

ESTRATÉGIA DA MARCA TERRITORIAL **RIBEIRA GRANDE**

ESTRATÉGIA DA MARCA TERRITORIAL **RIBEIRA GRANDE**

1

BOAS-VINDAS

Caros Ribeiragrandenses,

Ao iniciar esta jornada convosco, sinto uma profunda emoção ao refletir sobre a essência da nossa terra e da nossa gente. A Ribeira Grande não é apenas um ponto no mapa dos Açores; **é um sentimento, um modo de estar, uma comunidade que se une nos momentos bons e nos desafios.**

É precisamente este espírito que queremos agora projetar para além das nossas fronteiras, através da criação de uma **Estratégia de Marca Territorial.**

O objetivo deste livro é partilhar convosco, de forma transparente e acessível, o processo de desenvolvimento da nossa estratégia de marca. Queremos explicar o que é uma marca territorial, por que motivo a Ribeira Grande necessita de uma e como ela poderá beneficiar cada um de nós, no presente e no futuro.

Mas este livro é também um convite. **Um convite para que participem ativamente nesta jornada, para que partilhem as vossas ideias, as vossas histórias, as vossas paixões.** Queria deixar muito claro, esta nova estratégia marca da Ribeira Grande não é minha, não é do executivo municipal, não é de um grupo restrito. Este projeto é de todos nós, ribeiragrandenses, e para todos nós. É uma iniciativa que nasce do coração da nossa comunidade e que só fará sentido se cada um de vós se sentir parte integrante dela.

Sabemos que uma marca verdadeira e autêntica não se impõe; **constrói-se coletivamente**, refletindo os valores, as aspirações e a identidade de todos. Por isso, é fundamental que cada ribeira-grandense se sinta envolvido neste processo. Queremos ouvir as vossas vozes, acolher as vossas sugestões e trabalhar em conjunto para que esta marca seja um espelho fiel do que somos e do que podemos ser.

Esta é uma visão a longo prazo, que ultrapassa mandatos e governos, e que pretende deixar um legado para as futuras gerações. É uma oportunidade para unirmos esforços, para valorizarmos o que temos de melhor e para criarmos condições que permitam a todos viver com mais qualidade, oportunidades e orgulho.



Ao folhearem este livro, encontrarão não só a explicação teórica do que é uma marca territorial, mas também **exemplos concretos de como a nossa história, as nossas conquistas e até as nossas adversidades se transformaram em forças que nos distinguem e nos tornam únicos.**

Encontrarão também os programas e projetos que propomos implementar, e que só ganharão vida com o envolvimento de todos. Desde a valorização das nossas tradições e património, passando pelas atividades de aventura que celebram a nossa ligação com a natureza, até aos projetos de inovação que visam criar oportunidades económicas e sociais.

Este livro é, portanto, um guia e um manifesto. Um guia que nos orienta no caminho que queremos seguir, e um manifesto que declara o nosso compromisso coletivo com a Ribeira Grande.



Para nos auxiliar nesta importante missão, contratámos a **Bloom Consulting**, uma empresa internacionalmente reconhecida na área de estratégias de marca territorial. Com mais de 90 casos de estudo por todo o mundo e fornecedora de dados para organizações como o Fórum Económico Mundial, a Bloom Consulting traz consigo um vasto know-how internacional que complementa a nossa visão do território.

Eles trabalharam connosco de **dentro para fora**, respeitando e valorizando a nossa identidade única, enquanto nos ajudam a projetar a Ribeira Grande no cenário global. Com a experiência adquirida em projetos por todo o mundo, a Bloom Consulting ajudará a alinhar a nossa estratégia com as melhores práticas internacionais, garantindo que a nossa marca seja autêntica, relevante e impactante.

Convido-vos a ler, a refletir e, acima de tudo, a participar. Juntos vamos construir uma marca que nos **represente verdadeiramente**, que nos **encha de orgulho** e que **mostre ao mundo a força e a beleza da nossa terra e das nossas gentes**.

Conto convosco nesta aventura. A Ribeira Grande merece o melhor de todos nós.

Com amizade e esperança renovada,

Alexandre Gaudêncio

Presidente da Câmara Municipal da Ribeira Grande

2

**UMA MARCA
TERRITORIAL?**

O QUE É?

Após termos partilhado a visão e o propósito deste projeto conjunto, é fundamental compreendermos o conceito que está na base desta iniciativa: a **marca territorial**.

Uma marca territorial **não é um logótipo bonito nem um slogan sonante**. É muito mais profundo do que isso. É a essência de um lugar, uma representação autêntica da sua identidade, dos seus valores, da sua história e das suas aspirações para o futuro.

Pensem na marca territorial como a **identidade coletiva** da Ribeira Grande, traduzida de forma a ser compreendida por todos, tanto pelos que aqui vivem como pelos que nos visitam ou consideram investir na nossa terra.

SLOGANS **LOGOS**

POR QUE É IMPORTANTE?

Num mundo cada vez mais globalizado e competitivo, as localidades competem não apenas por turistas, mas também por investimentos, talentos e reconhecimento internacional. Ter uma marca territorial forte e bem definida permite-nos:

- **Diferenciar-nos** de outros destinos, destacando o que nos torna únicos.
- **Comunicar de forma eficaz e a uma só voz** os nossos valores e vantagens competitivas.
- **Atrair investimentos e talentos** que podem contribuir para o desenvolvimento económico e social.
- **Fortalecer o orgulho local**, promovendo a coesão e a participação da comunidade.

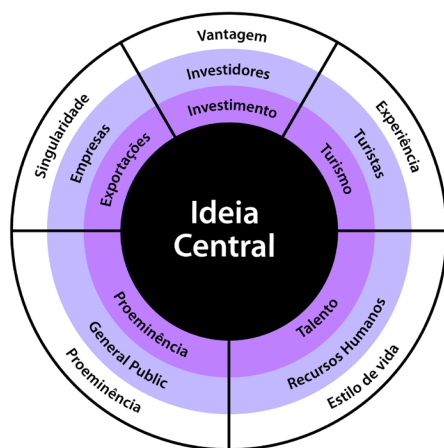
POR QUE A RIBEIRA GRANDE PRECISA DE UMA ESTRATÉGIA DE MARCA?

