

The background of the slide is a light lavender color. It features several buttons of different colors and sizes. There is a large yellow button in the upper left, a medium blue button in the upper right, a large red button in the lower left, and a small white button in the lower right. In the center, there is a cluster of several white buttons of various sizes, some overlapping each other. The buttons have different hole patterns, mostly four holes in a square or cross arrangement, and one two-hole button.

COMO MARCAM AS MARCAS

CARLOS COELHO

ESPECIALISTA EM GESTÃO DE MARCAS



GOOGLE BABIES



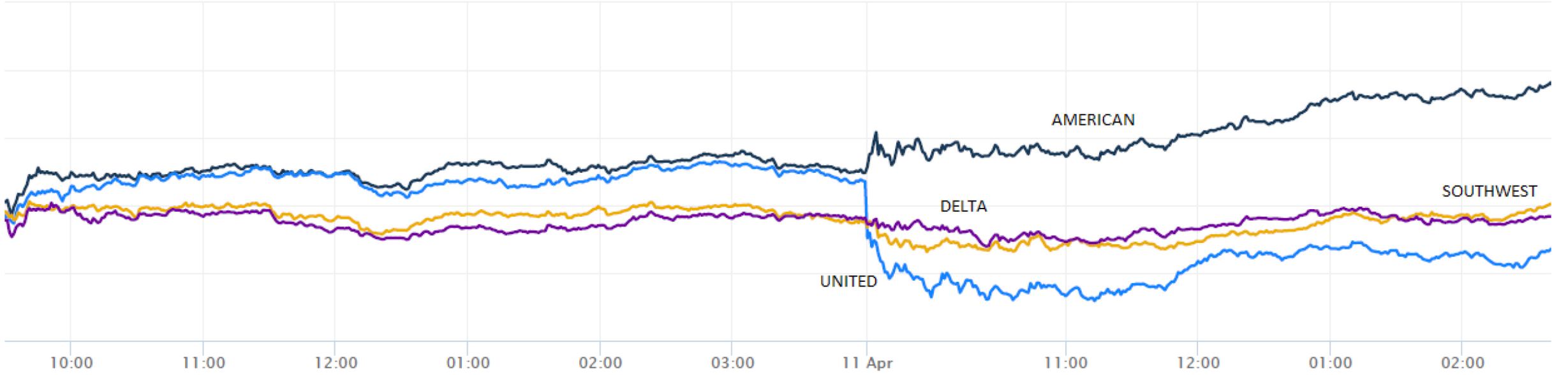
BRANDS ARE NO LONGER IN CONTROL OF BRAND MESSAGES











WHAT IS A BRAND?

A primeira regra ou o á-bê-cê da mercancia é passar as cousas da terra onde as há e valem pouco, para onde as não há e valem muito.

Sermões (54)

BRAND + BRAND + BRAND

Espanhóis produzem azeite no Alentejo para ser vendido com rótulos italianos

Azeite virgem extra português de grande qualidade é disputado pelas redes de intermediários para valorizar outros azeites que têm uma qualidade inferior à da produção nacional

JOANA BOURGARD

Carlos Dias

● O grupo espanhol Innoliva investiu desde 2007 no Alentejo e na Andaluzia cerca de 126 milhões de euros na aquisição de 5000 hectares de terras, na preparação dos solos, sistemas de rega, equipamentos agrícolas e na instalação de um lagar. A envergadura do investimento destina-se a transformar uma produção anual prevista de 56.000 toneladas de azeitona de variedade arbequina em 11.000 toneladas de azeite português e espanhol, que a empresa exporta para ser embalado com rótulos italianos. A empresa espera obter 40 milhões de euros em vendas.

