



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | Idanha Made In

Código do projeto | Centro - 02 - 0752 - FEDER - 000013

Objetivo principal | O Projeto Idanha Made In teve como principal objetivo o reforço das atividades económicas de base rural (em especial, sector agroalimentar e do turismo) através da execução um plano estratégico para a internacionalização. Trabalhando em estreita relação com as PME locais em ações de promoção externa e sensibilização, objetivou-se a promoção e projeção da cultura, produtos e serviços de Idanha-a-Nova, focados no campo, na natureza e na inovação.

Região de intervenção | Centro - Beira Baixa - Idanha-a-Nova

Entidade beneficiária | Centro Municipal de Cultura e Desenvolvimento

Data de aprovação | 03/05/2016

Data de início | 30/01/2016

Data de conclusão | 29/05/2018

Custo total elegível | 174.533,49 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER - 148.059,53 EUR





UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos

O plano de ação foi estruturado com base nos objetivos estabelecidos no programa “Recomeçar em Idanha”.

Para tal foram desenvolvidos um conjunto de ações de apoio à promoção externa dos produtos Idanha Made In, de reforço do posicionamento do Conselho de Idanha no contexto internacional e na dinamização de ações de apoio e de sensibilização dos empresários para a internacionalização.

Foram identificadas como prioritárias o desenvolvimento das seguintes ações:

Ação 1 – Ações de sensibilização para a promoção externa dos produtos Idanha Made In.

Foram realizadas ações de sensibilização direcionadas aos agentes privados locais no sentido de incentivar e fomentar a vocação dos produtos e serviços também para os mercados externos, nomeadamente nas seguintes áreas:

1. Comunicação e marketing, em que se pretende fomentar a melhoria da imagem dos produtos Idanha Made in para que melhore a capacidade de atrair consumidores de diferentes origens e culturas não perdendo a identidade local;
2. Incentivar a inovação, diversificação, a incorporação de tecnologia e valor acrescentado no produto para que se torne mais competitivo nos mercados externos;
3. Sensibilizar para a importância que o turismo assume enquanto principal produto exportador nacional e a importância que assume também para a economia local;
4. Sensibilizar os agentes locais para o bem receber e servir o turista, particularmente o não residente pelo seu papel de impulsionador da promoção externa de Idanha.



CENTRO 20
20

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Ação 2 – Promoção internacional dos produtos Idanha Made in

Nesta ação foram previstas a participação em 4 certames internacionais no decorrer do projeto, particularmente nas feiras de frutas e legumes da europa orientadas para a promoção e valorização dos produtos em modo de produção biológico, particularmente a BIOFACH - World's Leading Trade Fair for Organic Food, que se realiza na Alemanha e é o maior certame internacional de promoção de produtos alimentares em modo de produção biológico e em feiras de promoção turística, neste caso a ITB – Berlin (World's Leading Travel) que é a maior feira mundial de promoção turística, recebendo mais de 180 países dos 5 continentes.