A Ribeira Grande tem um potencial imenso. As nossas paisagens

deslumbrantes, a riqueza cultural, a história de resiliência e inovação são ativos valiosos. No entanto, sem uma estratégia clara para comunicar estes atributos, corremos o risco de não sermos plenamente reconhecidos e valorizados.

AS VÁRIAS DIMENSÕES DE UMA MARCA TERRITORIAL.

Para compreender como uma marca territorial pode beneficiar a Ribeira Grande, vamos explorar as diferentes dimensões que ela engloba, inspiradas na metodologia da **Bloom Consulting** (empresa responsável pelo projeto) e da sua **Brand Wheel**. Esta ferramenta organiza a marca territorial em torno de uma **Ideia Central**, que define a essência e a identidade da Ribeira Grande, e que serve de base para comunicar a nossa autenticidade e aspirações.



A **Brand Wheel** da Bloom Consulting propõe cinco dimensões principais que, em conjunto, fortalecem e completam a estratégia da marca territorial:

1 Investimento e Negócios

A Ribeira Grande deve posicionar-se como um destino atrativo para investidores, oferecendo oportunidades únicas para o desenvolvimento económico e a inovação. Esta dimensão procura destacar os **benefícios económicos e competitivos**

do território, visando atrair empresas e empreendedores interessados em apostar na nossa capacidade de adaptação e no nosso potencial para negócios sustentáveis e inovadores.

2 Talento

Atrair e reter talento é fundamental para garantir o futuro da Ribeira Grande. A marca territorial deve promover o concelho como um **local inspirador para viver e trabalhar**, capaz de atrair novos residentes e nómadas digitais que procurem um equilíbrio entre qualidade de vida e oportunidades profissionais. Esta dimensão apela aos profissionais qualificados que valorizam a cultura local, o ambiente acolhedor e a proximidade com a natureza.

3 Turismo

A Ribeira Grande é um destino que oferece mais do que apenas belas paisagens; aqui, cada visita é uma experiência autêntica e significativa. Esta dimensão da marca visa atrair **turistas em busca de experiências de superação e conexão com a natureza**. O turismo deverá ser visto como uma oportunidade de mostrar o caráter resiliente e acolhedor da nossa comunidade, proporcionando atividades ligadas à natureza, cultura e tradições locais.

4 Exportações (Made in)

A capacidade de **exportar produtos e cultura** é essencial para expandir o reconhecimento da Ribeira Grande fora dos Açores. Esta dimensão inclui a promoção dos nossos produtos locais - como as produções agrícolas e artesanais - bem como o nosso património cultural e gastronómico. As exportações permitem não só diversificar a economia, mas também mostrar ao mundo a qualidade e autenticidade dos produtos ribeira-grandenses.

5 Proeminência

A dimensão da **Proeminência** refere-se à percepção geral que o público tem da Ribeira Grande. Queremos fortalecer a **notoriedade e a reputação do nosso concelho**, tanto a nível regional como internacional, para que seja visto como um exemplo de resiliência, inovação e autenticidade. Ao construir uma percepção positiva e forte, a Ribeira Grande poderá destacar-se no cenário global, tornando-se um destino e um ponto de referência para diferentes públicos.

Estas cinco dimensões — **Investimento, Talento, Turismo, Exportações e Proeminência** — são interdependentes e complementares, criando uma base sólida para a nossa marca territorial. Cada dimensão contribui para construir a visão da Ribeira Grande como uma comunidade vibrante, resiliente e inspiradora, alinhada com a nossa identidade local.

Desta forma, a estratégia de marca territorial da Ribeira Grande não só fortalece a nossa identidade local, mas também nos prepara para crescer e destacar-nos, atraindo o interesse de turistas, investidores, talentos e consumidores em diferentes partes do mundo.

A METODOLOGIA DA CRIAÇÃO DESTA ESTRATÉGIA DE MARCA.

Desenvolver uma marca territorial autêntica e eficaz não é uma tarefa que se faz de forma isolada ou apressada. Exige um processo cuidadoso que envolve pesquisa aprofundada e a participação ativa de todos os atores locais. A nossa estratégia para Ribeira Grande foi cuidadosamente estruturada em **duas fases principais**, de acordo com a metodologia da Bloom Consulting, empresa com vasta experiência em Place Branding (Marcas Territoriais).

Fase 1: Pesquisa e Diagnóstico.

A primeira fase do projeto consistiu em compreender profundamente a realidade atual da Ribeira Grande. Este processo envolveu diversas etapas:

1 Entrevistas e Interações Locais – Foram realizadas mais de 20 entrevistas individuais com atores locais e visitas a 17 empresas. A nível nacional, 600 cidadãos foram entrevistados, abrangendo todas as regiões de Portugal, enquanto localmente foram distribuídos 243 questionários e realizadas ações de rua com mais de 40 participantes. No total, foram mais de 920 entrevistados e 40 horas de contacto direto com stakeholders, somando 13.500 respostas únicas.

2 Análise de Procura Digital (Digital Demand©) – Através de dados digitais, foram analisadas as pesquisas online sobre Ribeira Grande, comparando a procura do território com 18 outros destinos competitivos, para entender as perceções e interesses em relação à região.

3 Análise Documental – Um estudo extensivo da documentação existente sobre Ribeira Grande, incluindo estatísticas e dados locais, nacionais e internacionais, forneceu uma visão robusta sobre as percepções externas e desafios internos.

A partir desta pesquisa detalhada, identificámos os pontos fortes, as fragilidades, e o potencial de desenvolvimento da Ribeira Grande como marca territorial.



Fase 2: Definição da Estratégia de Marca.

