Através da SAGALEXPO, as empresas têm a oportunidade de fortalecer sua presença no mundo e estabelecer parcerias estratégicas para levarem os seus negócios além-fronteiras.

De que forma as empresas reconhecem a SAGALEXPO como uma plataforma para a internacionalização?

As empresas reconhecem a SAGALEXPO como a única plataforma essencial para a internacionalização devido às inúmeras oportunidades que o evento oferece. Além de dar a conhecer centenas de produtos portugueses a clientes internacionais de grande relevância e prestígio, a SAGALEXPO é percebida como tendo um ambiente propício ao networking, a promoção da inovação e o fortalecimento da presença das empresas portuguesas no cenário internacional.



“A SGALEXPO É O PONTO DE ENCONTRO PARA OS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS”



Ana Lourenço, diretora comercial para o mercado externo da SGALEXPO, adianta em entrevista as expectativas para a nova edição do certame, que recebe mais de 1100 compradores internacionais. Existem vários países a participar pela primeira vez, elevando igualmente as oportunidades de negócios entre Portugal e o exterior.

Ana Lourenço

Quantos compradores internacionais vão estar presentes no evento?

Podemos confirmar que vamos contar com mais de 1100 compradores internacionais, o que representa uma grande oportunidade para as empresas portuguesas estabelecerem novos contactos e expandirem-se para mercados de relevância. A presença destes compradores internacionais destaca a importância da SGALEXPO como ponto de encontro de negócios internacionalmente reconhecida.

Quantos mercados vão estar representados na feira?

Vão estar representados mais de 95 mercados dos cinco continentes, o que demonstra a abrangência e diversidade geográfica dos potenciais mercados para os produtos e marcas portuguesas. A presença de mercados de diversos continentes oferece às empresas nacionais a oportunidade de explorarem novas oportunidades de exportação e implantação de novos produtos à escala global e diversificar as suas operações noutros contextos além do mercado da diáspora.

Qual é o objetivo principal desta nova edição em termos de

projeção do mercado externo?

O objetivo é amplificar a presença, competitividade e valorização das marcas e produtos portugueses nos mercados onde ainda não estão representados. A feira procura contribuir positivamente para o posicionamento das empresas portuguesas como players relevantes no cenário internacional, promovendo a qualidade e a inovação dos produtos nacionais nos mercados globais, que são cada vez mais importantes para economia do País e do mundo.

De que forma os compradores internacionais reconhecem a SGALEXPO como uma montra para procurar novos produtos?

Através da crescente adesão de importadores, distribuidores e grandes cadeias internacionais, na procura por produtos de qualidade e inovadores, incluindo o segmento gourmet, conseguimos perceber a importância que a feira tem para estes compradores que estão em contato com os decisores das empresas, que utilizam esta plataforma para responder às necessidades e preferências dos consumidores internacionais, ao mesmo tempo em que reforçam os contactos com fornecedores e parceiros comerciais com quem já têm negócios e parcerias.



expo ALIMENTA

EXPONOR - MATOSINHOS - PORTO

Feira profissional da alimentação,
maquinaria, equipamentos
e produtos para a indústria
alimentar.



EXPOCARNE

Feira profissional de máquinas
e equipamentos para a indústria
da carne e logística.

[**24 a 26 Out. 2024**]

organização:
EXPOSALÃO

PARA MAIS INFORMAÇÃO:
amaral@exposalao.pt - telem.: +351 919 855 299



UM VINHO SUBLIME E MEMORÁVEL

A SGALEXPO é já um dos eventos que a Arribas D'oro considera estratégico para a agenda anual. O vinho Arribas do Douro Primavera em Barricas vai estar em destaque.

A Arribas D'oro tem visto na primeira pessoa uma evolução muito positiva de ano para ano da feira SGALEXPO – Sabores de Portugal, verificando cada vez com mais expositores e mais visitantes relevantes para a sua respetiva área de negócios.

“Este ano teremos uma novidade para apresentar, o nosso Arribas do Douro Primavera em Barricas, um vinho sublime e memorável que não vai deixar ninguém indiferente”, anunciou Nuno Carvalho, Export Director da Arribas D'oro.

“Estamos a falar de um vinho branco 100% Viosinho, Vinho com elevada estrutura e de complexidade floral imensa, balanceado com o ligeiro toque de madeira em barrica de carvalho francês de 3º ano ao longo de 12 meses. Um vinho que explana uma enorme frescura e mineralidade, acompanhada com um toque de fruta tropical.”

A razão da participação na SGALEXPO está relacionada com a possibilidade de num evento dentro do território nacional alcançar, conhecer e apresentar os produtos a compradores de várias empresas internacionais relevantes.

“Aproximando os nossos produtos dos clientes que designamos como prioritários para a nossa estratégia internacional. Destacamos também a simpatia e o profissionalismo de todos os envolvidos na organização desta feira, algo que valorizamos no momento de decidir os eventos em que marcamos a nossa presença. Acreditamos que estão reunidas as condições para mais uma SGALEXPO de sucesso.”





INTERNACIONALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS

A Crédito y Caución é líder no seguro de crédito na Península Ibérica e um dos maiores operadores a nível mundial, em mais de 50 países, com a marca Atradius.

A Crédito y Caución Portugal apresenta-se na terceira edição da SAGALEXPO para apoiar as empresas portuguesas na internacionalização dos seus negócios e no crescimento das suas exportações.

O interesse que o evento desperta traduz-se na presença de produtores nacionais de diversos setores alimentares e numa vasta carteira de compradores internacionais que reconhecem a qualidade dos sabores portugueses e procuram novos parceiros.

“Apoiamos as empresas portuguesas há mais de 25 anos. O seguro de crédito protege as vendas a crédito entre empresas e constitui uma ferramenta de boa gestão para a segurança financeira das empresas permitindo-lhes avançar para novos mercados com ousadia, mas com segurança”, explicou Inês Meireles, do departamento de Marketing Portugal.

“O nosso papel é garantir às empresas a tranquilidade de poderem expandir as suas vendas a crédito com o nosso apoio na prospeção de parceiros solventes, com total proteção das suas vendas a crédito e com a possibilidade de usufruírem de consultoria personalizada na definição das estratégias de internacionalização mais ajustadas a cada empresa, a cada mercado e a cada momento.”



CONQUISTAR O CLIENTE PELA SATISFAÇÃO

Frutas Monte Cristo aposta na crescente qualidade das frutas e legumes e embalagem dos produtos, potenciando oportunidades de crescimento nas exportações.

Para a Frutas Monte Cristo, marcar presença na SAGALEXPO “representa um motor de crescimento nas nossas exportações como se tem vindo a refletir nos últimos anos”, explicou a responsável da empresa Carina Couras.

Esta aposta tem permitido à empresa marcar presença “em vários mercados e, ainda um ponto de encontro fundamental com os nossos clientes e fornecedores, permitindo com que a nossa parceria seja mais coesa.”

A presença da Frutas Monte Cristo no mercado tem-se transformado ao longo do tempo, tendo-se aprimorado numa estratégia baseada em quatro pilares: crescente qualidade das frutas e legumes; embalagem dos produtos cada vez mais criterioso; atendimento ao cliente baseado na proximidade, indo ao encontro das necessidades do mesmo; equipa de exportação forte e especializada.

Desta forma, a Frutas Monte Cristo tem como lema, todos os dias, conquistar o cliente pela satisfação.



RIGOR E RESPEITO PELA TRADIÇÃO

Lactovil apresenta-se na nova edição da SALALEXPO para dar a conhecer a sua vasta gama de queijos diferenciados a um leque diversificado de mercados internacionais.

A Lactovil – Lacticínios de Trancoso SA, está presente na SALALEXPO 2024, com queijos fabricados no rigor e respeito pela tradição e superior qualidade, requintados no paladar, suaves na textura, no tipo de leite que mais existe em Portugal, Vaca, Cabra e Ovelha. Queijos nobre na origem.

A Lactovil tem participado em todas as edições da SAGALEXPO porque neste certame “conseguimos chegar a mercados que seria muito difícil ir ao terreno de todos os países do mundo”, explicou Pedro Pinto, Gestor, Lactovil.

“Em todas as edições, temos aumentado e recuperado clientes que contribuem para o nosso crescimento empresarial e com isso, as nossas exportações representa um número significativo da nos-

sa faturação anual.”

A empresa considera que “Portugal necessita de aumentar as exportações para equilibrar a balança comercial, por isso, achamos importante contribuir nesta feira para um melhor resultado possível, num momento onde a conjuntura tem sido muito incerta com pandemias e guerras que nada contribuem para uma vida melhor.”





CODIFICAÇÃO DE PRODUTOS E PALETES INTEGRADA E AUTOMATIZADA COM A GSI

A Marque TDI_Domino Portugal apresenta na SGALEXPO as novas impressoras/aplicadoras Mx-Series.

A crescente necessidade de rastreabilidade nas cadeias de abastecimento de todo o mundo fez aumentar a procura de soluções de etiquetagem que promovam uma partilha de dados rápida e precisa. Em reconhecimento desta necessidade, a Domino desenvolveu a Mx-Series para uma codificação de produtos e paletes totalmente integrada, automatizada e compatível com a GS1.

Além de apresentarem excelentes capacidades no âmbito dos dados variáveis e conectividade da Indústria 4.0, as impressoras Mx-Series da Domino foram concebidas e fabricadas de acordo com as normas europeias para a partilha e recolha de dados nas cadeias de abastecimento e oferecem uma qualidade estrutural e uma fiabilidade líderes de mercado. As opções de conectividade e configuração incluem a verificação por máquinas de inspeção e validação automatizadas do código e automatização da codificação para uma melhor partilha de dados, incluindo a integração nos sistemas MES e ERP da fábrica.

