

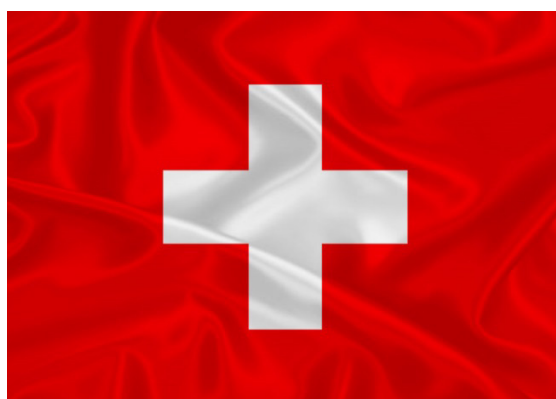


PROMOTEJO

COOPERAÇÃO PARA A PROMOÇÃO INTERNACIONAL
DA REGIÃO DA LEZÍRIA DO TEJO

DOSSIER DE MERCADO - SUÍÇA

Setor agroalimentar



Promotores:



Cofinanciado por:



O presente documento está inserido no âmbito do projecto PROMOTEJO e versa sobre um estudo do sector agroalimentar na Suíça. Ao longo do documento encontra uma descrição macroeconómica do mercado da Suíça e uma descrição do sector agroalimentar.

1. Caracterização Macroeconómica

Área: 41.285 km²
População: 8,05 milhões de habitantes (estimativa de 2013)
Densidade populacional: 194,9 hab./km² (estimativa de 2013)
Capital: Berna
Religião: 38,2% da população residente é católica romana, 26,9% é protestante e 4,9% é muçulmana
Línguas oficiais: alemão, francês, italiano e reto-romanche
Unidade monetária: Franco Suíço (CHF) 1 EUR = 1,2204 CHF (câmbio médio em maio 2014, BdP)
Risco do País: Risco geral - AA Risco de estrutura económica - AA Risco político - AAA (AAA = risco menor; D = risco maior)

Dados fornecidos pela AICEP, ficha de mercado dos Japão, junho de 2016

O mercado suíço assume-se um dos mais competitivos e desenvolvidos do mundo, apresentando-se famoso pelo seu sistema bancário e pela sua histórica tradição de sigilo, bem como por possuir sedes de organismos internacionais (46 no total). Encontra-se estrategicamente localizada no centro da Europa, delimitada por alguns dos países mais ricos e povoados da união Europeia: a oeste pela França, a sul pela Itália, a este pela Áustria e Liechtenstein e a norte pela Alemanha, não possuindo portanto uma costa marítima.



Recentemente, a Suíça tem sofrido um significativo envelhecimento, acentuado pela crescente esperança de vida e baixa natalidade. Apresenta-se uma economia complexa em termos de regulamentações o que nem sempre facilita o dia-a-dia da sociedade, acrescendo o facto de não pertencer à União Europeia tendo, por isso

4% da população é de origem portuguesa

especificidades neste âmbito de regulamentos. De salientar, o elevado nível de preços que se sente neste país.

A suíça dispõe de um setor terciário extremamente desenvolvido, estimulado especialmente pelos serviços financeiros e de um alto teor tecnológico e inovador a nível industrial.

Promotores:



Cofinanciado por:



Enquadramento Económico

- Ocupa o primeiro lugar no índice geral de competitividade, de entre 148 países;
- Posição privilegiada no sub índice “Fatores de Inovação e Sofisticação”: - competências inovadoras e sofisticada cultura empresarial, - elevada expressão de gastos em investigação e desenvolvimento, significativa presença de instituições científicas de investigação, consideradas das melhores do mundo, - relação cooperativa entre o mundo académico e empresarial que garante que a maior parte da investigação se traduza em produtos e processos comercializáveis;
- Forte competitividade do setor terciário, bem como de algumas indústrias: setor de relojoaria (exporta 95% de sua produção), de construção de máquinas, equipamentos eléctricos e metálicos bem como de produtos farmacêuticos;
- Tecido empresarial essencialmente constituído por Pequenas e Médias empresas;
- Ênfase nos recursos humanos altamente qualificados em detrimento da produção em série;
- Estratégias de “nichos de mercado”: gama limitada de produtos altamente especializados, possibilitando que empresas de pequena dimensão consigam dominar o mercado mundial na sua especialidade;
- Período de recessão em 2009 (contração de 1,9% do crescimento económico), seguido de uma rápida e sólida recuperação (em 2010, registou-se um crescimento económico de 3%);
- Anos seguintes: Cenário menos positivo dada a dívida soberana na Zona Euro, debilidade económica da União Europeia e conjuntura económica mundial;