A segunda fase centrou-se na definição de uma estratégia de marca clara, coesa e alinhada com as expectativas e valores dos ribeira-grandenses. Esta etapa incluiu:

1 Workshop de Ideia Central – Realizado com representantes de diferentes entidades da comunidade, este workshop colaborativo identificou uma “Ideia Central” que reflete a essência da Ribeira Grande, através de uma análise dos valores e da identidade coletiva dos ribeira-grandenses.

2 Modelo de Comportamentos e Argumentos – Com base na Ideia Central, definiram-se os comportamentos e os argumentos que sustentam a marca. Este modelo ajudará a guiar a implementação de projetos e ações que reforcem a identidade desejada para o território.

3 Plano de Ação Estratégico – A Bloom Consulting colaborou na criação de um plano de ação estruturado, que inclui projetos, ações e políticas específicas para ativar e promover a marca Ribeira Grande. Este plano abrange diversas áreas, desde o turismo à atração de talento e investimento, e visa alavancar os recursos locais de forma a criar uma imagem coesa e autêntica.

Assim, a metodologia adotada combina investigação exaustiva, envolvimento da comunidade e desenvolvimento estratégico, permitindo que a marca Ribeira Grande seja construída de dentro para fora, com o contributo de todos e para benefício de todos.

Um processo contínuo.

É importante salientar que o desenvolvimento da marca territorial é um processo contínuo. Mesmo após o lançamento da estratégia, continuaremos a envolver a comunidade, a recolher feedback e a ajustar as nossas ações conforme necessárias.

A marca da Ribeira Grande é viva e dinâmica, assim como a nossa terra e as nossas gentes. A participação contínua de todos é essencial para o seu sucesso e relevância ao longo do tempo.



3

**A IDENTIDADE
DA RIBEIRA
GRANDE?**

Então, após todo este processo, o que somos? O que nos define?

Quando pensamos na nossa terra, é natural que a imaginação nos transporte para as paisagens deslumbrantes que nos rodeiam. As falésias que se erguem imponentes sobre o Atlântico, esculpidas pela força das ondas e dos ventos. As praias de areia negra, onde o mar desenha padrões únicos e convida ao mergulho nas suas águas cristalinas. As montanhas verdejantes que parecem tocar o céu, cobertas por uma vegetação luxuriante que nos lembra a riqueza da nossa natureza. Os vales profundos, por onde correm ribeiras que dão nome à nossa cidade, alimentando terras férteis e enchendo de vida o nosso território.

As nossas ruas são testemunhas de uma história rica e ancestral. Os monumentos históricos, como a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Estrela ou a Ponte dos Oito Arcos, contam histórias de um passado que nos orgulha. As tradições culturais, como as Cavalhadas de São Pedro, enchem as nossas festas de cor e alegria, mantendo vivas as raízes que nos definem.

Mas a Ribeira Grande não pode ser reduzida a um postal turístico. Não somos apenas um lugar de paisagens deslumbrantes ou de monumentos históricos.

A verdadeira essência da Ribeira Grande não se encontra apenas naquilo que os olhos podem ver. Está nas histórias que se escondem por detrás de cada pedra, de cada onda, de cada sorriso. Está na forma como enfrentámos e continuamos a enfrentar as adversidades, transformando desafios em oportunidades, dificuldades em beleza, obstáculos em conquistas.

Somos uma terra forjada pela força da natureza e pela determinação do nosso povo. Ao longo dos séculos, enfrentámos erupções vulcânicas, sismos, tempestades e crises económicas. Cada uma dessas adversidades poderia ter sido suficiente para nos abater, mas, em vez disso, fortaleceram-nos. **Aprendemos a adaptar-nos, a resistir e a prosperar.**

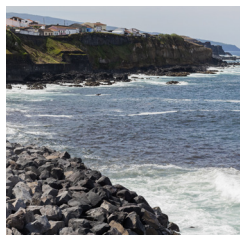
ERUPÇÃO VULCÂNICA DE 1563.

Em 1563, uma erupção vulcânica devastadora assolou a nossa terra. O que poderia ter sido um golpe fatal tornou-se, com o passar do tempo, numa das nossas maiores riquezas naturais: a **Lagoa do Fogo**. Esta maravilha natural, prevista para ser reconhecida internacionalmente em 2024, não é apenas um lago de beleza incomparável, mas também um símbolo da nossa capacidade de **transformar destruição em beleza**.



MAR REVOLTO E TEMPESTADES.

O mar que banha as nossas costas é tão belo quanto implacável. As tempestades e o mar revoltado moldaram não só a nossa paisagem costeira, mas também o caráter do nosso povo. **Somos uma população forte e resiliente**, habituada a enfrentar os desafios que o oceano nos impõe. Foi esta relação íntima com o mar que nos levou a sermos reconhecidos como **a Capital do Surf**, atraindo desportistas de todo o mundo que vêm desafiar as nossas ondas e partilhar da nossa paixão.



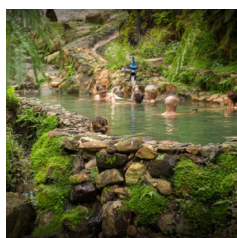
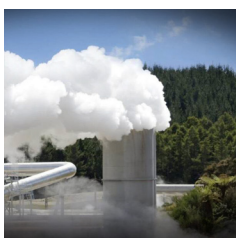
EMIGRAÇÃO DOS SÉCULOS XIX E XX.

Ao longo dos séculos XIX e XX, muitos dos nossos conterrâneos partiram em busca de melhores oportunidades. Esta **emigração** poderia ter enfraquecido a nossa comunidade, mas, em vez disso, **construiu uma forte rede de emigrantes** que leva a Ribeira Grande aos quatro cantos do mundo. O **Museu do Emigrante Açoriano** é um tributo a estas histórias de coragem e saudade, celebrando os laços que mantemos com aqueles que estão longe, mas que nunca esqueceram as suas raízes.



FURNAS, FUMAROLAS E ATIVIDADE SÍSMICA.

