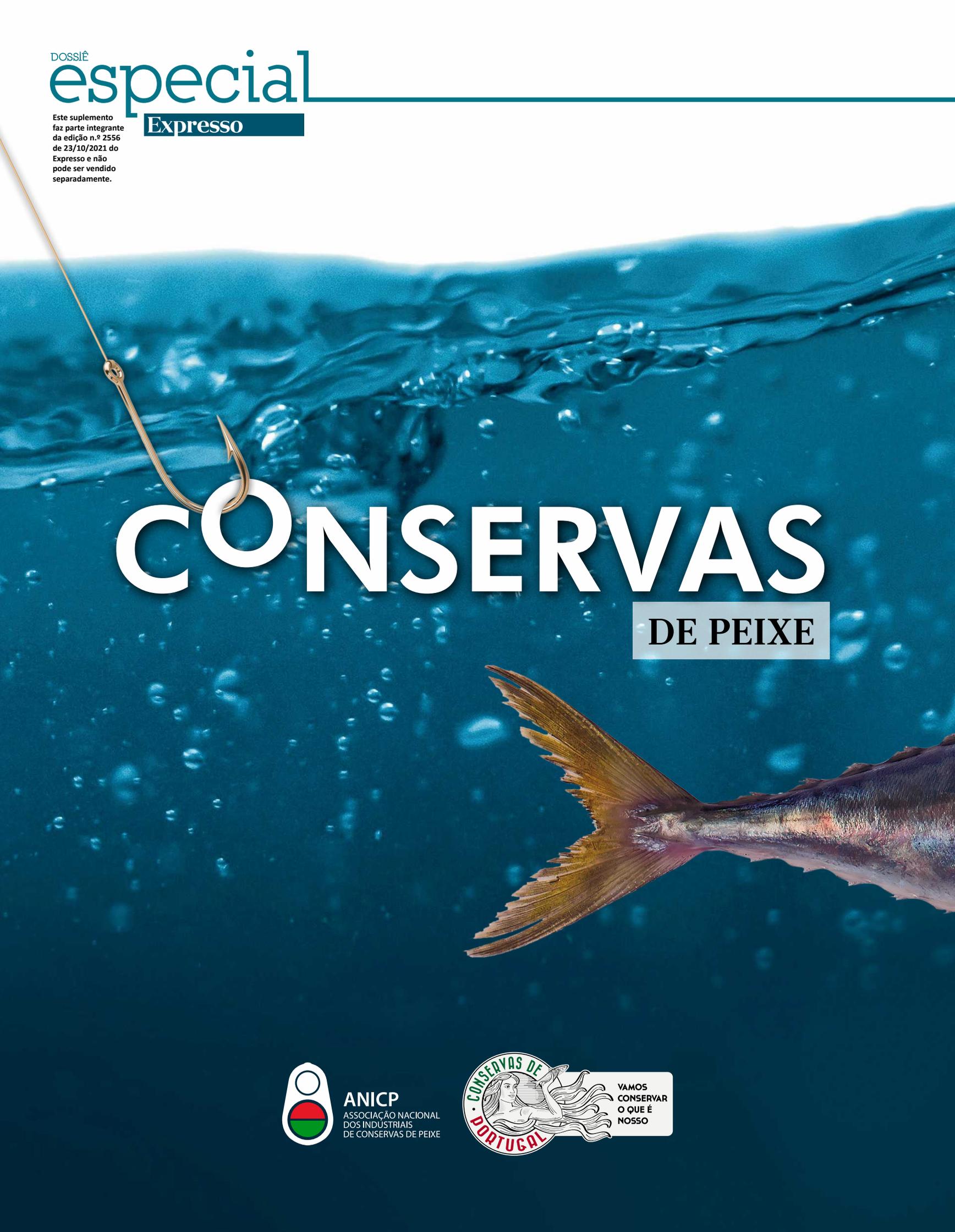


DOSSIÉ  
**especial**

**Expresso**

Este suplemento faz parte integrante da edição n.º 2556 de 23/10/2021 do Expresso e não pode ser vendido separadamente.



# CONSERVAS

**DE PEIXE**



**ANICP**  
ASSOCIAÇÃO NACIONAL  
DOS INDUSTRIAIS  
DE CONSERVAS DE PEIXE



**VAMOS  
CONSERVAR  
O QUE É  
NOSSO**

# MINERVA

QUALIDADE SUPERIOR

SINCE 1942



## O SEU ATUM PRÁTICO E DELICIOSO



[www.apoveira.pt](http://www.apoveira.pt) · [instagram.com/minervacannedfish](https://www.instagram.com/minervacannedfish)