Dados	2011	2014	2016
População (milhões)	7,93	8,11	8,20
PIB a preços de mercado (10 ⁹ USD)	659,2	672,9	652,1
PIB per capita (USD)	83 097	83 015	79 534
Crescimento real do PIB (var.%)	1,8	2,3	2,5
Consumo Privado (var.%)	1,1	2,0	1,9
Consumo Público (var.%)	1,2	2,1	1,4
Formação Bruta do Capital fixo (var.%)	4,5	3,0	2,7
Taxa de desemprego (%)	2,8	3,2	2,9
Taxa de inflação (média em %)	0,2	0,1	1,2
Dívida Pública (% do PIB)	35,5	34,7	32,5
Saldo do Setor Público (% do PIB)	0,3	0,3	0,3
Saldo da Balança Corrente (%do PIB)	6,0	8,8	7,6
Taxa de câmbio (média, 1EUR=XCHF)	1,24	1,22	1,25

Quadro 1: Dados Macroeconómicos Suíça; Fonte AICEP

para 2016.

De salientar, que a desaceleração do crescimento económico traduziu-se no mercado de trabalho, em 2012 e 2013, ao nível da taxa de desemprego.

Segundo o *Economist Intelligence Unit* (EIU), o crescimento real do PIB evidenciado para 2016 deve-se essencialmente ao aumento das exportações, à importância do consumo privado e do investimento. No que concerne à taxa de inflação, após ter obtido o valor de -0,2% em 2013, devido à forte moeda vigente na Suíça e à retracção da procura, apresenta uma tendência de crescimento

Política Macroeconómica do Governo Federal: aposta na manutenção do equilíbrio orçamental a médio prazo e do pleno emprego, estabilidade dos preços, estabelecimento de condições internas favoráveis ao investimento.

No que respeita à dívida Pública observou-se um desempenho positivo entre 2011 e 2016, impulsionado particularmente por procedimentos de limitação legal da dívida para o equilíbrio orçamental. No atinente ao saldo da balança corrente, verificou-se até 2013 um crescimento estimulado pelo contributo positivo da balança de rendimentos, ao qual acresce a evolução positiva da balança comercial e de serviços. Contudo, esta tendência inverteu-se a partir de 2014, ano em que o saldo começa a decrescer até 2016.

Investimento Directo Estrangeiro (IDE)

Dados (10 ⁹ USD)	2010	2013
Investimento do exterior na Suíça	24,2	26,6
Investimento da Suíça no exterior	76,0	66,4

Quadro 2: Investimento Directo Estrangeiro; Fonte AICEP

A Suíça assume uma **posição muito mais relevante como emissora de investimento direto no exterior**. Em 2012, assumiu a 47^a posição no ranking mundial enquanto

receptora de IDE e o 9^o lugar de entre os países emissores, de acordo com o *World Investment Report* 2013, da UNCTAD. Em termos do PIB o stock total de IDE desta economia ascendeu a 164,6%, entre 2009 e 2013. De destacar que, tendo em conta dados do *Banque Nationale Suisse*, relativamente à origem de IDE para a Suíça, releva-se a Europa (84%), nomeadamente os Países Baixos (26,4%) e o Luxemburgo (20%), bem como a América do Norte (13%), maioritariamente os EUA (12,9%). Neste âmbito, importa realçar o setor dos serviços, com 87% do IDE acumulado na Suíça (Sociedades financeiras e de gestão de participações com 53,8% do total) e da Indústria, 13%, (5,9% do total, eletrónica, energia, ótica e relojoaria com 4,1%) que se apresentam como o destino principal de IDE em termos sectoriais. No atinente ao destino do IDE, sobressai a Europa com 48,2% do total (Luxemburgo - 9,3%, Reino Unido - 7,7%, Países Baixos - 5,7%, Alemanha - 4,8%), a América do Norte (22,3%), a América Central e do Sul (16,9%), e a Ásia (9,9%).