A atividade sísmica e vulcânica é uma presença constante na nossa ilha. As **furnas e fumarolas** são testemunhos da força que se esconde sob os nossos pés. Longe de nos desencorajar, estas manifestações naturais inspiraram-nos a investir em **energia sustentável e verde**. Hoje, a Ribeira Grande é pioneira na produção de energia geotérmica, fornecendo eletricidade limpa e renovável para a ilha de São Miguel. Além disso, estas características geológicas únicas tornaram-se em **novos produtos turísticos**, atraindo visitantes que procuram experiências autênticas e contato direto com as forças da natureza.



UMA COMUNIDADE DE TRADIÇÕES VIVAS.

As nossas tradições são o espelho da nossa alma. As **Cavalhadas de São Pedro**, por exemplo, são uma manifestação cultural que atravessa gerações. Neste evento, cavaleiros enfeitados desfilam pelas ruas, numa celebração que mistura fé, folclore e identidade local. É uma tradição que nos une, que reforça os laços comunitários e que demonstra o nosso orgulho em manter vivas as heranças dos nossos antepassados.

Uma Marca que Enaltece as Conquistas - Perante tudo isto, é claro que não podemos ter uma **Marca Territorial que mascare as dificuldades; temos de ter uma que enalteça as nossas conquistas**. Não pretendemos esconder os desafios que enfrentámos; pelo contrário, queremos celebrá-los como provas da nossa capacidade de **superar adversidades e transformar obstáculos em oportunidades**.



A Ribeira Grande é muito mais do que apenas um lugar bonito. É um território muito especial, um símbolo de força e determinação. Aqui, nada nos foi dado de mão beijada. Conquistamos o que temos, com trabalho árduo, coragem e união. Transformamos adversidades em beleza e desafios em oportunidades.

Tudo isto define a Ideia Central da nossa estratégia.

Após um profundo processo de reflexão e participação comunitária, concluímos que a essência que melhor captura a identidade da Ribeira Grande é uma ideia simples, mas poderosa. Uma ideia que não necessita de ser proclamada em voz alta, mas que está presente em tudo o que fazemos e na forma como vivemos:

“NORTE RIJO”

“Norte Rijo” é a nossa ideia central. Não é um slogan publicitário ou uma campanha de marketing. É uma representação autêntica dos valores e comportamentos que nos definem. É uma expressão silenciosa, que não precisamos de afirmar; ela está presente nas nossas ações, nas nossas atitudes, no nosso dia a dia.

PORQUE A IDEIA CENTRAL DEVE SER SILENCIOSA?



A força de **“Norte Rijo”** reside precisamente na sua natureza silenciosa. Não precisamos de dizer ao mundo que somos resilientes e determinados; **demonstramo-lo através das nossas ações**. É uma ideia que se sente, que se vive, que se transmite sem palavras. Ao manter a ideia central silenciosa, permitimos que cada pessoa a descubra por si mesma, através das experiências que vive na Ribeira Grande, das histórias que ouve, das pessoas que conhece.

OS COMPORTAMENTOS QUE SUSTENTAM A NOSSA IDEIA CENTRAL.

A nossa identidade, refletida em **“Norte Rijo”**, é sustentada por quatro comportamentos fundamentais que praticamos naturalmente e que justificam este conceito:

1 Resiliente

A **resiliência é uma marca registada da Ribeira Grande**. A capacidade de superar adversidades com força e determinação é evidente em cada aspeto da vida local. Desastres naturais e desafios sociais são enfrentados com coragem e persistência, demonstrando uma resistência sem igual. Esta comunidade inquebrável recupera-se continuamente, mostrando ao mundo o seu verdadeiro poder de superação.

2 Guardião

Os ribeirão-grandenses são **guardiões ferozes da sua terra**. Duros, mas leais, protegem e defendem a sua comunidade com orgulho e honra. A tradição e o património local são valorizados e preservados, e cada pessoa sente uma profunda conexão com a identidade coletiva. A fidelidade à terra e à comunidade define o espírito inquebrável dos ribeirão-grandenses.

3 Adaptável

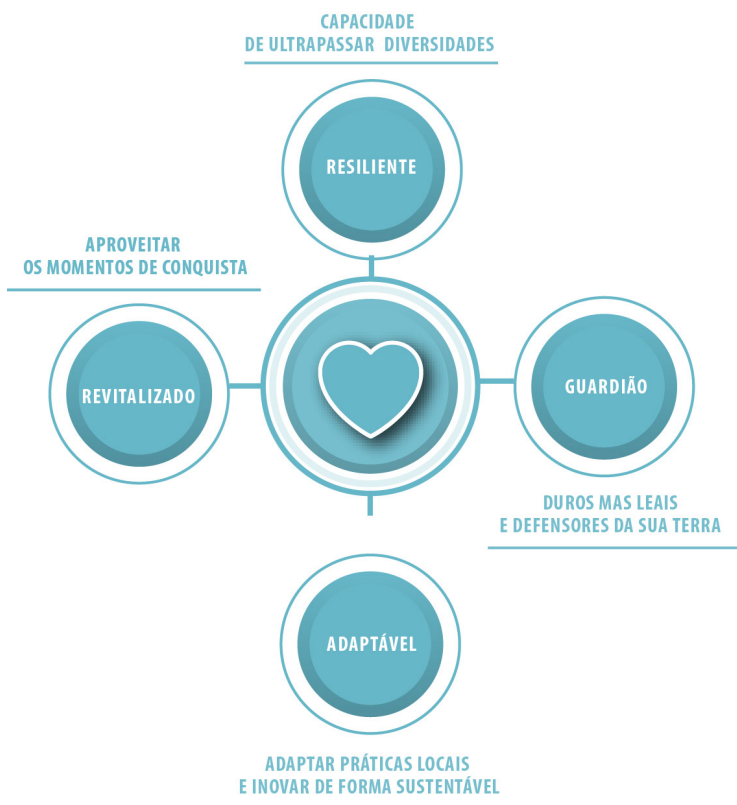
Na Ribeira Grande, a **adaptabilidade é essencial**. A comunidade integra práticas locais com inovação sustentável, evoluindo com flexibilidade e criatividade. As transformações são constantes, mas a essência cultural permanece intacta. Esta versatilidade permite uma resposta rápida às mudanças, promovendo a

modernização e a reinvenção contínua, garantindo um futuro próspero e equilibrado.

