

Prontos para alimentar futuros?

# FEED

N. 07

Dezembro 2022

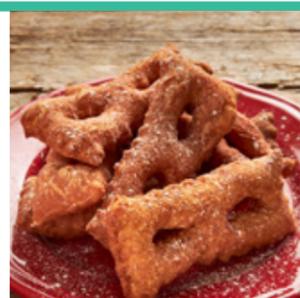


► *So Yummy*    ► *Up to Date*    ► **What's up?**    ► **B-side**

04

*So Yummy*

Receitas maravilhosas para um Natal perfeito



12

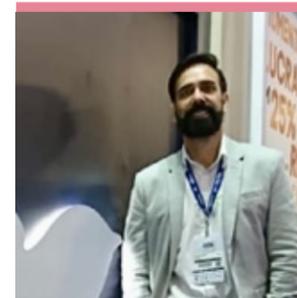
*Up to Date*

Entrevista a Loara Costa  
Diretora de Marketing  
e Trade Marketing da Sovena

16

*What's up*

Iniciativas que reforçam  
o nosso compromisso  
com a sustentabilidade



38

*B-side*

Gil Menezes e a sua  
paixão pela música

# Receitas para um Natal muito especial

*O Natal é uma época festiva em que a família se reúne para celebrar. Em modo de comemoração, é comum ter uma mesa cheia para ser compartilhada entre todos os presentes.*

*Festeje o Natal à mesa com as saborosas sugestões que temos para si, receitas de Natal para surpreender a família e tornar as suas refeições em família mais do que especiais!*





## Pernil com molho de abacaxi e pimentão

*Tempo: 1h30*

*Porções: 10 porções*

### *INGREDIENTES PARA A MARINADA:*

*1 peça de pernil suíno com osso e pele (cerca de 4 kg)*

*1 abacaxi*

*1 pimentão*

*½ chávena (chá) de vinho branco*

*4 cebolas*

*6 dentes de alho*

*3 folhas de louro*

*3 cravos-da-índia*

*1 canela em rama*

*5 grãos de pimenta-do-reino*

### *INGREDIENTES PARA O MOLHO:*

*Todo o líquido da marinada*

*1 colher (sopa) de Azeite*

*Andorinha Extra Virgem*

*Seleção*

*½ cebola (reservada no preparado da marinada)*

*1 colher (sopa) de farinha de trigo*

*1 ½ colher (sopa) de mel sal e pimenta-do-reino moída na hora a gosto*

### *MODO DE PREPARO:*

#### *Da marinada:*

Prepare os ingredientes da marinada: descasque e corte o abacaxi em pedaços, transfira para o liquidificador e bata com o vinho branco até ficar liso; descasque e amasse os dentes de alho; corte as cebolas em quartos: passe a faca pelo meio da raiz, descasque e mantenha a raiz de cada gomo, assim as pétalas ficam unidas - reserve uma das metades para fazer o molho.

Utilize uma assadeira funda, pois o pernil solta bastante líquido e gordura ao assar. É nela que vai preparar a marinada: coloque o pernil, junte as cebolas, os dentes de alho, as folhas de louro, os cravos, a canela e os grãos de pimenta-do-reino. Regue toda a carne com o sumo de abacaxi, cubra com película aderente e deixe marinar no frigorífico por pelo menos 3 horas - vire a carne durante esse período para todos os lados ficarem imersos na marinada. Se preferir, deixe no frigorífico da noite para o dia.

*Para assar:*

Pré-aqueça o forno a 180 °C (temperatura média). Retire o pernil no frigorífico e deixe em temperatura ambiente enquanto o forno aquece - a carne não deve ir gelada para o forno. Transfira o pernil para a tábua e coe o líquido da marinada sobre uma tigela. Descarte a canela, as folhas de louro, os cravos e os grãos de pimenta. Volte as cebolas e os dentes de alho para a assadeira. Reserve o líquido e guarde no frigorífico - ele vai ser usado para fazer o molho.

Com papel absorvente seque bem a pele do pernil. Com uma faca afiada faça cortes diagonais na pele, formando losangos - corte apenas a pele, superficialmente, sem chegar até a carne. Coloque o pernil na assadeira, tempere toda a peça com 2 colheres (sopa) de sal e regue a pele com azeite.

Cubra a assadeira com 2 folhas de papel alumínio e leve ao forno para assar por 3h30 até cozinhar. Para verificar, espete uma faca no centro da peça rente ao osso e verifique se o líquido sai limpo - se ainda estiver com sangue, deixe cozinhar por mais tempo (o cálculo total é de 1 hora de forno por quilo de carne; a última meia hora sem cobertura).

Assim que estiver assado, retire o papel alumínio e volte o pernil ao forno. Aumente a temperatura para 240 °C (temperatura

alta) e deixe assar por mais 30 minutos até a pele ficar crocante. Enquanto isso, aproveite para preparar o molho.

*Do molho:*

Pique finamente a metade da cebola e pimentão. Numa panela pequena, coloque o azeite e deixe em lume brando. Quando derreter, adicione a cebola e o pimentões e tempere com uma pitada de sal. Refogue por cerca de 3 minutos até murchar.

Junte o mel e misture bem. Polvilhe a farinha e mexa por cerca de 3 minutos, até parecer uma cola - esta mistura de manteiga com farinha, chamada roux, vai engrossar o molho.

Retire a panela do fogo, regue com 1/2 chávena (chá) do líquido da marinada e misture bem com uma vara de arames para dissolver todos os grumos de farinha. Acrescente o restante líquido aos poucos, mexendo até ficar liso - é importante adicionar o líquido aos poucos para não formar bolhas.

Coloque a panela em lume brando, tape e deixe cozinhar por mais 20 minutos, mexendo de vez em quando para não pegar ao fundo. Desligue o fogo, acerte o sal e a pimenta-do-reino e transfira para uma molheira.

Retire o pernil do forno e sirva a seguir com o molho de abacaxi, as cebolas e pimentões que ficaram na assadeira.



## Migas de Bacalhau com poejos

*INGREDIENTES*

1,5 kg Bacalhau demolhado

1,5 kg Pão Alentejano finamente fatiado

5 dente/s Alho picado

5 Ovos

5 colher/s de sopa Poejos

2,5 dl Azeite Oliveira da

Serra Virgem Extra Clássico

q.b Sal marinho tradicional

q.b Pimenta de moinho

*MODO DE CONFEÇÃO*

Coza o bacalhau com o cuidado de não o deixar ferver. Escorra e limpe as peles e espinhas. Reserve na água da cozedura. Num tabuleiro de forno, coloque metade do pão, sobreponha os poejos e coloque 5dl do caldo do bacalhau.

