Nestlé em Portugal

2018

**A Nestlé Portugal regista sólido crescimento em ano de forte partilha de valor com os portugueses**

* Vendas totais de 500 milhões de euros, com um crescimento orgânico de 3,2%, impulsionado por conquista de quota de mercado e inovação.
* Forte crescimento orgânico local de 4,9% através de todos os canais.
* Investimentos de cerca de 70M€ ao nível do marketing e das operações para apoiar a inovação e alavancar o crescimento.
* As vendas resultantes de inovação registaram um crescimento de 38,8%
* Crescimento global das nossas marcas fixou-se nos 4%.
* Ganhos de quota de mercado em 8 das 12 categorias onde a Nestlé marca presença em Portugal.

*Linda-a-Velha, 14 de Março de 2019* – No ano 2018 a Nestlé alcançou em Portugal um crescimento orgânico sólido de 3,2%, com vendas totais de 500 milhões de euros. Estes resultados foram impulsionados por um sólido crescimento em volume e por variações de preço positivas em todas as principais categorias. Café (Nespresso, Nescafé, Nescafé Dolce Gusto, Buondi e Sical), Purina Petcare, Nutrição Infantil e Confeitaria foram os negócios com maior contribuição para o crescimento orgânico da Nestlé Portugal. Temos também vindo a crescer em todos os canais, acrescentado valor aos mercados onde competimos e ganhando quota de mercado em diversas categorias.

Na base deste sucesso está, como é habitual na Nestlé, a Inovação e, em especial, todos os esforços para oferecer aos consumidores escolhas mais saborosas e saudáveis, porque é este o papel de uma Companhia como a Nestlé, que tem consigo a responsabilidade de liderar o caminho rumo à nutrição do presente e do futuro. É esta a forma de estar da Nestlé em tudo o que faz e mesmo na forma como o faz, criando as condições para que o desenvolvimento da inovação flua de forma o mais natural possível e garantindo que todos os instrumentos necessários estejam sempre ao alcance dos colaboradores.

Em conjunto, as 2100 pessoas que trabalham na Nestlé em Portugal contam com as condições necessárias a um desenvolvimento de excelência: investimento continuo nas suas fábricas, desenvolvimento e atualização constante de competências, criação de emprego, promoção de diversidade e de equilíbrio de género, desenvolvimento de formas de trabalho mais dinâmicas, ágeis e flexíveis, em conexão entre si – tirando partido das vantagens oferecidas pela realidade digital – e estabelecimento de parcerias com entidades externas, sobretudo empresas *start-ups* com as quais temos vindo a trabalhar e a deixar-nos desafiar.

**Melhorar a qualidade de vida – inovar com opções mais saborosas e mais saudáveis e inspirar as pessoas a viver de forma mais equilibrada**

A inovação e a renovação desempenham um papel fundamental na nossa estratégia para impulsionar o crescimento e o desenvolvimento das categorias. Em 2018, 8% das vendas da Nestlé resultaram de inovação, mais 38,8% que no ano anterior. Com esta atitude inovadora a Nestlé continua a antecipar e a responder às necessidades dos consumidores portugueses em todas as suas etapas de vida, oferecendo opções mais saborosas e mais saudáveis e colocando-as à sua disposição da forma mais rápida e acessível, através das marcas mais icónicas e que são da sua preferência.

Começando na Nutrição Infantil, a Nestlé tem vindo a trabalhar no sentido de oferecer aos bebés as melhores receitas de produtos de que são exemplo as recém reformuladas formulas infantis NAN SUPREME HA e NAN OPTIPRO, ambas com oligossacáridos de estrutura idêntica aos encontrados no leite humano. A preocupação com esta primeira etapa de vida está na base do desenvolvimento de uma completa gama de produtos biológicos como é o caso da gama NATURNES BIO, uma marca dedicada a produtos biológicos certificados para bebé, mas também dentro da gama CERELAC com o lançamento dos novos “Seleção da Natureza”, com mais cereais e menos açúcares. A este nível a grande novidade do ano foi o lançamento do CERELAC 40% menos açúcar, uma receita totalmente desenvolvida na nossa fábrica de Avanca, que mantem a mesma textura e sabor que o clássico CERELAC e com a qual damos aos pais a oportunidade de educar o paladar dos seus bebés, futuros adultos.

