

PORTUGAL É A NOSSA MARCA!



Hoje parece evidente que estamos no caminho certo, que encontrámos o rumo e que temos as ferramentas para continuar a crescer nos mercados externos. Produzimos produtos únicos, diversos, de qualidade reconhecida e com os mais elevados padrões de segurança alimentar. Por outro lado, beneficiamos de um contexto excepcional no que respeita à imagem do nosso País além-fronteiras. O crescimento do turismo está a bater recordes, potenciando o reconhecimento de Portugal, desde o seu território e o clima, até aos costumes, cultura, gentes e “modo de estar português”. Nesta realidade, a gastronomia e os produtos agroalimentares ocupam um lugar de destaque – das frutas e legumes, do vinho e azeite, dos queijos e charcutaria e do pescado às especialidades exclusivas, que Portugal nos oferece, de Norte a Sul. PORTUGAL é a nossa marca!

A influência atlântica impacta na diversidade dos nossos produtos - genuínos, com cor, sabor, textura e aromas bem distintos e diferenciadores.

A estratégia de internacionalização desenhada pelo sector agroalimentar em plena crise da economia mundial, e em particular as dificuldades que todas as empresas e empresários sentiram em Portugal a partir do final da primeira década deste século, foi de facto determi-

nante para a posição que temos hoje no contexto exportador, pois conforme diz o ditado africano, “sozinhos vamos mais rápido, juntos chegamos mais longe”.

A PortugalFresh, PortugalFoods, Wines of Portugal e tantos outros movimentos de “clusterização” em diferentes sectores, do calçado aos têxteis, dos moldes à saúde, passando pelo turismo, foram, são e marcarão em absoluto a chave para que Portugal esteja mais bem preparado para competir nos mercados internacionais e consiga aumentar a base de empresas exportadoras e o aumento do volume e valor das exportações, reduzindo o *deficit* da nossa balança comercial, criando condições para atrair mais e melhor investimento estrangeiro. O sector agroalimentar tem, contudo, um imperativo imediato que deve estar na agenda dos empresários, das organizações de produtores, dos *clusters* e dos decisores políticos que desenham as linhas de apoio ao reforço da competitividade da economia e das empresas – esse imperativo imediato passa pela aposta na inovação.

O sector agroalimentar tem condições para reforçar o seu foco na investigação e desenvolvimento tecnológico de suporte às melhorias de técnicas na pós-colheita, logística e conservação dos produtos, na embalagem, etc, desenvol-

vendo efectivamente investigação pré-competitiva.

Como dizemos na PortugalFoods, a nossa missão é fazer hoje o que antes já foi feito: descobrir os lugares onde o que somos pode crescer; levar o que nos faz diferente; alimentar o Mundo com sabores imensos, cheios de saúde e força; cruzar os mares e os ares para espalhar os frutos da terra e do mar; partir de Portugal a imaginação e a qualidade excepcional de um povo resistente, para dar ao Mundo um mundo novo.

Termino dirigindo uma palavra ao querido e saudoso Manuel Évora, pelo seu inigualável contributo no sector das Frutas, Legumes e Flores. Obrigado pela inspiração. Foste um verdadeiro embaixador da força e carácter dos empresários e de todos aqueles que fazem este sector resistente e resiliente. ●



Amândio Santos, presidente da PortugalFoods



embalpom
comércio de embalagens

A solução para a sua embalagem



EMBALPOM, Lda.

Rua Sol Nascente, Lote 7 - Ponte Seca - 2510-701 Gaeiras

Tel. (+351) 262 958 320 - Fax (+351) 262 950 073 - www.embalpom.com - info@embalpom.com