*NOTÍCIA*

16 setembro 2019
GIRP

Ministro Pedro Nuno Santos apadrinhou lançamento em Cantanhede

# Terras de Bem Viver é a nova marca identitária da Bairrada




"Terras de bem-viver" é a expressão associada à nova marca identitária da Bairrada e o local escolhido para o seu lançamento foi o edifício dos Paços do Concelho de Cantanhede.
Promovido pela Associação Rota da Bairrada e pela Comissão Vitivinícola da Bairrada, o evento decorreu nos claustros da sede do Município em 14 de setembro, apadrinhada pelo ministro das Infraestruturas e da Habitação, Pedro Nuno Santos.
A anfitriã foi a presidente da autarquia cantanhedense, Helena Teodósio, que esteve acompanhada por Carlos Monteiro, presidente da Câmara Municipal da Figueira da Foz e vice-presidente da CIM Região de Coimbra, pelos seus congéneres de Anadia, Águeda, Oliveira do Bairro e Vagos, respetivamente Teresa Cardoso, Jorge Almeida, Duarte Novo e Silvério Regalado, bem como pelos presidentes das entidades promotoras, designadamente Jorge Sampaio, da Associação Rota da Bairrada e Pedro Soares, da Comissão Vitivinícola da Bairrada.
Presentes estiveram também Pedro Machado, presidente da Turismo Centro Portugal, Bernardo Govêa, presidente do Instituto do Vinho e Vinha, Fernando Martins, diretor regional da Agricultura e Pescas do Centro, Jorge Brandão, da Comissão Diretiva do Programa Operacional Regional do Centro 2020, e Jorge Brito, secretário geral da CIM Região de Coimbra, entre outras personalidades.
Abriu a sessão Helena Teodósio, que considerou extremamente importante "impor e consolidar a marca Bairrada, o que passa também muito pelo acentuar da notoriedade da região demarcada, tendo como referência a sua tradição na produção de vinhos de excelência e associando-lhe tudo o que de valioso o território tem para oferecer enquanto destino turístico. A qualidade e o caráter distintivo dos vinhos Bairrada refletida no prestígio de marcas premiadas nos mais importantes concursos internacionais e que hoje ocupam lugares de destaque no mercado dos apreciadores mais exigentes é um ativo muito importante do ponto de vista da promoção

turística, sublinhou.
Helena Teodósio aludiu ainda “à diversidade deste território particularmente convidativo”, referindo a propósito “o património edificado, as dinâmicas culturais, as praias, os ambientes naturais, o termalismo de referência, a gastronomia e o enoturismo, que tem vindo a ganhar expressão crescente”.
O ministro Pedro Nuno Santos assinalou igualmente a “grande importância da marca identitária da Bairrada para o desenvolvimento da região”, elogiando o “modo como o projeto está a ser implementado, um projeto que está assente na tradição da região da Bairrada. Esta marca é da comunidade, é nossa, é de Portugal”, afirmou.
Por seu lado, o presidente da Comissão Vitivinícola da Bairrada, Pedro Soares, referiu ser necessário “apostar na defesa da certificação de alguns produtos da Bairrada”, tendo lançado a propósito um desafio ao governo, no sentido de “procurar definir regras tendentes a valorizar e afirmar produtos de origem denominada em outros setores da região da Bairrada”
Já o presidente da Associação Rota da Bairrada, Jorge Sampaio, salientou “a enorme singularidade” deste projeto “aglutinador e transversal. Com a nova imagem pretendemos projetar o futuro da região e promover os seus produtos singulares e diferenciadores, sendo este o momento certo para fazer esta mudança”, disse aquele responsável, assinalando que “o envolvimento dos oito municípios que compõem a região revela cada vez mais a união e a convergência. Estamos a escrever um novo capítulo na história da Bairrada”, concluiu.
A apresentação da nova marca identitária da Bairrada esteve a cargo de Carlos Coelho, CEO da Ivity Brand Corp, empresa que desenvolveu o processo criativo em torno de um conceito estruturado na expressão “Terras de bem-viver” e que se desdobra em “Terras de bem-receber”“Terras de bem-comer”“Terras de bem-beber”“Terras de bem-pedalar” e “Terras de bem-estar”“O projeto resulta de um caminho de persistência e resiliência, com grande estado de maturação”, afirmou aquele responsável, sublinhando que “a Bairrada é uma marca verdadeira, não é apenas um exercício feito em Lisboa, é uma marca de raiz clássica, com alma jovem e dinâmica”