Tapete e deixe repousar durante 10 minutos.

Adicione o bacalhau desfiado, os ovos e envolva tudo até ficar homogéneo.

Num tacho, perfume o azeite aquecido com o alho. Retire os alhos e junte o preparado do bacalhau. Deixe cozinhar, tendo cuidado para que as migas não fiquem secas.



## Coscorões

### INGREDIENTES

500g de farinha  
3 ovos  
1,5 dl de sumo de laranja  
10 c.sopa de óleo Fula Original  
q.b. Açúcar para polvilhar  
q.b. Canela em pó  
Pitada de sal

### PREPARAÇÃO

- Ponha num alguidar a farinha com uma pitada de sal o sumo da laranja, os ovos e o óleo Fula Original.
- Amasse muito bem e, caso a massa esteja mole junte um pouco mais de farinha, amassando até obter uma massa que possa ser estendida com um rolo.
- Retire do alguidar e amasse em cima da mesa, sovando bem até que se descole da mesa.
- Forme com a massa uma bola e deixe repousar cerca de 1 hora.
- Estenda pequenas porções de massa com um rolo até uma espessura de cerca de 1 mm e corte rectângulos compridos (10 cm por 3 cm), dê 2 golpes no sentido do comprimento e frite-os em óleo Fula Original quente.
- Escorra e polvilhe com açúcar e canela.



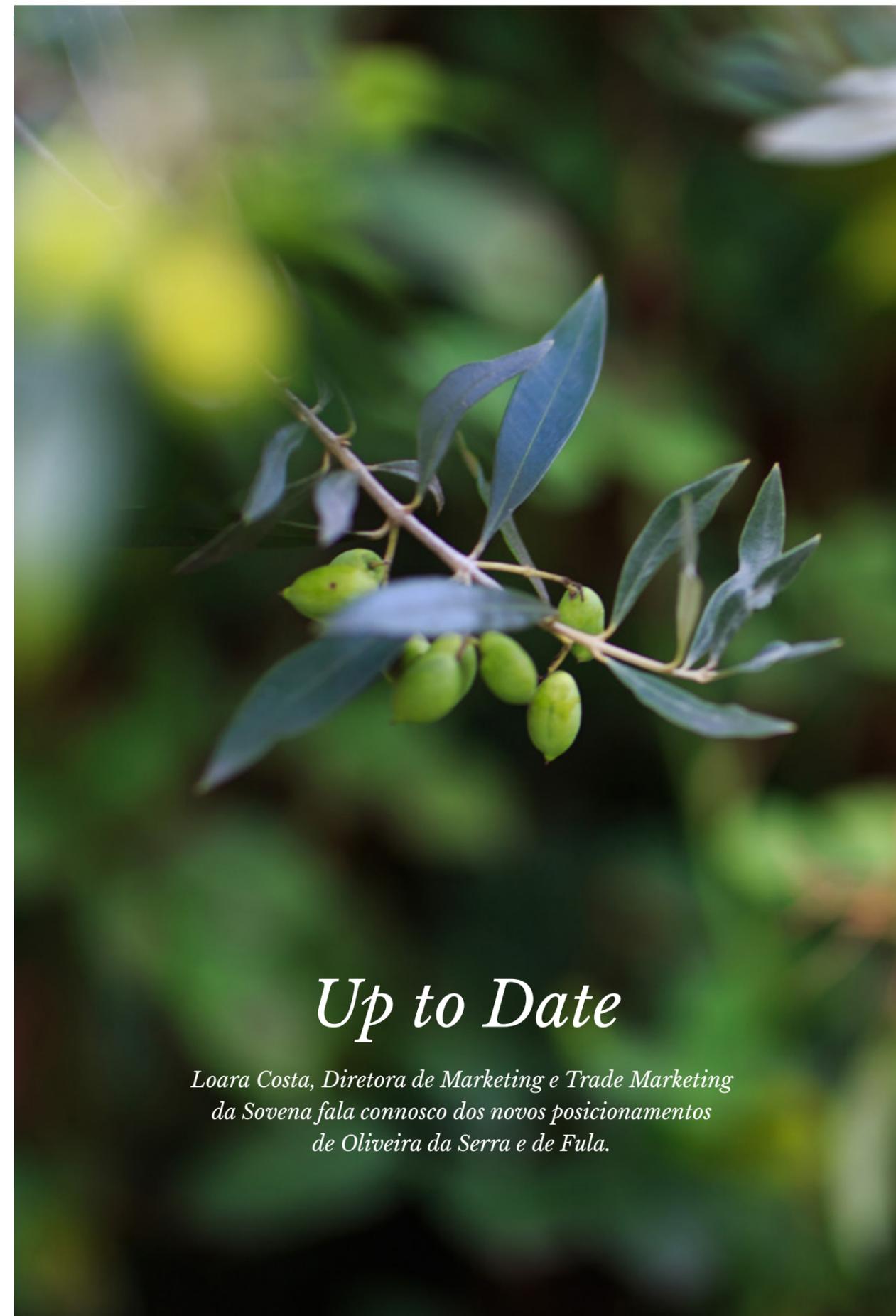
## *Bolachas de Canela*

### *INGREDIENTES*

*400g de açúcar  
300g de farinha  
1,5dl de sumo de laranja  
50g manteiga  
1,5dl azeite Oliveira  
da Serra VE Gourmet  
q.b. Canela em pó*

### *PREPARAÇÃO*

- Coloque todos os ingredientes, exceto a canela, na tigela de cozedura de bolos e bata até obter uma massa homogénea.
- Em seguida, estenda finamente a massa obtida sobre uma película anti-aderente, e polvilhe-a com canela em pó
- Leve ao forno durante 5min a 190°C
- Assim que a massa sair do forno, molde-a antes que arrefeça ou solidifique.
- Reserve a bolacha em local fresco e seco.



## *Up to Date*

*Loara Costa, Diretora de Marketing e Trade Marketing da Sovena fala connosco dos novos posicionamentos de Oliveira da Serra e de Fula.*



**Só o produto ser bom não é suficiente. Temos de fazer o bem.**

**“O Bom, Pela Terra” é a assinatura do novo posicionamento de Oliveira da Serra.**

**O objetivo é comprometerem-se com todo o ciclo de alimentação?**

Sim, sem dúvida. O nosso propósito é “criar impacto positivo em todo o ciclo da alimentação”, uma premissa que está inerente à razão de existir de Oliveira da Serra e que sempre esteve presente, desde a sua origem. Sempre fomos da terra e para a Terra e queremos fazer cada vez mais e melhor.