EDITORIAL

# Conservar o que Portugal tem de melhor

Quando o que está em causa são sabores, poucas coisas nos sabem tão bem como conservar aquilo que temos e sabemos fazer melhor. À mesa dos portugueses, é secular a tradição de saborear as melhores conservas de peixe, preparadas ao sabor do que nos habituámos a provar como nosso. E é esse o prato principal da edição que o convidamos a degustar nestas páginas. Neste Dossiê Especial Expresso Conservas de Peixe, serve-se como entrada a entrevista em que a Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe aponta para os principais ingredientes que distinguem a indústria conserveira nacional: tradição, inovação e competitividade. O menu abre-se depois à participação de alguns dos *players* de maior destaque do sector, em Portugal. É o caso das conservas Minerva que, prestes a celebrar 80 anos de vida, fazem questão de continuar a surpreender o mercado, sempre com qualidade e excelência, reforçando a atenção do consumidor nas conservas como escolha de alimentação saudável. Já a Ramirez prova porque é que “é muito mais do que lata mais cheia do mercado”, procurando marcar a diferença ao disponibilizar produtos “mais distintos, mais sustentáveis e cada vez mais portugueses”. Em seguida, a 100 Mistérios, depois das marcas José Gourmet

e Maria Organic, dá conta agora do lançamento da nova marca Ati Manel: uma coleção de conservas com uma atrativa variedade de peixes e mariscos, sardinhas, cavalas, petingas, atuns, lulas, polvo, lingueirão, vieiras, picas e mexilhões, com uma identidade talhada à medida dos colecionadores de petiscos. Orgulhando-se de brindar as conservas com “o material de embalagem mais sustentável da indústria”, privilegiando a utilização de metal infinitamente reutilizável e reciclável, a Eviosys assegura que as suas embalagens estão na vanguarda da inovação. Finalmente, a Bom Petisco elenca os fatores que a tornam “uma marca única dos dias que correm”, sendo reconhecida pelos consumidores como “especialista na sua categoria”, e anuncia a entrada da marca no segmento das especialidades, com o lançamento de uma gama de conservas de bacalhau e filetes de cavala.

FOTO PEIXES/TOWFIQU BARBHUYA

FICHA TÉCNICA  
ESPECIAL  
**CONSERVAS**  
DE PEIXE

IMPRESA PUBLISHING – DOSSIÉS ESPECIAIS

Edifício Impresa, Rua Calvet de Magalhães, 242  
2770-022 Paço de Arcos  
Tel.: 214 544 000

Imagens de layout e capa: Unsplash/Freepik

EDITORIA: Ana Rita Lúcio

PUBLICIDADE/VENDAS:  
Carlos Lopes (Diretor) – calopes@impresa.pt  
Sérgio Alves – salves@impresa.pt  
214 544 047 | 968 179 863

PROJETO GRÁFICO E PAGINAÇÃO  
(PRODUÇÃO PUBLISHING - MULTIMÉDIA):  
Sónia Silva (Projeto gráfico e paginação)  
e Luis Martins (Paginação)

LOGÍSTICA, PRÉ-PRESS, MULTIMÉDIA  
E TRATAMENTO DE IMAGEM:  
Produção Publishing  
Maria João Lopes (Diretora)  
mjlopes@impresa.pt

Os conteúdos publicados no presente  
dossiê são da responsabilidade exclusiva  
do Departamento Comercial da Impresa  
Publishing, sendo editorialmente autónomos  
dos cadernos principais do jornal Expresso.



ANICP

# “A indústria conserveira agrega tradição, inovação e competitividade”

A Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe (ANICP) tem vindo a desenvolver o seu trabalho no sentido de encaminhar as conservas de peixe para um “percurso para a indústria 4.0”, salienta o presidente da associação, José Maria de Freitas, numa entrevista em que aborda ainda os principais desafios que se colocam atualmente ao sector

## Que impacto é que a pandemia de covid-19 teve sobre a indústria conserveira e que respostas foram encontradas para os desafios enfrentados?

A indústria conserveira portuguesa, na fase inicial da pandemia de covid-19, teve de responder com enorme sucesso a um aumento da procura de conservas que ultrapassou os 100% no mês de março de 2020.

Durante este período de grande consumo, a indústria manteve sem rotura a cadeia, dando preferência aos pontos de venda nacionais. Para isso, incrementaram-se várias medidas nas fábricas, nomeadamente o desfasamento horário, a admissão de novos trabalhadores e a utilização de EPI's.

## Agora que estamos no último trimestre do ano, que balanço é possível fazer da evolução do negócio em 2021 e que perspetivas se podem traçar para 2022?

O ano 2020, face ao aumento de consumo que referi, terminou com um crescimento superior a 10% na atividade. Crescimento este que, em 2021, não se manteve, tendo até retomado o patamar pré-pandemia. Prevemos que o ano de 2022 seja um ano extramente difícil para a indústria de conservas nacional, que tem sofrido constantes aumentos de custo nas suas matérias-primas (peixe, óleos, azeites, latas, embalagens, entre outros) assim como nos gastos gerais (energia, combustível e transportes). Este aumento de custos geral é de tal dimensão, que será difícil repercutir esse aumento nas conservas sem que isto provoque um decréscimo de consumo.