Passando para a etapa seguinte, na categoria de Cereais para Toda a Família, continuamos a inovar na icónica marca NESTUM com cereais 100% naturais, bem como através da melhoria do perfil nutricional em toda a gama, que se traduziu também numa diminuição do teor de açúcares.

Avançando na faixa etária, na categoria de Cereais de Pequeno-Almoço, que em 2018 retirou de todos os seus produtos os corantes e os aromas artificiais, foi lançada uma nova versão de cereais com o Nesquik ALPHABET, com menos 40% de açúcares que a média do mercado e tendo como principais ingredientes os cereais integrais e com vitaminas e minerais (ferro, cálcio) essenciais para o desenvolvimento saudável das crianças. Dando também continuidade à oferta de produtos na primeira etapa de vida, também nesta fase a Nestlé coloca à disposição dos consumidores produtos com ingredientes de origem biológica certificada: o CHOCAPIC BIO e o CHEERIOS BIO.

Para toda a família, a gama de produtos Culinários continua focada em apoiar as famílias portugueses facilitando o dia-a-dia da gestão das refeições, a inovação constante na marca BUITONI é disso exemplo e em 2018 foram lançadas novas gamas de produtos: a Forno Di Pietra e as Piccolinis DAL MONDO.

Como a vida também é feita de momentos de indulgência, a nossa categoria de Confeitaria, tem liderado vários segmentos, destacando-se claramente com a marca KIT KAT, cujo crescimento em 2018 foi alavancado pelo lançamento do novo KIT KAT Ruby, uma inovação verdadeiramente disruptiva e muito bem-recebida pelos apreciadores da marca. Os apreciadores de chocolate tiveram também boas surpresas com a marca L’ATELIER, que beneficiou de uma profunda renovação da sua gama, tornando-a ainda mais apelativa para o gosto português.

É também para satisfazer o gosto português por café que a Nestlé tem em Portugal uma vastíssima gama de produtos e marcas para consumo fora e dentro do lar. Começando com o lar, nesta categoria são também constantes as inovações para aprimorar sabores e formas de consumo. Foi o que fez a icónica marca NESCAFÉ que em 2018 lançou uma nova receita na sua variedade Gold, um produto com café torrado micronizado, fabricado com grãos de café arábica e com um grau de moagem 10 vezes mais fino.

Também em NESCAFÉ, mas no sistema de cápsulas NESCAFÉ DOLCE GUSTO, foi ampliada a oferta de produtos dentro da gama *premium.* Estes novos *blends* são produzidos por grãos de café orgânicos 100% arábica e proveem de origens selecionadas: Honduras, Peru e Colômbia.

Ainda no lar, a marca NESPRESSO continua a surpreender os apreciadores de café com uma contínua aposta em inovação. O ano 2018 não foi exceção e a prova disso são os cinco novos cafés da sua gama permanente – [Master Origin](https://www.nespresso.com/pt/pt/master-origin-capsulas-cafe).  Para criar cada um dos novos cafés - Etiópia, Colômbia, Indonésia, Nicarágua e India -  os especialistas da Nespresso procuraram, pelos quatro cantos do mundo as melhores regiões produtoras de café: desde as montanhas de Sumatra até aos vales da Nicarágua.

Na vertente de produtos de café para consumo fora do lar, a grande novidade para os consumidores foi o lançamento da novidade mundial NESCAFÉ em Grão, produzido em exclusivo na nossa fábrica do Porto e destinado ao canal HORECA em mais de 30 países em três continentes.

Numa outra vertente da vida, para a qual a investigação e desenvolvimento em nutrição tem uma extrema importância, a Nestlé tem procurado apoiar as pessoas com problemas de mastigação ou deglutição, contribuindo desta forma para o tratamento da desnutrição. Através da sua categoria de Nutrição Clínica - Nestlé Health Science reforçámos o nosso portefólio de soluções adaptadas a esta população, reduzindo significativamente as suas dificuldades de ingestão de alimentos e melhorando a sua qualidade de vida.