Além disso “juntamos os nossos jatos de tinta contínuo (CIJ) Ax-

-Series, cuja velocidade, a exatidão e a capacidade de funcionar em ambientes exigentes e variados, sobejamente conhecidos no mercado”, referiu Ricardo Gonçalves, General Manager.

“Também vão estar os nossos lasers D-Series e de fibra, F-Series. Compactos, potentes e versáteis proporcionam uma marcação flexível, de alta velocidade e elevada qualidade numa vasta gama de materiais, com capacidade para produzir um número ilimitado de linhas de texto. Os Gx-Series, codificadores a jato de tinta térmico, fáceis de utilizar, controlados por um interface de utilizador e ecrã táctil intuitivos ou por via remota, através de um browser.” Os codificadores por transferência térmica, Vx-Series, usualmente utilizados na impressão em filme, com alta resolução, de códigos de barras, logotipos, códigos 2D (datamatrix e QR codes), assim como informação variável: datas, horas, contadores, etc.

Para a impressão secundária “seleccionamos o codificador de caixas Cx350i. Este equipamento surge como uma tecnologia alternativa à aplicação de etiquetas nas caixas, mais amiga do ambiente por não produzir desperdício e utilizar tintas ecológicas à base de óleo vegetal.”

Para completar, as fiáveis etiquetadoras Herma, as impressoras de etiquetas a cores e a preto e branco. Tudo isto, apresentado por uma equipa de especialistas em codificação e marcação industrial com uma vasta experiência no desenho de soluções à medida das especificações do cliente.



DUAS NOVAS APOSTAS PARA O EXTERIOR

Este ano, a Mel Santa Maria vai apresentar dois novos produtos: o Mel cremoso de rosmaninho e azeite premium biológico muro velho virgem extra 100ml.

A SAGALEXPO é uma feira de exportação vital para a internacionalização da empresa Mel Santa Maria. “É uma oportunidade de rever os nossos clientes e fazer novos clientes”, destacou a empresa, em entrevista.

“Vemos este evento como um ponto de encontro com clientes de todo o mundo o que nos deixa com expectativas muito promissoras para atingirmos novos mercados.”

O mel é uma solução sobressaturada de açúcar, em geral mais de 70% de açúcar e menos de 20% de água, e sendo assim é instável. Por isso frequentemente cristaliza. Os principais açúcares no mel são a frutose e a glucose, em geral um pouco mais de frutose do que de glucose. O açúcar que cristaliza é a glucose. “Aquilo que fazemos é proceder a descristalização do mel mecanicamente (Helimel) não é mais que uma máquina que através da rotação de 2 hélices transforma os cristais mais grossos em microcristais tornando o mel cremoso muito suave com uma textura fina e sem



alterar o HMF.”

O Mel Cremoso de Rosmaninho vai ser apresentado nesta primeira fase em embalagens de 500gr num frasco baixo e tampa mais larga o que permite um melhor acesso ao produto. Este mel cremoso de rosmaninho é ideal para barrar.

O segundo produto em destaque é o azeite premium biológico muro velho virgem extra 100ml numa lata cuja utilização é facilitada pela sua ergonomia. Tem uma boquilha que facilita a aplicação do produto sem derramar.



LONGA TRADIÇÃO FAMILIAR VITIVINÍCULA

A MIGUELS vai apostar na divulgação dos vinhos do Porto, desde os tradicionais, Tawny, Ruby, White Sweet e Rosé, até aos Vintages e Colheita, na SAGALEXPO.

Associada a uma longa tradição familiar vitivinícola, mais precisamente desde 1926, com propriedades nas regiões do Douro e Porto, Dão e Bairrada, a MIGUELS desenvolve atividade na produção de vinhos de alta qualidade, usufruindo para o efeito de uma equipa experiente.

A empresa está confirmada na nova edição da SAGALEXPO, onde vai estar a apresentar os “vinhos provenientes das quintas da família que se encontram nas regiões do Douro, Dão e Bairrada”, adiantou Miguel Valente.

Na feira, “iremos focar-nos na apresentação dos nossos vinhos do Porto, desde os tradicionais, Tawny, Ruby, White Sweet e Rosé, até aos Vintages e Colheitas.”

O objetivo a longo prazo é alargar o leque de mercados onde está representada além-fronteiras. “A nossa expansão internacional tem sido consistente, mas focamos grande parte das nossas vendas no mercado da Dinamarca e se bem que estamos a crescer em mais cinco outros países, gostaríamos de alargar ainda mais o nosso mercado internacional.”





DIVULGAÇÃO DAS RECENTES COLHEITAS E NOVOS LANÇAMENTOS

A Herdade da Mingorra é uma empresa de cariz familiar que se dedica à produção de vinhos de qualidade recorrendo exclusivamente a uvas de produção própria.

Propriedade da família Uva, que se estabeleceu na região na década de 1980, procura desenvolver produtos que respeitem as condições únicas do local, quer respeitando o encampamento tradicional da região, quer através de castas nacionais de reconhecido prestígio, quer ainda de castas internacionais com provas dadas na adaptação ao baixo Alentejo.

No certame, a Herdade da Mingorra vai apresentar toda a gama de produtos, com as mais recentes novidades em termos de colheitas, mas também novos lançamentos.

“A participação na SAGALEXPO visa a possibilidade de contactar possíveis novos compradores internacionais interessados em produtos com as características únicas oferecidas pela Herdade da Mingorra com o objetivo de aumentar o peso das exportações nas vendas da companhia”, enalteceu Cláudio Martins, responsável comercial da Herdade da Mingorra.

GAMA DE PRODUTOS TRADICIONAIS

A Nova Gama Gourmet faz parte de um grupo de empresas com 45 anos de história, cuja atividade se desenvolve nas áreas da pastelaria tradicional portuguesa e bebidas, mormente, a cerveja, através da Praxis Beer.



O propósito ao participar na SAGALEXPO “foi o de aproveitar a oportunidade para por um lado dar a conhecer a gama de produtos tradicionais que produzimos e que são referência enfática da excelência da nossa gastronomia”, referiu Arnaldo Batista, administrador do Grupo Nova Gama.

Dentre outros produtos presentes, destaque para os Húngaros, os Almendrados, o Biscoito Mel, Canela e Vinho, os Pastéis de Nata e os Bolos de Bacalhau, estes particularmente vocacionados para o canal de exportação.

No setor da Praxis Beer, não podemos deixar de referenciar a cerveja Topázio e Onyx, duas jóias da cerveja em Portugal, em modo de celebração do seu primeiro centenário.

“Esperamos desta forma cumprir o nosso dever, de dar a conhecer o padrão de qualidade dos produtos que constituem a gastronomia reputacional de que dispomos, recolhendo os proveitos daí esperados.”

novobanco

“INVESTIR E APOIAR O SETOR AGROALIMENTAR É FUNDAMENTAL PARA DAR CONTINUIDADE AO SEU CRESCIMENTO SUSTENTADO”



O novobanco mantém-se como parceiro oficial da SAGALEXPO. Francisca Machado, Especialista de Soluções Agricultura, do novobanco, falou à Veja Portugal sobre a aposta contínua neste segmento mercado, que se mostra resiliente a cada novo desafio. “Sabemos que o setor agroalimentar é uma parte vital da economia portuguesa”, destacou a responsável.

Qual a importância da SAGALEXPO?

A SAGALEXPO desempenha um papel fundamental na promoção dos produtos portugueses, na expansão de mercados internacionais, na facilitação de parcerias comerciais e na promoção do turismo, contribuindo assim para o desenvolvimento económico de Portugal.

Como é que o novobanco vê a evolução do setor agroalimentar?

No novobanco sabemos que o setor agroalimentar é uma parte vital da economia portuguesa. Nos últimos anos, o setor tem apresentado uma evolução notável, evidenciando um crescimento consistente, impulsionado principalmente pela crescente procura internacional de produtos agrícolas e alimentares de alta qualidade, nos quais Portugal se destaca.

O novobanco acredita que investir e apoiar o setor é fundamental

para dar continuidade ao seu crescimento sustentado, apoiado na inovação tecnológica.

Qual a estratégia do novobanco para o setor?

O setor agroalimentar é estratégico para o novobanco. Com enfoque na proximidade e na relação, pretendemos não só entender cada vez melhor as necessidades e os desafios do setor, como também fornecer soluções financeiras adequadas e personalizadas a cada um dos nossos Clientes, como: apoio a projetos de investimento, com soluções de médio-longo prazo ajustadas às necessidades de cada Empresa; antecipação de incentivos aprovados pelo PDR2020/PEPAC, com soluções de curto-prazo; soluções de apoio à tesouraria com linhas de curto-prazo IFAP; Factoring e Confirming, para um maior equilíbrio financeiro com a antecipação de receitas e pagamento a fornecedores; leasing equipamentos agrícolas, uma solução de financiamento para aquisição de equipamentos, com múltiplas vantagens, e ainda, soluções de financiamento para os processos de importação e exportação.

E de que forma pode o banco ajudar o setor e se diferencia da concorrência?

A proximidade junto dos Clientes é o foco do novobanco. O novobanco oferece soluções de financiamento especializado, adaptando produtos financeiros às necessidades específicas do setor. Com consultoria financeira especializada para ajudar as Empresas a crescerem de forma sustentável e parcerias estratégicas que permitem a expansão de oportunidades de negócios e, por fim, uma equipa especializada no setor agroalimentar com expertise comprovada, pronta para dar resposta aos desafios dos Clientes.



RECRIAR TODA A TRADIÇÃO DO PÃO ARTESANAL

Os produtos que a Pão de Gimonde pretende apresentar, são distintos, mas têm em comum a cozedura de “antigamente”, em fornos de lenha e uma fermentação lenta, com massa mãe.

