

CIM das Terras de Trás-os-Montes com projeto para implementação de marca territorial

“Terras de Trás-os-Montes” pretende assumir-se como fator de promoção e valorização do território e das suas gentes

Está em curso o processo para a implementação da marca territorial “Terras de Trás-os-Montes”. Uma marca que se pretende agregadora dos produtos e serviços do território, assumindo-se como um dos pilares para a valorização e promoção interna e externa da região.

A CIM das Terras de Trás-os-Montes, enquanto entidade promotora, vê na criação desta marca uma forma de conseguir maior visibilidade para o território, impulsionando o trabalho colaborativo e em rede e contribuindo para a dinamização do tecido económico. A ideia é que esta represente toda a oferta territorial, traduzindo-se num veículo de comunicação reconhecido por produtores e consumidores nacionais e internacionais e gerando valor para o território.

Um projeto que começa a ganhar forma, estando em desenvolvimento ações que visam contribuir para o sucesso da sua implementação. Este é o caso da ação de benchmarking que a CIM das Terras de Trás-os-Montes organizou aos Açores. A iniciativa, que terminou hoje, teve como principal objetivo conhecer o processo de desenvolvimento desta marca e a estratégia adotada para o seu sucesso. Uma visita técnica que permitiu trocar experiências, contactar com promotores da marca, empresas e empresários constatando no terreno os benefícios da criação de uma marca territorial e as formas de replicar as boas práticas no território das Terras de Trás-os-Montes. É nisso mesmo que consistem as ações de benchmarking, definidas como um “processo contínuo de comparação dos produtos, serviços e práticas empresariais entre os mais fortes concorrentes ou empresas reconhecidas como líderes”.

A visita de quatro dias, à Ilha Terceira e à de S. Miguel, contou com uma comitiva constituída por responsáveis políticos e técnicos da CIM das Terras de Trás-os-Montes, Municípios e Associações de Desenvolvimento Local da região. A delegação foi recebida pelo Vice-Presidente do Governo Regional dos Açores, Sérgio Ávila, numa receção onde também estiveram presentes os Presidente da Câmara Municipal de Angra do Heroísmo, José Gabriel de Meneses, da Praia da Vitória, Tibério Dinis e os administradores da Sociedade para o Desenvolvimento Empresarial dos Açores (SDEA), entidade gestora da “Marca Açores”.

Do programa fizeram também parte ações de formação, ministradas pela SDEA, sobre os princípios e procedimentos em que assenta a estratégia da “Marca Açores”. Na altura, foram abordados temas como: a “Estratégia da Marca Açores”, a “Aplicação e Resultados da Marca”, a “Gestão da Marca” e a “Comunicação”. Esta ação incluiu ainda a visita a empresas regionais aderentes à marca.

A “Marca Açores” foi criada em 2015 e em apenas três anos já tem 177 empresas aderentes e mais de 3 mil produtos e serviços certificados. Um exemplo de sucesso, que a região quis conhecer *in loco*, uma vez que o objetivo da criação da marca “Terras de Trás-os-Montes” assenta também no envolvimento de todos os agentes da região para a concretização de uma estratégia comum que permita o reconhecimento e afirmação do território e dos seus produtos e serviços.

Neste âmbito está também a decorrer um concurso de ideias para a criação da identidade corporativa da marca territorial “Terras de Trás-os-Montes”. A criação de uma imagem única e identificativa do território é entendida como fundamental nesta estratégia de promoção territorial.

Recorde-se que a CIM das Terras de Trás-os-Montes engloba os concelhos de Alfândega da Fé, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais.

Para mais informações contactar

Sónia Lavrador

Telem: 917332226

@: comunicacao@cim-ttm.pt | sonialavrador@cim-ttm.pt