

CONFERÊNCIA ■ CM DESTACA CASOS DE SUCESSO DE PRODUTOS NACIONAIS

Aposta no que é nacional

■ Governo lança programa 'Portugal sou eu' para incentivar compra de produtos portugueses de qualidade

● JOÃO VAZ/
/PEDRO H. GONÇALVES TEXTO
VÍTOR MOTA FOTOS

O Governo vai criar uma campanha para incentivar o consumo de produtos nacionais de qualidade. O programa 'Portugal sou eu', que deverá ser anunciado oficialmente em breve, foi revelado ontem em primeira mão pelo secretário de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação, Carlos Nuno Oliveira, na conferência promovida pelo CM, 'Fórum Marcas e Produtos Portugueses', em Lisboa.

O programa "vai dinamizar junto do consumidor português produtos nacionais excelentes e a um preço competitivo. Todos sabemos que ninguém vai comprar

"Comprar produtos nacionais cria emprego"

Carlos Nuno Oliveira

nacional se for mais caro", avançou Carlos Nuno Oliveira. Vai ser ainda criado um selo do 'Portugal sou eu' para identificar a "portugalidade do produto", que terá de ser produção nacional superior a 50% para ganhar esta distinção. O governante salientou ainda que o "consumidor pode e deve ter em conta os produtos nacionais, cuja compra vai criar emprego".

Idéia defendida por quase todos os intervenientes no fórum.

ANTECIPAR O QUE O CLIENTE QUER PARA TER SUCESSO

● Fortunato Frederico, presidente da Kyaia, do sector do calçado, não tem cedido às dificuldades. "Tem mudado tudo para resistir à crise", reconhece. Orgulha-se de ter 85% dos quadros formados por ele e garante que para ter sucesso, os produtos portugueses apenas precisam de "antecipar o que o cliente quer".

Catarina Portas afirmou mesmo que, finalmente, se começa a mudar a mentalidade no País de que "só o que é estrangeiro é bom". Alberto da Ponte, presidente da Sociedade Central de Cervejas, que detém a Sagres, defende mesmo que "as marcas portuguesas têm obrigação de exportar por desígnio nacional. Têm de o fazer bem", ressalva.

Os empresários defendem, contudo, que só o made in Portugal não serve. "É preciso qualidade e inovação", sublinhou José Cruz, presidente do grupo têxtil Diniz e Cruz. ■

O secretário de Estado Carlos Nuno Oliveira diz que é preciso criar uma dinâmica à volta dos produtos nacionais

PAINEL SOBRE É importante

■ Além da qualidade, as marcas vivem de boas histórias e da empatia com o consumidor



algarve genuíno

AROMAS, SABORES, SABERES

MOSTRA DE PRODUTOS DE ARTESANATO
ETNOGRAFIA E GASTRONOMIA DO ALGARVE



PORTIMÃO ARENA
30, 31 MARÇO e 1 ABRIL 2012

6ª feira > 17h - 24h
sábado > 11h - 24h
domingo > 11h - 22h

www.cm-portimao.pt



E MARCAS DE ÊXITO

Nunca chame os clientes ao nosso país

ALBERTO DA PONTE Pres. da Central Cervejas e Bebidas



“A cerveja exporta metade dos vinhos, apesar de não se ligar Portugal à cerveja

“A Autoridade da Concorrência tem acção fraca e precisa de ser muito mais activa

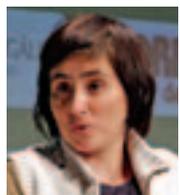
CATARINA PORTAS Fundadora da Vida Portuguesa



“O local tornou-se numa excelente forma de vender no mundo global

“Há um barato que sai muito caro. Pode levar ao fecho de fábricas e desemprego

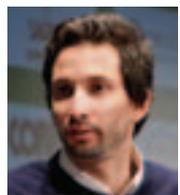
FILIPA PATO Enóloga, filha e neta de produtores de vinho



“Estamos em bons locais de venda, só por si, já promove as nossas marcas

“Preciso de clientes exigentes, habituados aos vinhos de topo da Borgonha e Piemonte

JOSÉ AVILEZ Chef, empresário e consultor na área cozinha



“A cozinha é o elemento mais distintivo de um país. Faz sentir a sua falta

“Faltam muitos anos e muito investimento para chegarmos ao topo na cozinha

SUZANA FERREIRA Directora-geral dos Jogos Santa Casa



“Todos os apostadores são mecenas sociais, como se vê no destino da receita

“A crise está a obrigar os portugueses a olhar para as coisas de forma mais racional

PAINEL SOBRE MARCAS EXPORTADORAS

Necessário garantir comércio equitativo

■ Taxas aduaneiras astronómicas, como os 50 e tal por cento cobrados pelo Brasil ao calçado e vinho de Portugal, levam os exportadores a apostar em parceiros mais equitativos

JOSÉ CRUZ Fundador do grupo de vestuário Dinis & Cruz



“Na Alemanha, o nosso produto confunde-se com o italiano e até ultrapassa

“Governo tem de mandar os jovens aprender nas empresas e não na escola

FORTUNATO FREDERICO Presidente da Kyaia e da Fly



“O calçado adapta-se rapidamente, porque tem plano estratégico há 20 anos

“A produção está globalizada. Falta globalizar o poder aquisitivo das pessoas

JORGE MONTEIRO Presidente da direcção ViniPortugal



“Temos muito trabalho a fazer, mas não uma má imagem para desfazer

“Portugal é o país do Mundo que publica mais artigos científicos sobre vinho

JOSÉ VITAL MORGADO Administrador da AICEP



“A marca tem valor estratégico. Permite que a mais-valia venha para a empresa

“Nunca fazem êxito no estrangeiro sem antes se imporem no mercado interno



O director-adjunto Armando Esteves Pereira (à esq.) debateu êxito de marcas



Miguel Ganhão (à esq.), subchefe de redacção do 'CM', moderou painel da exportação



Bingo
ZOO

www.facebook.com/bingodozee

CERVEJA & PETISCO!

Dias 30 e 31 março 2012

Jogue a sua sorte connosco!

Acompanhada de uma cerveja e uns maravilhosos petiscos.

HORÁRIO das 13h30 à 21h30 CONTACTO 217 232 930/96 ESTAÇÃO DE METRO Jardim Zoológico