

Interpelação Escrita

Deputado José Maria Pereira Coutinho

“Participação de Empresas Locais e de Países de Língua Portuguesa na Feira de Produtos de Marca da Província de Guangdong e Macau (GMBPF)”

A Feira de Produtos de Marca da Província de Guangdong e Macau (GMBPF) celebrou recentemente a sua 18.^a edição, consolidando-se como um dos mais importantes eventos de promoção comercial e cooperação económica entre a China, alguns países asiáticos e Macau e empresas locais afirmando-se como uma plataforma privilegiada para a internacionalização de produtos e para a atracção de investimento, contando com o reconhecimento da indústria ao obter a certificação da Associação Internacional de Feiras (UFI).

A edição de 2026, realizada entre 6 e 9 de Agosto, sob o tema “Novas Oportunidades na Economia Prateada, Um Novo Capítulo na Vida Saudável”, foi bastante concorrida registando números impressionantes: mais de 90 mil visitantes, cerca de 1 600 visitantes profissionais, mais de 460 encontros comerciais e a assinatura de 49 acordos de cooperação. A feira contou com 459 expositores de Macau, do Interior da China e do exterior, numa área de quase 13 mil metros quadrados, o que representa um aumento superior a 10% face ao ano anterior.

O nosso Gabinete de Atendimento aos Cidadãos (GAC) tem sido contactado por bastantes empresas locais que referiram que apesar deste crescimento, importa assinalar que a área de exposição, embora superior à do ano passado, revelou-se insuficiente para acolher muitas empresas locais que manifestaram interesse em participar devendo-se ser dada sempre prioridade no sentido de estimular o crescimento das empresas locais. O facto de a feira se ter mantido no mesmo espaço designadamente o Pavilhão A do Cotai Expo, no Venetian Macau e de a área total de exposição se ter mantido nos cerca de 13 000 metros quadrados, com um aumento de apenas 10%, contrasta com o crescimento da procura por parte das empresas. Esta limitação física acabou por prejudicar muitas outras empresas locais que gostariam de participar, mas não conseguiram obter espaço, como aliás já se verificou em edições anteriores, em que o número de candidaturas a espaços promocionais excedeu a oferta disponível.

Importa igualmente referir que, embora a feira tenha alargado a sua componente internacional, com a participação de países como Paquistão (convidado pela primeira

vez em 2026), Indonésia, Myanmar, Malásia, Tailândia e Singapura, o leque de economias asiáticas representadas poderia ser significativamente alargado. A Coreia do Sul, o Japão, Taiwan (região da China) e a Índia são economias com forte expressão comercial e tecnológica, cuja ausência na feira representa uma oportunidade perdida para o aprofundamento das trocas comerciais e para a diversificação da oferta de produtos e serviços.

1. A edição de 2026 registou cerca de 30 empresas de Singapura, Indonésia, Tailândia e do Interior da China. Contudo, a presença específica de empresas oriundas dos PLP, designadamente de Portugal, Brasil, Angola, Moçambique, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste, merece um impulso adicional. Assim, para as futuras edições que medidas tenciona o Governo de Macau implementar para satisfazer os pedidos de participação incluindo a incorporação de empresas locais e de empresas dos Países de Língua Portuguesa para a GMBPF, transformando a feira num verdadeiro ponto de encontro bilateral e criando condições para que estas empresas possam utilizar Macau como plataforma de entrada no mercado chinês e nos mercados da Região da Grande Baía com objectivos concretos de atrair um maior número de expositores e compradores facilitando-se a sua participação, nomeadamente através de pavilhões temáticos, apoio logístico e linguístico, e agendamento de rondas de negócios?

2. Que avaliação faz o Governo dos resultados da feira de 2026 no que respeita à promoção do comércio e do investimento entre Guangdong com as empresas locais e os Países de Língua Portuguesa, e que indicadores e metas foram estabelecidos à presente edição no sentido de medir e melhorar o impacto concreto desta cooperação, designadamente ponderando-se a expansão da participação a outras economias asiáticas como a Coreia do Sul, o Japão, Taiwan (região da China) e a Índia que presumidamente também estão interessadas em participar nos futuros certames?

3. Atrair a América do Sul para a GMBPF não é apenas desejável, mas perfeitamente exequível. A receita para o sucesso passa por uma combinação de expansão física dos actuais locais de exposição, promoção direccionada, incentivos concretos e o aproveitamento das sinergias já existentes com o mercado lusófono e a plataforma de Macau. Assim, que medidas concretas vão ser implementadas para a próxima edição no sentido de aumentar os espaços de exposição permitindo que para além

de mais empresas locais poderem expor os seus produtos bem como a possibilidade de criar um pavilhão específico denominado "Pavilhão América Latina" um espaço exclusivo para a América Latina, à semelhança do que já existe para os países da "Rota da Seda" sendo que esta medida aumentaria a visibilidade dos produtos sul-americanos e criaria um ponto de encontro natural para negócios perfeitamente exequível combinando a expansão física, promoção direccionada, incentivos concretos e o aproveitamento das sinergias já existentes com o mercado lusófono e a plataforma de Macau?