## Quais os grandes desafios que a indústria conserveira portuguesa enfrenta, hoje em dia?

Diria que são sobretudo a falta de matéria-prima, a concorrência de países terceiros com custos de produção muito inferiores aos nossos e os acordos comerciais com a União Europeia, que lhes permite



introduzir as conservas na Europa a taxa zero (Maurícias, Equador, Peru, Colômbia, Papua Nova Guiné, Filipinas, etc.) e o aumento dos custos que vai desde as matérias-primas, aos transportes e aos custos energéticos.



**ANICP**  
ASSOCIAÇÃO NACIONAL  
DOS INDUSTRIAIS  
DE CONSERVAS DE PEIXE

## Qual o intuito das reuniões bilaterais realizadas entre a ANICP e a sua congénere espanhola Anfac-CEcopesca e a que conclusões chegaram, em conjunto?

Embora sejamos concorrentes, e por isso temos em várias questões de interesses diferentes, temos também várias matérias em que os nossos interesses são convergentes. Estas reuniões bilaterais, que se realizam uma vez por ano, são exatamente para abordar e aprofundar as estratégias de defesa dos interesses que são convergentes, como podemos ver na agenda deste ano: a luta contra a pesca ilegal, a sustentabilidade dos recursos, os acordos comerciais da União Europeia com países terceiros, o regulamento da rotulagem são alguns dos tópicos que temos em cima da mesa.

## Conciliar sustentabilidade e competitividade no negócio das conservas de peixe é possível e desejável? De que forma?

A indústria conserveira já agrega tradição, inovação e competitividade. Desde sempre que a sustentabilidade e a economia circular são objetivos da ANICP, que reflete as preocupações dos seus associados. Sendo assim, a associação tem vindo a incentivar e ajudar no percurso para a indústria 4.0. Desde logo reforçando múltiplas sinergias com a academia e os centros de investigação científica, numa abordagem de investigação aplicada, bem como um diálogo constante com entidades políticas nacionais e europeias.

## A ANICP defende a implementação de medidas que reforcem a competitividade deste sector?

A medida fundamental que reclamamos é a aplicação pelas autoridades europeias do *level playing field*, ou seja, que seja aplicado às conservas

importadas pelos países da comunidade europeia o mesmo nível de exigência que se aplica às conservas produzidas pela indústria europeia, como, por exemplo:

- Garantia de que não entram na Europa produtos provenientes de pesca ilegal;
- Garantia de que os produtores das conservas não usam mão de obra infantil;
- Garantia de que as empresas exportadoras cumprem as mesmas exigências de segurança alimentar;
- Garantia de que cumprem os requisitos da redução da pegada de carbono;
- Garantia de que cumprem com os compromissos ambientais da indústria europeia (nomeadamente a reciclagem de todos os materiais usados na produção, entre outros).

**Em 2020, a ANICP lançou a campanha “Vamos conservar o que é nosso”. Qual o propósito desta iniciativa e que balanço é possível fazer dela?**

A campanha “Vamos conservar o que é nosso” surge com o propósito de criar condições para que os consumidores façam uma escolha informada e, sobretudo, para fomentar a preferência dos portugueses pelo consumo de produtos de origem nacional. Pretende-se que o selo aplicado nas latas seja, de forma óbvia, exemplo distintivo de tradição e excelência da indústria e da superioridade do peixe. Quero com isto dizer que para nós é fundamental que os consumidores, no momento da compra, identifiquem, através do selo, as conservas que são produzidas em Portugal, a qualidade que isso representa, o número de postos de trabalho que cria, o investimento que envolve e a riqueza que gera para o país. Pretendemos que as conservas nacionais sejam uma escolha ao mesmo tempo emocional e racional. Mas, sobretudo, que sejam uma escolha sem hesitação: é importante que esta ideia de “Vamos conservar o que é nosso” prevaleça nos portugueses. O balanço desta campanha é positivo, sobretudo tendo em conta que lançámos a campanha num ano atípico, de pandemia, e que muitas pessoas não tiveram conhecimento do nosso trabalho: *mupies*, *outdoors* e ações de proximidade passaram despercebidas. Contudo,

“Pretendemos que as conservas nacionais sejam uma escolha ao mesmo tempo emocional e racional. Mas, sobretudo, que sejam uma escolha sem hesitação: é importante que esta ideia de “Vamos conservar o que é nosso” prevaleça nos portugueses”



esse foi apenas o início, vamos continuar a trabalhar para dar continuidade a esse desejo de fomentar a proximidade com os consumidores, com iniciativas, receitas, concursos e outras sugestões que nos queiram enviar.

**Fale-nos da iniciativa que a ANICP lançou para a comemoração do V Centenário da Primeira Circum-Navegação.**

Refere-se ao concurso “Design com Lata”, que inicialmente era apenas uma ideia e ganhou forma quando o *task group* da Estrutura de Missão V Centenário Fernão de Magalhães (que é tutelado pelo Ministério do Mar) nos lançou o desafio para nos associarmos às celebrações do Legado de Magalhães. O nosso sim foi óbvio, porque partilhámos a mesma visão em áreas como a sustentabilidade dos recursos marinhos e a economia do mar. Surgiu o mote “À descoberta do Planeta Oceano”, que direcionámos para jovens estudantes, com o objetivo de identificar e selecionar propostas com uma forte componente de inovação e criatividade para design de uma lata de conservas de peixe. Foi um sucesso. Recebemos mais de 160 propostas de todo o país, que culminaram com três jovens vencedoras numa viagem a bordo do NRP Sagres e exposições em espaços emblemáticos em Lisboa, Portimão e Espinho. Neste momento, já estamos a pensar na próxima edição.