A Pão de Gimonde tem como missão ser embaixadora da qualidade, sabor e tradição do Pão Transmontano. Pretende recriar toda a tradição do pão artesanal e garantir “o verdadeiro sabor de antigamente”, mas nunca esquecendo o nosso carácter único e alma inovadora.

Presente no mercado desde 1960, com uma fundação familiar, que ainda hoje se mantém, a Pão de Gimonde mantém a origem numa pequena aldeia no Nordeste Transmontano – Gimonde - e pretende dar a conhecer ao Mundo o verdadeiro Pão, tão rico em nutrientes e sabor!

“Nesse âmbito, a SAGALEXPO, cujos seus valores estão alinhados

dos com os nossos, no sentido de primar pela qualidade, sabor, tradição e inovação dos produtos dos seus expositores, enquadra-se como uma excelente oportunidade de crescimento e expansão para o mercado de exportação”, referiu Elisabete Ferreira, CEO. Um dos mais recentes produtos e que vai apresentar na SAGALEXPO, é o Pão Trigo Sarraceno e Nozes, que se caracteriza pela cor tostada e um sabor subtil a frutos secos, com uma miga suave e fresca, não descuidando a sua cõdea crocante.

Do ponto de vista nutricional, o Trigo Sarraceno é uma fonte de proteína, com os oito aminoácidos essenciais, antioxidantes e vitaminas, que aliado às nozes, são uma combinação imprescindível, para a nossa saúde cardiovascular.

Outro dos produtos mais ricos é o Pão de Centeio, produzido com cereais da região da Terra Fria, moído na cidade de Bragança, amassado e cozido na nossa padaria. Caracteriza-se pelo seu aroma tradicional, menos denso e mais fresco, que nos transporta às nossas origens e nos proporciona a cada prova, um sabor e textura únicos.

Para além disso, é um pão com excelentes propriedades nutricionais, destacando-se pela sua riqueza em fibras, graças ao centeio integral.

Um outro produto em destaque é a Flauta de Chouriço. Este produto surgiu num âmbito inovador de tentar o aliar o pão transmontano a outro produto tão característico transmontano também, como o chouriço.

“Podemos descrevê-lo como um pequeno pão de trigo crocante, com um pronunciado aroma a chouriço e uma subtil nota a tostado, que garante uma experiência gastronómica incomparável!”

“É com orgulho que participamos na SAGALEXPO, procurando dar a conhecer a novos mercados aquela que é uma das maiores riquezas de Trás-os-Montes - o Pão - a par daquela que é também a nossa missão – proporcionar a um número cada vez maior de clientes, “o verdadeiro sabor de antigamente!”





QUEM PROVA, APROVA!

A Serial® é uma marca que pretende internacionalizar os sabores portugueses, vinculando-se à qualidade dos produtos.

A Serial® apresenta uma vasta gama, desde bolachas e biscoitos, passando pelas amêndoas, e finalizando nos frutos secos. A irreverência e o perfil da Serial® estão estampados em cada detalhe da marca, focando-se no dinamismo e excelência que transmite a todos os seus colaboradores.

Enquanto CEO, destaco a importância de alcançar contac-



tos fulcrais, preservar relações empresariais e obter a visibilidade certa, fundamentais para o crescimento conjunto. Deste modo, a participação da Serial® na SagalExpo ressurgiu como um compromisso alinhado com uma visão futurista.

Considero esta feira de exportação de produtos alimentares uma verdadeira janela para o mundo, sendo uma oportunidade ímpar para impulsionar o sucesso comercial da Serial®.



A Rui Costa e Sousa & Irmão, SA, detentora da marca Sr. Bacalhau, está vocacionada para os mercados de exportação, representando atualmente 50% das vendas totais.

A Rui Costa e Sousa & Irmão, SA apresenta na nova edição da SAGALEXPO a sua gama completa de produtos, de Bacalhau Salgado Seco e Bacalhau Demolhado e Ultracongelado, bem como os produtos pré-cozinhados.

Ana Gamelas, responsável de Marketing da empresa, refere que a “SAGAL é uma feira dedicada, exclusivamente, a visitantes internacionais, compradores de marcas portuguesas de alimentação e bebidas” e com grande potencial de negócio para a empresa detentora da Sr. Bacalhau.

Sendo a Rui Costa e Sousa & Irmão, SA uma empresa muito vocacionada para os mercados de exportação, representando atualmente 50% das suas vendas totais, “a SAGAL traduz-se num investimento estratégico importante para o aumento das nossas exportações, uma oportunidade valiosa para expandir horizontes, aprender, fazer contatos e impulsionar o comércio internacional.”

SOLUÇÕES PARA EMPRESAS DE ACORDO COM AS NECESSIDADES

A participação na SAGALEXPO apresenta-se como uma oportunidade para Torrestir estar perto dos clientes de forma a estabelecer uma relação de proximidade, conhecer novas oportunidades de negócio reforçando o nosso networking.

O projeto Torrestir Logística nasceu em 2001, disponibilizando atualmente mais de 120.000 m² de espaço para armazenagem e capacidade de stocks superior a 200.000 paletes, com plataformas espalhadas pelo país.

Um grupo com todas as soluções dentro de portas por isso, ter um serviço aduaneiro no próprio grupo ajuda a que o processo alfandegário seja mais simples, rápidos e sem preocupações para os nossos clientes. Atualmente a TorresAduana conta com um grupo de técnicos especializados e disponibiliza diversos serviços como despacho de exportação, legalização de automóveis, bagagem particular entre outros...

Para além dos objetivos mencionados a SAGALEXPO “é também uma excelente oportunidade para a Torrestir reforçar a sua presença no mercado dando a conhecer todo o nosso universo e todas as áreas em que o Grupo atua apresentando todas as soluções possíveis às empresas de acordo com as suas necessidades”, explicou José Santos, Diretor Comercial.

“Consideramos a SAGALEXPO o local indicado para marcarmos presença pois o ambiente vivido nela é bastante favorável para o diálogo e a proximidade entre as empresas é a ideal para criar relações profissionais e amizadas.”



DIVULGAR OS VINHOS DE PORTUGAL JUNTO DE PROFISSIONAIS DO SETOR

ViniPortugal apresenta-se pela terceira vez na SAGALEXPO para apresentar “uma ação de formação direcionada a compradores, distribuidores e líderes de opinião interessados nas potencialidades e características diferenciadoras do vinho português”

A ViniPortugal está presente na SAGAL EXPO com o objectivo de divulgar conhecimento sobre os Vinhos de Portugal junto de profissionais do setor dos vinhos de diversos mercados internacionais.

A entidade responsável pela promoção dos vinhos portugueses no exterior vai ser responsável por uma ação de formação direcionada a compradores, distribuidores e líderes de opinião interessados nas potencialidades e características diferenciadoras do vinho português.

A formação pretende familiarizar os participantes com a qualidade e diversidade dos vinhos portugueses e as mais importantes áreas de produção. Serão explicados pela formadora aspetos sobre as regiões vitivinícolas de Portugal, as castas utilizadas na produção e outros factores que determinam a diversidade que os vinhos portugueses oferecem.

Os participantes vão provar e avaliar cerca de nove exemplos de vinhos brancos tintos e fortificados das mais importantes regiões produtoras.



NOVA FACE DOS VINHOS DA REGIÃO DOS VINHOS VERDE

Na nova edição da SAGALEXPO, a Casa das Hortas tem a oportunidade de partilhar um vinho especial, o 1º Grande Reserva Avesso DOC Vinho Verde do concelho de Baião.

A Casa das Hortas marca presença na terceira edição da SAGALEXPO – Sabores de Portugal, onde aposta na divulgação de uma nova referência - o 1º Grande Reserva Avesso DOC Vinho Verde. Este é um vinho 'estated bottled' produzido a partir das melhores uvas de Avesso da nossa propriedade, onde

terminou a fermentação em Barricas de Carvalho Francês, seguido de estágio sobre borras finas de 12 meses. Foram produzidas apenas 600 garrafas deste Portal das Hortas Grande Reserva Avesso 2021.

"Este é um exemplo da nova face dos Vinhos da Região dos Vinhos Verdes, revelando enorme condição de guarda, conciliando uma maior estrutura à natural acidez, criando as condições ideais para desafiar o tempo", destacou Leonel Isaac, Co-Responsável Mercados Internacionais.

A feira SAGAL é encarada pela Casa das Hortas como "um all-in-one-stop-show, dando a oportunidade de um comprador com interesse em produtos portugueses verificar várias ofertas e identificar as novidades."

Neste novo ciclo de quatro anos a Casa das Hortas prevê um crescimento de dois dígitos, com apostas fortes no mercado norte e sul-americano assim como no Sudoeste Asiático.

"É uma feira imperativa na consolidação do nosso projecto de exportação, onde teremos oportunidade de reunir com os nossos clientes, ou com a identificação de novos mercados."



NEGÓCIOS MAIS EFICIENTES E RENTÁVEIS

Como uma marca nacional com alcance global, a presença da FRICON na SAGAL visa apresentar aos visitantes nacionais e internacionais as soluções de frio.

A FRICON, pioneira no setor de refrigeração comercial, apresenta na SAGAL 2024 a sua vasta linha de equipamentos para supermercados, soluções para gelados e bebidas, e opções para venda ambulante. Com mais de 1000 colaboradores globalmente e certificação ISO 9001:2015, a marca FRICON impulsiona o crescimento sustentável de retalhistas alimentares e marcas de FMCG.

Dentre os produtos, destaca-se o mais recente modelo UPD FV, que proporciona uma ampla área de exposição de produto (TDA) e um design minimalista, visando otimizar o espaço vertical das lojas e aprimorar a experiência do consumidor. Outra solução em destaque é a combinação de uma arca horizontal com um expositor vertical (COMBI SLB), ideal para supermercados, além do expositor vertical YWC FV, direcionado para bebidas e gelados. Estas soluções, disponíveis em diversas medidas nas versões refrigeração e conservação são desenvolvidas para espaços comerciais de diferentes dimensões, e refletem o compromisso da FRICON com eficiência energética, alta capacidade de armazenamento, e qualidade excepcional.