**O produto Oliveira da Serra é líder de mercado, mas o que compreendo é que já não basta ter só um produto bom, certo?**

Certo. Produzir excelentes produtos, já não é suficiente, sobretudo quando vemos que a Terra está a mudar. As marcas têm de mudar por ela e acompanhar o consumidor que nunca esteve tão informado e consciente. Por outro lado, as pessoas estão, em geral, a fazer cada vez mais a sua parte em prol do planeta e dos outros indivíduos da sociedade, mesmo em escolhas mais pequenas. Por isso, nunca fez tanto sentido apresentar este novo posicionamento como nos tempos que correm. Importa que a marca tenha a capacidade de fazer o bem, dentro e fora da garrafa.

**A sustentabilidade é um dos grandes eixos que têm preocupado o setor empresarial no mundo inteiro. Quão importante é para a Sovena e que mudanças já implementaram para cumprir determinadas metas?**

A Sovena sempre se preocupou com a questão da sustentabilidade e, de forma contínua, procurou adotar as melhores práticas em todas as fases do processo de produção, com uma atuação sustentável, em que se aplicam práticas responsáveis e se reforçam as apostas na investigação,

inovação e desenvolvimento. Toda a nossa cadeia de valor é integrada com os nossos princípios de sustentabilidade.

A nossa produção agrícola tem desperdício zero. Isto acontece graças à política de aproveitamento máximo dos subprodutos. Como exemplo, incorporamos os restos das podas no solo para aumentar a matéria orgânica e utilizamos o caroço da azeitona como fonte de energia no lagar. Trabalhamos com desperdício zero de água, devido aos nossos modernos sistemas de rega gota a gota que garantem uma eficiência superior a 90% no uso da água, que aumentam a eficiência do uso deste importante recurso natural. Também dedicamos perto de 1000 hectares com alto valor ecológico à conservação com foco na água, solo e biodiversidade.

Esta abordagem é extensiva a todas as nossas áreas de negócio, nomeadamente, na componente industrial, onde ao longo dos anos temos otimizado os nossos recursos e reduzido drasticamente os resíduos que geramos. Estamos também a investir em energia proveniente de fontes renováveis, pela utilização de caldeiras de biomassa, pela compra de certificados de energia eléctrica verde e pela instalação de painéis solares em algumas das nossas fábricas. Tentamos inculcar nos nossos parceiros o mesmo propósito que nos move e temos encontrado uma enorme receptividade junto dos mesmos. Quem está unido pela Terra tem de ter um enorme respeito pela mesma. Nesta matéria, podemos, por exemplo, falar da nossa procura por soluções com o objetivo de obter embalagens com maior capacidade de reciclabilidade e circularidade mais sustentáveis, sem comprometer a qualidade. Trabalhamos sob a lógica do ecodesign, um design alinhado ao mundo de hoje e de

amanhã, que olha para todos os aspetos de como se pode melhorar a atitude perante o planeta, através de técnicas e estratégias que reduzam a utilização de materiais e aumentem a compatibilidade dos mesmos com os fluxos de reciclagem existentes. Oliveira da Serra tem o orgulho de receber o 1º certificado de reciclabilidade Recyclclass emitido em Portugal, e, portanto, também o 1º em azeite!

Como resultado, conseguimos a classificação máxima para as embalagens de plástico da marca. Também reduzimos a utilização de plástico virgem, conseguindo garrafas mais leves, e incorporámos RPET reciclado em todas as nossas embalagens de plástico. Mas a nossa preocupação vai para além do plástico. Nos rótulos redesenhámos e otimizámos o design, reduzindo uma quantidade significativa de tinta utilizada. Nas caixas de transporte, também reduzimos a quantidade de tinta e de cores, além de contar com certificação FSC. É de se salientar que a sustentabilidade não é apenas Ambiental e, por isso, também



damos muita atenção à parte Social. Nesse sentido, preocupamo-nos com as pessoas que trabalham connosco, e também com as comunidades locais e, claro, com os nossos consumidores. Neste contexto, temos vindo a desenvolver através das nossas marcas, iniciativas no âmbito da consciencialização alimentar e do incentivo de práticas mais saudáveis e nutritivas.

**Quanto a Fula também existe uma nova abordagem: desafiar os portugueses a utilizar o óleo de outra forma. Porquê?**

Fula apresentou neste ano um novo propósito em que desafia os portugueses a saírem da sua zona de conforto e a inspirá-los a criar novos pratos na cozinha, mostrando que é possível fazer mais com ingredientes simples e do quotidiano. Queremos inspirar um futuro alimentar mais diverso e inclusivo e ajudar as pessoas a reinventar a forma de olhar para as receitas, para a sua relação com a cozinha e claro, a sua relação com o óleo Fula. Uma nova era cheia de sabores e possibilidades. Este é o nosso convite à mesa dos portugueses. “Prontos para Experimentar?” é a assinatura da marca assente neste novo posicionamento.

**Estamos a falar de uma marca histórica e muito querida para os portugueses, que atravessa gerações. O objetivo é também tentar encontrarem-se com os mais jovens?**

Fula quer estar próxima de todas as gerações. O nosso propósito é inspirar um futuro alimentar mais diverso e inclusivo para qualquer pessoa. Procuramos responder progressivamente às necessidades dos mais diferentes públicos, construindo relevância aos diferentes perfis de consumidores. Nesta nova fase de Fula, mostraremos

que somos uma marca que acompanha as perspetivas dos novos públicos e que surge modernizada, junto dos públicos de sempre. Com um olhar próprio, interessante e diferenciador, seremos capazes de gerar conversas mais abrangentes e interessantes também para os mais jovens.

**Conte um pouco sobre a campanha?**

Uma vez que queremos chegar ao maior número de consumidores, apostámos numa comunicação 100% integrada, estando “no ar” em TV, rádio, outdoor, digital e ponto de venda. A comunicação surge num tom leve e desafiador. “Outra vez a mesma massa? Bitoque pelo terceiro dia? Mais pataniscas?” são as frases que dão arranque ao novo filme publicitário de Fula e que mostram que nem sempre há variedade nas refeições diárias. O filme continua com um desafio de Fula, mostrando experiências na cozinha, onde o gosto por cozinhar e a criatividade resultam num novo “menu” de pratos saborosos e diversificados. S



**O presente das primeiras azeitonas**

Chegou a altura de desembulhar este presente e ver o fruto das primeiras azeitonas à mesa dos portugueses já neste Natal. O azeite 1ª Colheita 22/23 foi lançado e a nossa campanha vai estar com materiais de comunicação, na rua, digital e em superfícies comerciais de Norte a Sul do país. O Presente das Primeiras Azeitonas é o mote que apresenta, aquele que é para nós, um dos nossos azeites mais especiais. Não só por serem as primeiras azeitonas do ano, mas também por se tratar de um azeite de sabor único. É por isso que vos lançamos o desafio de viver esta campanha como se fosse a primeira. Se virem um anúncio, façam uma foto e partilhem as imagens com o nosso hastag #PrimeiraColheita22\_23 e façam tag @azeiteoliveiradaserra. Vamos saborear esta 1ª colheita juntos.