"Queremos ser uma referência mundial na produção de azeite vir-

Azeite chega ao consumidor mundial sem se saber que é de Portugal



QUEM É PORTUGAL

HIGH HEELS BRANDING





BRAND LAYERS

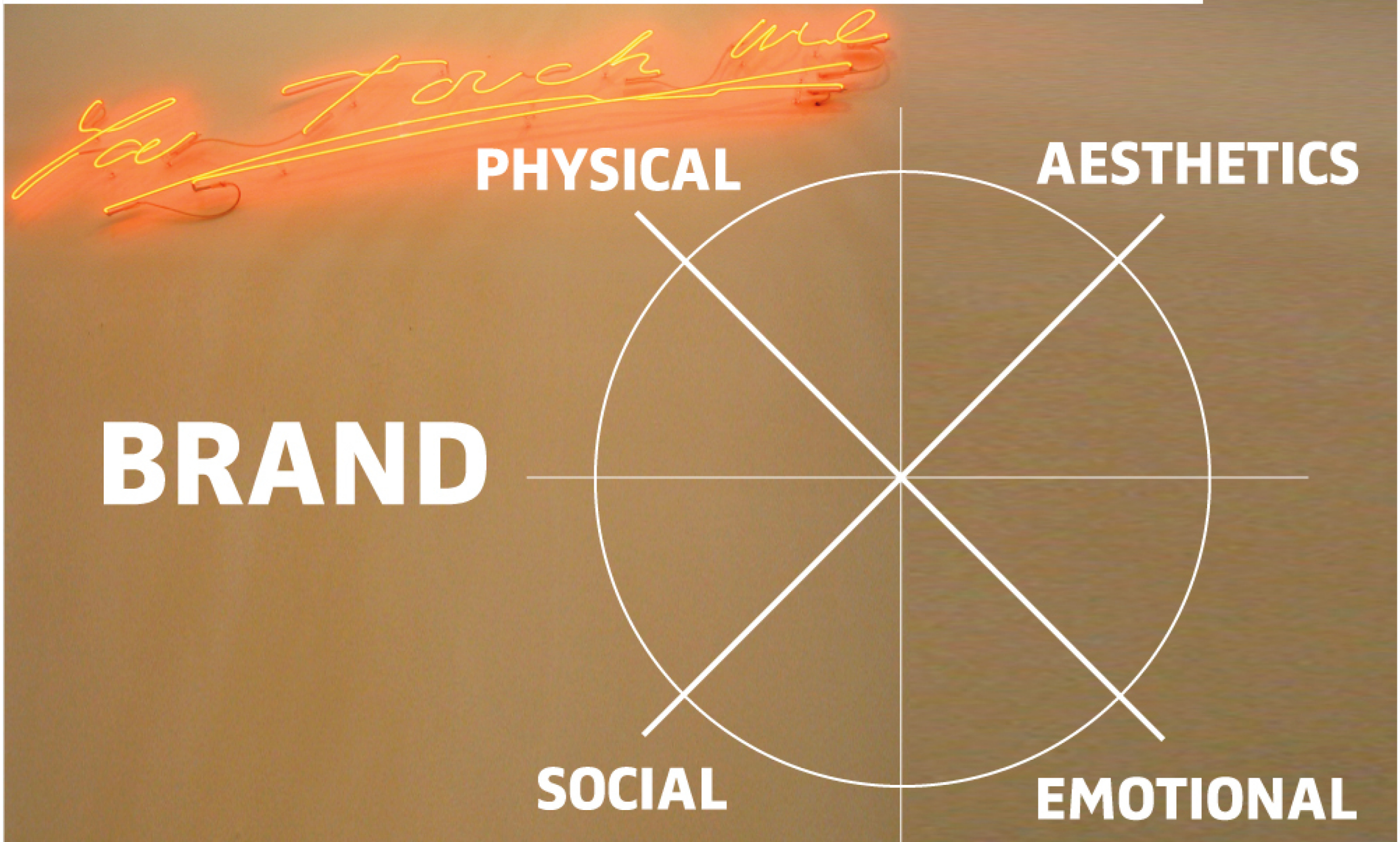
BRAND

PHYSICAL

AESTHETICS

SOCIAL

EMOTIONAL



TUDO TEM MARCAS

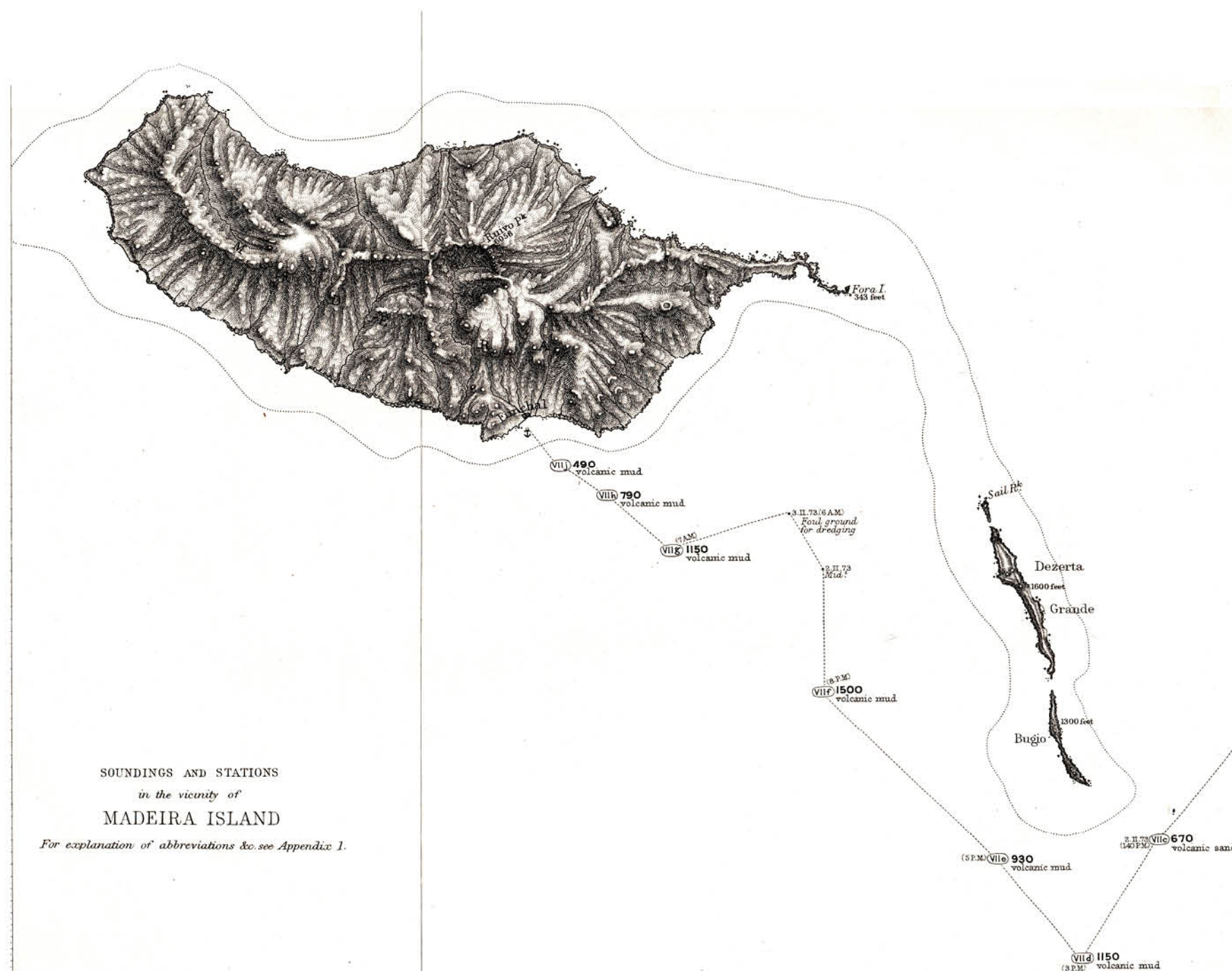
Matter



SERÁ
UM PAÍS
UMA
MARCA?