Com grande expectativa, a Gema Wines anuncia a participação na SAGALEXPO, onde apresenta o clássico “GEMA Alvarinho Colheita”, incluindo provas verticais para demonstrar a sua evolução. O lançamento das edições limitadas do “GEMA Alvarinho Reserva” e do “Espumante de Alvarinho Bruto Reserva”, destacando a capacidade de criar vinhos exclusivos e de alta qualidade.

“Estes lançamentos visam fortalecer a nossa presença no mercado de exportação, adicionando produtos premium ao nosso portfólio. É importante destacar que nossos vinhos já são reconhecidos em restaurantes de renome mundial, especialmente no Dubai e na Noruega, e escolhidos por sommeliers de restaurantes com estrelas Michelin”, referiu Miguel Monteiro da Gema Wines.

Na Gema Wines, a missão é a criação de vinhos Alvarinho sublimes, verdadeiros embaixadores do terroir singular de Monção, Portugal. Com um compromisso enraizado na vinificação tradicional e em práticas ambientais responsáveis, cada garrafa é um espelho do respeito profundo pela natureza e pela herança cultural.

“Ambicionamos levar o nosso legado além-fronteiras, apresentando os nossos vinhos premiados nos melhores palcos gastronómicos mundiais”, acrescentou.

“Enfrentamos o futuro com planos de lançar edições exclusivas e de intensificar as nossas iniciativas de sustentabilidade, elevando ainda mais o carácter distintivo e o compromisso ecológico da nossa marca.”

LANÇAMENTO COM EDIÇÃO LIMITADA

As referências “GEMA Alvarinho Reserva” e o “Espumante de Alvarinho Bruto Reserva” são dois dos grandes destaques da Gema Wines para a SAGALEXPO.



NEGOCIAÇÃO DE NOVOS ACORDOS COMERCIAIS



A JOSE GOURMET produz e comercializa conservas de peixe gourmet.

Durante a presença na SAGALEXPO – Sabores de Portugal, a JOSE GOURMET vai apresentar as quatro marcas próprias (JOSE Gourmet, ATI Manel, MARIA Organic e ABC+) assim como a possibilidade de trabalhar private label com alguns parceiros.

“Iremos participar na SAGALEXPO com o objetivo de reunir com clientes habituais, mas principalmente para mostrar os nossos produtos a novos e potenciais clientes com vista à negociação de novos acordos comerciais”, destacou Vasco Motta, Sales Manager.

Um dos pontos fortes da estratégia da JOSE GOURMET é a apresentação dos seus produtos, a cargo de Luis Mendonça, responsável de raiz por todo o design e direcção de arte da empresa. O projecto gráfico agrega várias valências, articulando necessidades e oportunidades, envolvendo design, arte e, em particular, ilustração.



LEVAR PORTUGAL NUMA GARRAFA

Ginja Mariquinhas apresenta novos produtos durante a participação na terceira edição da SAGALEXPO. O objetivo da empresa é fortalecer laços com o mercado da exportação.



A Licóbidos, detentora da Ginja Mariquinhas, marca presença na SAGALEXPO com a atual gama de produtos. A Mariquinhas na versão tradicional, 100% natural e 100% nacional. Diferentes capacidades – das mais pequenas às maiores – para poder levar Portugal numa garrafa para todo o lado.

Haverá também com algumas novidades como as Ginja Mariquinhas Special Edition e Blended Edition que são Edições limitadas, que resultam da seleção dos melhores frutos dos nossos ginjais, estágios, colheitas tardias e combinações deliciosas.

“A nossa participação na SAGALEXPO é muito importante para fortalecer os laços empresariais com o mercado da exportação, mantermo-nos atualizados junto dos nossos parceiros e também potenciar e fidelizar novas oportunidades de negócio”, referiu a empresa, em entrevista.

SOLAR DO QUEIJO SERRA DA ESTRELA ENCANTA PALADARES HÁ 25 ANOS



*Produto está em destaque na feira
direcionada à exportação de marcas
e sabores nacionais, a SGALEXPO,
que acontece na FIL, em Lisboa.*



CINTAGEM E ROTULAGEM
Finalmente o produto apresenta as características ideais para os consumidores. O último passo é uma nova etapa e aplicação do rótulo do produto. Caso se aplique, poderá também apresentar uma indicação que comprove o origem do produto: Queijo Serra da Estrela DOP.

Embalagem: o queijo Serra da Estrela é um queijo DOP, como tal tem uma rotulagem extremamente rigorosa.

Imagem Rótulo

1. O holograma de certificação produzido pela Casa da Moeda com número de série. (As propriedades dos hologramas fazem com que estes dificilmente sejam falsificados pelas mãos não autorizadas utilizadas pelos falsificadores.);
2. Um número de licenciamento da queijaria. (O número de licenciamento da queijaria é a garantia dada ao consumidor que o queijo foi produzido em condições adequadas e controladas pelas serviços competentes; isto é, que o produtor respeita as condições para o fabrico de um produto de qualidade).

BINDING AND LABELLING
The product finally has the ideal conditions to be consumed. The last step is a new step binding and the application of the producer's label. If this step is applied it may also include an indication that proves the origin of the product: Serra da Estrela Cheese DOP.

Labelling: Serra da Estrela cheese is a PDO cheese, and as such has an extremely tightly controlled labelling process.

Image of the Label

1. The certification hologram produced by the Portuguese National Mint and Print Office with a serial number. (The properties of the holograms make it difficult to falsify them through the means normally used by counterfeiters.);
2. A cheese producer's license number. (The license number for the cheese producer is the consumer's guarantee that the cheese was produced in suitable conditions controlled by the responsible services. That is, that the producer respects the conditions required for the manufacturing of a quality product).

REQUEIJÃO SERRA DA ESTRELA
Finalmente, o produto apresenta as características ideais para os consumidores. O último passo é um passo importante e aplicação do rótulo do produto. No caso de se aplicar, poderá também apresentar uma indicação que comprove a origem do produto: Queijo Serra da Estrela DOP.

Embalagem: o queijo Serra da Estrela é um queijo DOP, como tal tem uma rotulagem extremamente rigorosa.

Imagem Rótulo

1. O holograma de certificação produzido pela Casa da Moeda com um número de série. (As propriedades dos hologramas fazem com que estes dificilmente sejam falsificados pelas mãos não autorizadas utilizadas pelos falsificadores.);
2. Um número de licenciamento da queijaria. (O número de licenciamento da queijaria é a garantia dada ao consumidor que o queijo foi produzido em condições adequadas e controladas pelas serviços competentes; isto é, que o produtor respeita as condições para o fabrico de um produto de qualidade).

REQUEIJÃO SERRA DA ESTRELA
Este produto, cuja vez mais procurado e apreciado pelos qualificados gastronómicos, é fabricado de acordo com os requisitos de qualidade, através da laboração de "Queijo Serra da Estrela DOP" no qual designamos de sero ou lactoser. Ao sero ou lactoser formamos-lhe o color and florular. Estes factos são realizados em pequenas roças de material traseira e forte em relação ao caseado, permitindo obter um produto cremoso, ligeiramente granuloso, macio e uniforme.

As suas sabor fazem juntamente propriedades terapêuticas derivadas de um alto valor

O renomado Solar do Queijo Serra da Estrela celebrou no último ano o seu 25º aniversário, marcando um quarto de século de dedicação com uma abordagem inovadora e apaixonada pela preservação das tradições alimentares regionais, captando atenções para o município de Celorico da Beira como região gastronómica. Ao longo dos anos, o Solar do Queijo Serra da Estrela tem desempenhado um papel crucial na valorização dos produtores locais e na elevação do queijo Serra da Estrela a patamares de excelência reconhecidos internacionalmente. É exatamente com o intuito de levar este sabor

pelo mundo fora que o Solar do Queijo Serra da Estrela, em parceria com o município de Celorico da Beira, se estreia na terceira edição da feira SAGALEXPO – Sabores de Portugal. Este é atualmente o ponto de encontro de referência das empresas portuguesas do setor agroalimentar com os empresários e distribuidores internacionais. Uma participação que promete encantar paladares, até mesmo os mais exigentes, com degustações exclusivas do renomado queijo Serra da Estrela. O Solar do Queijo Serra da Estrela mantém-se firme no compromisso de promover e preservar a autenticidade e excelência dos produtos portugueses.



**“DEVEMOS TER NO PRATO
TUDO O QUE OS NOSSOS
AVÓS RECONHECEM COMO
ALIMENTO”**

A autora da plataforma Cru com Pinta, acredita que é ao voltarmos à essência dos alimentos, que se provoca a verdadeira revolução. A chef deixa várias reflexões como a questão da fermentação, a importância das fibras, a pigmentação natural das receitas. Atualmente, aposta nos cursos de cozinha onde partilha o seu conhecimento de como implementar uma alimentação saudável e anti-inflamatória no dia a dia.



Inês Simas

O interesse pela cozinha portuguesa tem sido uma constante na última década. Que reflexão faz sobre este fenómeno recente?

A alimentação mediterrânica é muito considerada internacionalmente pelos benefícios que tem para a saúde. E são estes os pilares da nossa cozinha! Temos uma cultura forte e ingredientes de qualidade - o peixe e o marisco da nossa costa, as vacas dos Açores, as amêndoas e as laranjas do Algarve, as cerejas do Fundão, o azeite e tantos outros produtos que poderia continuar a enumerar! Temos ingredientes de muita qualidade, uma tradição culinária muito enraizada, muitas regiões com as suas iguarias, grandes chefs, tudo para que o mundo olhe para nós com vontade de conhecer e experimentar. O mundo tem que ter os olhos em Portugal!