## MINERVA

# A marca que continua a surpreender-nos

**Prestes a celebrar 80 anos, as conservas Minerva continuam a surpreender-nos pela constante dinâmica que imprimem ao mercado das conservas em Portugal. Sempre com a qualidade e excelência como foco da marca, querem reforçar a atenção do consumidor nas conservas como escolha de alimentação saudável**

2022 será o ano de festejar o 80.º aniversário da marca Minerva. Celebram-se 80 anos de trabalho no caminho da excelência dos produtos, de vitalidade de uma marca que atravessa gerações, mas que se mantém tão contemporânea, adaptando-se às mudanças constantes e respondendo aos diferentes desafios colocados pelos mercados.

### O melhor peixe na lata desde 1942

A Minerva foi fundada em 1942 e desde essa data que o seu caminho foi traçado sempre tendo a qualidade excepcional e diferenciadora como característica indissociável da marca. Marca fundada para levar o melhor de Portugal ao mundo, com uma alegoria à Minerva, deusa do comércio, das artes e da sabedoria. A marca encarna possibilidades infinitas de prazeres no mundo das conservas, quando produzidas com o melhor peixe e com o cuidado artesanal. As conservas Minerva têm uma personalidade romântica, orgulhosa e criativa, mas também corajosa e original e, por isso, os seus produtos procuram, por um lado, manter todo o respeito pela melhor tradição conserveira, mas, ao mesmo tempo, serem originais e explorativos, procurando surpreender os consumidores.

### Conservas ao natural são a grande aposta

Após o lançamento do salmão ao natural, a Minerva prepara-se agora para, até ao final do ano, lançar a pescada ao natural. Um como outro são produtos que vão ao encontro



**“Após o lançamento do salmão ao natural, a Minerva prepara-se agora para lançar a pescada ao natural. Produtos que vão ao encontro da tendência atual de consumo: saudáveis, com alto valor de proteína e baixos em gordura”**

da tendência atual de consumo: saudáveis, com alto valor de proteína e baixos em gordura. Perfeitos para todas as pessoas que seguem hábitos de vida saudáveis, são produtos que oferecem, de uma forma muito fácil e simples, a possibilidade de preparar receitas saborosas, mas com alto valor nutricional. Mediante um exclusivo processo de fabrico de matéria-prima selecionada pela sua qualidade, consegue manter-se praticamente intactas as suas propriedades. Conservas com elevado teor de proteína, às quais só são acrescentados ingredientes naturais como água e sal. É esta qualidade que se pretende comunicar cada vez mais aos consumidores de conservas. Demonstrar que a conserva de peixe é uma escolha saudável e ainda por cima tão prática e versátil. É um alimento totalmente alinhado com o estilo de vida atual. E a Minerva, com a sabedoria dos seus 80 anos, acompanha estas tendências



### Minerva ao alcance de um clique

Na loja online Minerva pode ser encontrada toda a oferta de conservas desta marca. De uma forma simples e tão confortável, encontra uma ampla gama de sardinhas, cavala, atum e outras especialidades, com um serviço de resposta e entrega excepcional.  
[www.apoveira.pt](http://www.apoveira.pt)

e responde com novos produtos que vão ao encontro dos desejos do seu consumidor, cada vez mais exigente.

### Marca bandeira da Fábrica de Conservas A Poveira

As conservas Minerva são produzidas n'A Poveira, uma das maiores fábricas de conservas em Portugal. A Poveira, fruto de constantes investimentos, tem assistido a um grande crescimento, quer em produção quer em faturação. Em 2020, faturou 44 milhões de euros, o dobro de vendas de 2019, esperando fechar 2021 com crescimento face ao ano anterior. A qualidade e a sustentabilidade mantêm-se as grandes apostas para 2022. A Poveira tem investido muito - tempo e dinheiro - na sustentabilidade, na garantia de oferecer produtos que obedecem aos atuais rigorosos critérios de sustentabilidade. Produção e produto sustentável é o foco atual, no entanto, sem deixar de trabalhar a inovação ao nível do produto. A experimentação constante para oferecer as melhores soluções aos clientes e aos consumidores.





## As coisas boas são para conservar

A nossa equipa está cada vez mais sólida e as novas aquisições, que prometem apimentar um pouco mais a sua mesa, já iniciaram a Volta a Portugal.

O atum em piri-piri é a novidade desta temporada, mas o atum em óleo continua a ser o chefe de fila.

Afinal, as coisas boas são para conservar!



