

## Laboratórios Vichy associam-se ao “Food Tube”

Os Laboratórios Vichy, especialistas em cuidados antienvhecimento, associaram-se ao “Food Tube” de Jamie Oliver, numa parceria com especialistas em aconselhamento nutricional para a promoção de um estilo de vida saudável –, com a criação de uma série de conteúdos nutricionais (sociais e digitais) focados em educar os consumidores sobre “como comer bem, para alcançar um estilo de vida saudável”.



## Golfe do Praia D’El Rey Golf & Beach Resort tem novo diretor comercial

Alexandre Barroso é o novo diretor comercial para o segmento de Golfe do Praia D’El Rey Golf & Beach Resort, assumindo funções já a partir de hoje. Entre as principais responsabilidades do cargo está a promoção e comercialização das ofertas de Golfe do Praia D’El Rey e do West Cliffs.



ESPAÑA É O MAIOR COMPRADOR

# Exportações de têxteis e vestuário recuperam ritmo e devem atingir cinco mil milhões de euros

As exportações de têxteis e vestuário alcançaram os 4664 milhões de euros em novembro, valor acumulado desde janeiro, tendo registado um crescimento de cerca de 5%, estando cada vez mais próximo o objetivo dos cinco mil milhões de euros de exportações, traçado pela ATP para o setor – revela a ATP em comunicado.

Espanha continua a ser o principal comprador com um aumento de 12% face ao ano anterior.

No mês de novembro registou-se um valor de 436 milhões de exportações de têxteis e vestuário, um montante 5% superior ao verificado no mês homólogo de 2015.

As exportações de vestuário e acessórios de malha continuam muito dinâmicas, com um crescimento de cerca de 12%, mas devemos ainda destacar o desempe-

nho das exportações das seguintes categorias de produtos:

- Matérias-primas de algodão, incluindo fios e tecidos: +18%;
- Tecidos especiais, tufados; rendas, pasamanarias e bordados: +12%;
- Tecidos impregnados, revestidos, recobertos ou estratificados;
- Artigos para usos técnicos de matérias têxteis: +11%.

As exportações de têxteis-lar e outros artigos têxteis confeccionados aumentaram 1%, tendo alcançado 655 milhões de euros até novembro.

### Espanha reforça liderança nos compradores

Espanha continua a reforçar a sua lide-

rança no ranking dos principais compradores, tendo sido o destino que registou maior crescimento absoluto (acréscimo de 178 milhões de euros), seguindo-se a Alemanha (acréscimo de 26 milhões de euros), Itália (acréscimo de 20 milhões de euros), a Holanda (acréscimo de 19 milhões de euros) e a Suécia (acréscimo de 15 milhões de euros).

Para os mercados comunitários, as exportações deste setor aumentaram 7%. Inversamente, para destinos não comunitários caíram 7%.

Ainda assim, cumpre evidenciar o crescimento verificado em destinos como: Canadá (+5%), México (+12%), Hong-Kong (+15%), Japão (+26%), Macedónia (+306%), Turquia (+19%), Marrocos (+13%), Arábia Saudita (+47%), Índia

## Matérias-primas de algodão, incluindo fios e tecidos, crescem 18%

(+20%), ou Singapura (+97%), apenas para referir alguns.

A balança comercial dos têxteis e vestuário atingiu um saldo positivo de 1097 milhões de euros, com uma taxa de cobertura de 131%.

### VESTUÁRIO É O SEGMENTO MAIS DINÂMICO NAS EXPORTAÇÕES

	2015	2016	%
Têxteis (exceto Têxteis-Lar)	1.157	1.162	0%
Vestuário	2.645	2.848	8%
Têxteis-Lar e outros artigos têxteis confeccionados	646	655	1%
<b>TOTAL</b>	<b>4.447</b>	<b>4.664</b>	<b>5%</b>

### DESTINOS COM MAIOR CRESCIMENTO EM TERMOS ABSOLUTOS

	(Acréscimo em milhões de euros)	Evolução
Espanha	177,9	12%
Alemanha	26,0	7%
Itália	20,2	11%
Holanda	18,8	13%
Suécia	15,2	18%

### GRUPO INDITEX TEM PESO DETERMINANTE NAS COMPRAS À INDÚSTRIA NACIONAL

Em milhões €	Jan. - Nov. 2015	Jan. - Nov. 2016	Evol.	Peso
Espanha	1.491	1.668	12%	36%
França	558	572	2%	12%
Alemanha	380	406	7%	9%
Reino Unido	398	394	-1%	8%
EUA	256	239	-7%	5%
Itália	178	198	11%	4%
Holanda	140	159	13%	3%
Suécia	86	101	18%	2%
Bélgica	91	93	2%	2%
Dinamarca	67	70	4%	2%

## Yorn Inspiring Future apoia estudantes na orientação profissional

O Yorn Inspiring Future iniciou esta semana mais uma edição do seu roadshow pelas escolas secundárias nacionais, com o objetivo de ajudar os jovens portugueses a descobrirem a sua orientação profissional e dotá-los das ferramentas necessárias para que consigam atingir o seu melhor. Este ano, o projeto vai percorrer 220 escolas, sendo a Secundária António Damásio, em Lisboa, a primeira a receber a iniciativa.

Na sua 4.ª edição, o projeto da Associação Inspirar o Futuro, ao qual a Yorn se associa este ano enquanto patrocinador principal, vai marcar presença, pela primeira vez, em todos os distritos do país, levando até junto dos jovens portugueses informação detalhada sobre o ensino superior, e promovendo, ainda, workshops, palestras e ses-

### Projeto percorrer 220 escolas

sões de aconselhamento que contribuam para o desenvolvimento das “soft skills” dos estudantes.

O roadshow é acompanhado por várias instituições de Ensino Superior e empresas, sendo mais de 20 as entidades empregadoras que entram em contacto com os futuros talentos, mostrando-lhes aquilo que é mais valorizado no mercado de trabalho. A Vodafone, através da Yorn, é uma das empresas de destaque a marcar presença no evento.

