

Designação do projeto | ACPL + Sustentável: Modernização da ACPL, pela via do reforço da sustentabilidade do seu processo produtivo e da sua autonomia energética

Código do projeto | PDR2020-10212-097271

Objetivo principal | Contribuir para o processo de modernização e capacitação das empresas de transformação e comercialização de produtos agrícolas.

Região de intervenção | NUTS II - Norte

Entidade beneficiária | ADEGA COOPERATIVA DE PONTE LIMA, CRL

Data de aprovação | 18-08-2023

Data de início | 28-04-2023

Data de conclusão | 31-12-2024

Custo total | 206.834,29 EUR

Custo total elegível | 167.962,70 EUR

Apoio financeiro da UE | FEADER – 83.981,36 EUR

Objetivos e resultados esperados

O presente projeto tem como objetivo geral a modernização da ACPL, pela via do reforço da sustentabilidade do seu processo produtivo (apostando no incremento da qualidade e eficiência de operações chave) e da sua autonomia energética.

Por forma a alcançar o seu objetivo geral, a ACPL concebeu o presente projeto, que prevê um conjunto de investimentos, estruturados de forma articulada e sustentada, que se traduzem nos seguintes objetivos específicos e resultados esperados, que a ACPL pretende atingir:

1. Minimizar o impacto ambiental da ACPL, pela via da adoção de tecnologias mais sustentáveis, com enfoque na produção de energia elétrica para autoconsumo através da instalação de painéis fotovoltaicos (80,52 kWp), reforçando a sua autonomia energética e aumentando a fração de consumo proveniente de energia renovável (prevendo-se um valor adicional de produção de energia renovável de 109.952kWh/ano);
2. Reduzir o consumo energético, apostando no reforço da eficiência energética do seu processo produtivo, com enfoque no circuito de ar comprimido;
3. Reforçar os níveis de inovação, qualidade e eficiência de operações chave do processo produtivo;
4. Diminuir os custos de produção, através da redução dos custos energéticos em cerca de 15%, ou seja, 10.354,50 k€/ano;

5. Melhorar a comercialização dos produtos da ACPL através de novas estratégias de marketing e branding;
6. Aumentar a valorização das campanhas vitivinícolas (rendimento a distribuir aos viticultores associados).