Há algum tempo, fizemos uma pergunta a nós mesmos: o que podemos fazer pela terra? Descobrimos que podemos muito. Sempre fomos da terra. É a nossa origem. Acreditamos que tudo o que fazemos de bom por ela, é-nos devolvido. Acreditamos que trabalhar contra a natureza nunca terá futuro e que as nossas ações falam por nós. Este ano, temos lançado um novo posicionamento. Um novo tom de comunicação. Uma nova imagem, novas embalagens e uma campanha multimeios. Mas mais que isso, queremos também partilhar uma ideia: Não se trata apenas de mudar, mas também de inspirar à mudança. De comportamentos, de ideias, de escolhas. Trata-se de fazer com que cada um de nós acredite que pode mudar o mundo porque juntos, podemos mesmo fazê-lo. Obrigado a todos por fazerem parte da história de Oliveira da Serra.



## Oliveira da Serra, o Bom pela Terra

O novo posicionamento surge para assinalar o início de uma nova era, que pretendemos ser pautada por um ciclo de mudanças. Este não é um novo propósito, é sim o despertar da razão de existir de Oliveira da Serra, porque sempre fomos da terra e para a Terra. O nosso objetivo é criar impacto positivo em todo o ciclo da alimentação, compromisso assente na assinatura “O Bom, pela Terra”.



# MANIFESTO

Sempre fomos da terra.

Crescemos com cada oliveira que plantámos, colhemos os frutos da nossa ambição e produzimos o melhor azeite do mundo.

Mas fazer bons produtos, já não chega. A Terra está a mudar, e marcas como a nossa têm de mudar por ela.

As peessoas nunca estiveram tão informadas e conscientes. Já não são consumidores, mas sim alimentadores, que fazem a sua parte, mesmo nas escolhas mais pequenas.

Oferecer um bom produto não é apenas sobre ser o melhor. É também sobre fazer o melhor que podemos, dentro e fora da garrafa.

Impactar todo o ciclo da alimentação.

Por isso, somos proativistas, otimistas e transparentes, ao longo de toda a cadeia, alimentando conversas regenerativas com a natureza e diálogos sem filtros com as pessoas.

Acreditamos que um bom produto é um produto que faz bem: à nossa terra, a quem a trabalha, a todos os que nos escolhem e, acima de tudo, ao planeta.

A nossa marca conta a nossa história e inspira o nosso futuro.

Sempre fomos terra. Agora, somos da terra para a Terra.



# prontos para

# experimental?



Fula apresenta um novo propósito, através do qual desafia os portugueses a saírem da sua zona de conforto e inspira-os a criar novos pratos na cozinha, mostrando que é possível fazer mais com ingredientes simples e do quotidiano. A marca relembra que cozinhar não precisa de ser algo muito elaborado ou difícil, muito pelo contrário, pode ser fácil e divertido.

“Prontos para Experimentar?” é a assinatura de Fula assente no novo posicionamento que tem como foco o convite à experimentação, à criatividade e à diversidade alimentar.

De acordo com Loara Costa, Diretora de Marketing e Trade Marketing da Sovena o propósito de Fula é inspirar um futuro alimentar mais diverso e inclusivo.

Queremos ajudar as pessoas a reinventar a forma de olhar para as receitas, para a sua relação com a cozinha e claro, a sua relação com Fula. Uma nova era cheia de sabores e possibilidades. Este é o nosso convite à mesa dos portugueses. A campanha de Fula no 2022 pretendeu aprofundar as experiências na cozinha, onde o gosto por cozinhar e a criatividade resultam num novo “menu” de pratos inovadores. A campanha contou com a presença em TV, rádio, outdoor, digital e ponto de venda.

A McCann foi a agência que desenvolveu a assinatura, a campanha e o design dos rótulos das embalagens e a With Company a responsável pela definição estratégica do novo posicionamento. 

## Fula incentiva a experimentação na cozinha

A marca que vem desafiar a criatividade dos portugueses



## FULA CELEBRA 60 ANOS!

Fula celebra 60 anos e não há melhor pretexto, do que um aniversário e também o Natal, para relembrar que a melhor combinação surge quando juntamos a tradição à experimentação, dando às receitas aquele toque especial. Assim, nesta época festiva Fula lançou uma campanha digital e interna que convidou os consumidores e colaboradores da Sovena a recriar um doce de Natal. Numa altura mágica em que as sobremesas são presença obrigatória, Fula vem, uma vez mais, desafiar os portugueses a usarem a imaginação e a reinventarem na cozinha.



## Mais uma edição da Casa Andorinha!

A Casa Andorinha abriu portas para uma incrível experiência sobre o mundo do azeite e trouxe um pouco do olival para o Brasil. O espaço localizado em São Paulo, esteve aberto entre os dias 2 e 25 de setembro, e apresentou ao público, de forma gratuita, diversas experiências imersivas e multissensoriais. Entre elas, uma exploração sobre o percurso do azeite desde a terra até ao prato e como os cinco sentidos se relacionam com toda a produção, além de oferecer aos visitantes a possibilidade de provar, criar e compreender o rico universo do azeite.



A Casa Andorinha contou também com outras atividades que aproximaram o consumidor do produto por meio de atividades e conteúdo. Na bancada multissensorial, o público foi convidado para uma imersão visual sobre a produção dos azeites, além de degustação do portfólio da marca. Dentro de tantas atividades, o Restaurante Casa Andorinha também foi uma das estrelas da ação. Comandado pela Chef Gil Gondim e com um menu de receitas irresistíveis assinadas por chefs parceiros, como Rodrigo Oliveira, Bela Gil, Carla Pernambuco, Vitor Sobral, Priscilla Herrera, Juliano Valse, as Pizzarias 1900 do Erick Momo e Bar do Juarez. O local exclusivo ainda ofereceu uma experiência única com drinks azeitados.