De que forma percebe a chegada de novos valores como a Inês?

Eu estou a voltar as nossas origens. Acredito nos pilares da alimentação mediterrânica e defendo que devemos ter no prato tudo o que os nossos avós reconhecem como alimento! Tudo o que estava nas suas mesas. Se procurarmos trabalhar com o ingredientes frescos e inteiros, mantendo e potenciando o seu valor nutricional, só temos a ganhar em preservar a nossa herança cultural! Isto associado às técnicas de cozinha dos dias de hoje é um mundo sem fim de oportunidades!

Na verdade é continuar este caminho de crescimento na cozinha, e de fusão de culturas que é incrível e fascinante! Mas procurar ter sempre o ingrediente no seu estado original Mais saúde

no prato! Maior preocupação em preservar o nutriente.

Alguns exemplos: como a fermentação tem que voltar a ser obrigatória para o consumo de pão de qualidade. Um alimento tão bom! As fibras são tão importantes para a saúde do nosso microbioma, optar por cereais integrais (em vez de refinados), as frutas, os vegetais devem fazer parte das nossas rotinas alimentares. Manter a sopa sempre! Mas de tantas outras formas também. Pigmentar com beterraba (puré ou mousse rosa) espinafres ou algas como a spirulina (guacamole bem verde e com ainda mais valor nutricional). Pigmentar de forma natural em vez de adicionar corantes. Utilizar gorduras de qualidade como o azeite, mas ter a preocupação de apostar pelo minimamente processado - virgem extra vs refinado. O alimento é informação que começa ao nível celular - o que ingerimos deve ter isso em conta! Comemos bem, vivemos com qualidade, por mais tempo. E enquanto chef e professora para mim é fundamental que o que sirvo e ensino ajude a caminhar no sentido da saúde! que nos faça sentir bem e viver no nosso melhor.

Qual é a sua marca distintiva? Procura trabalhar para algum público específico?

Quando nos alimentamos bem, transformamos a nossa saúde, e aproveitamos a nossa vida. Só quem tem coragem para o fazer sente a verdadeira transformação. Acredito que vale a pena viver com energia! todo o dia, todos os dias. E que as rotinas de qualidade são mesmo transformadoras. Para mim, o que escolho ter no prato define-me e é por isso que o meu trabalho tem sido sempre muito focado na cozinha natural e funcional! E ensino desde

chefs, donas de casa, adolescentes e crianças a cozinharemos para saber bem e fazer bem.

Consegue enumerar aquilo que lhe é mais solicitado?

Os cursos de cozinha! Onde ensino a trabalhar com ingredientes frescos e inteiros e a transformar de forma simples as rotinas do dia a dia, para que a alimentação saudável e anti-inflamatória faça sentido na vida de todos, todos os dias.

Quais considera serem os produtos mais distintivos da gastronomia portuguesa?

O peixe e o marisco da nossa costa, as vacas dos Açores, as amêndoas e as laranjas do Algarve, as cerejas do Fundão, o nosso azeite e o nosso vinho.

Na sua opinião, que outras marcas da gastronomia nacional podem servir de promoção do país no estrangeiro?

Felizmente existem muitas marcas portuguesas a vingar pelo mundo fora. Temos por exemplo o chef José Avilez e o chef Vitor Sobral que muito bem divulgam a nossa tradição gastronómica.

Que produtos portugueses considera serem mais importantes de exportar?

Existem muitos produtos bons em Portugal e que quando não podem ser totalmente consumidos cá devem sim ser exportados.

Como explica o sucesso do seu trabalho/plataforma?

As doenças modernas estão ao virar da esquina! Já é evidente para todos que somos o que comemos. Mas mais importante do que isso: somos o que as nossas bactérias comem! Ao escolher o que coloco no prato e como o faço, tenho sempre presente a preocupação na saúde do nosso intestino e com isto o fortalecimento do sistema imunitário. E nas minhas aulas e redes ensino a fazer isto mesmo.. dou às pessoas as ferramentas que precisam para tomarem conta da sua saúde, a serem elas próprias a fazerem da cozinha a sua “farmácia” do dia a dia. Acrescido ao facto de estar sempre em formações na área da saúde e de culinária, e de ser um exemplo real do impacto da mudança de alimentação e estilo de vida.

Acho que sabendo que uma mudança alimentar pode ser transformadora, que bastam pequenas mudanças, e que são hábitos que podem ser instituídos desde pequenos o alerta é outro! E a vontade de crescer neste sentido cada vez maior.

Que objetivos tem pela frente?

Hoje, entre o site, as plataformas digitais, a escola de cozinha, os livros e o programa de televisão, sinto que chego a cada vez mais pessoas, e que a minha mensagem chega mais longe. Espero que este continue a ser o caminho e consiga mudar cada vez mais vidas.





DECOR HOTEL

EXPONOR - MATOSINHOS - PORTO

7ª Feira profissional de projeto, construção, decoração,
equipamentos, produtos e serviços para hotelaria.

24 a 26 de Out. 2024

organização: **EXPOSALÃO**

PARA MAIS INFORMAÇÕES:

amaral@exposalao.pt

+351 919 855 299

tiago.marques@exposalao.pt

+351 968 701 674

exposalao.pt



**DO MUNDO AO
SEU PRATO, UMA
EXPLOÇÃO DE
SABORES**

PROMOVER A AUTENTICIDADE E DIVERSIDADE CULINÁRIA

A Sabor a Mundo atua há quase duas décadas como distribuidor e importador de diversas marcas alimentares de todo o mundo, reconhecendo o crescente apreço pelos produtos nacionais.

A Sabor a Mundo está entusiasmada por marcar presença na SAGALEXPO 2024, o que representa a sua estreia neste evento de destaque no mercado alimentar português. “Esta oportunidade é crucial para consolidar a nossa marca e expandir a nossa presença neste setor tão importante”, referiu a empresa, em comunicado.

Desde 2005, a Sabor a Mundo atua como distribuidor e importador de diversas marcas alimentares de todo o mundo, reconhecendo o crescente apreço pelos produtos nacionais. Neste contexto, tem vindo a enriquecer a oferta com uma linha diversificada de produtos de marca própria, muito bem recebida pelo mercado português.

“A participação na SAGAL 2024 é um passo essencial na nossa estratégia de expansão, com o objetivo de alcançar novos mercados

internacionais e fortalecer as nossas parcerias com clientes e colaboradores em todo o mundo”, acrescentou.

“Estamos empenhados em oferecer produtos da mais alta qualidade e promover a autenticidade e diversidade culinária que representam a essência da Sabor a Mundo®.”

Durante o evento, Sabor a Mundo estará à disposição dos visitantes e futuros clientes de forma profissional e acolhedora, apresentando a excelência dos produtos alimentares e partilhando o compromisso com a satisfação do cliente. “Será uma oportunidade única para estabelecermos novas conexões e consolidarmos relações duradouras com todos os que partilham da nossa paixão pela gastronomia de qualidade.”



POSICIONAMENTO DIFERENTE NUM SEGMENTO SUPERIOR

A Santos & Santos – Companhia de Vinhos lançou recentemente duas novas marcas de vinhos Regionais Lisboa: Incondicional e Rebento da Cepa que vai apresentar na SAGAL 2024.

A Santos & Santos apresenta dois vinhos de grande qualidade que foram lançados para aumentar o portefólio de vinhos de qualidade acrescida e aumentar a oferta de Vinhos Regionais Lisboa, permitindo à Santos & Santos um posicionamento diferente num segmento superior.

A Santos & Santos e Herdade da Fonte Coberta estão presentes na SAGAL deste a primeira edição porque “acreditamos que este certame é uma montra que permite a promoção da produção portuguesa junto dos mercados externos, dando-lhes a conhecer e a provar aquilo que de melhor se produz em Portugal” apontou Carla Latas, do Departamento de Comunicação e Exportação.

“A SAGAL tem-nos permitido reforçar a nossa presença internacional, alcançando novos mercados e atingindo um público mais abrangente e diferenciado.”



O FUET PP DE CAMPO 170G UN é o novo produto anunciado pela SEL - Salsicharia Estremocense para divulgação na nova edição da SAGALEXPO.

A presença da SEL na SAGALEXPO Sabores de Portugal está assente em dois factores.

“É um importante evento onde conseguimos apresentar mais um pouco da nossa “casa” e o que melhor sabemos produzir no Alentejo, aos nossos clientes existentes”, referiu Hugo Calhordas, sublinhando que esta presença potencia a “oportunidade de conquistar novos mercados, dada a relevância que o certame já representa em termos internacionais.”

A SEL classifica Portugal como “um país de turismo, mas acreditamos que é também um país de produção alimentar de excelência, dada a riquíssima e variada cultura gastronómica que tem de norte a sul, sendo que no sector da charcutaria é fortíssimo, mas pouco divulgado internacionalmente, por isso, a SAGAL será à data, a divulgação mais forte no panorama internacional.”



NOVA IDENTIDADE VISUAL ICÓNICA E INTEMPORAL

**Luis
Marques**

Na primeira participação da SUMOL + COMPAL na SAGALEXPO – Sabores de Portugal a aposta é a renovada imagem da SUMOL, que assinala o 70º aniversário, e o reforço da presença da empresa no exterior.

A exportação é um pilar fundamental para a SUMOL+COMPAL, representando cerca de 20% das vendas totais. Atualmente, está presente em 55 países com 3 modelos de entrada: Exportação, Franchising e Co-packing. Possui também uma unidade industrial em Moçambique onde produz os próprios produtos.

