



**PORTUGAL  
FOODS**

Atlantic meets Mediterranean

# Portugal Excepcional 2.0

O projeto Portugal Excepcional 2020/2021 visa a capacitação do tecido empresarial do setor agroalimentar para a internacionalização, através de iniciativas que apoiem a criação de conhecimento e a promoção internacional do setor, contribuindo para o aumento das exportações e da visibilidade internacional do setor agroalimentar português.

## VISÃO ESTRATÉGICA

Funcionar como agente disseminador de informação relevante sobre tendências nacionais e internacionais, produzindo relatórios à medida das necessidades das empresas em específico, e da fileira em geral, procurando assim estimular a inovação, a capacitação e a qualificação do setor.

Assegurar a sustentabilidade das empresas e a potenciação do negócio através da promoção do diálogo e cooperação entre os diversos atores públicos e privados, reforçando as sinergias para a competitividade estratégica e para a criação de vantagens competitivas.

Promover a internacionalização das empresas do setor agroalimentar através de um suporte ativo, seja na sua capacitação para a internacionalização, seja pela identificação e captação de oportunidades através de Business Intelligence.

## OBJETIVOS

- Caracterização, análise e vigilância de mercados externos e divulgação de informação na plataforma online Radar de Mercados Internacionais;
- Estudo e análise do perfil do consumidor estrangeiro de produtos portugueses, ao nível de opinião e conhecimento sobre os mesmos;
- Capacitação do setor agroalimentar para a internacionalização, com enfoque na logística e nas plataformas marketplace enquanto veículos para a internacionalização;
- Promoção internacional da oferta de produtos e serviços, diferenciados e de maior valor acrescentado, do setor agroalimentar português.

## ATIVIDADES

### 1 ANÁLISE E VIGILÂNCIA DE MERCADOS

**Reforçar a competitividade internacional do setor agroalimentar português através da capacitação para a internacionalização e da identificação e captação de oportunidades em mercados prioritários.**

- Dinamização da plataforma “Radar de Mercados Internacionais”;
- Elaboração de estudos macroeconómicos para os países considerados prioritários no âmbito da Estratégia de Internacionalização do Setor Agroalimentar 2019/2021 (Índia, México, Angola e região do Magrebe).

### 2 ESTUDO E ANÁLISE DO PERFIL DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS PORTUGUESES

**Potenciar o desenvolvimento de novos produtos por parte das empresas nacionais que possam corresponder às preferências, tendências e necessidades dos consumidores.**

- Desenvolvimento de um estudo das preferências do consumidor com apetência para consumir produtos portugueses em quatro países europeus (Espanha, França, Alemanha e Itália), identificados como prioritários no âmbito da Estratégia de Internacionalização do Setor Agroalimentar 2019-2021;
- Levantamento, identificação e caracterização dos locais (lojas e supermercados) onde já são comercializados os produtos portugueses, possibilitando mapear e caracterizar a procura e capacidade de oferta para estes produtos;
- Ações de promoção dos produtos portugueses junto de opinion makers, sensibilizando-os para a sua diversidade e qualidade.

### 3 CAPACITAÇÃO DO SETOR AGROALIMENTAR PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

**Contribuir de forma decisiva para ultrapassar constrangimentos existentes por parte das empresas, assim como para a competitividade internacional do setor agroalimentar nacional, promovendo a criação de conhecimento nas empresas.**

- Realização de estudo sobre a evolução do comércio online e o impacto causado pelo COVID-19.
- Definição de estratégia e identificação de meios para promoção online do setor agroalimentar nacional.

### 4 PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO SETOR AGROALIMENTAR PORTUGUÊS

**Evidenciar as competências e potencial das entidades do setor nacional, com enfoque nos produtos diferenciadores e de maior valor acrescentado, contribuindo para a divulgação internacional do setor agroalimentar português.**

- Ativação da marca PortugalFoods – Atlantic meets Mediterranean;
- Fóruns Internacionais Digitais: contacto com 20 players, em dois momentos distintos, para apresentação da oferta agregada dos produtos portugueses;
- Ação Promocional da Gastronomia Portuguesa, ação realizada em conjunto com a TAP (Estados Unidos da América)
- Participação Institucional em Certames Internacionais: ISM (Colónia, Alemanha) SIAL Canadá (Toronto, Canadá) Organic Food Iberia (Madrid, Espanha) Food & Health Ingredients Europe (Frankfurt, Alemanha)

**Contacte-nos para saber mais sobre o projeto Portugal Excecional 2.0**

 (+351) 220 944 476  [market.division@portugalfoods.org](mailto:market.division@portugalfoods.org)

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional