



# Plan de Comercialización Produtos Tradicionais Galiza e Norte de Portugal

Resumo executivo (português)

O presente plano de comercialização tem como objetivo principal reposicionar e relançar o Centro de Promoção de Produtos Tradicionais criado em Setembro de 2011, no âmbito do projecto do Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular (Eixo Atlântico) denominado “eixo do interior”. Este projeto tem por **objetivo primordial potenciar o desenvolvimento económico, a fixação da população e a criação de emprego em áreas do interior da Eurorregião Galiza-Norte de Portugal** de modo a poder contribuir para uma diminuição dos desequilíbrios existentes entre as áreas do interior e as regiões do litoral.

O desenvolvimento e o crescimento de negócios e iniciativas empresariais no setor dos produtos tradicionais é uma área particularmente favorável para **impulsionar o crescimento económico**. Este crescimento é particularmente relevante nos territórios considerados neste plano de comercialização onde o número de empresas individuais é superior a 67% e onde mais de 85% das atividades empresariais empregam menos de dois funcionários.

Os cerca de 160 produtores e mais de 500 produtos pertencentes à marca que serão incluídos na gama de "Produtos Tradicionais da Galiza e do Norte de Portugal", que este plano de comercialização procura alcançar num horizonte temporal de 18 meses, reflecte um aumento de quatro vezes quando comparado com o número de produtores que aderiu ao projeto em etapas anteriores.

O impacto do projeto no tecido empresarial e produtivo do território do interior do Eixo Atlântico será fortalecido com a incorporação de agentes, quer do setor público, quer do privado, o que contribuirá para um aumento em cerca de duzentos do número total de agentes nele envolvidos.

**O aumento do número de agentes envolvidos, o reforço da sua transversalidade e a inclusão de estratégias de comercialização e cooperação inteligente, permitirá multiplicar o impacto do projeto** em termos de criação e manutenção de emprego, assegurar um ambiente produtivo que é intensivo em mão-de-obra e onde a maior parte das empresas são de natureza individual. Isto permitirá assim gerar mais de 800 empregos diretos e indiretos associados ao seu desenvolvimento.

Estes resultados **traduzir-se-ão, no âmbito demográfico, na fixação de população** através da visibilização da mulher no âmbito laboral rural, tanto através da criação de emprego por conta própria (trabalho independente) ou por conta de outrem (trabalho dependente). Estes resultados contribuirão igualmente para inverter a situação da mulher em contexto rural, territórios estes marcadamente masculinizados, e onde o papel da mulher se associa, tradicionalmente, a actividades de carácter não remuneratório.

A estes efeitos demográficos e económicos, acrescenta-se o **impulso** que o projecto suporá **tanto no desenvolvimento e lançamento ao mercado de novas ideias como no processo de digitalização do âmbito rural**. Actuando como alavanca de novas iniciativas empreendedoras no campo agroalimentar que aproveitem o talento do rural. Portanto, o desafio proposto de

apoiar 20 novos projetos potenciais num período de tempo de 18 meses, após o relançamento do programa, parece ser razoável e realista.

Para além disto, **o projeto é considerado estratégico no sentido de que contribuirá** para o progresso social e económico do território do Eixo Atlântico e **o fortalecimento deste território como um unico espaço** com a configuração ideal para o desenvolvimento de ideias e o consequente aparecimento de produtos de autor e produtos tradicionais **no imaginário dos consumidores** (e a sua colocação no mercado). Isto, independentemente das ideias terem surgido e produtos terem sido desenvolvidos na Galiza ou no Norte de Portugal. Desta forma, o conceito "Produtos Tradicionais do Eixo Atlântico" substituirá os "Produtos Tradicionais da Galiza e do Norte de Portugal".

Este plano de comercialização inclui também ações destinadas a impulsionar as atividades turísticas e a fortalecer o vínculo entre o setor agroalimentar e a gastronomia, gerando assim impactos positivos tanto em termos de emprego global, bem como em contribuir para minimizar os efeitos da sazonalidade no setor do turismo.

Inicialmente, este **plano de comercialização prevê a incorporação de produtos nas seguintes categorias:** bebidas alcoólicas (vinhos, cervejas, aguardente, licores e outras bebidas espirituosas); carne (carne fresca, carne seca, enchidos e conservas de carne), padaria e doçaria tradicional; produtos lácteos (leite, queijo, iogurtes, manteiga, requeijão, gelados); mel, marmelada e compotas; óleo (azeite e azeitonas); produtos de natureza silvestre e de pomar (conserva de vegetais, produtos à base de castanha, kiwi, "frutos vermelhos", amêndoas, e outras frutas menos popularizadas) e cosméticos produzidos à base de produtos naturais. Está prevista a possibilidade de incluir novas categorias de produtos e produtores de forma simples e rápida, tanto por iniciativa própria de produtores, como a pedido de produtores específicos ou de outros agentes do mercado.

