

84,5% dos consumidores procura a origem do produto

Selo “Portugal Sou Eu” influencia consumidores no ato da compra

O “Portugal Sou Eu” apresentou os resultados de um estudo que avaliou a notoriedade do Selo “Portugal Sou Eu”, tendo como base os hábitos de compra dos consumidores portugueses em relação à origem dos produtos.

A apresentação do estudo, conduzido por uma equipa de professores do ISEG - Lisbon School of Economics & Management (CEGE) da Universidade de Lisboa, decorreu, hoje, durante o II Fórum “Portugal Sou Eu”, no Centro de Congressos de Lisboa, tendo sido reconfirmado o comportamento dos consumidores perante a origem dos produtos, nomeadamente os alimentares, e o predomínio da despesa mensal orientada para produtos portugueses.

O estudo revela que 84,5% dos consumidores procuram - para a maior parte dos produtos ou para algumas categorias de produtos - a origem do produto. Destes, 76% procura a indicação da origem do produto ou um selo (42,8%). E 85,9% dos consumidores refere a necessidade de existir um selo que identifique que o produto é português.

Os resultados são claros e apontam para um aumento, em comparação com o estudo feito em 2014, dos consumidores que compram produtos portugueses frequentemente (65,6% em 2017 e 62,4% em 2014) e dos que tentam comprar produtos portugueses sempre que existam (68,6% em 2017 e 58,7 % em 2014).

A preocupação do consumidor em relação à origem continua a ser maior nos produtos alimentares, com 94,6% para os azeites e vinhos e mais de 80% nas frutas, legumes, pão doçaria, pastelaria, peixe, carne e derivados e queijos.



A satisfação com os produtos portugueses também registou um aumento (92,8% em 2017 e 87,6% em 2014), assim como, a intenção de comprar mais produtos portugueses (50,8% em 2017 e 41,6% em 2014).

Na área da qualidade, o estudo diz que esta prevalece sobre o preço para a compra de produtos portugueses na quase totalidade das categorias, sendo predominante nas categorias de bens alimentares.

Em relação aos gastos, a maioria dos inquiridos (48,4%) gasta entre 51% a 75% da sua despesa mensal total em produtos portugueses (em 2014 registou-se 41,6%).

Já no que toca aos valores do consumidor como cidadão, os motivos que conduzem à compra revelam que 89% acredita que está a criar emprego, 87% a ajudar Portugal a ser uma economia forte, 78% a apoiar as empresas portuguesas e 77% a ajudar a melhorar o deficit.

Verifica-se um aumento da notoriedade espontânea do “Portugal Sou Eu”, existindo 30,3% de referências aos dois logos do selo em 2017 que compara com 21,4% em 2014.

A notoriedade assistida regista um acréscimo de referências nos dois logos, passando de 27,7% em 2014 para 37,8% em 2017. Em particular, o selo com a insígnia “Portugal Sou Eu” obtém 26,7% das referências em 2017 (15% em 2014).

Nesta área, o estudo demonstra, ainda, que as campanhas de publicidade desenvolvidas pelo “Portugal Sou Eu” influenciaram a decisão de compra de produtos portugueses, tendo 34,3% dos consumidores admitido que passaram a comprar mais produtos portugueses.

O estudo de notoriedade e conhecimento do Selo “Portugal Sou Eu” analisou, através de um inquérito realizado a 1.201 consumidores, a perceção em relação às campanhas publicitárias desenvolvidas; os hábitos de compra de produtos portugueses e a forma de os identificar; os setores onde a diferenciação é mais importante, os critérios de exigência perante a oferta nacional; as motivações para comprar produtos nacionais e estrangeiros e as tendências de consumo.



Sobre o “Portugal Sou Eu”

O programa “Portugal Sou Eu” foi lançado em dezembro de 2012, pelo Governo de Portugal, com o objetivo de mobilizar o país para o desígnio do crescimento económico pela via de um consumo informado de produtos e serviços com o Selo do programa.

O propósito da iniciativa é melhorar a competitividade das empresas portuguesas, promover o equilíbrio da balança comercial, combater o desemprego e contribuir para o crescimento sustentado da economia.

O programa valoriza, através da atribuição do Selo, os produtos e serviços que geram valor acrescentado em Portugal. Esse valor é calculado com base em critérios de incorporação nacional, marcas e patentes, impacto no emprego e valor acrescentado.

Até ao momento, aderiram ao Selo “Portugal Sou Eu” cerca de 1.700 empresas, que qualificaram mais de 5.700 produtos, representando no seu conjunto um volume de negócios agregado superior a 6,5 mil milhões de euros e mais de 46 mil postos de trabalho.

Cerca de 68% dos produtos aos quais foi atribuído o Selo “Portugal Sou Eu” pertencem aos setores da Alimentação, Bebidas, Agricultura e Pescas e as Empresas Aderentes localizam-se em todos os distritos de Portugal continental.



Um estudo de mercado recente, que avaliou o impacto da adesão, confirma que 83% das Empresas Aderentes consideram que as suas vendas beneficiaram com a associação ao “Portugal Sou Eu”.

São já várias as figuras públicas de diversos quadrantes da sociedade portuguesa que aceitaram o convite do Ministério da Economia para serem Embaixadoras do projeto. Através dos seus testemunhos e da presença em eventos, os 18 Embaixadores do “Portugal Sou Eu” (Carlos Coelho, Carolina Piteira, Cláudia Vieira, Cristina Ferreira, Cuca Roseta, D.A.M.A, Fátima Lopes, Fernanda Freitas, Fernando Gomes, Henrique Sá Pessoa, Júlio Isidro, Júlio Magalhães, Justa Nobre, Luís Buchinho, Luís Onofre, Nelson Évora, Rosa Mota e Vítor Sobral) têm contribuído, através da participação em ações diversas, para sensibilizar e divulgar a iniciativa por todo o País.

O “Portugal Sou Eu” tem financiamento do programa Compete 2020 e é gerido por um Órgão Operacional formado pela Associação Empresarial de Portugal (AEP), Associação Industrial Portuguesa-Câmara de Comércio e Indústria (AIP-CCI), Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP), Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP), Associação



Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) e pelo IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação, IP, a quem compete coordenar este mesmo órgão.

<http://portugalsoueu.pt/>

www.facebook.com/portugalsoueu/

Para mais informações contactar o gabinete de imprensa do “Portugal Sou Eu”:

Elisabel Soares - 93 781 44 36, elisabel.soares@jervispereira.pt

Ana Negrão - 93 604 19 98, ana.negrao@jervispereira.pt