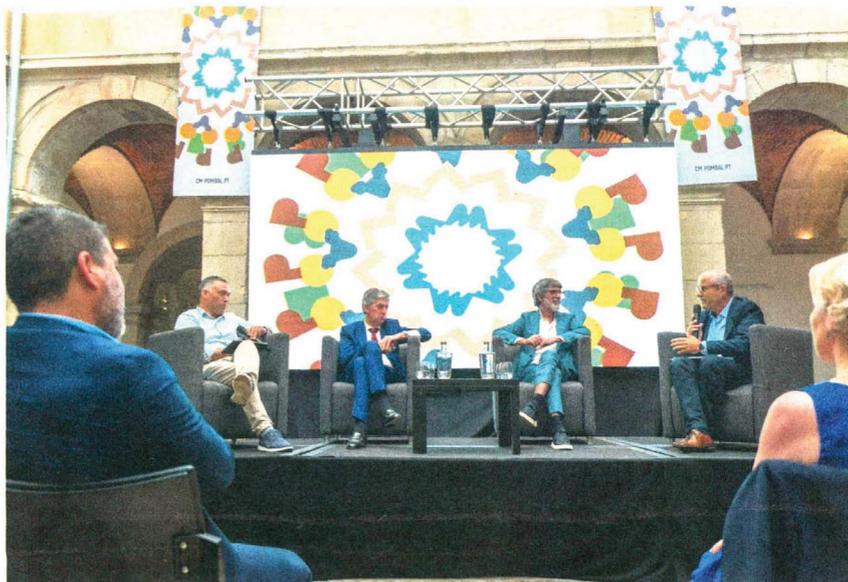


ID: 112310734

25-07-2024

## Nova marca coloca Pombal no “centro natural de Portugal”



Nova marca de Pombal foi apresentada no dia 16 de julho, nos Paços do Concelho Foto: CMP

Pombal como uma escolha central e natural na vida de todos os pombalenses, dos que investem e visitam o concelho. Este é o mote da nova marca de Pombal que foi apresentada no dia 16 de julho, nos Paços do Concelho da Câmara de Pombal.

Criada pela Ivity Brand Corp Portugal, num investimento de 55.280 euros por parte do município, a nova marca quer dar a conhecer o território “da serra ao mar” e mudar a ideia de que Pombal é um lugar de passagem entre Porto e Lisboa, tornando-se antes no “centro natural de Portugal”, um território “aberto e acolhedor para os que visitam” e que tem a natureza como identidade, explicou Carlos Coelho, presidente da Ivity Brand.

A nova imagem do concelho foi desenhada sobre o território e surge como um “mix” de todo o património de Pombal, passando pelo castelo, a praia do Osso da Baleia, a Mata Nacional do Urso, as Terras de Sicó, o Vale do Poio, as Festas do Bodo, as grutas, o

Marquês de Pombal, a Nossa Senhora da Estrela, entre outros elementos identitários.

“Esta marca é um conjunto de todas as coisas que aconteceram em Pombal”, frisou o autarca Pedro Pimpão na apresentação, salientando que o objetivo da nova imagem é “contribuir para valorizar o território”, sendo que a primeira missão de “Pombal, Centro Natural de Portugal” é “dar a conhecer às pessoas o território onde vivem”.

“Isto não é só mais uma marca. Não é só uma imagem. Quando percebemos o que está por detrás destas letras percebemos a essência do território”, realçou, referindo-se ao significado que cada letra do nome do concelho tem agora: o “P” remetendo para a “paixão”, para a lenda do mouro Al-Pal-Omar, que deu nome a Pombal; o “O” referente a Nossa Senhora da Estrela, que “olha por todos”; o “M” para os mergulhos, o mar, a praia do Osso da Baleia; o “B” referente ao “bem-estar”, à floresta do concelho; o “A” que re-

ID: 112310734

25-07-2024

mete para a peruca do Marquês de Pombal, frisando a importância da história do município, e o "L" que representa as "lendas e estórias" do Castelo de Pombal.

Pedro Pimpão explicou ainda que a criação da marca estava integrada nos objetivos do Plano de Ação Estratégico Pombal 2030 e será doravante "um dos documentos delineadores" do executivo.

### Importância das marcas regionais

Para Paulo Santos, 1º secretário executivo da Comunidade Inter-municipal da Região de Leiria (CIMRL), "a nova marca [de Pombal] consolida uma estratégia do executivo", ambicionada desde o início do mandato e tem um papel estruturante porque "posiciona o território", assim como qualquer marca territorial. As marcas territoriais, explicou, colocam os territórios "dentro daquilo que é o mercado concorrencial saudável e enquadram-se numa estratégia que além de



Isto não é só mais uma marca. Não é só uma imagem. Quando percebemos o que está por detrás destas letras percebemos a essência do território"

**Pedro Pimpão**

presidente da Câmara de Pombal

nacional tem de ser regional e sub-regional". Para o presidente da CIMRL, "uma marca tem de levar aos cidadãos, ao território, uma estratégia, uma oferta que é complementar" e "Pombal tem

uma oferta diversificada na sua força económica, na beleza das suas paisagens, naquilo que é a natureza das suas praias". O concelho de Pombal, salientou ainda, "é o maior concelho da região de Leiria em termos de área e isso é também um desafio".

"A nova abordagem terá certamente um valor acrescentado para Pombal", concluiu.

Paulo Santos falava na conferência "A importância da marca na afirmação territorial", que precedeu a apresentação da marca de Pombal, e contou ainda com a participação do secretário de Estado do Turismo, Pedro Machado, e de Carlos Coelho, num painel moderado por Sérgio Leandro, diretor da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.

Pedro Machado frisou que "Portugal não vive sem as marcas regionais". E tendo em conta o facto de Portugal estar no 12º lugar na lista de países mais competitivos do mundo, precisa de "posicionar as suas marcas" e

"aumentar a presença e entidade da marca". E é aí que entram as marcas regionais, que são "parte substantiva da riqueza, da diversidade, da substância e diferenciação" do país.

### Características de uma marca

No entender do secretário de Estado, uma marca deve impelir ao seu consumo e esse é um ponto que deve ser tido em conta no processo de construção da mesma. Além disso, indicou, as marcas "não podem deixar de comunicar, têm de dar um contributo válido para resolver os problemas das pessoas", "têm de dizer a verdade e comunicar uma emoção".

O presidente da Ivity Brand acrescentou que uma marca "tem de fazer parte do dia a dia das pessoas", tem de existir "uma certa dependência". É preciso obter também "notoriedade" e, neste caso em concreto, "trazer pessoas a Pombal, encontrar formas recorrentes de o fazer" e que essa

**Nova marca de Pombal consolida uma estratégia do executivo atual, ambicionada desde o início do mandato**

relação "toque nas vísceras, fique cá dentro".

Carlos Coelho procurou concretizar estas premissas reunindo o passado, o presente e o futuro do concelho.

No final da apresentação de "Pombal, Centro Natural de Portugal", Carlos Coelho deixou um desafio: "venham passar uma noite a Pombal", porque "para conhecer uma marca na sua intimidade é preciso dormir com ela". CS