De evidenciar, que Portugal representa 0,2% do investimento direto suíço no exterior. De referenciar que a indústria, 30,9%, (indústrias química e de plásticos com 12,9% do total, eletrónica, energia, ótica e relojoaria com 5,0%), e os serviços com 69,1% (sociedades financeiras e de gestão de participações com 38,3% do total) assumem-se os principais destinos sectoriais, em termos de investimento suíço, acumulado, no estrangeiro.

4^o posição no ranking mundial, em 2010, enquanto emissora de IDE

Comércio Internacional – Balança comercial

Dados (10 ⁹)	2010	2013
Exportação	277,4	336,9
Importação	246,0	298,7
Saldo	31,4	38,2

Quadro 3: Importações e Exportações; Fonte AICEP

Promotores:



Cofinanciado por:



Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

- ✓ Posição de destaque nos rankings quer como exportador (23º lugar em 2013), quer como importador (26º lugar)
- ✓ Entre 2009 e 2013, a taxa média de crescimento das exportações ascendeu a 12,2% ao ano e a das importações a 10,9%
- ✓ Tendência de crescimento das exportações e das importações para os anos seguintes

Ao nível de parceiros comerciais da Suíça, salienta-se em 2013 a UE28, com 54,9% das exportações e 72,8% das importações, destacando-se a Alemanha que enquanto cliente apresentava uma quota de 18,5% e de 28,1% como fornecedor.

MERCADO	QUOTA (%)	2011	2013
Alemanha		20,2	18,5
Estados Unidos da América		10,3	11,7
Itália		7,8	7,1
Portugal		0,4	0,5

Quadro 4: Mercados Clientes – Suíça; Fonte AICEP

Ainda, em 2013, os Estados Unidos da América, a Itália, a França e o Reino Unido revelam-se os cinco principais clientes que, no seu conjunto representam 49,6% do valor das exportações. No entanto tem-se registado um decréscimo das quotas da Alemanha em detrimento de um aumento da dos EUA. De notar, que Portugal se posicionou na 30ª posição enquanto cliente.

MERCADO	QUOTA (%)	2011	2013
Alemanha		32,3	28,1
Itália		10,4	10,1
França		8,6	8,3
Portugal		0,3	0,5

Quadro 4: Mercados Fornecedores – Suíça; Fonte AICEP

Relativamente aos principais fornecedores, para além da Alemanha, evidencia-se a Itália, a França, a China e os Estados Unidos da América, representando no seu conjunto, em 2013, 58,7 % do total importado pela Suíça no último ano. De revelar, que neste âmbito, as quotas da China e dos Estados Unidos da América sofreram aumentos e a Alemanha, Itália e

França verificaram diminuições. Torna-se pertinente sublinhar que em 2013, Portugal se posicionou no 25º lugar a nível de fornecedores, com uma subida de 9 lugares relativamente a 2011.

EXPORTAÇÕES/setor	%	IMPORTAÇÕES/setor	%
Produtos farmacêuticos	25,1	Produtos farmacêuticos	11,0
Máquinas e aparelhos mecânicos	10,8	Máquinas e aparelhos mecânicos	9,9
Relojoaria	10,3	Pedras preciosas, metais preciosos, etc.	7,9
Pedras preciosas, metais preciosos, etc.	8,6	Combustíveis/óleos minerais, etc.	7,8
Produtos químicos orgânicos	8,2	Máquinas e aparelhos elétricos	7,4

Quadro 5: Importações/Exportações por sector, ano 2015; Fonte AICEP

- Importância de bens de elevado grau tecnológico, principalmente a nível das exportações, apresentando-se neste contexto uma economia significativamente competitiva e desenvolvida;
- especial destaque para produtos farmacêuticos, quer ao nível das exportações, quer ao nível das importações;

- Sector industrial suíço cada vez mais especializado evidenciando uma mão-de-obra altamente qualificada.

