

CEM POR CENTO



NICOLAU
SANTOS
nicolausantos@mail.expresso.pt

Mude de atitude, compre português

PORTUGAL é o maior produtor mundial de cortiça. Entre as muitas utilizações da cortiça, o fabrico de rolhas é uma das mais conhecidas — que são vendidas para muitos mercados. Portugal é um produtor e exportador de vinho. Esse vinho utiliza rolhas de cortiça. Mas há algo que ameaça quer as rolhas de cortiça quer o vinho português: são os vedantes alternativos e o vinho que os utiliza.

Faz, por isso, todo o sentido que a Associação Portuguesa de Cortiça tenha lançado uma grande campanha no mercado internacional com o objectivo de reforçar a imagem das rolhas de cortiça nos mercados internacionais — e, ao mesmo tempo, de demonstrar que o toque de classe dos grandes vinhos passa pela utilização de rolhas de cortiça.

Para promover esta campanha, a APCOR recorreu a um dos rostos portugueses mais mediáticos neste momento, o de José Mourinho. E fez muitíssimo bem. É este, aliás, um exemplo a seguir. Com a globalização, todos os nossos produtos em todos os mercados (mesmo no nosso) estão sujeitos a fortes ataques da concorrência. Há que estar atento e responder-lhes taco a taco. E, para isso, há que provar que os nossos produtos são melhores, são excelentes. Associar-lhes rostos portugueses de sucesso faz todo o sentido: na arquitectura (Siza Vieira, Souto Moura), na literatura (Saramago, Lobo Antunes, Miguel Sousa Tavares, Inês Pedrosa), na música (Maria João Pires, Rodrigo Leão, Kátia Guerreiro), no desporto (Mourinho, Figo, Cristiano Ronaldo), etc.

Portugal mudou profundamente nos últimos 30 anos. Há muito que não somos o país da velhinha vestida de preto que leva pela arreata um burro que puxa uma carroça carregada com fardos de palha. Somos um país moderno — e temos de vender essa modernidade. Somos um país que tem excelentes produtos — e temos de mostrar aos outros que temos esses excelentes produtos.

É por isso que também fez todo o sentido a realização do SISAB (Salão In-



PARA RESPONDER À GLOBALIZAÇÃO, HÁ QUE MOSTRAR QUE NÓS E OS NOSSOS PRODUTOS SOMOS EXCELENTE



ternacional do Vinho, Pescado e Agro-Alimentar), que durante três dias decorreu no Pavilhão Atlântico, em Lisboa. Objectivo: dar a conhecer a 560 importadores de 65 países os produtos oferecidos pelas empresas portuguesas exportadoras do sector agro-alimentar.

Essa nova imagem do país é sublinhada pelo presidente do ICEP nesta edição: Portugal é essencialmente um exportador de maquinaria, que já representa um terço das nossas vendas ao exterior. Só depois vem a fileira da moda (têxteis, vestuário e calçado), mas com metade do valor vendido das máquinas. Mais importante, enquanto o sector da

moda vem numa tendência de queda, a venda de máquinas ao exterior vai numa consistente tendência alista.

A esta percepção do país há que juntar uma outra, a responsabilidade dos consumidores. Se quando compramos algo optarmos pelo produto português, exigirmos o produto português (exigindo também qualidade e um preço competitivo), estaremos a contribuir para uma economia mais forte, para empresas mais modernas e para garantir ou criar milhares de postos de trabalho. Todos nós, enquanto consumidores, somos responsáveis pela construção de um país onde seja excelente viver.