Apoie a equipa ATUM GENERAL | TAVIRA | MARIA NOVA HOTEL

[www.general.pt](http://www.general.pt)



Manuel Ramirez, administrador da Ramirez & C<sup>a</sup> (Filhos), SA

## «A Ramirez é muito mais

As latas de atum, em óleo ou azeite, da Ramirez, são as mais cheias do mercado! Mas a Ramirez é muito mais do que a lata mais cheia. Esta é apenas a forma de marcar a diferença na gama que mais vende em Portugal! Em 2022, a Ramirez terá ainda mais novidades! «Vamos ser mais distintos, mais sustentáveis e cada vez mais portugueses», assegura Manuel Ramirez.



### A Ramirez é a indústria de conservas de peixe mais antiga do mundo em laboração. O que distingue a Ramirez?

Connosco, a pesca sustentável é uma certeza. A produção “verde”, uma convicção. A segurança alimentar, um imperativo. A alimentação saudável, um compromisso.

A qualidade, uma garantia desde 1853! Para favorecer esta missão, em 2015, inaugurámos em Lavra, Matosinhos, uma unidade industrial de vanguarda com a mais recente tecnologia de congelação, com uma rede de frio de grande capacidade, os mais modernos cozedores, esterilizadores de última geração, raio x para inspeção das latas e robotização da secção de embalagem. É também uma unidade ecológica, com tubos solares para iluminação, que transforma biomassa em energia e cerca de 70% da energia consumida no processo industrial é verde!

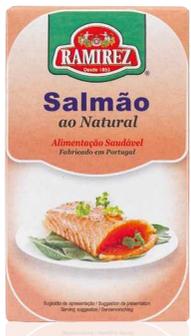
Assumimos o desafio de, em 2023, toda a nossa produção ser assegurada com 100% de energia verde!



# do que a lata mais cheia»

## No setor das conservas, qual o perfil do consumo português?

O atum e as sardinhas em óleo/azeite continuam a ser as grandes referências do mercado português. Mas os gostos têm evoluído. Os consumidores pedem cada mais diferenciação. Registámos uma maior procura de produtos como o nosso atum assado à algarvia, as nossas conservas de bacalhau e muitas outras especialidades, como o nosso salmão ao natural, lulas recheadas ou filetes de anchova. Uma outra grande tendência é a procura de alimentos cada vez mais saudáveis e esta é uma área em que temos investido bastante. Na nossa gama encontram-se vários produtos desse segmento, como a Linha BIO, o Salmão ao Natural, o Atum em Azeite Baixo em Sal, Sardinha em Azeite Baixo em Sal e o mais recente o Tuna Funcional (www.tunafuncional.pt), uma conserva funcional que favorece uma resposta fisiológica na proteção cardiovascular, na regulação da pressão sanguínea, mas também o normal funcionamento do coração, da visão e da função cerebral. É uma super-conserva, um produto diferenciado, único, testado cientificamente, que foi desenvolvido pelo CENUTRA – Centro de Nutrição Ramirez, em parceria com a Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica do Porto, a Faculdade de Medicina da Universidade do Porto e o CINTESIS.



Com o apoio científico da Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto

## Qual a importância da inovação neste setor?

A inovação é um dos vetores da nossa longevidade, quer ao nível industrial, quer nos domínios do produto ou de abordagem ao mercado. Ao nível industrial, o mais recente investimento nas novas instalações, a Ramirez 1853, é a prova disso e, para 2023, visa a utilizar de 100% energia renovável. No que respeita ao produto, o nosso portfólio de mais de 200 referências e 14 marcas, traduz bem a importância que conferimos à inovação. Todos os anos apresentamos dois a três produtos novos e não são experiências, mas sim a forte convicção de que o consumidor aprecia novidades, gosta de ser surpreendido, com novas experiências e novos sabores. E é interessante constatar o sucesso de alguns produtos como o Atum Assado à Algarvia, uma receita dos meus avós, lançado há mais de 60 anos em conserva, num método de produção artesanal. A Ramirez é muito mais do que a lata mais cheia. Em 2022 teremos várias novidades, que reforçarão a nossa política de diferenciação, de querer fazer sempre mais e melhor e sermos cada vez mais portugueses.



# Ramirez tem sempre a lata mais cheia!



# Ramirez é atum, tum, tum, tum.



Alimentação Saudável

www.ramirez.pt



100 MISTÉRIOS

# As melhores sensações trazem memórias

Depois da José Gourmet e da Maria Organic, lançamos agora a Ati Manel. É a nova marca da 100 Mistérios. É uma coleção de conservas com uma atrativa variedade de peixes e mariscos, sardinhas, cavalas, petingas, atuns, lulas, polvo, lingueirão, vieiras, picas e mexilhões. Há dois outros atrativos na Ati Manel: um deles é a relação qualidade-preço, o outro tem a ver com a identidade