SERÁ O TERRITÓRIO UMA MARCA



SERÁ A MADEIRA UMA MARCA



É UMA QUESTÃO DE IDENTIDADE





**MAS NÃO SE TRATA
DE NACIONALISMO**



**MAS DO IMPACTO
QUE A MARCA MADEIRA
TEM NA ECONOMIA**

**UMA MARCA NÃO É
UM PONTO DE CHEGADA,
É UM CAMINHO**



UM CAMINHO DAS ESTRELAS QUE COMEÇOU À 600 ANOS



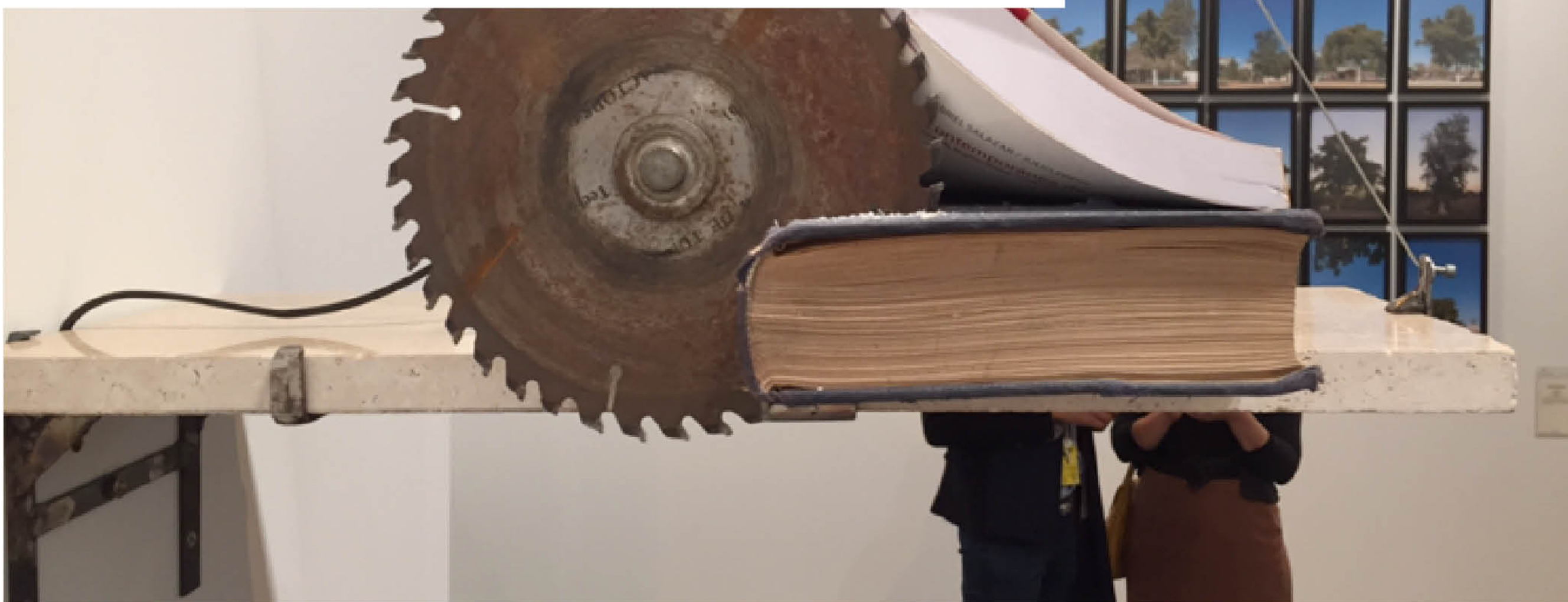


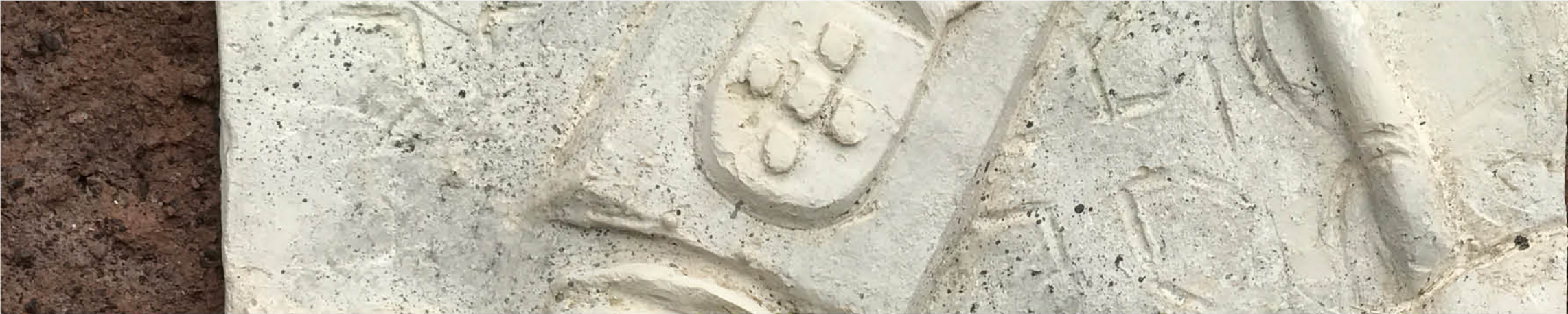
**MADEIRA, ARQUIPÉLAGO DE ESTRELAS,
PORTO SANTO DE TODOS OS DESCOBRIMENTOS,
TERRA DE COLOMBO, ZARCO E TEIXEIRA.**

UM PATRIMÔNIO DE MARCA QUE CORRE PERIGO DE EXTINÇÃO



A MODERNIZAÇÃO NÃO PODE SER O ENTERRO DO PASSADO SOBRETUDO PARA QUEM TEM 600 ANOS DE HISTÓRIA





**TRADIÇÃO NÃO É APENAS
A QUANTIDADE DE TEMPO
QUE A MADEIRA TEM**



É QUEM A MADEIRA É NO TEMPO





**COM QUE ENERGIA
SE MOVE A SUA MARCA**



MADEIRA

MARCA PROMETIDA



MADEIRA MARCA ESTRELÍCIA DA NATUREZA



**É PRECISO SAIR DA
ILHA PARA VER A ILHA**



UMA MARCA BORDADA A AMBIÇÕES



