

Informação à imprensa – 24 de Fevereiro de 2014

Segunda presença consecutiva na Paperworld Middle East, no Dubai

Grupo Portucel Soporcel regressa à Paperworld no Médio Oriente para consolidar reforço da aposta exportadora na região

- **Mercados do Médio Oriente revelam-se uma boa oportunidade de crescimento das vendas nos produtos *Premium* e nas marcas de fábrica**
- **Grupo é o segundo maior exportador nacional presente em 118 países sendo o que gera o maior Valor Acrescentado Nacional**

O grupo Portucel Soporcel, líder europeu no sector de papéis finos de impressão e escrita não revestidos, vai participar, pelo segundo ano consecutivo, entre 4 e 6 de Março, na Paperworld Middle East, no Dubai, com o objectivo de aprofundar as relações comerciais que tem vindo a desenvolver na região desde longa data, e potenciadas desde a anterior edição deste certame, a maior feira dedicada a papel e material de escritório realizada na região.

“O reforço da nossa presença em mercados emergentes como o Médio Oriente reveste-se de uma importância estratégica crescente para o Grupo, atendendo à focalização da empresa na comercialização de produtos premium e marcas de fábrica, para os quais a região demonstra grande apetência. O Grupo revelou nos últimos cinco anos uma capacidade de crescimento também nesta importante região nos segmentos de maior valor acrescentado – nomeadamente em cut-size – superior a 15% ao ano, sendo que no segmento cut-size representou em 2013 mais de 50% das exportações europeias para a região.”, explica Hermano Mendonça, Director de marketing do grupo Portucel Soporcel.

Graças a uma presença continuada de duas décadas no Médio Oriente, os produtos e marcas do Grupo têm vindo a despertar um interesse cada vez maior por parte dos distribuidores de papel e clientes finais destes mercados.

Na edição do ano passado da Paperworld Middle East, a primeira que contou com a participação do grupo Portucel Soporcel, a receptividade concedida às marcas

próprias do produtor português foi muito positiva, abrindo boas perspectivas de reforço da sua presença nos mercados de grande potencial como são os do Médio Oriente, África e Ásia.

“Estamos convictos que a nossa segunda presença nesta feira do Dubai vai permitir reforçar o potencial de crescimento confirmado no ano passado em relação às nossas marcas próprias, as quais representam actualmente mais de 60% das vendas de produtos transformados em folhas, distinguindo-se pelos elevados padrões de qualidade, inovação e sustentabilidade ambiental”, refere Hermano Mendonça, para quem a presença nestes certames obedece a uma estratégia de conquista de novas oportunidades de consolidação de parcerias de negócio a nível internacional, sendo que em 2013, as exportações do Grupo tiveram como destino 118 países em todo o mundo.

Marcas próprias em destaque

Ao longo de três dias, o stand do Grupo terá expostas as suas principais marcas de papel – Navigator, Pioneer, Inacopia, Explorer, Target, Discovery e Multioffice – dando especial destaque à Navigator, líder mundial de vendas no segmento Premium de papéis de escritório.

Presente em mais de 90 países, a Navigator foi novamente considerada em 2013 a marca de fábrica mais valiosa na Europa pelo estudo *Brand Equity Tracking Survey*, da *Opticom International Research*, focalizado em papel de escritório.

Os valores associados ao Navigator continuam a ser fundamentais na comunicação da marca, tais como o elevado desempenho em todos os equipamentos de escritório, a excelente qualidade de impressão em impressoras laser e a jacto de tinta, nomeadamente com utilização intensiva de cor, e sobretudo, o facto de ser um papel garantidamente 99,99% livre de encravamentos, desempenho certificado pelo *Buyers Laboratory INC (BLI)*, o mais importante laboratório independente de testes a equipamentos de escritório e organismo de defesa do consumidor.

É ainda de salientar a sua espessura e opacidade elevadas para utilização frente e verso, a sua lisura ímpar, também sinónimo de uma redução significativa do consumo de toner e de uma melhor qualidade de impressão, bem como do contributo para o aumento da durabilidade dos equipamentos e conseqüente diminuição dos custos de manutenção.