4 Revitalizado

Depois das duras batalhas, a Ribeira Grande emerge **revitalizada**. A renovação e o ressurgimento são frutos de uma comunidade que valoriza a recompensa após a adversidade. A vitalidade renasce em cada esquina, com reconstruções e novas energias que florescem. A revitalização traz uma vibração única, simbolizando a recompensa merecida e o espírito indomável da Ribeira Grande.

Estes comportamentos não são forçados; fazem parte de quem somos. São eles que dão vida à ideia central de “**Norte Rijo**” e que permitem que ela seja sentida por todos os que vivem ou visitam a Ribeira Grande.



ESTE SERÁ UM POSICIONAMENTO ÚNICO!

Num mundo onde os destinos turísticos competem pela atenção, onde muitas vezes se destacam pelas mesmas características genéricas, **“Norte Rijo” é uma narrativa única que destaca a força e a determinação da Ribeira Grande.** Este posicionamento diferencia-nos e torna-nos memoráveis, não apenas para os turistas em busca de aventura e autenticidade, mas também para **empresários e investidores que valorizam uma comunidade resiliente e inovadora** e para futuros moradores, estudantes e nómadas digitais que **procuram uma comunidade desafiadora, mas unida.**

A diferenciação através da superação tornará a Ribeira Grande um destino memorável e único. Não nos representamos apenas por paisagens bonitas; oferecemos histórias de superação, experiências autênticas e a oportunidade de fazer parte de uma comunidade que valoriza o esforço, a coragem e a união.

A NOSSA IDENTIDADE COLETIVA.

A Ribeira Grande é, portanto, uma terra de contrastes harmoniosos. **Uma terra onde a natureza poderosa encontra um povo igualmente forte e determinado.** Onde as dificuldades não nos definem, mas sim as conquistas que alcançamos a partir delas.

“Norte Rijo” não é apenas uma ideia; é a essência da nossa identidade. É o reconhecimento de que somos forjados pelo Norte, pela força dos elementos, pela dureza dos desafios, mas também pela beleza que emerge dessa realidade.

Este documento convida-nos a refletir sobre o que significa ser ribeirão-grandense. A reconhecer nas nossas histórias pessoais e coletivas os valores que nos unem. **A abraçar “Norte Rijo” como a representação fiel da nossa comunidade** e a participar ativamente na construção desta marca que é de todos nós.

No próximo capítulo, exploraremos como podemos **transformar esta ideia Central em ações concretas**, através de programas e projetos que envolverão toda a comunidade. Falaremos sobre como cada um de nós pode contribuir para a implementação desta estratégia de marca, garantindo que a Ribeira Grande continua a ser um lugar único e inspirador.

4

**COMO VAI
ACONTECER?
A IMPLEMENTAÇÃO
DA MARCA**

Após termos explorado a essência da nossa identidade e definido a ideia central que nos orienta, chegou o momento de partilharmos **como vamos transformar esta visão em realidade**. Este capítulo é dedicado à **implementação da marca “Norte Rijo”**, detalhando os passos que iremos seguir, a equipa que estará envolvida, a importância da participação comunitária e como pretendemos impactar os diferentes públicos-alvo.

IMPLEMENTAR OS TOUCHPOINTS DA MARCA.

Para que a nossa marca seja efetiva, não basta apenas defini-la; é fundamental **vivê-la no dia a dia**. Isso significa que cada ponto de contacto (*touchpoint*) entre a Ribeira Grande e os seus públicos deve refletir os valores e comportamentos que sustentam o conceito de “Norte Rijo”.

Os *touchpoints* podem ser físicos, como os espaços públicos, os eventos, os produtos locais; ou digitais, como o nosso website, as redes sociais e outras plataformas online. Também incluem as interações pessoais, as políticas públicas, o atendimento nos serviços, a forma como recebemos os visitantes e como nos relacionamos uns com os outros.

Como já afirmámos, não vamos dizer que somos “Norte Rijo”; vamos agir em conformidade, todos juntos.

A EQUIPA – UMA ABORDAGEM COLABORATIVA.

A implementação da marca requer uma **equipa multidisciplinar**, que reflita a diversidade e a riqueza da nossa comunidade. Esta equipa deverá ser composta por representantes do setor público, do setor privado, de associações, empresas, instituições educativas e culturais e, claro, pelos cidadãos. Desta forma, garantiremos uma estratégia que é de todos e que é gerida **por todos**.

É fundamental que esta marca seja **livre de influências políticas**, para evitar ruturas e garantir a sua continuidade independentemente de mudanças governamentais (uma Marca territorial precisa de muitos anos para se afirmar). **Ao manter a marca acima de interesses partidários**, asseguramos que ela possa ser implementada **em toda a sociedade**, ganhando maior expressão e impacto. A equipa será crucial para alcançar este objetivo, pois servirá como um elo de ligação entre os diferentes setores da comunidade, promovendo a colaboração e o compromisso coletivo.

A Câmara Municipal lança a primeira pedra com este projeto, mas **a sua concretização depende de todos nós**. É através do envolvimento ativo de cada membro da comunidade que a marca ganhará vida e se tornará uma representação autêntica da Ribeira Grande. **Juntos, poderemos construir uma identidade forte e duradoura**, que reflete verdadeiramente quem somos e o que aspiramos ser.