Noutra dimensão, igualmente importante para o bem-estar de todos na família, está o pet e para ajudar a cuidar deste elemento, com que muitos portugueses procuram enriquecer as suas famílias, a categoria de petfood com a nossa marca Nestlé PURINA tem também como driver fundamental a inovação em alimentação para cão e gato. No segmento de cão os destaques vão para a entrada de PURINA ONE Medium/Maxi nas especialidades com as variedades Controlo de Peso/Esterilizado e Delicate para cães com digestão delicada e pele sensível. No segmento Gato destacam-se os lançamentos de PURINA ONE Dual Nature Sterilcat, uma nutrição avançada inspirada na natureza, com spirulina para apoiar a função imunológica e PURINA ONE Sterilcat Controlo de Peso. Também neste segmento de alimentação animal a procura dos donos por uma alimentação mais natural dos seus pets tem vindo a crescer e para dar resposta a essa preocupação a Nestlé Purina lançou novos produtos na sua marca BEYOND, com a variedade *Grain Free* para cães e gatos, em alimentação seca e húmida.

**As nossas otimizações nutricionais**

Transversal a todas as nossas categorias é a preocupação pela reformulação nutricional de todos os produtos Nestlé, um trabalho que começou há muitos anos atrás com o objetivo de proporcionar produtos nutricionalmente mais equilibrados e adaptados ao gosto dos consumidores. Os exemplos de reformulação encontram-se ao longo do nosso extenso portefólio: dos cereais de pequeno-almoço, aos produtos culinários, passando pelos achocolatados e até pelo açúcar que acompanha as principais marcas de café do mercado. Estes exemplos podem ser conhecidos através da leitura de uma brochura dedicada ao tema, que foi lançada no final de 2018 e que está disponível online em [www.nestle.pt](http://www.nestle.pt). Em termos gerais, entre 2013 e 2017, através da reformulação dos seus produtos, a Nestlé retirou do mercado 2.750 Toneladas de açúcar, o equivalente a 687 milhões de colheres de chá ou 11 mil milhões de kCal.

* Redução de açúcar – A Nestlé está a fazer um esforço contínuo para otimizar o perfil nutricional dos seus produtos em todas as categorias, com renovações concretas em todos os *SKUs* de cereais de pequeno-almoço*,* em *milk modifiers,* com Nesquik -30% de açúcar, em Nutrição Infantil, através de toda a gama CERELAC, nomeadamente com o lançamento da nova CERELAC com 40% menos açúcares, e em Cereais de Pequeno Almoço com o lançamento do NESQUIK Alphabet com menos 40% de açúcares que a média do mercado.
* Bio/Orgânico/Sem Glúten - Vários conceitos foram lançados em diferentes categorias para impulsionar o crescimento numa das tendências de consumo mais valorizadas pelos portugueses. Neste segmento tivemos os lançamentos dos cereais de pequeno almoço CHOCAPIC Bio e CHEERIOS Bio, em Nutrição Infantil foram lançados os já mencionados NAN Organic e as novas variedades NATURNES que incluem purê de frutas, leite e cereais infantis e que, além de biológicos, são também sem glúten, tal como o achocolatado NESQUIK com menos 30% de açúcares. Neste segmento de produtos a Nestlé registou um crescimento de 24,2%.

**Partilhar conhecimento, inspirar vidas mais saudáveis**

* Em 2018 a Nestlé comemorou os 19 anos do seu programa local ***Nestlé por Crianças Mais Saudáveis***. Esta parceria de longo prazo com o Ministério da Educação tem promovido nas escolas a educação sobre alimentação saudável e estilos de vida ativos. Anualmente, o programa ***Nestlé Por Crianças Mais Saudáveis*** impacta cerca de 400.000 alunos em 1.000 escolas. Os estudos de impacto deste programa demonstram a sua eficácia na mudança de comportamentos, nomeadamente as crianças que participam neste programa consomem mais fruta, mais água, mais sopa e menos bolos.
* A iniciativa **“Leia o Rótulo, Escolha Melhor”** teve como objetivo ajudar os consumidores portugueses a ler e entender melhor as informações dos rótulos, tais como: lista de ingredientes, quantidade diária de referência (DDR), prazo de validade e a tabela nutricional.
	+ A Nestlé comunicou esta iniciativa aos consumidores em pontos de venda e nas redes sociais digitais: nas páginas de Facebook da Nestlé Corporate - “Saboreia a Vida” e “Nestlé PT”.
	+ Nos pontos de venda, a iniciativa foi implementada nos principais clientes, em cerca de 1200 lojas em todo o país.
	+ Foi ainda lançado no nosso website <https://saboreiaavida.nestle.pt/campanhas/enutrir/> um e-learning para consumidores sobre rotulagem, que ao longo de 2018 foi completado por centenas de consumidores.