Como qualquer marca líder, a inovação sempre esteve e está no ADN da Navigator. A marca, produzida pelo grupo Portucel Soporcel, tem surpreendido o mercado com a diversificação do seu portfólio nos últimos anos, estando actualmente a preparar o lançamento de vários produtos especificamente desenvolvimentos para o canal de retalho e o segmento SOHO (*Small Office – Home Office*).

O Grupo irá dar também uma especial atenção aos papéis de 75 g/m², que apresentam um conceito inovador. A redução de peso de 5 g/m² significa o uso mais eficiente dos recursos, já que o mesmo número de folhas pode ser produzido recorrendo a menos madeira, água e energia, o que constitui um forte argumento ambiental. Toda esta redução é conseguida sem comprometer a qualidade de impressão e velocidade de máquina, sendo os produtos de 75 g/m² uma alternativa aos papéis de escritório standard europeus de 80 g/m². Tudo isto é possível com recurso à utilização de fibras de *Eucalyptus globulus*, o que confere a estes papéis de menor gramagem uma qualidade que garante um desempenho de excelência em equipamento de cópia e impressão de alto volume.

Sobre o grupo Portucel Soporcel

O grupo Portucel Soporcel é o segundo maior exportador em Portugal, sendo o que gera o maior Valor Acrescentado Nacional. O Grupo representa aproximadamente 1% do PIB nacional, cerca de 3% das exportações nacionais de bens, perto de 8% do total da carga contentorizada e de 7% do total desta carga e da carga convencional exportada pelos portos nacionais.

Em 2013, o grupo Portucel Soporcel atingiu novos níveis máximos de volume de vendas e produção de papel, consolidando a sua posição de líder europeu de papel fino não revestido de impressão e escrita (UWF). As exportações do Grupo corresponderam a €1 215 milhões e o volume de negócios aumentou para €1 530,6 milhões.

Líder europeu na produção de papéis finos de impressão e escrita não revestidos (UWF) e sexto a nível mundial, o Grupo é também o maior produtor europeu, e o quinto a nível mundial, de pasta branqueada de eucalipto BEKP - *Bleached Eucalyptus Kraft Pulp*.

É um grupo florestal verticalmente integrado, que dispõe de um Instituto de Investigação Florestal próprio, líder mundial no melhoramento genético do *Eucalyptus globulus*. Gere em Portugal uma vasta área florestal certificada pelos sistemas internacionais FSC® (licença nº FSC C010852) e PEFC™ (PEFC/13-23-001), dispondo de uma capacidade instalada de 1,6 milhões de toneladas de papel, de 1,4 milhões de toneladas de pasta (das quais 1,1 milhões integradas em papel) e de 2,5 TWh/ano de energia eléctrica, atingindo um volume de negócios anual de 1,5 mil milhões de euros.

Fruto de um recente investimento na duplicação da capacidade de produção dos seus viveiros, o Grupo dispõe dos maiores viveiros florestais da Europa, com uma

capacidade anual de produção de cerca de 12 milhões de plantas certificadas de diversas espécies, que se destinam à renovação da floresta nacional.

O Grupo tem seguido, com sucesso, uma estratégia de inovação e desenvolvimento de marcas próprias, que hoje representam mais de 62% das vendas de produtos transformados, merecendo particular destaque a marca Navigator, líder mundial no segmento Premium de papéis de escritório.

As vendas do Grupo têm como destino 118 países nos cinco continentes, com destaque para a Europa e EUA.

O Grupo promove a valorização e protecção da floresta desenvolvendo uma atividade de investigação própria e gerindo um património florestal de cerca de 120 mil hectares. A gestão responsável praticada pelo Grupo encontra-se certificada pelos sistemas internacionalmente reconhecidos, FSC e PEFC.

O Grupo ocupa também uma posição de destaque no sector da energia, como primeiro produtor nacional de "energia verde" a partir de biomassa, uma fonte renovável de energia.

No âmbito da sua estratégia de expansão internacional, o Grupo está a desenvolver um importante projecto de investimento florestal verticalmente integrado em Moçambique, que culminará com a construção de uma fábrica de produção de pasta de celulose, um investimento de 2,3 mil milhões de dólares.

www.portucelsoporcel.com