

«COMPRO o que é nosso» reforça estratégia

«COMPRO o que é nosso» reforça estratégia

A Sociedade Central de Cervejas irá utilizar o símbolo «COMPRO o que é nosso» nas garrafas das águas de Luso e da Cerveja Sagres, no prazo de dois a três meses, reforçando assim a sua aposta na «portugalidade».

Durante a assinatura do contrato de adesão, Paulo Nunes de Almeida, pela Associação Empresarial de Portugal, e Alberto da Ponte, da Centralcer, salientaram a oportunidade desta parceria, numa altura em que a empresa é patrocinadora oficial da equipa da selecção que vai representar Portugal no Euro 2008.

A adesão da Centralcer ao «COMPRO o que é nosso» reforça a estratégia de consolidação da marca, através das próprias empresas aderentes. A AEP acredita que a divulgação do símbolo do projecto nos rótulos e material promocional das 1.050 marcas aderentes será a forma mais eficaz de tornar a marca um registo nacional.

O projecto «COMPRO o que é nosso» fechou o ano de 2007 com 250 empresas aderentes e 31 confirmações de adesão para 2008, ultrapassando os objectivos que a AEP tinha previsto para o primeiro ano. A AEP espera que o número de aderentes suba para 400 empresas e 1.500 marcas em 2008.