**Desenvolver Comunidades prósperas e resilientes – com Investimento, Criação de Emprego e Compras Locais**

**Investimentos – para Inovar e Criar Valor**

Investimentos em Marketing – A inovação e o desenvolvimento de portefólio e das marcas foram apoiados por investimentos significativos de comunicação marketing, com uma crescente relevância das atividades digitais. Em 2018 a Nestlé investiu mais de 50 milhões de euros em atividades marketing, que englobam os nossos investimentos em media tradicional, media digital e promoções ao consumidor.

Investimentos em Operações – O ano de 2018 viu realizarem-se níveis de investimentos sem precedentes: mais de 19 milhões de euros foram investidos nas nossas fábricas do Porto e de Avanca, como parte de um plano total de investimento, a 20 meses, de mais de 40 milhões de euros, com o objetivo de garantir a inovação dos produtos e a eficiência da produção. Na fábrica de Avanca o destaque vai para um upgrade na linha de produção de bebidas de cereais e para aumento de capacidade, bem como no apoio a conceitos inovadores em Nutrição Infantil. Na Fábrica do Porto a Nestlé aumentou sua capacidade de fabrico, com a produção do café NESCAFÉ Roast & Ground, uma novidade mundial para esta marca de café.

**Investir nas PESSOAS**

**Criação de emprego e investimentos em novas competências**

O Grupo Nestlé em Portugal tem vindo, reiteradamente, a criar valor através da promoção de oportunidades de trabalho no país. No final de 2018 eram 2066 os colaboradores, mais 144 que em 2017, que em parte se fica a dever ao contínuo desenvolvimento do nosso centro *Nestlé Business Services Lisbon* (NBS), para o qual estamos a recrutar jovens talentos para prestar serviços transacionais a várias entidades da Nestlé.

O NBS Lisbon é composto por pessoas com elevados níveis educacionais, com uma excelente proficiência linguística, focados em prestar apoio a Portugal e a muitos outros países, em atividades transacionais relacionadas com o processamento de encomendas, compras e desenvolvimento de campanhas de media sociais digitais. Este centro conta atualmente com cerca de 300 colaboradores das mais diversas nacionalidades, sendo que, no seu todo, trabalham na sede do Grupo, em Linda-a-Velha, pessoas de 32 nacionalidades.

**Nestlé Emprego Jovem**

Esta iniciativa, que tem como objetivo ajudar os jovens a obter a sua primeira experiência de trabalho, criou em Portugal, entre 2014 e 2018, 1322 oportunidades para os jovens desenvolverem competências no emprego. Destes 926 foram correspondem a novos contratos e 396 a oportunidades de estágio, para desenvolvimento de competências em ambiente de trabalho.

Juntamente com empresas parceiras, a Nestlé lançou também, em 2014, a Aliança para a Juventude. Até 2018, os parceiros da Aliança em Portugal (18 empresas) geraram já mais de 70.000 oportunidades para os jovens.

Com o arranque do ano letivo 2017/18 a Nestlé Portugal iniciou um projeto inovador de *dual learning* com a Escola Profissional de Aveiro, para um programa de três anos, envolvendo 20 alunos, integrados nas fábricas de Avanca e Porto e no Centro de Distribuição de Avanca.

**Promover a Diversidade e a Inclusão**

A diversidade e a inclusão há muito que fazem parte dos valores praticados pela Nestlé em Portugal, constituindo um fator de sucesso e de competitividade. A Nestlé Portugal é uma empresa inclusiva e promotora da igualdade de oportunidades entre homens e mulheres. O universo de colaboradores é constituído por 51% de homens e 49% de mulheres, dentro de uma população que conta com 30 nacionalidades diferentes.

Este é um caminho que nunca estará terminado e a Nestlé continua a trabalhar em Portugal no sentido de ter os seus planos de sucessão os mais equilibrados possível, o que nos permite ter já hoje 85% das nossas posições chave com pelo menos uma mulher no respetivo plano de sucessão.

Promovemos ativamente a nossa network interna entre os nossos reconhecidos talentos, mulheres e homens, começando desde logo pelo Comité de Direção da Nestlé em Portugal que conta já com 36% de mulheres, um número que ascende aos 46% se analisarmos todas as posições de liderança na Companhia em Portugal.