No ano de comemoração dos 95 anos da marca, duas das atrações da Casa Andorinha foram o lançamento da segunda edição do Azeite Brasileiro, com produção 100% nacional e uma Collab Store, com marcas parceiras e produtos exclusivos de Andorinha, garantindo que o público pudesse levar para casa uma parte dessa experiência inesquecível.



Parte do lucro arrecadado na Casa Andorinha foi revertido para os projetos sociais Quebrada Alimentada de Adriana Salay e Rodrigo Oliveira e para o Organicamente Rango de Thiago Vinicius, dois projetos que Andorinha tem orgulho de ser parceira. 🌿



## Descobrimo o Azeite

Inspirada num dos momentos mais queridos e desafiadores da infância, Andorinha traz uma novidade sem igual. Um azeite pensado para aqueles que se aventuram nas suas primeiras refeições. Acreditamos em comida de verdade e no poder que a boa alimentação pode exercer nas nossas vidas desde cedo e é por isso que a introdução alimentar é tão importante. Porque impacta futuras decisões e a saúde das crianças. O azeite ajuda a melhorar a consistência e o gosto das papas, além de contribuir com uma quantidade adequada de gorduras, segundo o Guia Alimentar para a população brasileira e reafirmado pela Sociedade Brasileira de Pediatria. Os ácidos gordos e as gorduras do azeite são essenciais para o desenvolvimento cerebral e cognitivo das crianças, além de ajudar nos processos de absorção de vitaminas e na regulação inflamatória do organismo. Por ser uma fonte de vitamina E, é um ótimo aliado do sistema imunológico do bebé.



## Andorinha faz 95 anos!

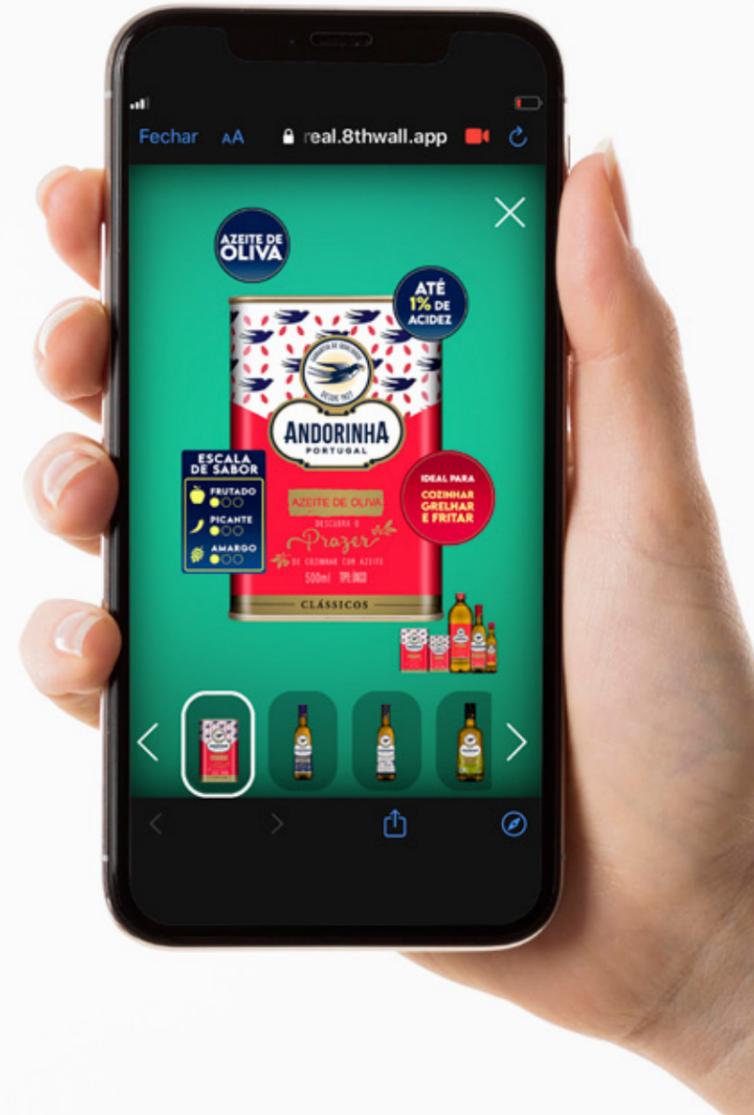
Transformar positivamente a relação das pessoas com a alimentação é o que nos move dia após dia, há 95 anos. Desde a primeira lata de azeite, que levou o #AzeiteDeVerdade para o mercado, até os dias de hoje, o Andorinha fez parte da mesa e da história de muitas famílias. Andorinha 95 anos: Porque azeite não é tudo igual.



## Realidade aumentada

Andorinha lança uma nova campanha com a tecnologia de Realidade Aumentada. A ferramenta, que ajuda o consumidor na hora da compra, chega para reforçar a ideia de que o “azeite não é todo igual”, oferecendo todos as gamas de cada produto na palma da mão. “Andorinha traz tecnologia, inovação e educação para o ponto de venda, o lugar onde justamente se dá 70% da decisão de compra do consumidor. Além de ter uma experiência única com a realidade aumentada que acontece ao redor da nossa garrafa, oferecemos informações relevantes de todo o nosso portfólio”, conta Paula Guedes, gerente de Trade Marketing do Grupo Sovena. A partir do mês de abril, lineares de supermercados de todo o Brasil contam com um QR Code que leva o consumidor ao ambiente de realidade aumentada no seu telemóvel. Ao fixar a câmara num produto da marca, a tecnologia entra em ação e mostra as características daquele azeite. A partir daí é possível também aceder a informações de outros SKUs do portfólio.

Com este lançamento pioneiro, Andorinha oferece tecnologia e dinamismo nos pontos de venda e cria uma forma de transmitir ao consumidor todo o trabalho por detrás dos produtos. A ideia é unir o mundo real ao digital, incentivando o consumo de produtos saudáveis e de qualidade. Loara Costa, Diretora de Marketing e Trade Marketing do Grupo Sovena, explica a ideia por detrás da nova tecnologia: “Andorinha, mais uma vez, desponta com uma inovação que vai ao encontro do que a marca acredita: educar é a forma de transformar a relação das pessoas com o azeite. Temos muito orgulho deste projeto!”



# Projeto Revoa



O Nordeste brasileiro é uma região com um grande número de agricultores familiares. Porém, é onde existe o maior déficit de acesso a ferramentas, maquinaria e conhecimento.