**BORDADURAS EM GRINALDA, CASEADOS,
FILAS DE ILHÓS, GRANITOS, ROSETOS,
ESTRELAS E CAVACAS NÃO SÃO PONTOS,
SÃO FINTAS, SÃO DRIBLES, SÃO LIVRES,
SÃO GOLOS NO ADVERSÁRIO DESTINO
CLUBE DE UMA NATUREZA ADVERSA**



ONDE O TURISMO TEM 200 ANOS

MADEIRA

Since 1920 under the Control
of L. Gandolfo Mon. Dir.
Manager: A. Caldana.

HAPPY SUNNY DAYS

No Rain

AVERAGE TEMPERATURE
DAY 72° Fahrenheit.

No Dust

Unequalled private Sea bathing.

A real
Summer
Holiday
CASINO-ROULETTE

Bathing cabins, Childrens' seawater Pool. Fresh water showers
Orchestra playing during bathing hours
Electric Lift from bathing Pier to Terrace above

Afternoon and Evening Open Air Dances, Luxuriant Gardens, 4 Tennis Courts
Picturesque Scenery, Excellent Motorcar Roads

Steamers met by Hotel Representatives, Private Launches from Steamer
to Hotel Landing Stage.

Charming Sea Voyage of a few Days on one of the Luxurious Steamers
of the UNION-CASTLE LINE or
the ROYAL MAIL STEAM PACKET COMPANY