A Ati Manel dirige-se a uma maior diversidade de públicos, tenham eles maior ou menor poder de compra, estejam eles muito, pouco



ou nada familiarizados com o imaginário que propomos. Neste aspeto, tanto se dirige a quem reencontra este imaginário com nostalgia, como a quem não conviveu com estas referências e as encontra num pequeno museu. Queria fazer desta vez um exercício de cultura visual, ligado à memória coletiva, ao património material e imaterial, ao convívio e diálogo entre gerações. Há um apetite esfomeado pelo que sobreviveu do passado no espaço público. Os turistas adoram fazer fotografias das fachadas das lojas, dos cafés, atraídos pelos sinais dos anos trinta, quarenta, cinquenta, sessenta. Há na publicidade imagens que foram ficando connosco, que se tornaram ícones, protagonistas da história de um século que merecem sempre novas vidas. Das caixas de fósforos ao cinema, dos jogos e brinquedos aos combustíveis, dos vinhos licorosos aos automóveis e assim por diante, revisei aspetos icónicos, procurei subtilidades, apurando, depurando, adaptando. Queria antecipar e reforçar o paladar pelas emoções associadas ao grafismo das embalagens e responder à diversidade e complexidade de sabores e aromas dos produtos, com os aromas e sabores de formas, padrões, escalas, fisionomias tipográficas, cores, matizes, tons, etc. Não me interessava o revivalismo em si mesmo, as referências têm sessenta, setenta, oitenta anos, mas o design é contemporâneo. Vivemos no século XXI e isto vale para questões estéticas e pragmáticas. Uma embalagem precisa de orquestração, articulando muitos fatores, cumprindo normas que diferem internacionalmente. Queria remeter estas embalagens para os tempos áureos da indústria conserveira e não só. Importava associar um conjunto de valores humanos, económicos, gastronómicos, culturais, saberes acumulados pela experiência, pesca artesanal, autenticidade dos ingredientes de produção agrícola, histórias de vida – resumindo, queria trazer para o universo das conservas a ideia de *terroir* com que nos referimos aos vinhos. Ora, isto só é possível num compromisso com o comércio justo, com a boa relação humana e profissional com fornecedores, com práticas qualificadas e sustentáveis em termos sociais e ambientais. E com exigência nas matérias-primas e nas receitas que chegam à mesa da família. Como diz o Emílio Remelhe, que tem colaborado connosco como *copywriter*, “o melhor slogan está dentro da lata e a primeira garfada tem a última palavra”. Bom apetite para os colecionadores de petiscos!

Luis Mendonça, SÓCIO E DESIGNER DA 100 MISTÉRIOS



O MELHOR PARA SABOREAR

WWW.ATIMANEL.COM



VISITA GUIADA COM  
PROVA INCLuíDA - 90 MIN

FÁBRICA EM ATIVIDADE

A 15 MINUTOS DO PORTO

# A FÁBRICA DE CONSERVAS PINHAIS ABRE AS SUAS PORTAS

DESCUBRA A HISTÓRIA CENTENÁRIA DA NOSSA PRODUÇÃO  
E SINTA-A COM AS SUAS PRÓPRIAS MÃOS

AGENDE A SUA VISITA



PROVE AS MELHORES CONSERVAS

DIGA OLÁ À NOSSA FAMÍLIA

EMBRULHE A SUA CONSERVA

T: 222 434 275  
E: FACTORYTOUR@PINHAIS.PT  
AV. MENÉRES 700, 4450-189 MATOSINHOS

 CONSERVAS PINHAIS  
 CONSERVAS\_PINHAIS  
 SHOP.CONSERVASPINHAIS.PT



AGENDE A SUA VISITA  
CONSERVASPINHAIS.PT

**EVIOSYS**

# “As embalagens da Eviosys estão na vanguarda da inovação”

**Foco na inovação e sustentabilidade para o negócio é o mote da Eviosys, que se orgulha de disponibilizar “o material de embalagem mais sustentável da indústria”, sublinha Gerónimo Meseguer, diretor comercial ibérico da Eviosys**

**A Crown Cork & Seal agora é Eviosys. O que muda e o que se mantém com o nome, imagem e posicionamentos novos?**

A Eviosys começou um novo capítulo, como uma empresa independente, focada no futuro. Mantendo a nossa herança, enquanto líderes de mercado, este novo capítulo significa foco na inovação e sustentabilidade para o negócio. Continuaremos a operar nas fábricas anteriormente utilizadas, excluindo aquelas que se dedicavam exclusivamente a latas de bebidas.

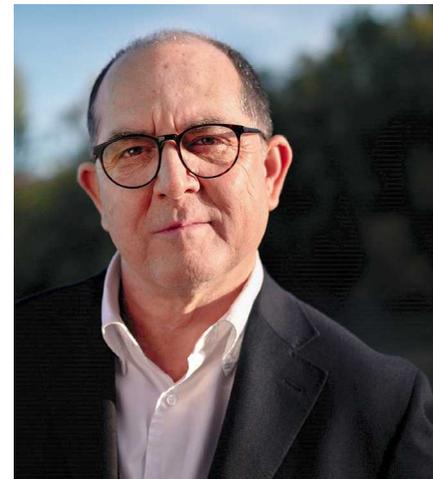
**São uma multinacional, com largos anos de história e uma posição de liderança no mercado. O que representa para a Eviosys mercado português?**

As conservas de peixe são um sector tradicional e importante em Portugal e isto faz com que o país seja para nós igualmente importante. O mercado português de conservas de peixe tem um papel preponderante no nosso negócio, por isso estamos entusiasmados por manter o nosso papel de líderes de mercado neste país e nesta indústria.