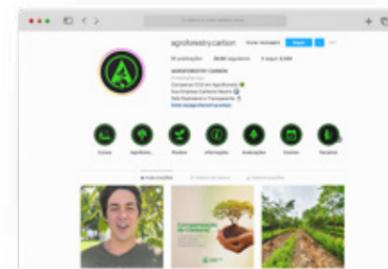
O Projeto Revoa foi criado para apoiar negócios e empreendedores inovadores com soluções que impactam a vida da população através da alimentação.

O azeite Andorinha Extra Virgem Projeto Revoa é um azeite muito especial – delicioso e com um propósito. Tem um aroma frutado, resultado de azeitonas maduras e adocicadas, colhidas em lote especialmente selecionado. Com acidez de 0,4%, é perfeito para harmonizar e combinar com diversos tipos de alimentos, transformando qualquer prato, e a vida de muitas pessoas.

Aceleramos negócios inovadores e startups com soluções testadas e validadas que, na sua aplicação, provocam mudanças e impactos reais na vida da população nordestina.

E é a partir da venda do azeite Andorinha Extra Virgem Projeto Revoa que apoiaremos a aceleração de soluções para os problemas de acesso e segurança alimentar nas comunidades do Nordeste brasileiro.

## Negócios selecionados:



### AGROFORESTRY CARBON

(@agroforestry.carbon)

Conecta empresas que queiram compensar as suas emissões de carbono e serem mais sustentáveis com pequenos agricultores e agroflorestadores, que são remunerados para diversificarem a sua produção, recuperarem áreas degradadas e diminuírem as taxas de carbono.



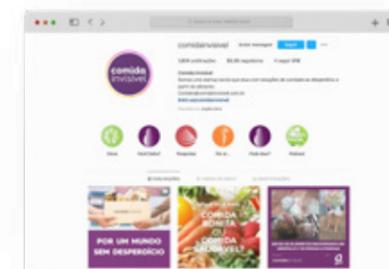
### LEMOBS (@lemobs.tech)

Software para gestão da alimentação escolar com o objetivo de reduzir o desperdício de alimentos, melhorar a qualidade nutricional das refeições escolares e ampliar o consumo de alimentos produzidos pela agricultura familiar.

### COMIDA INVISÍVEL

(@comidainvisivel)

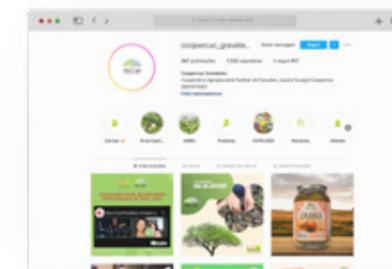
Plataforma com geolocalização que conecta quem tem alimentos para doar a quem precisa deles. O objetivo é reduzir o desperdício, a má distribuição de alimentos e contribuir para a diminuição de gases de efeito estufa no planeta.



### Amitis

(@oamits)

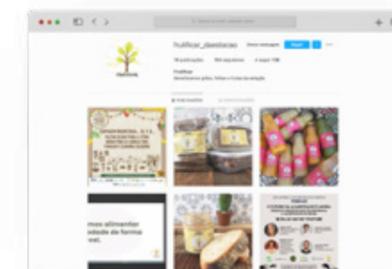
O foco do negócio é a implantação de hortas hidropônicas, através da micro agricultura distribuída em áreas urbanas (nos bairros de maior vulnerabilidade social), gerando rendimentos e maior segurança alimentar, além de facilitar o acesso de alimentos naturais para a população.



### COOPERCUC - GRAVETERO

(@coopercuc\_gravetero)

É uma cooperativa de agricultores familiares de produtos do semiárido com mais de 16 anos de mercado e com a marca comercial GRAVETERO já consolidada. O foco é consolidar o modelo de parceria (Hub de negócios comunitários) que visa integrar a comercialização e logística dos seus produtos e a criação de novos Centros de Distribuição parceiros no Nordeste.



### FRUTIFICAR

(@frutificar\_daestacao)

Atuam na produção e comercialização de alimentos saudáveis, principalmente sumos, a partir do apoio à produção sustentável e agroecologia familiar.



For a planet that prospers		For people that thrive		
Produce food in a sustainable way	Process efficiently, in a low carbon and circular way	Foster employee's development and connection	Engage and energize the local ecosystem	Encourage informed food choices and diverse diets
QUALITY	FOOD SAFETY	INNOVATION AND DEVELOPMENT		

We are engaged in contributing with our strategy and action plan, to the [United Nations Sustainable Development Goals](#), specially those aligned with our strategy and to which we contribute more strongly with our actions.

# SUSTENTABILIDADE As nossas ações e compromissos

O relatório de Sustentabilidade 2021 da Sovena, com o mote Committed for Good, reflete e reforça, mais uma vez, o compromisso da Sovena e de todos nós com a Sustentabilidade.

Baseada em três fundamentos— Qualidade, Segurança Alimentar e Inovação - Juntos concretizamos todos os dias a nossa estratégia de sustentabilidade, assente numa produção sustentável, na aposta em processos eficientes e de baixo carbono, no desenvolvimento dos nossos colaboradores, no desenvolvimento das comunidades envolventes e na literacia alimentar, confluindo para o nosso propósito de acelerar o futuro da alimentação global.

Neste relatório, elaborado com o apoio de muitos, damos visibilidade aos inúmeros projetos e iniciativas com impacto positivo em todas as geografias e fazemos um ponto de situação de cada um dos compromissos que assumimos.

São 15 compromissos no total, dos quais destacamos a evolução de cinco deles: Estamos a desenvolver o Plano de Gestão de Valores Naturais das nossas herdades, que define medidas para a gestão e valorização de todos os valores naturais: biodiversidade, serviços ecossistémicos, espécies ameaçadas, ecossistemas raros ou ameaçados e áreas de conservação. O trabalho, iniciado no final de 2021, será apresentado durante 2022, juntamente com uma sessão para discussão pública; Decrescemos 8% das nossas emissões de gases com efeito estufa, em muito por consequência do forte investimento em energias provenientes de fontes renováveis; 55% da nossa eletricidade provém de fontes renováveis, resultante da instalação de painéis solares em Brenes e da compra de certificados de energia verde em todas as instalações em Portugal;



Já incorporamos 19% de PET reciclado nas garrafas de plástico das nossas principais marcas, o que corresponde a +300 toneladas de plástico; Iniciámos o processo de certificação da Sovena como Empresa Familiarmente Responsável, uma certificação exclusivamente dedicada à gestão de pessoas, onde trabalhamos questões como a qualidade do trabalho no dia-a-dia, o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, igualdade de oportunidades, diversidade, desenvolvimento pessoal, desenvolvimento profissional, saúde e bem-estar. Nada disto seria possível sem o empenho e dedicação de cada um. A todos um MUITO OBRIGADO. Juntos, por um futuro melhor!