A FLORESTA TEM 20 MILHÕES DE ANOS

AS LEVADAS ABRAÇAM A ILHA EM CAMINHOS DE ESPIRAL ATÉ AO MAR





**A NATUREZA É UM
ABUSO DO SUBLIME**

ONDE AS CASAS NÃO SÃO MUDAS





**UMA MARCA DE ESTRELAS
G'ASTRONÓMICAS**

A CIDADE VELHA ESTÁ CHEIA DE ENERGIA NOVA



TERRA DE TURISMO E EMPREENDEDORISMO



WalkMe | Levadas da Madeira

WalkMe Mobile Solutions Viagens e Local

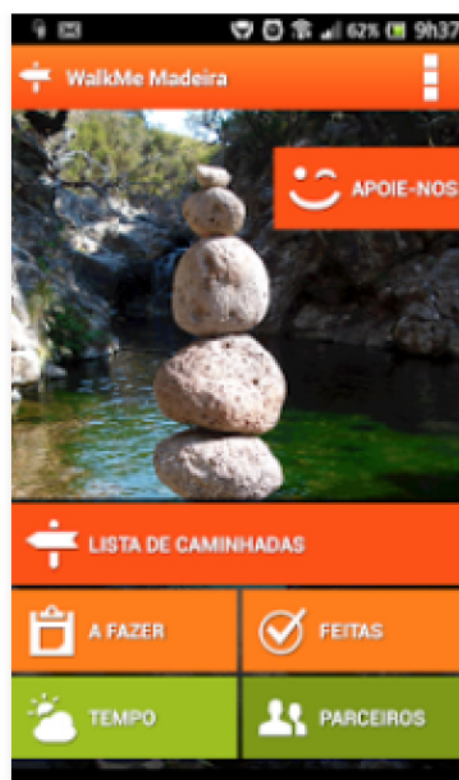
★★★★★ 692

3 PEGI 3

Oferece compras na aplicação

Adicionar à Lista de desejos

Instalar



TERRA DO COELHO DE DARWIN



TERRA DO CHARME DOS ENVELHESCENTES E DA ADRENALINA DOS ADOLESCENTES



UMA MARCA SEXY MAS NÃO SUPERFICIAL