A SUMOL+COMPAL antevê com entusiasmo a participação na SAGALEXPO. “Encaramos este evento como uma grande oportunidade para reunirmos com os nossos parceiros, reforçarmos as nossas parcerias e apresentarmos as novidades deste ano”, referiu Luís Marques, Diretor da Unidade de Mercados Exportação, SUMOL+COMPAL.

A empresa considera eventos como a SAGALEXPO como “o local ideal para apresentar as novidades das marcas que representamos no diz respeito à inovação de produtos e formatos”, possibilitando o contacto “com os nossos clientes atuais ou potenciais clientes previamente identificados e discutir o nosso negócio em conjunto num ambiente mais descontraído e próximo.”

Este ano, a empresa celebra os 70 anos da fundação da marca

SUMOL. Para celebrar esta data a marca refresca a sua imagem com uma nova identidade visual icónica e intemporal, que respira autenticidade. “Esta nova identidade evoca a origem e a portugalidade de Sumol, reavivando memórias, que ao mesmo tempo que a atualiza, também a prepara para o futuro. Com uma linguagem mais inclusiva e universal, assume a sólida dimensão internacional que a marca tem conquistado.”

Atualmente, a empresa está a explorar oportunidades em mercados emergentes, especialmente na Ásia e na América Latina, onde reconhecemos um grande potencial de crescimento.





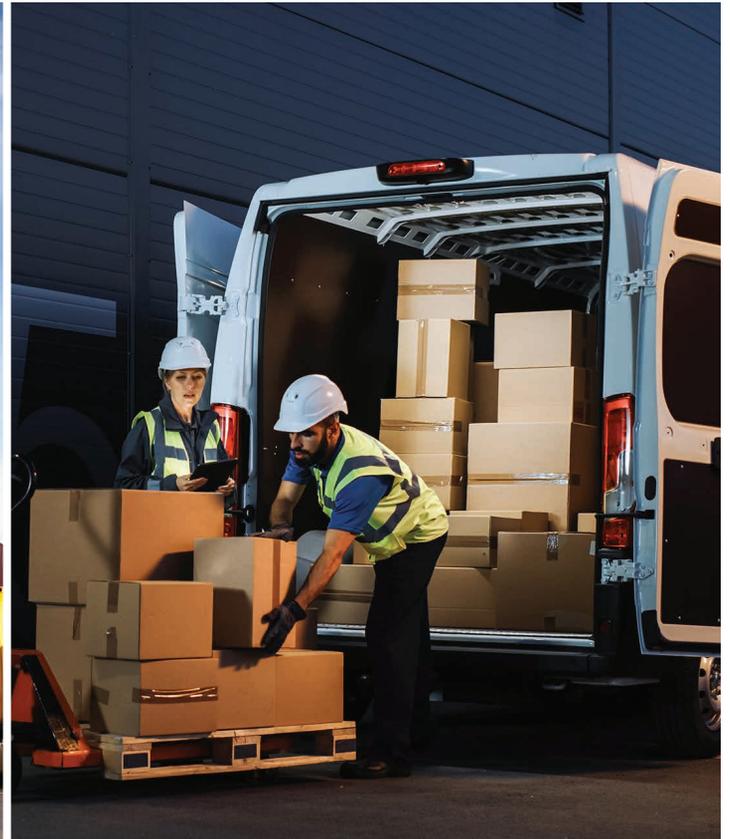
“TEMOS BOAS EXPECTATIVAS PARA MAIS UMA EDIÇÃO DA SAGALEXPO”

Ricardo Figueiredo
Global Markets Commercial
Director do Super Bock Group

Ricardo Figueiredo e Silva, Global Markets Commercial Director do Super Bock Group, fala à VEJA Portugal dos objetivos da empresa para a terceira edição da feira vocacionada à exportação. A internacionalização faz parte da estratégia de crescimento do Super Bock Group. Somos líderes no nosso setor de atividade e a maior empresa de bebidas refrescantes em Portugal. Tudo isto se traduz na nossa visão: “Paixão local, ambição global”. Daí considerarmos a nossa presença na SAGALEXPO como muito relevante, já que este é um momento de encontro com alguns dos nossos principais parceiros e uma oportunidade para identificarmos e explorarmos novas oportunidades de negócio, através das nossas marcas, que já têm um grande reconhecimento além-fronteiras, pela qualidade e capacidade de inovação. No âmbito desta estratégia de internacionalização, a Europa mantém-se como um dos nossos principais mercados, muito alicerçado na diáspora portuguesa, mas conquistando cada vez mais consumidores locais. A proximidade cultural com África faz também com que este seja um importante território para o Super Bock Group. No total, estamos presentes em mais de 50 países, com grande peso na Europa e em África, registando um crescimento nas Américas. Temos boas expectativas para mais uma edição da SAGALEXPO, no sentido de podermos estreitar relações com clientes e parceiros, e de irmos a estabelecer novos contactos com outras empresas, dando a conhecer todo o nosso know-how e património cervejeiro, assente na marca Super Bock, mas também nas credenciais de naturalidade das nossas águas, nomeadamente com foco em Pedras, tão apreciada pelas suas credenciais únicas.



“PRESERVAR A SATISFAÇÃO DOS NOSSOS CLIENTES É PARA NÓS UM MOTIVO DE GRANDE ORGULHO”

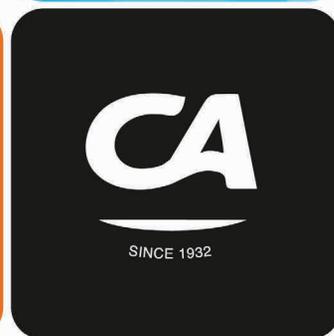


A TRANSCINCO tem como objetivo oferecer aos clientes as melhores soluções para o transporte dos produtos no mercado internacional.

A TRANSCINCO é uma empresa portuguesa com mais de 25 anos de experiência que está consolidada no mercado nacional e internacional no serviço de transporte de mercadorias.

Com escritórios em Matosinhos e Lisboa e com uma experiente equipa, oferece serviços próprios de exportação / importação de e para todo o mundo, nas modalidades de transporte marítimo (contentores completos e grupagem), carga aérea (agentes IATA, rodoviária, consolidação/desconsolidação de mercadorias, armazenagem e distribuição, mediação de seguros e serviços aduaneiros. A TRANSCINCO orgulha-se de pertencer a uma das maiores redes mundiais de agentes especialistas em serviços regulares de grupagem marítima (NVOCC).

Contando com larga experiência a TRANSCINCO dará todas as garantias de um serviço eficiente, personalizado e de grande qualidade.



Empresa reconhece esta plataforma como um passo crucial para promover os seus produtos e serviços, bem como para fortalecer laços com os seus clientes.



CASA ANGOLA INTERNACIONAL DESTACA A PRESENÇA NA SAGALEXPO

Ao estar presente neste evento de renome, salienta Rui Moreira, CEO da empresa, a” Casa Angola Internacional não apenas apresentará sua ampla gama de produtos, mas também ressalva o seu compromisso na qualidade do serviço e orientação para o cliente. Tal tem sido aliás, uma referência ímpar ao longo dos nossos 92 anos de existência.”

“Além disso, a nossa participação na feira proporcionará uma plataforma ideal para conectar diretamente com potenciais novos clientes, entusiastas dos produtos nacionais, ampliando assim o nosso alcance e impacto na comunidade da diáspora e nos importadores locais, procurando abrir portas para futuras colaborações e oportunidades de crescimento.”

“VAMOS ESTAR COM TODA A NOSSA GAMA DE CAFÉS”

José Beato, Regional General Director da Delta Cafés, revela as expectativas do Grupo Nabeiro acerca da primeira participação na feira SAGALEXPO – Sabores de Portugal.

Entre os objetivos da Delta Cafés, marca detida pelo Grupo Nabeiro, estão a apresentação das diferentes marcas e o contacto direto com os clientes internacionais, bem como a angariação de novos mercados externos.

“Vamos estar com toda a nossa gama de cafés: Delta Cafés, Delta Q, Belíssimo e Camelo. A nossa marca de vinhos: Adega Mayor. A nossa marca de produtos do campo: a Qampo, com uma gama de azeitonas, tremoços e azeites. Alguns dos produtos mais recentes da empresa, trazendo também em alguma inovação”, referiu o responsável, adiantando outras novidades.

“Vamos aproveitar para a apresentar a nossa máquina Rise, que faz a extração do café debaixo para cima. Será também uma oportunidade para nós trazermos aos nossas parceiros, futuros, atuais e

eventuais, alguns produtos que o Grupo tem colocado no seu portfólio.”

Para o Grupo Nabeiro a SAGALEXPO representa “além desta componente de compradores exteriores que têm uma ligação a Portugal terá também um conjunto de operadores que não têm ligação a Portugal e portanto são operadores internacionais, de comércio, e que querem ter produtos portugueses.”

“O facto também de termos a possibilidade de se convidar alguns dos parceiros atuais e futuros é encarado por nós como uma boa oportunidade e interessante de ter as pessoas em Portugal e portanto discutirmos com eles novas oportunidades de negócios e parcerias”, destacou José Beato.



FRESCURA E ACIDEZ EQUILIBRADA

A Enoport Wines junta-se à CVR de Lisboa para apresentar os vinhos de Lisboa das marcas Romeira e Bucellas.

De 15 a 17 de abril, começa, na FIL Lisboa, a 3ª edição da SAGALEXPO. A Enoport Wines junta-se à CVR de Lisboa para, em conjunto com outros produtores agroalimentares, fazerem parte da mostra dos principais produtos e marcas portuguesas dedicados ao mercado externo.

“Teremos em exposição os nossos vinhos de Lisboa das marcas Romeira e Bucellas e os vinhos oriundos da nossa quinta em Bucelas, os vinhos da marca com o mesmo nome - Quinta do Boiçã”, referiu Juliana Inverno, Relações Públicas & Gestora de Marca.