**Os valores centrais sobre os quais se posicionará a gama de "Produtos Tradicionais do Eixo Atlântico" serão:** o valor da tradição, dos produtos menos homogêneos e com características específicas (os tais produtos de autor acima referidos), incorporando-lhes, assim, os atributos próprios de proximidade, qualidade, saúde e bem-estar e inovação. Valores estes que serão operacionalizados com potenciais laços estratégicos nos seguintes domínios: gastronomia, produtos diferenciados e não-transformados, novos métodos de produção agrícola e novos produtos.

Neste posicionamento estratégico delineado para a gama de "Produtos Tradicionais do Eixo Atlântico", onde se procura dar resposta concreta às novas exigências dos consumidores, o papel desempenhado pelos produtores será fundamental. O produtor será cada vez mais responsável por estabelecer uma ligação entre os consumidores de modo a que estes possam aceder informação honesta e detalhada sobre quem é o responsável pelo cultivo, detalhes da colheita e composição orgânica dos alimentos e bebidas.

**Os produtos incluídos irão incorporar a designação geográfica de origem do produto, a origem dos ingredientes e o uso de certos métodos de produção e fabrico.** Serão também incluídas outras informações a respeito das características que permitirão ao consumidor

associar o produto como sendo um produto tradicional de origem local, tanto em termos de valores tangíveis (práticas de produção e distribuição sustentáveis, processamento industrial mínimo, uso limitado de produtos químicos e fertilizantes, a existência de práticas de trabalho justas, diretrizes para garantir a produção, e até mesmo o bem-estar animal), como de valores simbólicos (a personalidade do produtor, o valor paisagístico da área cultivada, a capacidade de preservar a qualidade dessa mesma paisagem e uma série de outros fatores que enaltece todo o processo produtivo (informação que permitirá refletir todo um percurso histórico sobre a produção de um alimento)).

Esses fatores fazem com que nem todos os produtores se encaixem no projeto, nem os seus produtos na gama de "Produtos Tradicionais do Eixo Atlântico". Somente os produtores localizados no território do Eixo Atlântico que possuem uma certa cultura e saber sobre um processo produtivo, que se quer associado ao território, respeito pelo tradicional e pouco ou nada industrializado serão considerados. E, do seu portfólio de produtos, apenas os produtos que possuem uma série de **características associadas a cada uma das gamas de produtos** serão incorporados; algumas dessas características são:

- 1.- Incluir "ingredientes tradicionais" típicos destes territórios que possuem uma "composição tradicional" (matérias-primas no caso de produtos primários) e, no caso de elaboração, seguem um "sistema tradicional" ou "artesanal" de produção própria e diferenciada, e/ou, um método de processamento não intensivo em processos industriais.
- 2.- Contemplar "personalidade", isto é produtos com um historial, e identidade própria, evitando, assim, uma homogeneização dos produtos (na Galiza e no Norte de Portugal).
- 3.- Assegurar a autenticidade, que em qualquer caso deve ser compatível com a atenção aos requisitos da procura dos consumidores em termos de segurança, respeito ambiental e animal, inovação, métodos de promoção e marketing inteligente intrinsecamente ligados a projetos de colaboração entre agentes.
- 4.- Assegurar o carácter "saudável" dos produtos.

Com base nestas características, foi analisada a situação atual e as tendências nas áreas de consumo, produção, distribuição e cooperação inteligente, é posteriormente **formulado um plano de ação, com um horizonte temporal de 18 meses, abrangendo 33 ações, agrupadas em 12 linhas estratégicas de ação para poder enfrentar os quatro principais desafios que precisam de ser enfrentados.**

Este plano de comercialização procura **facilitar a colocação de "Produtos Tradicionais do Eixo Atlântico" nos mercados, pois após estes serem colocados no mercado, o alinhamento entre o processo produtivo, as características associadas ao produto e o respeito pelas vontades dos consumidores, permitirá um fluxo de vendas crescente para cada um dos produtos.**

**A implementação deste plano de comercialização requer** não só a redefinição dos esforços a serem realizados pelos atuais agentes promotores do projeto (o Eixo Atlântico, os concelhos promotores e os produtores aderentes), mas também a **inclusão de novos parceiros nos domínios público e privado, a procura de fontes de financiamento e a elaboração de um modelo administrativo que seja financeiramente sustentável** no longo prazo, no qual as empresas participantes assumem a sua quota de contribuições, de acordo com os benefícios diretos que o projeto lhes proporcionará.