

**Designação do Projeto:** Food Made in Portugal Go Global

**Código do Projeto:** NORTE-02-0752-FEDER-047789

**Objetivos principais:**

- Melhorar o posicionamento dos produtos agroalimentares nacionais, no mercado externo através da capacidade de penetração nos mercados-alvo;
- Promover o crescimento sustentado da plataforma de distribuição desses produtos, através do modelo de negócio digital e pela contratação de técnicos especializados de apoio à operacionalização do negócio;
- Adaptar os produtos agroalimentares aos gostos e preferências dos mercados de destino, em particular em termos organoléticos, imagem e linguagem;
- Empreender uma política de comunicação e promoção global, apostando na exploração de ferramentas de marketing inovadoras, que vão desde a capacidade de diagnóstico até a ações de operacionalização de marketing inbound.

**Região de Intervenção:** NORTE

**Entidade Beneficiária:** PTMART, Lda.

**Data de Aprovação:** 13 de novembro de 2020

**Data de Início do Projeto:** 27 de março de 2021

**Data de Conclusão do Projeto:** 30 de junho de 2023

**Custo total elegível:** EUR 906 926,38

**Apoio financeiro da União Europeia:**

**FEDER** EUR 408 116,87

**Descrição do Projeto:** O projeto refere-se à criação de uma empresa do setor agroalimentar, sustentada num modelo de negócio, com plataforma de venda online, sendo este o canal de distribuição exclusivo. Para o efeito, o lançamento do projeto empresarial será sustentado, além da implementação da plataforma de e-commerce, no estudo do mercado de *marketplace* nos mercados alvo e desenvolvimento de ações de marketing *inbound* para promover a oferta de mercado no meio digital. Assim, compreendem-se as tipologias:

- Presença na Web através da economia digital;
- Marketing internacional;
- Introdução de um novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas.

A PT Mart pretende diferenciar-se através da sua oferta de produtos que se destacam pela sua autenticidade, qualidade organoléptica nutricional e segurança alimentar. Assim, aposta na divulgação das características únicas e diferenciadoras dos produtos nacionais, que constituem uma vantagem para o mercado diferenciado que privilegia a saúde e o bem-estar, baseados numa forte componente de investigação e desenvolvimento, com reconhecimento e valorização pelos mercados externos.