Relações Económicas com Portugal – Comércio de bens e serviços

O mercado suíço apresenta relativa importância com o comércio externo português, nomeadamente ao nível de destino das exportações, embora se observe um decréscimo em termos de

posições, tanto como fornecedor como cliente. Em 2014, a Suíça verificava o 16º lugar como cliente e a 27ª posição como fornecedor. De salientar que a balança comercial bilateral, que se apresentava geralmente desfavorável a Portugal, a partir de 2011, observou um saldo positivo, devido essencialmente ao aumento substancial e permanente das exportações portuguesas para a Suíça e a uma queda das importações. Esta tendência verificou-se também em 2014.

Quota da Suíça no comércio Internacional português de Bens e Serviços	2009	2012	2014
Suíça como cliente de Portugal % export.	0,91	0,89	0,91
Suíça como fornecedor de Portugal % import.	0,64	0,59	0,48

Quadro 6: Suíça como cliente e fornecedor de Portugal; Fonte AICEP

Importações de produtos (10 ³ EUR)	2009		2013		Exportações de produtos (10 ³ EUR)	2009		2013	
	2009	2013	2009	2013		2009	2013	2009	2013
Químicos	158 035	166 995	Alimentares	38 320	54 866				
Instrumentos de Ótica e precisão	47 484	48 808	Máquinas e aparelhos	30 170	48 256				
Máquinas e aparelhos	42 133	33 387	Instrumentos de Ótica e precisão	12 527	41 536				
Metais comuns	7 422	5 327	Vestuário	25 346	33 844				
Alimentares	5 791	2 721	Veículos e outro material de transporte	16 706	31 388				

Quadro 7: Importações da Suíça a Portugal e exportações de Portugal para a Suíça por grupos de produtos; Fonte AICEP

estruturas exportadoras dominam produtos de baixa tecnologia, 50,9% do total exportado em 2012. Apesar de esta estrutura remeter para uma reduzida sofisticação tecnológica, tem havido uma inversão desta tendência.

No que concerne às exportações portuguesas, destaque para os produtos e alimentares e máquinas e aparelhos que representam cerca de 1/4 do valor global exportado em 2013. Relativamente aos produtos alimentares, ressalva-se o vinho de uvas frescas ou cervejas de malte como os bens mais exportados para a Suíça. No que respeita à

Promotores:



Cofinanciado por:



Ao nível das importações, evidencia-se, que em 2013, cerca de 59,5% do valor global das compras diz respeito à categoria de produtos químicos, pelo que o grau de concentração das importações é relativamente superior ao das exportações. A estrutura de importações verifica principalmente produtos de alta tecnologia, 59,2% do total das importações em 2012, apresentando portanto um teor tecnológico relativamente mais elevado.

2. Ambiente sócio cultural

Os Suíços

A sociedade Suíça revela-se extremamente pontual, sigilosa e preconceituosa, organizada caracterizando-se o oposto dos latinos. Geralmente, os negociantes suíços não apreciam gestos de cortesia e ignoram e-mails/ propostas/ convites que não tenham sido solicitados. De destacar que caso se queira estabelecer contacto via e-mail com empresários suíços, não vale a pena utilizar e endereços começados info@, geral@, sales@, pois é quase garantida a não obtenção de resposta. Contudo ressalta-se que a maioria dos websites das empresas suíças possui um onigrama com a hierarquia da empresa e respectivos contactos pessoais.