Objetivos da Equipa:

- **Gestão da Marca:** Coordenar as iniciativas, assegurar a coerência e consistência das ações e monitorizar os resultados.
- **Envolvimento Comunitário:** Promover a participação ativa dos habitantes, garantindo que a marca é vivida por todos.
- **Comunicação Transparente:** Manter uma comunicação aberta e clara com a comunidade, partilhando progressos, desafios e conquistas.
- **Inovação e Melhoria Contínua:** Estar aberta a novas ideias, adaptando estratégias conforme necessário para alcançar os objetivos.

A participação da comunidade é o alicerce do sucesso da nossa marca. **Cada ribeirão-grandense é um embaixador de “Norte Rijo”** e tem um papel importante na sua implementação.

PLANO DE AÇÃO – PROGRAMAS E ALINHAMENTO DE PROJETOS

Para materializar a nossa estratégia de marca **“Norte Rijo”**, desenvolvemos um **Plano de Ação** composto por quatro programas principais. Cada programa está alinhado com os comportamentos que sustentam o conceito da marca e visa traduzir esses valores em iniciativas concretas que beneficiarão toda a comunidade.



PROGRAMA 1: IDENTIDADE VIVA.

Objetivo: Fortalecer a identidade local, aumentar a autoestima e a coesão comunitária.

O Programa **Identidade Viva** foca-se na valorização da identidade local, na promoção da autoestima e no fortalecimento do orgulho comunitário. Através de projetos que capacitam a população, promovem o empreendedorismo e preservam as tradições, este programa tem como objetivo criar uma comunidade mais unida, confiante e participativa. A formação contínua, o desenvolvimento de competências e a criação de oportunidades são centrais para garantir que os habitantes se sintam parte de uma Ribeira Grande que valoriza as suas raízes, mas que também olha para o futuro com inovação e adaptabilidade.

PRINCIPAIS INICIATIVAS:

- **Promoção do Património Cultural e Histórico:** Realização de eventos e atividades que destacam a riqueza do nosso património, como exposições, festivais culturais e visitas guiadas.
- **Educação e Formação:** Implementação da **Academia Identitária Ribeira-grandense**, que oferecerá workshops e programas educativos sobre a história e as tradições locais.
- **Envolvimento da Comunidade:** Criação do grupo de **Embaixadores e Guardiões**, composto por cidadãos comprometidos em proteger e divulgar a nossa identidade.

Ao fortalecer a nossa identidade coletiva, reforçamos os laços comunitários e promovemos uma sociedade mais coesa e confiante.

PROJETOS:

1. Academia Identitária Ribeira-grandense:
2. Embaixadores e Guardiões:
3. Estórias Rijas – Contos de Superação:
4. Empreender com Raízes:

PROGRAMA 2: DESAFIOS E CONQUISTAS.

Objetivo: Promover atividades de aventura que integrem superação e recompensas pessoais ligadas à identidade local.

O Programa **Desafios e Conquistas** visa transformar os desafios naturais e geográficos da região em **experiências únicas e emocionantes**, alinhadas com a ideia central “Norte Rijo”. Pretende-se promover atividades que enfatizem a conquista, a superação e a recompensa, atraindo turistas e envolvendo a comunidade local. A chuva, característica dos Açores, será integrada como elemento enriquecedor das aventuras, valorizando-a como parte da identidade local.

PRINCIPAIS INICIATIVAS:

- **Atividades ao Ar Livre:** Organização de eventos como a **Conquista do Mar do Norte**, que inclui desportos náuticos como surf e vela, aproveitando as condições únicas do nosso litoral.

- **Rotas e Trilhos Temáticos:** Desenvolvimento dos **Trilhos da Superação**, percursos pedestres e de bicicleta que desafiam os participantes e oferecem vistas deslumbrantes.

- **Eventos de Aventura:** Realização do **Festival da Aventura e Partilha**, que reúne entusiastas de atividades ao ar livre e promove o intercâmbio de experiências.

Ao promover estas atividades, incentivamos a conexão com o meio ambiente e a descoberta do nosso potencial individual e coletivo.

PROJETOS:

5. Conquista do Mar do Norte:
6. Trilhos da Superação:
7. Natureza Bravia:
8. Desafio Supremo:
9. Festival da Aventura e Partilha:

PROGRAMA 3: ECOS DE SUPERAÇÃO.

Objetivo: Valorizar a capacidade da comunidade em transformar adversidades em oportunidades.

O Programa **Ecos de Superação** foca-se em **transformar as adversidades históricas e contemporâneas da comunidade em fontes de orgulho e inovação**. A ideia é mostrar como Ribeira Grande, ao longo dos séculos, superou desafios naturais e sociais e transformou obstáculos em oportunidades. Através de *storytelling*, arte, gastronomia e inovação, o programa celebra a resiliência do povo e posiciona a Ribeira Grande como uma comunidade que se adapta, prospera e compartilha suas histórias com o mundo.

PRINCIPAIS INICIATIVAS:

- **Produção de Conteúdo Inspirador:** Criação do **Documentário “Narrativas de Resiliência”**, que retrata histórias reais de superação na nossa comunidade.
- **Roteiros Históricos:** Desenvolvimento do **Roteiro Resiliente – Uma Viagem pela História**, que permite aos visitantes conhecer locais emblemáticos ligados a momentos de superação.
- **Eventos Culturais:** Organização do **Festival Faces do Norte**, que celebra a arte e a cultura inspiradas na temática da resiliência.

Este programa reforça o orgulho local e posiciona a Ribeira Grande como um exemplo de superação e inovação.

PROJETOS:

10. Documentário “Narrativas de Resiliência”;
11. Roteiro Resiliente – Uma Viagem pela História;
12. Festival Faces do Norte;
13. Museu da Resiliência;
14. Parcerias Resilientes – Conexões Locais e Globais;

PROGRAMA 4: HORIZONTE EMPREENDEDOR.

Objetivo: Fomentar a inovação e o empreendedorismo sustentável, promovendo produtos autênticos.