Quem é que alinha em ir à Madeira ver as vistas? 😂

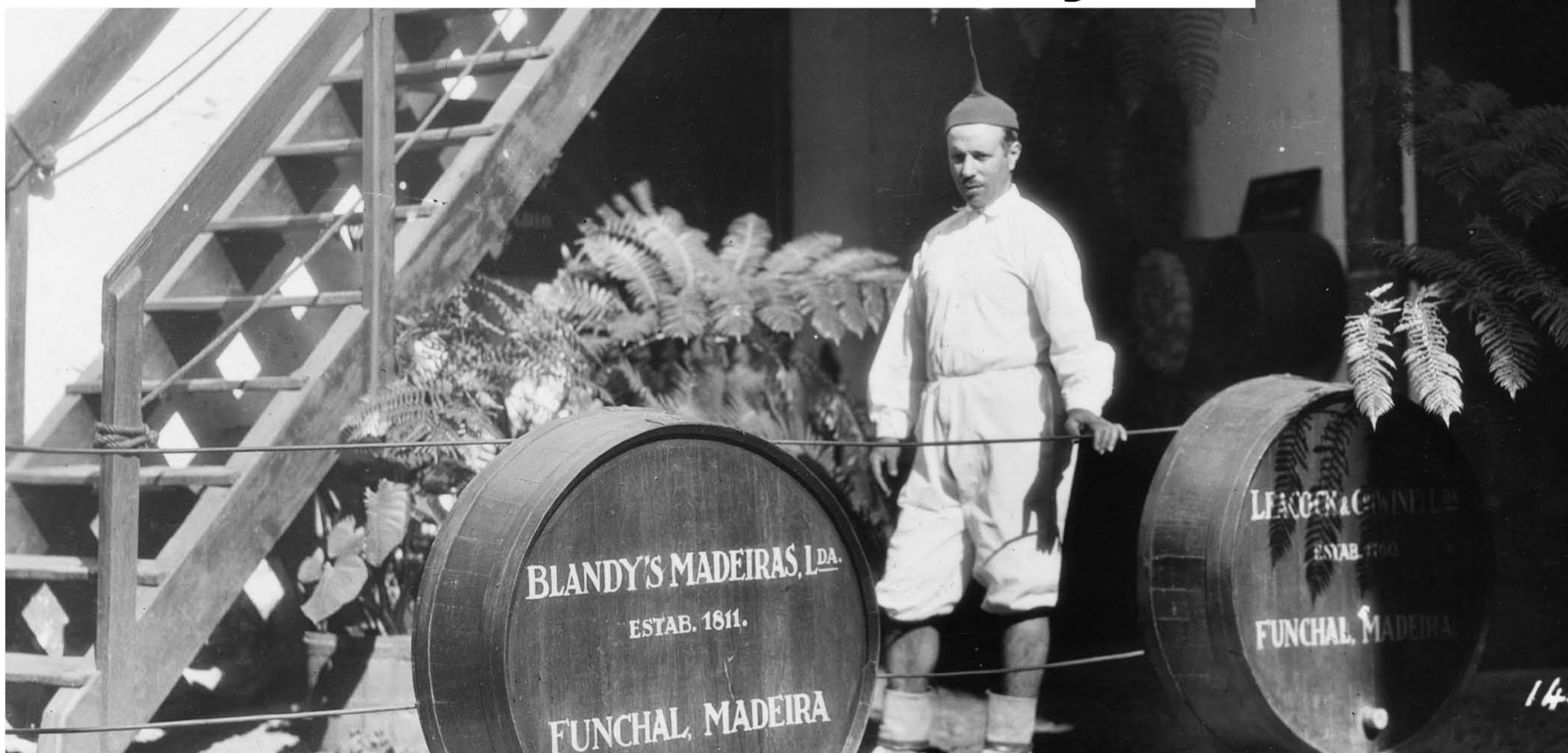


Duas jovens percorrem a Madeira numa viagem repleta de imagens aéreas e sensualidade, tud...

A MARCA DO TERRITÓRIO COMO FACTOR AGREGADOR DA IDENTIDADE DE UMA REGIÃO



UMA MARCA QUE MODERNIZE A EXPERIÊNCIA DA TRADIÇÃO



O GRANDE RISCO DA TRADIÇÃO É QUANDO ELA ENVELHECE MAL



AS TENDÊNCIAS DO TURISMO RESIDEM NA PROCURA DA GENUINIDADE DOS DESTINOS



**A “GOOGLIZAÇÃO” DA IDENTIDADE
DOS TERRITÓRIOS PRODUZ MARCAS
TÁCTICAS E DECORATIVAS
QUE CONFUNDEM INTERESSES
DE PROMOÇÃO, NA MAIORIA DAS VEZES
TURÍSTICA, COM A VALORIZAÇÃO
DOS TERRITÓRIOS.**