## Sovena tornou-se associada do Grace

No caminho para um maior crescimento e maturidade da Sovena no que diz respeito à Sustentabilidade (nas vertentes Ambiental, Social e Governance), associámo-nos à GRACE!

O GRACE- Empresas Responsáveis- é uma associação de utilidade pública com vários anos em Portugal, que atua nas áreas da Responsabilidade Social e Sustentabilidade, e que já conta com mais de 200 empresas das mais variadas dimensões e setores de atividade, empenhadas em aprofundar o seu papel na implementação de soluções para o crescimento sustentável.

Associando-nos ao GRACE, teremos, entre outras vantagens, acesso a uma série de formações, eventos, iniciativas e workshops atualizados e essenciais para a temática da Sustentabilidade que está em constante evolução e transformação, bem como acesso a toda uma série de boas práticas, discussões e novas soluções alavancadas em toda a rede associada. Será certamente um parceiro muito relevante neste caminho da SOVENA! Juntos, Alimentamos Futuros.

**Já saiu o novo relatório de sustentabilidade, descubra o que juntos fazemos pelo planeta!**

Aceda aqui ao relatório:

**Juntos, por um futuro melhor**



## Sovena USA une forças com Rome Clean & Green para limpar a cidade no Dia da Terra

Colaboradores da Sovena USA participaram na Rome Clean and Green's annual Great American Cleanup no mês de abril. Rome Clean and Green junta-se outras afiliadas em todo o país para limpar nossos bairros, parques, trilhas e vias navegáveis.

Uma equipa de colaboradores e familiares da Sovena começou na sua sede em Rome, para recolher lixo ao longo de Olive Grove Street, Brooks Road e arredores. Em apenas duas horas, eles encheram um furgão de 2,5 metros com resíduos.

“À escala global, era importante para a Sovena contribuir para o Dia da Terra porque nos



esforçamos para criar um impacto positivo na sociedade, ativamente alimentando o futuro do nosso planeta e das pessoas”, disse Jonathan Batson, marketing manager na Sovena USA. “A nível local, queremos fazer o nosso melhor para manter Rome e nosso ambiente limpos, e dar um bom exemplo para os outros.”

“Estamos definitivamente planejando repetir a iniciativa no ano que vem, com maior conhecimento e experiência, para que possamos torná-lo mais e melhor”, disse Batson.



## Sovena USA Goes Red for Women

No início do ano, os colaboradores da Sovena USA mostraram o seu apoio em ajudar à American Heart Association para acabar com doenças cardíacas e derrames em mulheres, na iniciativa “Go Red for Women.” Esta iniciativa global desempenha um papel importante na consciencialização de que as mulheres também são afetadas por doenças cardíacas, e inspirando-as a assumir o controlo da sua própria saúde e bem-estar.

Como distribuidora de produtos saudáveis para o coração nos EUA, esta ação decorreu próximo do escritório.

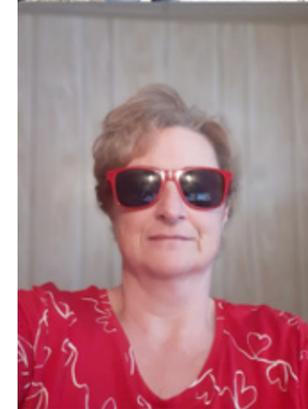
Os nossos colaboradores ficaram felizes em vestir-se de vermelho para ajudar a apoiar esta causa. A Sovena USA também foi parceira da American Heart Association como patrocinador no seu anual Go Red for Women Luncheon, realizado em Rome, NY em maio. Esta iniciativa pretende educar ainda mais o público sobre a saúde da mulher.

Não se trata apenas de vestir-se de vermelho.

Não se trata apenas de partilhar dados sobre a saúde do coração. É sobre todas as mulheres juntas com Go Red para mudar o mundo. Juntos, não há nada que as mulheres não possam alcançar.



Go Red for Women to support ending heart disease & stroke in women!





## Saúde e bem-estar das nossas pessoas

Na Sovena, preocupamo-nos com o tema da saúde e do bem-estar das nossas pessoas. Em Portugal, aproveitámos o mês de Maio, o mês do coração, para organizar a Semana da Saúde no Arquiparque e patrocinámos a participação das nossas pessoas no Barreiro Night Run. Ainda sobre a questão do bem-estar, recentemente, alargámos as áreas abrangidas no Programa de Apoio aos Colaboradores, passando a incluir: Jurídico / Legal; Financeiro / Fiscal; Psicossocial; Psicológico / Pessoal.



## Novo software de manutenção - digitalização

Para acompanhar os esforços do Grupo Sovena no sentido da digitalização, a Manutenção da Sovena Oilseeds Portugal implementou um novo software de gestão de ativos, Glose EAM, que permite otimizar e automatizar todas as atividades relacionadas com a gestão operacional dos equipamentos das instalações da Sovena. Através de dispositivos móveis é possível identificar todos os ativos da organização (desde componentes, equipamentos, viaturas, instalações técnicas, etc.) com o uso de chips NFC, previamente instalados, numa perspetiva de gerir o seu ciclo de vida. Esta solução de mobilidade permite aos operacionais e gestores receber pedidos de trabalhos, reportar a situação dos trabalhos que lhes foram atribuídos, imputação de mão de obra e materiais e execução do plano de manutenção de forma totalmente digital através de equipamentos móveis, nomeadamente, Smartphones e Tablets.



## Barreiro Night Run 2022

No âmbito da Campanha de Prevenção e Controlo do Tabagismo, e de forma a promover hábitos de vida saudável nos colaboradores, a Sovena associou-se ao Fórum Barreiro Night Run'22, que decorreu no no mes de maio e cujo percurso passou junto à nossa unidade industrial do Barreiro! Parabéns a todos os 33 atletas/ colaboradores da Sovena que, a correr ou a caminhar, participaram e tornaram esta prova um momento de convívio e partilha! A prova tinha também um cariz social, já que 10% do valor das inscrições seria doado à instituição Refood Barreiro, e a Sovena também contribuiu, doando os seus produtos (óleo e azeite) a esta instituição!