Este programa reúne os conceitos de inovação e adaptabilidade, promovendo a resiliência e a criatividade da comunidade local, das **empresas e dos produtos da Ribeira Grande**. O foco é transformar desafios em oportunidades, destacando as soluções inovadoras que surgem das condições únicas da região.

PRINCIPAIS INICIATIVAS:

- **Apoio ao Empreendedorismo Local:** Lançamento dos **Produtos do Norte**, uma marca coletiva que certifica e promove produtos de qualidade originários da Ribeira Grande.
- **Inovação e Sustentabilidade:** Criação do **Centro de Inovação e Sustentabilidade**, um espaço dedicado ao desenvolvimento de projetos inovadores e sustentáveis.
- **Atração de Investimentos:** Estabelecimento do **Ribeira Grande Digital Hub**, que visa atrair nómadas digitais e empresas tecnológicas, diversificando a economia local.

Com este programa, pretendemos posicionar a Ribeira Grande como um **polo de inovação**, capaz de combinar tradição com modernidade, e assegurar um futuro próspero para a nossa comunidade.

PROJETOS:

15. Produtos do Norte:
16. Centro de Inovação e Sustentabilidade:
17. Cimeira Sustentável do Atlântico:
18. Laboratório de Inovação Comunitária:
19. Ribeira Grande Digital Hub:
20. Invest.RG – Atração de Investimento:

OS PÚBLICOS-ALVO E A LIGAÇÃO COMO O CONCEITO “NORTE RIJO”.



• Turistas

“Norte Rijo” comunica uma experiência que vai além do óbvio. **Ribeira Grande, onde a experiência tem de ser conquistada!** Os visitantes são convidados a desafiar-se, a descobrir a beleza que nasce da superação, a conectar-se com uma comunidade que vive intensamente cada momento.

• Empresários e Investidores

Encontram aqui um ambiente propício para negócios que valorizam a inovação e a capacidade de adaptação. **Ribeira Grande, onde a determinação impulsiona os negócios!** A nossa história de transformação e sucesso em áreas como a energia geotérmica demonstra que somos uma terra de oportunidades.

• Futuros Moradores

Para aqueles que procuram um lugar para viver, a Ribeira Grande oferece uma comunidade forte e unida. **Ribeira Grande, onde a superação se conquista em conjunto!** Aqui, cada indivíduo é valorizado e as dificuldades são enfrentadas coletivamente, tornando a vida mais envolvente e gratificante.

• Ribeira-grandenses

Adotar “Norte Rijo” como ideia central fortalece o sentido de comunidade e coesão. **Ribeira Grande, onde somos fortes, somos unidos!** Reconhecemos nas nossas narrativas a identidade que nos une e que nos motiva a trabalhar juntos para o bem comum.

A implementação da marca “Norte Rijo” terá abordagens específicas para cada público-alvo, garantindo que a mensagem é relevante e impactante.

VENHA SUPERAR OS SEUS LIMITES

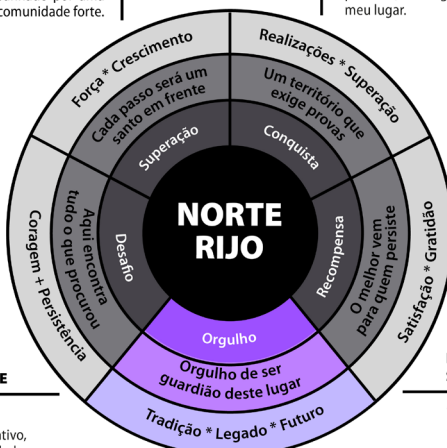
Percepção resultante

Um território que me vai ajudar a superar os meus limites, aqui vou ser mais e onde vou ser sempre acompanhado por uma comunidade forte.

CONQUISTE MAIS DO QUE MEMÓRIAS

Percepção resultante

Este é um sítio que me vai proporcionar muito mais do que simples contemplação, vai puxar por mim, vai exigir que ganhe o meu lugar.



TEM O QUE É PRECISO PARA A RIBEIRA GRANDE

Percepção resultante

Um território diferente, trativo, capaz de despertar curiosidade, oferecendo algo mais, algo autêntico e único.

RECOMPENSA PARA QUEM SE ATREVE A IR MAIS ALÉM

Percepção resultante

Aqui sou recompensado por cada esforço com beleza, paz e uma sensação profunda de gratidão. É a prova de que a persistência vale a pena.

HONRRAMOS A NOSSA FORÇA

Percepção resultante

Sou parte ativa deste destino e tenho um enorme orgulho na sua história e cultura. Perpetuo um legado de resiliência.

5

**O FUTURO DA
RIBEIRA GRANDE**

IMPACTOS ESPERADOS DA ESTRATÉGIA DE MARCA.

Ao chegarmos ao final deste livro, é momento de refletirmos sobre os **impactos esperados** da implementação da nossa marca “**Norte Rijo**” e como esta estratégia poderá transformar positivamente a nossa sociedade e o nosso território.

A criação e implementação de uma marca territorial não é um fim em si mesma, mas um meio para alcançarmos objetivos concretos que beneficiarão toda a comunidade. Vamos, então, explorar os principais efeitos que antecipamos com este projeto coletivo.



1. FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE E ORGULHO LOCAL.

Resgate e Valorização da Nossa História e Cultura; através dos programas e projetos delineados, promoveremos um **resgate das nossas tradições**, histórias e património cultural. A **Academia Identitária Ribeira-grandense**, por exemplo, será um espaço onde poderemos aprofundar o conhecimento sobre a nossa história, reforçando o orgulho em ser ribeira-grandense.

Coesão Social e Sentimento de Pertença; ao envolvermos toda a comunidade na construção e vivência da marca, esperamos fortalecer os laços sociais e promover um **sentimento de pertença** mais profundo. Quando nos reconhecemos numa identidade coletiva, somos mais propensos a colaborar, a apoiar-nos mutuamente e a trabalhar pelo bem comum.

2. DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO SUSTENTÁVEL.

Atração de Investimentos e Empreendedorismo; com a implementação do programa **Horizonte Empreendedor**, pretendemos criar um ambiente favorável ao investimento e ao surgimento de novas empresas. Projetos como o **Centro de Inovação e Sustentabilidade** e o **Ribeira Grande Digital Hub** atrairão empreendedores e investidores que valorizam a inovação e a sustentabilidade.

Criação de Emprego e Oportunidades; o desenvolvimento económico resultará na **criação de novos postos de trabalho**, oferecendo oportunidades para os jovens e evitando a saída de talentos para outras regiões. A dinamização dos setores do turismo, tecnologia, agricultura sustentável e energia renovável contribuirá para uma economia mais diversificada e resiliente.

Valorização dos Produtos e Serviços Locais; ao promovermos os **Produtos do Norte** e incentivarmos o consumo de produtos locais, estaremos a apoiar os produtores e empresários da região, fortalecendo a economia local e garantindo a sustentabilidade das atividades tradicionais.

3. MELHORIA DA QUALIDADE DE VIDA.

Acesso a Serviços e Infraestruturas de Qualidade; O crescimento económico permitirá investimentos em infraestruturas, educação, saúde e serviços públicos, melhorando a **qualidade de vida** de todos os habitantes. Projetos comunitários e iniciativas sociais serão mais viáveis, contribuindo para uma sociedade mais justa e inclusiva.

Promoção de Estilos de Vida Saudáveis; as atividades de aventura e desportivas promovidas pelo programa **Desafios e Conquistas** incentivarão a prática de exercício físico e o contacto com a natureza, contribuindo para a saúde e bem-estar da população.

Sustentabilidade ambiental; com o foco na sustentabilidade ambiental, protegeremos os nossos recursos naturais para as gerações futuras. A adoção de práticas ecológicas e a sensibilização para a importância do meio ambiente resultarão em **paisagens preservadas** e **ecossistemas equilibrados**.

4. RECONHECIMENTO EXTERNO E AUMENTO DO TURISMO DE QUALIDADE.

Posicionamento da Ribeira Grande como Destino Único; ao destacarmos a nossa identidade única e as experiências autênticas que oferecemos, atrairemos visitantes que procuram algo mais do que destinos turísticos convencionais. **“Norte Rijo”** posiciona-nos como um **destino memorável**, onde cada experiência é significativa.

Turismo Sustentável e Responsável; com a promoção de atividades que valorizam a natureza e a cultura local, atrairemos um **turismo sustentável**, que respeita o ambiente e contribui positivamente para a economia local sem prejudicar o tecido social ou o património natural.

5. EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO DAS NOVAS GERAÇÕES.

Formação de Cidadãos Conscientes e Ativos; através de iniciativas como a **Academia Identitária** e o **Laboratório de Inovação Comunitária**, as novas gerações terão acesso a **educação de qualidade** que promove o pensamento crítico, a criatividade e o envolvimento cívico.

Preparação para os Desafios do Futuro; ao incentivarmos a inovação e a aprendizagem contínua, estaremos a preparar os nossos jovens para um mundo em constante mudança, capacitando-os para enfrentar desafios e aproveitar oportunidades.



UMA MARCA AMPLAMENTE RECONHECIDA E DIFERENCIADA!

Construir uma marca territorial forte e reconhecida **demora anos**. É um trabalho contínuo, que exige **consistência, compromisso e persistência**. A marca “**Norte Rijo**” é uma visão a longo prazo, que ultrapassa ciclos políticos e mudanças administrativas.

Não pode ter uma cor política; tem de ser de todos.

Este projeto é suprapartidário. Não serve interesses individuais ou de grupos específicos. É uma iniciativa que **pertence a todos os ribeirão-grandenses**, independentemente das suas preferências políticas, crenças ou origens.

Para que a marca tenha sucesso, é essencial que haja continuidade nas ações e nos programas. Os projetos iniciados hoje devem ser **sustentados e aprimorados** ao longo do tempo, adaptando-se às mudanças e necessidades emergentes.

Estamos a construir um legado para as futuras gerações. É nossa responsabilidade garantir que a Ribeira Grande continue a ser um lugar onde os nossos filhos e netos possam viver com **qualidade de vida, oportunidades e orgulho** na sua terra.



JUNTOS SOMOS MAIS FORTES!

A história da Ribeira Grande é marcada pela **união** e pela capacidade de superar desafios coletivamente. Este projeto de marca territorial reforça a importância de **trabalharmos juntos** para alcançar objetivos comuns.

A participação de cada indivíduo é valiosa. Seja através de ideias, voluntariado, participação em eventos ou simplesmente vivendo os valores de **“Norte Rijo”** no dia a dia, **todos podem contribuir** para o sucesso desta iniciativa.

RIBEIRA GRANDE, UM COMPROMISSO COLETIVO COM O FUTURO.

Este livro não é apenas um documento de apresentação; é um **convite à ação**. É um apelo para que cada um de nós se torne um agente de mudança, contribuindo para a construção de uma Ribeira Grande mais forte, mais unida e mais próspera.

A marca **“Norte Rijo”** é um reflexo do que somos e do que aspiramos ser. É uma celebração da nossa **resiliência**, da nossa **determinação** e do nosso **orgulho**. Mas, acima de tudo, é um compromisso com o futuro.

Ao concluir este livro, expressamos o nosso sincero agradecimento a todos os que dedicaram o seu tempo a conhecer esta iniciativa. A atenção e o envolvimento já demonstrados são fundamentais para o sucesso desta estratégia. Sabemos que cada um de vós terá um papel fulcral na transformação da Ribeira Grande. Juntos, poderemos construir um futuro próspero e alinhado com a nossa identidade e valores.





Câmara Municipal da Ribeira Grande

🏠 | Largo Conselheiro Artur Hintze Ribeiro, 9600-509 Ribeira Grande

☎ | (+351) 296 470 730 @ | geralcmrg@cm-ribeiragrande.pt

🕒 | Segunda a sexta: 09:00 às 16:30 horas