NOTAS RELEVANTES

- Suíça não pertence à união europeia – domina uma cultura que atribui preferência extrema ao produto;
- Negociante Suíço não valoriza o envolvimento direto de entidades nacionais como intermediárias de contactos, mas pelo contrário aceita significativamente opiniões de antigos colegas/parceiros;
- Regem-se pela segurança e por um certo comodismo, pelo que se estabeleceram negócios com parceiros que não falharam, não vêm benefícios em mudar a sua linha de negócios.
- Empresários suíços revelam-se amplamente reticentes a alguma falha que possa ocorrer na negociação;
- Grande delegação de poderes, logo é preferível que cada assunto seja de imediato falado com o interlocutor certo, ou com alguém hierarquicamente acima.
- Embora se verifiquem significativas semelhanças com a cultura dos seus países vizinhos, a Suíça prima por marcar a sua independência

Saudações: Geralmente utiliza-se o aperto de mão no cumprimento de qualquer pessoa. A suíça caracteriza-se por uma grande formalidade, o que faz com que as pessoas comuniquem através do uso dos seus apelidos, antecédidos do título (por exemplo *Monsieur* ou *Madame* na zona francófona). Este ato, pretende demonstrar um grande respeito de intimidade.

Comunicação: Face ao carácter reservado, sóbrio, com pouco humor dos suíços, não é comum, em trabalho, abordarem-se temas pessoais (idade, religião, estado civil, ou ocupações de tempos livres).

Práticas Negociais: Os empresários suíços evidenciam autoconfiança, pragmatismo e lealdade no exercício dos negócios. Os prazos têm de ser rigorosamente cumpridos no tempo estipulado. De salientar, que os Suíços não avançam para uma contratualização de uma negociação sem antes sem antes recolherem todo o material e informação para a tomada de uma decisão consciente.

Sugestões:

- O LinkedIn assume-se a forma mais eficaz de estabelecer uma primeira abordagem com um empresário suízo, tendo que a mensagem ser curta, objectiva e apelativa.
- Após envio de e-mail para a pessoa correta, aconselha-se a realização de um telefonema nas 24h seguintes;

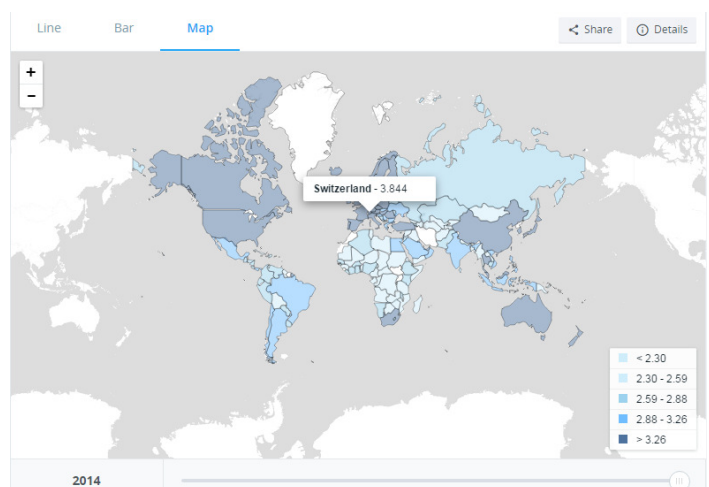
- **Calendário semelhante ao de Portugal;**
- **Muitos feriados que não são nacionais,**

3. Regulamentação e Logística

TRANSPORTES
Portos Fluviais: Basileia (rio Reno)
Rede rodoviária: Apresenta das melhores redes da Europa - 71 464 km de extensão
Rede ferroviária: das mais avançados do mundo e estão ligadas à rede de alta-velocidade europeia - 5 250 km de extensão
Aeroportos internacionais: Zurique, Genève, Basileia e Berna

Índice de desempenho logístico (LPI)

Da observação do mapa retirado do *WORLD BANK*, verifica-se que a Suíça se apresenta **na categoria de países com melhor desempenho logístico**, permitindo-lhe, mais facilmente conectar-se com empresas para os mercados nacionais e internacionais, através de cadeias de abastecimento confiáveis. A Suíça possui um **sistema de transporte altamente eficaz**, o qual oferece acesso confiável, rápido e pontual a todo o país.