## Os Dias Sovena estão de volta!

Após dois anos de paragem retomámos uma das iniciativas que mais nos motiva, os Dias Sovena! Um momento de aprendizagem que é também um momento de envolvimento com a cultura Sovena, temperado com muito boa disposição! Em 2022, para além de Portugal demos também início aos Dias Sovena em Espanha. Até ao mês de Setembro foram realizados 7 Dias Sovena em que cerca de 200 colaboradores



ficaram a conhecer um pouco melhor o que fazemos nas nossas áreas produtivas, em Portugal e Espanha. Este ano, para além do dia dedicado ao nosso Olival (Ferreira do Alentejo), realizámos 2 dias dedicados à nossa área Industrial (Barreiro e Palença) e ainda um dia dedicado a conhecer o mundo do Girassol (Espanha). Muito há ainda por conhecer, por isso fiquem atentos! 



# Valorizamos a Formação Profissional - Programa de Incentivo à Formação Profissional

A Sovena e a Fundação Amélia de Mello, lançam programa a 3 anos para distinguir e valorizar a formação profissional, onde se destacam a atribuição de Bolsas de estágio, Prémios de mérito nas categorias Industrial e Agribusiness e um Concurso Anual para o melhor projeto de inovação e empreendedorismo. No âmbito da parceria com a ATEC, a Sovena esteve presente na 5ª Feira Empresarial em Palmela nos dias 22 e 23 de Junho, divulgando junto dos alunos um pouco mais sobre o Grupo Sovena e as suas áreas industriais. Tendo ainda integrado os prémios ATEC através do prémio de mérito Sovena / FAM (Fundação Amélia de Mello).



**sovena**

**Código de Ética e Conduta**

Consulta aqui!

Promovemos a Ética

Aceda aqui ao Código de Ética e Conduta do Grupo Sovena. Para mais informações, contacte a Área de People & Culture.

## Código de Ética e Conduta do Grupo Sovena

Em 2022, refrescámos o nosso Código de Ética e Conduta do Grupo Sovena, reforçando a nossa posição e compromisso em áreas chave, como os Direitos Humanos, a Sustentabilidade e o Ambiente. De forma a garantir um conhecimento amplo do Código de Ética e Conduta do Grupo Sovena têm sido realizadas ações de comunicação e sensibilização, no sentido de chegar a todas as partes interessadas.

## Conciliação e efr

Para a Sovena, o tema da conciliação é um elemento fundamental para continuar a alimentar o futuro, começando pelo que nos é mais inspirador, as nossas pessoas e as suas famílias, mas também a comunidade onde nos inserimos. Acreditamos que uma eficiente gestão da conciliação permite melhorar a vida de todas as pessoas da Sovena e suas famílias, equilibrando as suas diversas dimensões com os aspetos inerentes ao nosso negócio, sempre alicerçado num profundo sentido de responsabilidade e rigor. Por isso, em 2021, com esta orientação decidiu-se avançar com o processo de Certificação efr (empresa familiarmente responsável) em todas as empresas do Grupo Sovena em Portugal. Em Agosto e Setembro de 2022, realizámos as primeiras efr talks, tendo como objetivo dar a conhecer o conceito de conciliação na Sovena e o Plano de Medidas efr, incentivando uma melhor comunicação interna.

**sovena**

Conciliação & Orientação Estratégica efr 2022 - 2025

People & Culture



## Brenes Certif. Energia Verde

A nossa fábrica em Brenes obteve os certificados Green Energy, que garantem a utilização de 100% de energia de fontes renováveis. Este marco representa mais um passo no nosso compromisso com a sustentabilidade e a proteção ambiental.

Esta planta de Brenes dispõe de uma instalação fotovoltaica para autoconsumo, capaz de captar energia do sol para produzir o equivalente ao consumo médio anual de mais de 600 casas. Para isso, conta com quase 3.500 módulos instalados,

que evitam a emissão anual de 650 toneladas de CO2 na atmosfera, o que não apenas reforça nosso compromisso com a sustentabilidade, mas também contribui para gerar economias significativas e, conseqüentemente, aumentar nossa competitividade no mercado.

Prevê-se continuar a investir e a alargar este compromisso com a sustentabilidade para a fábrica de azeitonas de mesa Plasencia, o lagar de azeite Monteolivo (Jaén), outras herdades em Portugal e a fábrica do Barreiro (Portugal).



## B-side

### GIL MENEZES

Gerente de Vendas das regiões Norte e Nordeste do Brasil.

### *Entre as vendas e a sua paixão pela música*

Gil Menezes nasceu no interior da Bahia (Brasil) e, com apenas 13 anos de idade, foi morar para Salvador.

Tem uma grande ligação com a música. Com 10 anos, Gil já andava de microfone na mão a maravilhar família e amigos, cantando em bandas infantis na sua cidade Natal. Em Salvador, tocou com os Odara, os Gula, os Via Brasil e os Axé Bahia. Muita música, muita diversão. E com o sucesso, veio também muito trabalho: uma tour pelo seu país, mas também passando pelos Carnavais, até fora de época e no Carnaval de Salvador, que é a consagração de todo o artista baiano.



Gil esteve por dentro de uma banda, “um trio elétrico”, como gosta de lhe chamar, que o ligou ainda mais às pessoas depois de todas as outras suas experiências quando era mais novo. Começou a sua carreira profissional com apenas 17 anos e lá foi ficando até aos 22. Depois, a vida adulta falou mais alto, acabando por não conseguir conciliar esta paixão com o seu trabalho na área comercial. Apesar de tudo, o sonho não ficou por aqui. Conseguiu participar em vários programas de televisão, como o Faustão, Video Show na TV Globo e outros programas pelo Brasil, chegando mesmo a gravar dois discos. Hoje em dia continua a cantar como hobby. Não é pelo dinheiro. É pela vida.

Mas a vida não pode ser só diversão. 75,5 milhões de habitantes. Região norte e nordeste do Brasil, 16 estados. A zona mais pobre do continente do samba

é também uma das mais desafiantes, onde o cenário de fome está presente em todos os cantos”.

Gil Menezes está na Sovena desde o início da atividade da empresa naquele território. Está, portanto desde 2015 e é aqui que começa a sua história. Gil lidera uma equipa com representantes comerciais procurando a prospeção e desenvolvimento de negócios nas principais redes de cash carries, atacados e distribuidores destas mesmas regiões. E, apesar do tempo em que lá está, continua a acreditar que o ambiente é ótimo, possibilitando construir uma operação forte com clientes completamente engajados com o projeto Sovena no Brasil. E é aqui que encontramos o badalado projeto Andorinha, a marca preferencial nesta região, que vai permitindo apostar nesta liderança e também trabalhar noutros projetos. S



Quer participar  
na próxima edição  
da FEED?

Envie as suas sugestões, ideias,  
partilhas para [marketing@sovena.pt](mailto:marketing@sovena.pt)

APENAS PARA USO INTERNO