Em paralelo, estamos a levar a cabo diversas iniciativas que acreditamos possam apoiar um maior equilibro e diversidade entre os colaboradores, como são exemplo as medidas de flexibilidade laboral, por forma a melhor promover o equilibro entre vida profissional e vida pessoal. Medidas que se refletem numa maior liberdade de escolha para o colaborador e num maior compromisso com a Companhia, uma verdadeira situação de *win-win*.

**Promover formas de trabalho ágeis e flexíveis**

Em Portugal, a Nestlé tem estado a levar a cabo um projeto ambicioso que tem como principal objetivo melhorar a qualidade de vida de todos os colaboradores, facilitando o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Este projeto, designado *All Together – Campus Nestlé* teve inicio em maio de 2018 e está neste momento em fase de desenvolvimento, tendo por base três dimensões fundamentais: a experiencia física do local de trabalho, a experiência digital e a experiência das pessoas na forma como vivem o espaço físico de local de trabalho e que, juntas, criam uma comunidade comprometida e criativa. A condução deste projeto tem como propósito “Estamos a transformar a Nestlé, o futuro começa comigo e contigo, sendo mais ágeis, mais abertos e mais inovadores. Estamos a construir um futuro melhor All Together.” Um conceito que é sustentado em quatro pilares: *Desk Sharing*; *Flexibility & Mobility*; *Digital e Workplace Transformation*.

***Pets at Work***

Em junho de 2018 a Nestlé Portugal iniciou, em Linda-a-Velha, a iniciativa *Pets at Work*, permitindo que todos os funcionários levem os seus animais de estimação para o escritório durante o horário de trabalho.
A iniciativa foi testada durante dois anos antes de ser estendida à totalidade do nosso edifício. *Pets at Work* baseia-se na forte crença de que os animais de estimação e as pessoas vivem melhor juntos e tem como objetivo facilitar o dia-a-dia de todos os colaboradores que têm animais de estimação.

**Promover as capacidades de empreendedorismo e a inovação aberta na Nestlé Portugal**

Em 2018 a Nestlé desenvolveu e finalizou o Programa de Inovação e Empreendedorismo “Fora da Casca”, com a preciosa colaboração da Universidade Nova de Lisboa. O programa deu oportunidade a 50 colaboradores da Nestlé e a 18 s*tartups* externas de trabalharem juntos durante 24 semanas, lado a lado, com a Nestlé Portugal, desenvolvendo projetos alinhados com o nosso propósito de “melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável”. Esta iniciativa, que visou trazer para dentro da Nestlé a abordagem característica de *startup* de desenvolvimento de Inovação e de implementação rápida de ideias, premiou em 2018 os projetos internos que estão agora em desenvolvimento.

**Compras Locais – Partilhar Valor**

Faz parte da politica Nestlé em qualquer zona do Globo adquirir, sempre que possível e na maior percentagem possível, matérias-primas, material de embalagem e serviços a fornecedores locais. Nesse sentido, em Portugal, a Nestlé concentrou nos seus fornecedores nacionais 71% das suas compras, num valor global de 119 milhões de euros. Por rúbricas, comprámos a fornecedores portugueses 37% das matérias-primas, 89% do material de embalagem e 90% dos serviços necessários às nossas operações. Em Portugal a Nestlé conta com mais de 1000 fornecedores locais das mais variadas áreas de atividade, sendo esta também uma forma de criar e partilhar valor com a sociedade portuguesa.

**Contribuir para um futuro mais saudável – Proteger o Meio Ambiente**

**Reduzir a pegada das nossas operações**

Em linha com os nossos compromissos, a Nestlé está a trabalhar em planos intensivos para reduzir continuamente os impactos ambientais das suas operações. Nos últimos cinco anos, a Nestlé Portugal reduziu a captação de água em 62%, as emissões de CO2 em 7,5% e os resíduos enviados para aterro em 58%, o que corresponde a 261 toneladas.

Em 2018, a Nestlé registou em Portugal excelentes resultados ambientais de forma transversal às suas operações. Reduzimos a captação de água (m3/ton) em -2,3%, o consumo de energia (GJ/ton) em -12,7%, as emissões de CO2 (Kg/ton) em -19% e atingimos a meta de zero resíduos enviados para aterro em todas as nossas fábricas.