Promotores:



Cofinanciado por:



Certificação Relevante no âmbito dos produtos importados agroalimentares

- Procedimentos de transposição do acervo legislativo comunitário em matéria de regulamentação própria obrigatória - **empresas comunitárias encontram um quadro legal semelhante ao que cumprem nos respetivos países de origem;**
 - ✓ **Exemplo:** Rotulagem de bens alimentares, sujeitos (genericamente) às regras em vigor na UE; as menções nos rótulos deverão ser escritas, pelo menos, numa das três línguas oficiais da Suíça
- **Vinhos sujeitos a especificidades** - Site Régie Fédérale des Alcools (RFA);
- **Pauta Aduaneira Suíça** - Sistema harmonizado, aplicando-se os direitos aduaneiros numa base *Ad valorem*;
- Importações sujeitas, para além dos direitos aduaneiros, ao **imposto sobre o valor acrescentado:**
 - ✓ Três níveis de taxas: normal 8%; reduzida 2,5% e especial – hotelaria – 3,8%;
- Casos especiais: tabaco, bebidas alcoólicas, veículos automóveis; óleos minerais sujeitos a Impostos Especiais sobre o Consumo (taxas variáveis).

OPORTUNIDADES

- Apresentava em 2014 a 4ª posição mundial em termos de PIB *per capita*;
- Possui uma classe média com um elevado poder de compra, encontrando-se em 2014 em 2º lugar no ranking de países europeus com maior poder de compra;
- Com cerca de 8 milhões de habitantes, cerca de 300 000 são portugueses, relevando maior apetência por produtos da sua origem;
- A suíça estabelece um tratado de livre comércio com a União Europeia, logo a maioria dos produtos portugueses está isento de tarifas alfandegárias nesse mercado;
- Saldo da balança comercial claramente favorável a Portugal, com tendência crescente de aumento das exportações portuguesas para a Suíça.
- Destaque para a exportação dos produtos alimentares portugueses para a Suíça;
- Tendência crescente do teor tecnológico das exportações portuguesas para a Suíça;
- Existem muitos pequenos importadores de origem portuguesa, opção que deve ser analisada à luz da cobertura geográfica e do posicionamento pretendido no mercado;
- Principais áreas de oportunidades alimentares: fruta e legumes, sobretudo de origem biológica; peixe e marisco fresco; azeite, queijos gourmet; conservas de peixe; vinho; bolachas; refeições preparadas.

DESAFIOS

- Mercado altamente regulado;
- Fragmentação do mercado dada a divisão linguística e cantonal;
- Geralmente restaurantes e supermercados, destacam e **preferem produtos de origem suíça;**
- Forte consciência de defesa dos produtos nacionais - forte protecionismo cultural que inibe o consumidor suíço de comprar idêntica qualidade a um melhor preço, caso haja alternativa suíça;
- Setores da Alimentação ou Higiene Pessoal custam em Zurique **mais 160% do que em Lisboa**
- As principais cadeias de retalho oferecem um **número crescente de produtos de marca insígnia;**
- Alguns produtos contêm **taxas alfandegárias ou até normas fitossanitárias** que impedem a entrada de produtos.

4. Análise do Setor Agroalimentar

Apesar dos preços relativamente elevados da Suíça, especialmente relativamente a outros países, ao qual acresce a redução do turismo, o consumo alimentar continuou a verificar evoluções positivas, (2014), embora a um ritmo mais lento. De salientar, que os quiosques, lojas de conveniência, com novos conceitos de produtos e uma ampla gama de ofertas, com horários longos, assim como os cafés e bares, foram os estabelecimentos que mais verificaram este aumento. (*Consumer food services in switzerland*, julho de 2015). Ainda neste âmbito, e uma vez que a Suíça obteve uma recuperação económica mais forte que a zona euro em 2014, com taxas de desemprego a diminuírem ligeiramente e com uma taxa de inflação muito próxima de zero, o serviço de restauração cresceu cerca de 1% em 2014, em termos de vendas. De salientar que os supermercados, em 2014, observaram um crescimento de 2% em termos de valor actual, esperando-se uma tendência de crescimento mais lento ou até de estagnação. (*Grocery Retailers in switzerland*, Março de 2015). De destacar, que na liderança das *discount stores* evidencia-se o hipermercado Denner, contudo, neste âmbito, o Lidl e o Aldi também tenham assumido crescente importância.