As principais características dos vinhos desta região são a sua frescura e acidez equilibrada, influenciada pela proximidade ao Rio Tejo e ao Atlântico. Os vinhos de Bucelas, a única região de Portugal que certifica apenas vinhos brancos, e globalmente conhecida pelos vinhos da casta Arinto, que apesar de existir em todo o território é ali que ganha a sua melhor expressão, têm uma característica particular que é a longevidade dos seus brancos e potencial de guarda.





FABRIDOCE APRESENTA OS NOVOS BRIGADEIROS E MOCHIS



Empresa aposta em dois novos lançamentos para a terceira edição da SAGALEXPO. “São o reflexo do nosso esforço na inovação e modernização da nossa marca”.

É com grande entusiasmo e determinação que a FABRIDOCE – DOCES REGIONAIS LDA marca novamente a presença na SAGALEXPO – Sabores de Portugal. “Após a participação nestes últimos dois anos, que provaram ser um sucesso para nós, voltamos empenhados para mostrar os nossos produtos de sempre e outras novidades”, indicou Rui Almeida, administrador da Fabridoce. Além das clássicas iguarias como os Ovos Moles de Aveiro, Pão de Ló Conventual, Fios de Ovos e miniaturas como as Truffas com Ovos Moles e Queijinhos de Amêndoa, nesta 3ª Edição da SAGALEXPO a Fabridoce vai apresentar os Brigadeiros e Mochis.

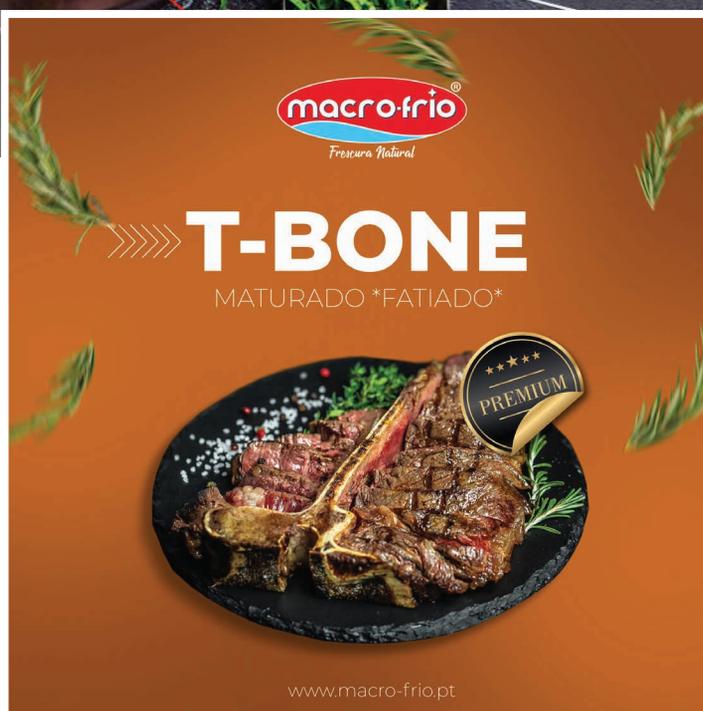
“Estes dois últimos produtos são o reflexo do nosso esforço na inovação e modernização da nossa marca. Nomeadamente, a FABRIDOCE é o primeiro produtor de Mochis em Portugal.”

A FABRIDOCE tem como lema ‘Inovar para manter a tradição’. “Ambicionamos preservar a portugalidade e autenticidade histórica dos nossos produtos empreendendo uma cultura de inovação constante. Acreditamos que, só assim, conseguimos manter a sustentabilidade comercial.”

O administrador da Fabridoce reconhece esta plataforma de negócios como “uma excelente oportunidade para construir parcerias mais sólidas e impulsionar a nossa presença nos mercados “Saudade” espalhados pelo mundo. Mas não só! À organização da SAGALEXPO, a FABRIDOCE agradece o seu esforço em trazer compradores fora destas comunidades portuguesas.”



REFORÇAR A POSIÇÃO COMO EMPRESA PORTUGUESA DE REFERÊNCIA



A Macro-Frio vai dar a conhecer as mais recentes novidades na nova edição da SAGALEXPO, que entende como o local certo para afirmar a sua marca no exterior.

A Macro-Frio dedica-se à produção e comercialização de produtos alimentares. Na nova edição da SAGALEXPO – Sabores de Portugal vai dar a conhecer as mais recentes novidades, aproveitando esta ocasião para interagir com clientes e novos compradores internacionais.

“Encaramos a SAGALEXPO 2024 como o evento e o local certo para consolidar a sua posição como empresa portuguesa de referência”, destacou Alexandre Correia, Diretor Comercial, sublinhando o entusiasmo em marcar presença neste certame como potencial oportunidade para concretizar novos negócios internacionais e apostar nas novidades que a empresa tem para oferecer. Entre as novidades estão por exemplo a excelência do T-Bone Maturado Fatiado Macro-Frio, agora fatiado para maior conveniência, e o Kebab Embalado Congelado Macro-Frio, uma aposta na conveniência e qualidade que vão transformar o dia a dia dos consumidores.

NOVA LINHA DE BACALHAU ULTRACONGELADO

A Moreira está orgulhosa de apresentar duas novidades emocionantes no certame deste ano. Em primeiro lugar, introduzimos uma nova linha de bacalhau ultracongelado, preparado com uma demolihada tradicional portuguesa, garantindo o máximo de frescura e sabor.

Além disso, estamos a lançar a marca Cozinha D'Avó, oferecendo refeições autênticas da culinária portuguesa, preparadas com todo o cuidado e tradição. Esta linha inclui uma variedade de pratos típicos, como Leitão Assado, Frango de Churrasco, Feijoada à Portuguesa e Salada de Polvo, entre outras. Com apenas 6 minutos no micro-ondas ou 4 minutos no tacho, nossas refeições estão prontas para serem apreciadas. São refeições tradicionais ou como nós gostamos de lhe chamar "comida do tacho" pronta a comer. A participação da Moreira na SAGALEXPO é estratégica e traz uma

Moreira Congelados apresenta várias novidades na nova edição da SAGALEXPO. "estamos a lançar a marca Cozinha D'Avó, oferecendo refeições autênticas da culinária portuguesa, preparadas com todo o cuidado e tradição", adianta a empresa, em comunicado.

série de benefícios significativos para a empresa. Esta feira oferece-nos uma plataforma única para nos conectarmos com clientes de todos os continentes em apenas três dias.

Além disso, representa uma oportunidade valiosa para lançarmos novos produtos e permitir que os clientes façam a degustação das nossas novidades no próprio local. A presença na SAGALEXPO coloca-nos em contato direto com um público global, possibilitando a expansão da nossa marca e a realização de negócios em escala internacional.





“Solução rápida e eficiente para fazer chegar ao destino final”

“Num evento tão importante para os exportadores portugueses faz todo o sentido a maior Exportadora Nacional estar presente. Pretendemos dar soluções de transporte aos negócios realizados nesta feira, a nossa experiência e know how serão determinantes para dar suporte logístico aos pedidos de apoio que surjam durante a feira. A TAP Air Cargo com a sua Network e parcerias estratégicas por todo o Globo, é uma solução rápida e eficiente para fazer chegar ao destino final, nas melhores condições, os nossos produtos portugueses.”

Bruno Aires
Global Cargo Senior Director
TAP Air Cargo



“Promover a marca e abranger novos mercados internacionais”

A participar pela segunda vez na SGALEXPO, Os Limas têm como objetivo promover a marca e abranger novos mercados internacionais, sendo uma oportunidade para fortalecer as relações com os parceiros. Nesta edição, a empresa continua ainda a destacar o seu Pastel de Nata e anuncia o lançamento de novos produtos: o Quadrado 25gr e o Quadrado de Cereais 25gr, “pequenos em tamanho, mas grandes em sabor, ideais para a hotelaria e restauração”!

Joana Casimiro
Departamento Administrativo
Os Limas



“Apresentar soluções adequadas para todo o tipo de clientes”

“Vamos trabalhar de uma forma mais alargada os desidratados, são os produtos que nos permitem exportar sem preocupações de perecibilidade, destes vamos ter alguns produtos novos, destacando desde já o Tomate Seco. A SGALEXPO é uma excelente oportunidade para divulgar os novos artigos a um público alvo qualificado, nomeadamente importadores, distribuidores e retalhistas a nível internacional. O nosso objetivo é apresentar soluções adequadas para todo o tipo de clientes, receber feedback positivo da nova gama de artigos e estabelecer parcerias comerciais duradouras.”

Arlindo Silva
PCA
100%Titular



“Boa exposição da empresa e marcas”

“Vamos apresentar em exclusivo nossa nova marca de óleos Alimentares “FULGOR” e consolidar com o aumento da gama de uma outra marca “FAGULHA” lançada com óleo na SAGAL 2023, mas desta feita com quatro variedades de vinagres. Já participamos em 2023 e os resultados foram positivos, boa exposição da empresa e marcas, tivemos contactos que queremos manter, e revê los aqui será o melhor local para o reencontro”

David Bastos
Ceo Export Manager
Pargasor Group



“Expandir a base de clientes além-fronteiras”

“Na Duvas d’Arruda atuamos como Export Manager das seguintes empresas: Calheiros Cruz, Quinta do Jalloto e Casa de Sezim. Somos responsáveis por divulgar os produtos, analisar o mercado, prestar acompanhamento ao cliente estrangeiro, entre outros, fazendo assim um trabalho de consultoria tanto para os produtores como para os clientes. A nossa participação na SAGALEXPO é motivada pela necessidade dos produtores em expandir a base de clientes além-fronteiras, ao mesmo tempo que reforça o compromisso que temos em fornecer-lhes um apoio completo com a experiência acumulada em negócios internacionais.”