**Nestlé Portugal na dianteira da redução de utilização de plástico**

Em linha com os compromissos anunciados pelo Grupo em abril de 2018 – que todas as embalagens de produtos Nestlé sejam 100% recicláveis ou reutilizáveis até 2025, para que nenhuma, incluindo plásticos, seja enviada para aterros ou para o lixo – a Nestlé Portugal tomou já a dianteira deste processo de redução da utilização de plástico e está a tomar medidas concretas. Já durante o mês de janeiro de 2019 todas as *paletines* (para mexer o café) que apoiam, nos pontos de vendas, as cinco marcas de café torrado da Nestlé – BUONDI, SICAL, TOFA, CHRISTINA e NESCAFÉ – deixaram de ser em plástico e passaram a ser em madeira. Ainda no nosso negócio de café, está neste momento a ser estudada a substituição dos copos de plástico disponibilizados nas máquinas de *vending* **Mostrar maisMostrar menos**por copos recicláveis, em papel cobertos por material mineral.

No que respeita aos materiais de embalagens, estão já em fase de ensaios, na fábrica de Avanca (multiproduto), bolsas 100% recicláveis para embalamento de produtos da gama de nutrição infantil e novos materiais de embalagens para o NESQUIK achocolatado. Também na nossa fábrica de Avanca o filme retráctil (para envolvimento de packs de várias embalagens) será substituído progressivamente por cartão até ao final do ano. Na fábrica de cafés torrados do Porto vão ser testadas até finais de março duas novas estruturas 100% recicláveis para embalagens de café, em grão e moído, para o lar.

Alinhado com uma iniciativa global do Grupo Nestlé, os colaboradores da Nestlé Portugal vão realizar ações de recolha de plástico em algumas praias portuguesas, como forma de assinalar o Dia Mundial dos Oceanos, celebrado a 8 de junho.

**Outlook 2019**

Em linha com o percurso de investimento e inovação que a Nestlé Portugal tem feito nos últimos anos, o ano de 2019 prevê-se igualmente rico e desafiador.

Esperamos manter-nos no caminho da valorização do nosso crescimento orgânico e da criação de valor no nosso mercado, mantendo-nos dinâmicos e positivos, no intervalo de entre 3% e 4%. O nosso objetivo é o de crescer acima do mercado em todas as categorias onde operamos e com ganhos de quota.

Tal como é nossa ambição, daremos um forte focus na propulsão da inovação e na renovação dos nossos produtos para oferecer sempre ao consumidor as escolhas mais saborosas e saudáveis. Reforçaremos ainda mais os investimentos nas nossas duas fábricas, que se estão a tornar cada vez mais centrais no plano de inovações da Nestlé Portugal, com projetos relevantes para Portugal e para outros mercados que serão finalizados no Porto e em Avanca. Tratam-se de projetos muito relevantes e com os quais a Nestlé está a conduzir as suas marcas pelo caminho do seu propósito de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável, fazendo-o da forma mais visível possível para o consumidor, desde logo com as suas marcas mais icónicas.

Para apoiar e tornar cada vez mais eficiente em termos logísticos e ambientais a nossa Supply Chain*,* ficará concluído em 2019, no terceiro trimestre, o projeto de ampliação da capacidade de armazenamento e modernização do nosso Centro de Distribuição em Avanca. Um investimento lançado em 2017 no valor total de 5 milhões de euros, que permitirá à Nestlé concentrar toda a gestão de cargas em Avanca, reduzindo as transferências entre armazéns logísticos e diminuindo assim a pegada ambiental dos nossos produtos.

**O nosso Propósito**

Os nossos negócios, assim como todas as nossas iniciativas e projetos são conduzidos pelo nosso propósito: **Melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável** - impactando indivíduos e famílias, comunidades e o nosso planeta.

Confirmamos novamente em 2019 o nosso forte compromisso em desenvolver ainda mais os nossos negócios em Portugal, em linha com o nosso objetivo, tal temos feito nos últimos 96 anos, criando escolhas mais saborosas e saudáveis, orientando e inspirando as pessoas a terem uma vida mais saudável, promovendo o emprego e a diversidade e salvaguardando o meio ambiente.

**FIM**