Os supermercados Migros e Coop, continuam, em 2014, a ser os principais retalhistas neste âmbito com uma quota de 33% e 23%

Empresa	2010	2012	2014
Migros Genossenschaftsbund	33,6	32,6	32,7
Coop Genossenschaft	22,2	22,4	22,5
Aldi Suisse AG	2,7	3,2	3,6
Volg Konsumwaren AG	2,4	2,4	2,4
Valora Holding AG	2,3	2,2	2,2
Lidl Schweiz GmbH	0,9	1,4	1,6

Quadro 9: Quadro da quota de retalhistas grossistas entre 2010 e 2014;
Fonte (*Grocery Retailers in switzerland*, Março de 2015)

Empresa (milhões de CHF)	2014	2016	2019
Convenience Stores	40 491,1	41,628.8	43,314.1
Discounters	5,610.4	6,167.8	6,951.3
Hypermarkets	5,851.1	5,995.3	6,232.1
Supermarkets	25,153.5	25,347.5	25,743.8

Quadro 9: Quadro de vendas do retalho
Fonte (*Grocery Retailers in switzerland*, Março de 2015)

Promotores:



Cofinanciado por:



Feiras Internacionais

Expovina – Feira no âmbito vinícola, realizada em Zurique. Pretende reforçar a confiança dos consumidores nos vinhos oferecidos no mercado Suíço, promovendo a consciência de preço/desempenho no lado do fornecedor e do consumidor.	Anual, em Julho
VitaFoods Europe – feira de grande dimensão realizada anualmente em Genebra.	9 a 11 de Maio de 2017
ESvino Zurich – Feira de vinhos realizada em Zurique que concentra cerca de 20 empresas.	23 de Fevereiro de 2017

5. Conclusões

A Suíça revela-se **uma das economias mais desenvolvidas e competitivas a nível mundial**, com **elevada densidade populacional** para a sua **reduzida dimensão**, com um elevado PIB *pc* que confere aos seus consumidores um **elevado poder de compra**.

As perspetivas económicas para o setor agroalimentar demonstram **sinais de relativo crescimento, embora a um ritmo mais lento** relativamente aos anos passados. De revelar, que a população suíça prefere melhor qualidade em detrimento de um menor preço o que lhes permite margem de manobra para um consumo médio alto. Ao nível deste setor, concluiu-se a larga importância das exportações portuguesas para este país.

6. Contactos Úteis

Embaixada da Suíça em Portugal	Morada: Travessa do Jardim, 17 1350-185 Lisboa Tel.: (+351) 213 944 090 Fax: (+351) 213 955 945 E-mail: lis.vertretung@eda.admin.ch Website: http://www.eda.admin.ch/lisbon
Embaixada de Portugal na Suíça	Morada: Weltpoststrasse, 20 CH – 3015 Berna – Switzerland Tel.: (+413) 1 352 86 02 Fax: (+413) 1 351 44 32 E-mail: embpt.berna@scber.dgaccp.pt
Aicep Portugal Global	Morada: Av. 5 de Outubro, 101 1050-051 Lisboa Tel.: +351 217 909 500 Email: aicep@portugalglobal.pt Website: http://www.portugalglobal.pt
Chambers of Commerce and Industry of Switzerland (CCIS)	Morada: Corso Elvezia 16 Casella Postale 5399 6901 Lugano - Switzerland E-mail: info@cci.ch Website: http://www.cci.ch/en/map.htm