Dulce Carvalho
Duvas d’Arruda
Expositora SAGALEXPO



“Estamos desde a 1ª edição e este ano não poderia ser diferente”

“Para nós, SERVIPRODUARTE, estar na SAGAL é um orgulho, pois estamos desde a 1ª Edição e este ano não poderia ser diferente! Estar com os nossos clientes, amigos, parceiros, fornecedores de toda uma vida, é muito importante para nós, e são 3 dias muito produtivos e bem passados. Temos SERVIços e PROdutos, num só fornecedor, portanto quem não trabalha connosco e quer trabalhar ou conhecer o que temos para oferecer, temos todo o gosto em o receber no nosso Stand”

Ana Malaquias
CEO
ServiPro



“Estamos sempre abertos a novas perspetivas de mercado”

“Os nossos principais produtos são os Beijinhos e Cavacas de Pombal que produzimos há mais de 80 anos, produzimos também um leque variado de Biscoitos diversos e Bolos que teremos todo o prazer em lhe apresentar no nosso stand. As nossas expectativas em relação a este certame é poder falar com todos os nossos clientes habituais e claro estamos sempre abertos a novas perspetivas de mercado.”

Helena Vale
Director Manager
Confeitaria Vale



“É a forma de estar no Mundo sem sair de Portugal”

“Estaremos na SGALEXPO com os nossos vinhos, novas colheitas e já premiados em Concursos Mundiais. É o maior evento Nacional para qualquer Empresa que tenha a ambição de exportar. É a forma de estar no Mundo sem sair de Portugal. Seremos dos expositores com mais participações neste formato de evento.”

Luís Rosado
Paço das Côrtes
Expositor SGALEXPO



“Uma oportunidade de estreitar laços e fazer negócios”

“A Frisalgados fará a promoção da sua gama standard, onde se incluirão naturalmente os nossos afamados pasteis de nata. A participação da Frisalgados na SGALEXPO, vem no seguimento de uma política continuada de crescimento no mercado externo. O evento torna possível a concentração/reunião de clientes nacionais e internacionais, fornecedores, parceiros e amigos numa única localização. É como tal, uma clara mais-valia e uma oportunidade de estreitar laços e fazer negócios.”

João Pedro Marques
Frisalgados, Cruídoce
Expositora SGALEXPO



“Vamos apresentar novos azeites, com sabores e monovarietais”

A Portucale participa na terceira edição da SAGALEXPO – Sabores de Portugal para continuar a apostar na divulgação dos seus produtos com o objetivo de atrair as atenções dos visitantes do mercado externo. “Vamos apresentar na SAGALEXPO novos azeites, com sabores e monovarietais, de qualidade superior. A razão da é por tradição receber novos clientes e cumprimentar os que já temos”.

Virgulino Neves
Gerente
Portucale, Vineves



“Angariação de novos mercados internacionais”

A Afonso dos Leitões, propriedade da Leitões de Negrais, reconhecida pela comercialização do célebre leitão assado é reconhecida pela qualidade do seu produto, exportando já para vários países. A empresa está confirmada na terceira edição da SAGALEXPO – Sabores de Portugal, onde espera alcançar novos mercados. “A presença na SAGALEXPO é por si só uma presença natural para angariação de novos mercados internacionais”.

Luís Amaro,
Direção comercial
Leitões de Negrais

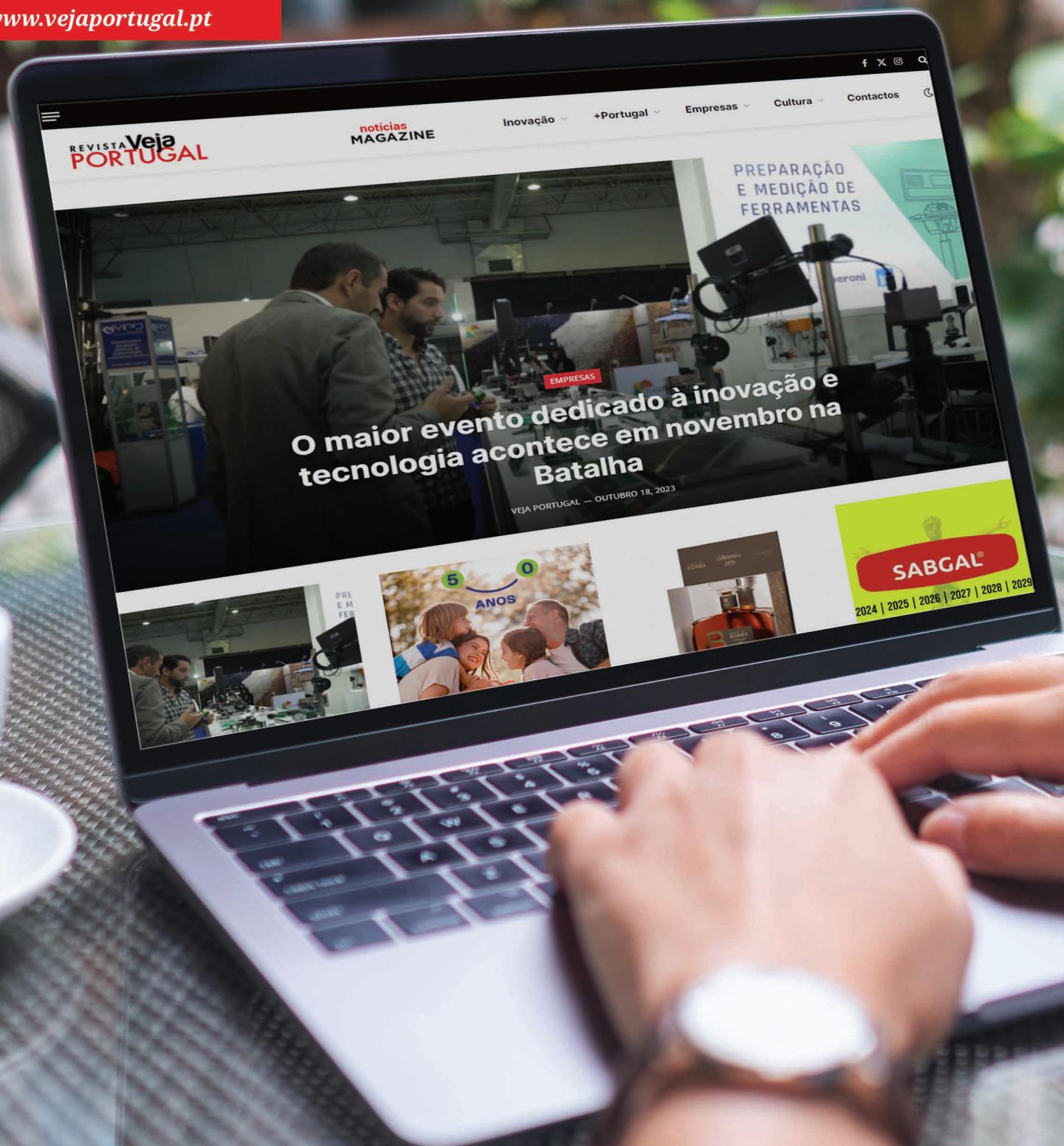
IMPORTADORES VIAJAM A LISBOA PARA LEVAR PRODUTOS PORTUGUESES PARA O MUNDO

São mais de 1100 empresários confirmados, vindos de 95 países.

 ÁFRICA DO SUL	 DUBAI	 LUXEMBURGO
 ALBÂNIA	 EGIPTO	 MACAU
 ALEMANHA	 EL SALVADOR	 MALÁSIA
 ANDORRA	 EMIRADOS ÁRABES UNIDOS	 MALI
 ANGOLA	 EQUADOR	 MARROCOS
 ANTILHAS HOLANDESAS	 ESLOVÊNIA	 MÉXICO
 ARÁBIA SAUDITA	 ESLOVÁQUIA	 MOÇAMBIQUE
 ARGÉLIA	 ESPANHA	 MOLDÁVIA
 ARGENTINA	 ESTADOS UNIDOS	 NAMÍBIA
 ARMÉNIA	 ESTÓNIA	 NIGÉRIA
 AUSTRÁLIA	 FINLÂNDIA	 NORUEGA
 ÁUSTRIA	 FRANÇA	 OMÃ
 BANGLADESH	 GABÃO	 PAQUISTÃO
 BÉLGICA	 GÂMBIA	 PANAMÁ
 BENIN	 GANA	 POLÓNIA
 BRASIL	 GRÉCIA	 REPÚBLICA DO CONGO
 BULGÁRIA	 GUATEMALA	 REPÚBLICA DOMINICANA
 BURKINA FASO	 GUINÉ-BISSAU	 ROMÉNIA
 CABO VERDE	 PAÍSES BAIXOS	 RÚSSIA
 CAMARÕES	 HONG-KONG	 SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE
 CANADÁ	 HUNGRIA	 SENEGAL
 CATAR	 ILHAS JERSEY	 SERRA LEOA
 CHÉQUIA	 ÍNDIA	 SINGAPURA
 CHILE	 INGLATERRA	 SUÉCIA
 CHINA	 IRLANDA	 SUÍÇA
 COLÔMBIA	 ISRAEL	 TOGO
 COREIA DO SUL	 ITÁLIA	 TUNÍSIA
 COSTA DO MARFIM	 JAPÃO	 TURQUIA
 COSTA RICA	 KUWAIT	 UCRÂNIA
 CROÁCIA	 LETÓNIA	 UGANDA
 CUBA	 LÍBANO	 URUGUAI
 DINAMARCA	 LITUÂNIA	 VENEZUELA

REVISTA **Veja**
PORTUGAL

www.vejaportugal.pt



O maior evento dedicado à inovação e tecnologia acontece em novembro na Batalha

VEJA PORTUGAL — OUTUBRO 18, 2023

5 ANOS

SABGAL®

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029