CONCEPTUAL DECORATION
CONCEPTUAL DECORATION
CONCEPTUAL DECORATION

Portugal é o melhor destino de golfe da Europa... e do mundo

 Partilhar no Facebook

 Partilhar no Twitter

 Partilhar no Google+





**Portugal esqueceu-se de quem é
parecendo procurar a sua
identidade como se não a tivesse.**

OS PIONEIROS PORTUGUESES





PORTUGAL GENIAL

CARLOS COELHO ESPECIALISTA EM GESTÃO DE MARCAS





**REMEMBER: REALITY IS
A MOVING TARGET**



O FUTURO VEM SEMPRE DO PASSADO



Our tradition



I AM THE ONE
I'VE BEEN
WAITING FOR
HARLAND MILLER

Need to be gold amplified



É PRECISO FAZER EXPLODIR A ENERGIA CRIATIVA DA MADEIRA



UM PASSADO QUE SE QUER FUTURO



AS MARCAS SÃO SONHOS DO HOMEM PERPETUADOS NA ECONOMIA

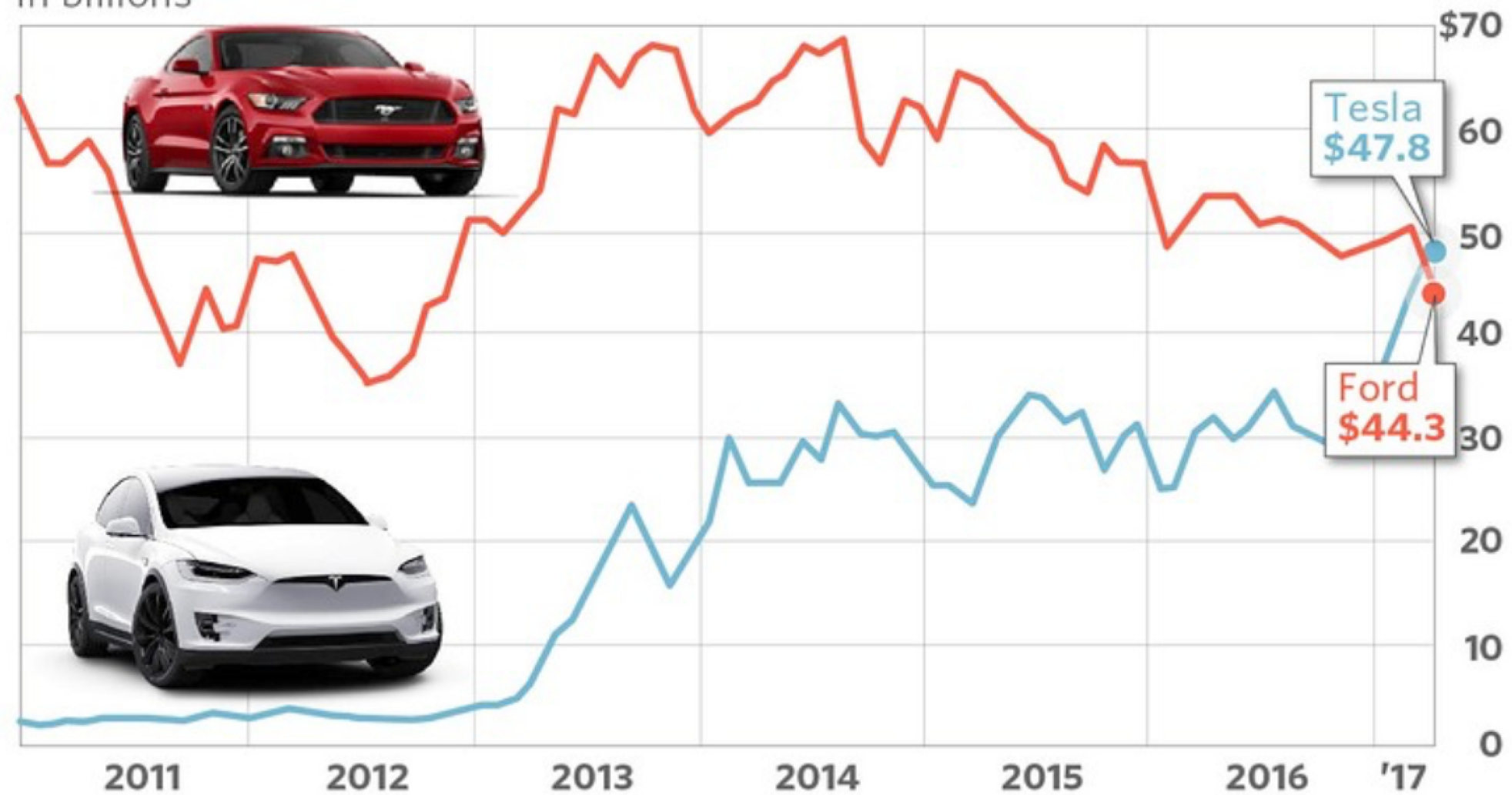






Tesla's market cap overtakes Ford's

In billions



Source: FactSet

PORTUGAL

Mensagem



**UMA MARCA TERRITORIAL
SÓ TERÁ SUCESSO
SE FOR A ALMA DE UM POVO**



**SE PERDERMOS
A CULTURA PARA QUE
QUEREMOS GANHAR
A GUERRA**

±
TO BUY
OR NOT TO BE

**UMA MARCA NÃO PODE
SER CRIADA SÓ COM DRIVE
NA ECONOMIA**

SE PERDERMOS A POESIA PARA QUE QUEREMOS A ECONOMIA





**SE PERDERMOS A POESIA
PARA QUE QUEREMOS
A ECONOMIA**





OBRIGADO.

CARLOS COELHO

see you soon