

# Aicep dá pontapé de partida para relançar marca Portugal

Mónica Silveiras 17 Fevereiro, 2021

O conselho consultivo da Aicep, onde estão representadas as principais exportadoras, investidores, associações nacionais, reúne esta quarta-feira **paralaançar o debate sobre a Marca Portugal**. A Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal vai apresentar ao Governo um plano estratégico para aumentar a notoriedade do país junto do consumidor final em todo o mundo.

“Os produtos portugueses já são percecionados como sendo de qualidade e incorporando inovação e *design* junto dos compradores profissionais”, sublinha o presidente da Aicep. “Na próxima década temos de dar o salto para que a perceção «É português, é bom» seja disseminada junto também dos consumidores finais”, diz Luís Castro Henriques, acrescentando que “este é um grande desafio”.

**Este plano, que será discutido no final de março, “vai trabalhar as várias dimensões da marca de forma a melhorar a perceção externa de Portugal e explorar o seu potencial económico** contribuindo para potenciar a captação de investimento externo e aumentar as vendas ao exterior”, explica fonte oficial da agência.

Os trabalhos começam com esta reunião do conselho consultivo, em formato digital, que servirá “para discutir a marca e a notoriedade, a coordenação de imagem e de ações que serão fundamentais na década”, disse, [em entrevista ao Dinheiro Vivo](#), o presidente da Aicep.

O passo seguinte é ouvir empresas, associações e especialistas, tendo como base o estudo de marca-país elaborado pela VMLY&R. O objetivo da Agência é desenvolver um plano de ação para a Marca Portugal que irá apresentar ao

Governo, no âmbito do seu papel de coordenação técnica do Programa Internacionalizar 2030.

Este estudo, que reúne opiniões de 21 mil decisores e cidadãos de 73 países, conclui que **Portugal está no top 24 dos melhores destinos para fazer negócios, visitar, interagir**. Mas há um caminho a fazer já que o estudo revela que relativamente à abertura de Portugal para fazer negócios, o país está no *top 20*, mas quando em termos de regularidade com que o fazem, Portugal desce para o *top 30*.

Com este plano estratégico pretende-se que **os consumidores estejam dispostos a pagar pela qualidade do produto nacional e isso faz-se através com um trabalho ao nível da marca Portugal**. Recorde-se que no [Plano de Recuperação e Resiliência, que está agora em consulta pública](#), Portugal tem como meta que as exportações atinjam 50% do PIB até 2026 e 60% até 2030.