**“Smart, sustainable packing” é o lema da Eviosys. O que diferencia a vossa proposta de valor e as soluções de embalagem proporcionadas pela Eviosys, nomeadamente no que respeita ao segmento das conservas de peixe?**

O metal que utilizamos nos nossos produtos é infinitamente reutilizável e reciclável, fazendo com que o nosso material de embalagem seja o mais sustentável da indústria. Estamos permanentemente a estudar formas de reduzir o peso e a quantidade de metal utilizado nas nossas embalagens. Com a nossa extensa pegada geográfica, incluindo a nossa fábrica em Alcochete, localizada perto

das conserveiras que fornecem o mercado nacional, reduzimos a nossa pegada de carbono, reduzindo o tempo de transporte. As embalagens da Eviosys estão na vanguarda da inovação, com sete estúdios de *design* e três laboratórios em toda a Europa. Desenvolvemos soluções inovadoras para uma variedade de embalagens no mercado de conservas de peixe. Como exemplo, o nosso tampo PeelSeam™ consiste numa folha fina e flexível que é selada a quente na lata, ao contrário do típico anel de aço rígido, permitindo que os consumidores abram a embalagem com maior facilidade.



Gerónimo Meseguer, diretor comercial ibérico da Eviosys

**A sustentabilidade e inovação são palavras de ordem no que toca ao negócio das conservas de peixe, hoje em dia. De que forma é que a Eviosys conjuga estas duas premissas?**

O negócio de conservas de peixe é um grande mercado tanto a nível global como em Portugal e, por isso, demos passos proativos para sermos mais sustentáveis nesta indústria em específico. Por exemplo, produzimos embalagens para porções individuais, permitindo aos consumidores reduzir significativamente o desperdício de alimentos. Também desenvolvemos um código QR para a nossa embalagem, permitindo que o consumidor veja o seu ciclo de vida e de onde ela veio.



“O metal que utilizamos nos nossos produtos é infinitamente reutilizável e reciclável, fazendo com que o nosso material de embalagem seja o mais sustentável da indústria”

**EVIOSYS**



**Smart Sustainable Packaging\***

[eviosys.com](http://eviosys.com)

## BOM PETISCO

# “A Bom Petisco é reconhecida pelos consumidores como especialista no seu segmento”

**Apontando para os fatores que fazem da Bom Petisco “uma marca única nos dias que correm”, Carlos Mota, administrador da COFACO, adianta que 2021 ficou marcado pela entrada da Bom Petisco no segmento das especialidades, lançando uma gama de conservas de bacalhau e filetes de cavala que já alcançou o topo de vendas no seu segmento**

### **A Bom Petisco assume-se como a mais popular conserva portuguesa. Que fatores ajudam a explicar esse sucesso?**

A Bom Petisco é a marca *top of mind* da categoria e é reconhecida pelos consumidores como especialista no seu segmento. Acreditamos que, para além da capacidade que temos de combinar a tradição com inovação, existem fatores que têm sido determinantes para tornar a Bom Petisco como uma marca única nos dias que correm. Em primeiro lugar, a forma como vivemos os valores da marca (autenticidade, liderança e inovação) obriga-nos não só a manter-nos fiéis às nossas origens como a procurar apontar o futuro sempre focados na valorização da categoria. Em segundo lugar, a aposta constante que temos feito na nossa imagem. Desde o *packaging* até às várias campanhas de comunicação que desenvolvemos, toda a imagem é cuidadosamente trabalhada de forma a refletir a nossa identidade e aquilo em que acreditamos. Por último, a forma continuada e sustentada com que temos vindo a trabalhar a nossa comunicação, dentro e fora do ponto de venda, é bastante diferenciadora dos restantes *players* da nossa categoria.

### **Que novidades é que a Bom Petisco trouxe para a mesa dos seus clientes em 2021?**

O início deste ano ficou marcado pela entrada da Bom Petisco no segmento das especialidades. Lançámos uma gama composta por bacalhau e filetes de cavala, sabores muito conhecidos do paladar dos portugueses e intrinsecamente relacionados com a nossa gastronomia. Em poucos meses de venda, o “Bacalhau em Azeite Virgem Extra

e Alho” já é o produto mais vendido dentro do seu segmento e os “Filetes de Cavala em Azeite Virgem Extra” integram o top 5. A par desta estreia, também lançámos uma loja *online*. Um projeto que visa reforçar a nossa estratégia no canal *online*, investindo numa comunicação próxima e direta com os nossos consumidores, focada na diversidade da nossa oferta, nos atributos diferenciadores dos nossos produtos e na criatividade das nossas receitas em [www.loja.bompetisco.pt](http://www.loja.bompetisco.pt).

### **Promover uma alimentação e estilo de vida saudáveis é fundamental para a Bom Petisco?**

Temos a vantagem de trabalhar com conservas de peixe – produtos saudáveis cujas propriedades se mantêm intactas na maioria dos nutrientes e que são 100% naturais, mas cabe-nos assegurar que só produzimos com as melhores matérias-primas e de acordo com os mais rigorosos critérios de qualidade. Foi, aliás, sob este mote que, em 2020, lançámos a gama Bom Petisco Bio, composta por atum e sardinhas em azeite e em tomate biológicos. Além disso, apoiamos modalidades relacionadas com a promoção de um estilo de vida saudável e equilibrado como o *surf* e a corrida.

### **A par dessa preocupação vem o compromisso com a sustentabilidade?**

Consciente do impacto que a nossa atividade pode ter nos oceanos, trabalhamos diariamente para assegurar que tanto a nossa empresa como os nossos parceiros assumem as melhores práticas pesqueiras e elevados padrões de controlo na sua atividade. Detemos o estatuto de Dolphin-Safe, atribuído pelo Earth Island Institute, e orgulhamo-nos de ser um dos parceiros fundadores do Projeto POPA – Programa de Observação para as Pescas dos Açores. Além disso, também detemos as certificações Friend of the Sea e MSC – Chain of Custody. Estas certificações são uma aposta e uma demonstração do nosso compromisso para com a sustentabilidade das pescas e a proteção da biodiversidade marinha.

Ainda no âmbito do nosso plano de sustentabilidade, estamos comprometidos a trabalhar, com entidades públicas e privadas, no desenvolvimento de projetos concretos que visem a redução dos desperdícios e a valorização dos resíduos, garantindo uma maior eficiência operacional e o reforço da responsabilidade ambiental. Alguns exemplos são as parcerias feitas com o Movimento Unidos Contra o Desperdício e com a Sociedade Ponto Verde.

### **A Bom Petisco continua empenhada em demonstrar aos consumidores que as conservas são alimentos versáteis e podem mesmo ser a estrela da refeição?**

Sempre defendemos a ideia de que uma lata Bom Petisco pode ser vista como a estrela da refeição. Por isso mesmo, há alguns anos que temos vindo a apostar na criação de receitas diferenciadoras que comprovam a versatilidade das conservas de peixe. Temos atualmente mais de 80 receitas publicadas no nosso *site* ([www.bompetisco.pt](http://www.bompetisco.pt)) e dinamizadas nas redes sociais, e sabemos que é um dos conteúdos que os consumidores mais gostam de seguir.



## Naturais, Únicas e agora também Premiadas!



*As nossas Cavalas valem Ouro!*



Receitas com Conservas de Peixe?  
TEMOS MUITAS, FÁCEIS, SURPREENDENTES E DELICIOSAS!  
VISITE EM [www.consul.pt/receitas](http://www.consul.pt/receitas)



LOJA ONLINE  
[www.consul.pt/loja](http://www.consul.pt/loja)



10% DE DESCONTO  
CÓDIGO DE DESCONTO: CONSERVEIRA21  
PROMOÇÃO VÁLIDA DE 22 A 31 DE OUTUBRO  
PROMOÇÃO LIMITADA AO STOCK EXISTENTE



*Porquê comer Conservas de Peixe?*

PRODUTOS NATURAIS SEM CORANTES, NEM CONSERVANTES



ELEVADA CAPACIDADE NUTRICIONAL



CONTÉM NATURALMENTE ÔMEGA 3



VITAMINAS A, D E COMPLEXO B3, B6 E B12



PROTEÍNAS DE ALTO VALOR BIOLÓGICO



SAIS MINERAIS (CÁLCIO, FERRO, FÓSFORO, ZINCO E MAGNÉSIO)

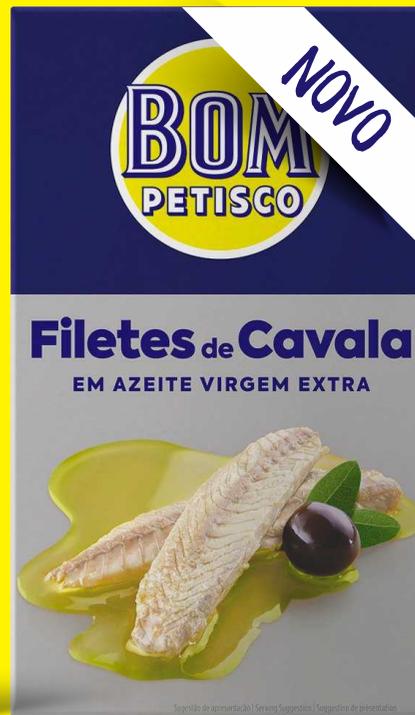


PRÁTICO, CÔMODO E ACESSÍVEL



O BOM GOSTO VEM DE FAMÍLIA!

ESPECIALIDADES  
DA CASA



DESCUBRA-AS TAMBÉM EM [WWW.LOJA.BOMPETISCO.PT](http://WWW.LOJA.BOMPETISCO.PT)

