

Estudo Económico de Desenvolvimento da Fileira da Castanha

Plano de Comunicação e Marketing



Índice

1 Introdução	3
2 Objetivos e Dimensões	4
3 Estratégia de Promoção e Marketing	6
4 Ações e meios de comunicação.....	8

1 | INTRODUÇÃO

O Plano de Marketing e Promoção do Estudo Económico para o Desenvolvimento da Fileira do Castanha visa definir, numa ótica operacional, quais os públicos-alvo, ações e meios de comunicação a envolver.

O presente documento encontra-se alinhado com os objetivos estratégicos para o desenvolvimento da fileira do Castanha e as ações definidas no Plano de Implementação do estudo.

O documento encontra-se organizado em 4 capítulos:

1. **Introdução** – Presente capítulo, explicita o âmbito do plano e a sua organização;
2. **Objetivos e Dimensões** – Explicita quais os objetivos que se pretende atingir e quais as dimensões do plano;
3. **Estratégia de Marketing e Promoção** – Expõe a quem comunicar, porquê comunicar e como comunicar, isto é, quais os segmentos e targets a atingir, porquê e quais os meios comunicacionais a utilizar.
4. **Ações e Meios de Comunicação** – Detalha as características das ações e meios de comunicação a utilizar para cada segmento e a respectiva calendarização, orçamentação e responsáveis.


2 | OBJETIVOS E DIMENSÕES

Objetivos

Este plano, de carácter operacional, visa apresentar como o estudo realizado pode vir a dinamizar a fileira do Castanha, atingir os objetivos estratégicos preconizados para o seu desenvolvimento e potenciar o impacto social, económico e ambiental do desenvolvimento do sector.

Os três grandes objetivos deste plano são:

Figura 1 – Objetivos do Plano de Marketing e Promoção



Objectivos

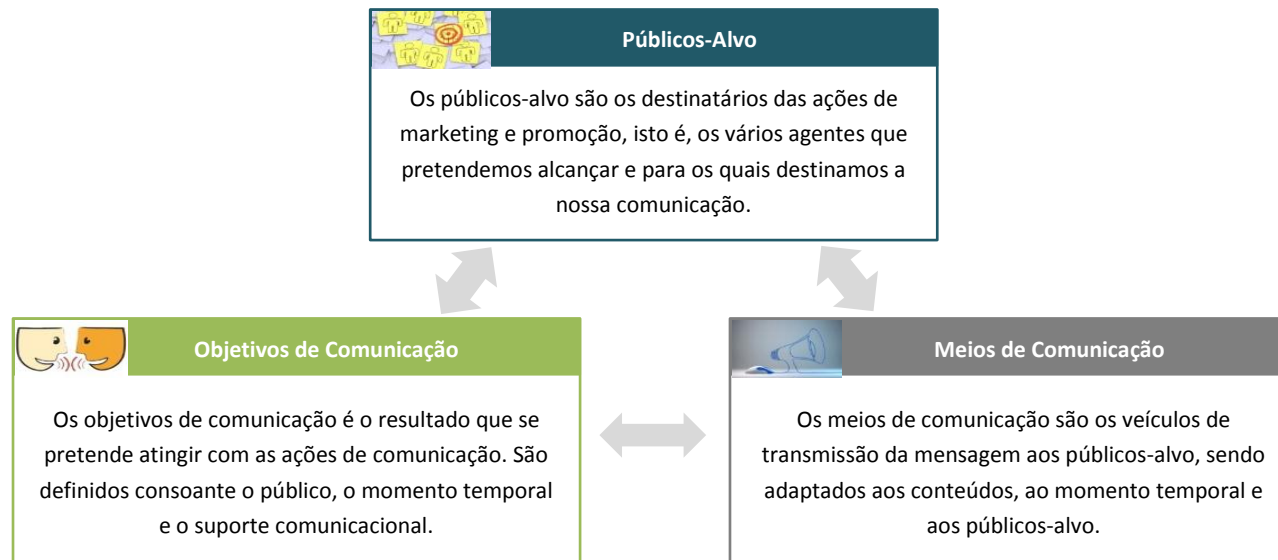
1. Identificar quais os segmentos e públicos-alvo sobre os quais deve incidir a promoção do estudo sobre a fileira do Castanha
2. Delinear as ações e objetivos a atingir para cada público-alvo
3. Definir as ações e os meios de comunicação a concretizar e respetiva calendarização, orçamentação e responsáveis.

Se, por um lado, importa definir a quem comunicar, por outro é crítico compreender quais as necessidades de informação de modo a definir o posicionamento e os instrumentos a utilizar na comunicação. Adicionalmente devem ser definidas as prioridades de atuação, os responsáveis e as metas a alcançar.

Dimensões

O plano de marketing e promoção foi desenvolvido no sentido de garantir o alinhamento entre três grandes componentes, interligadas entre si: público-alvo, objetivos de comunicação e meios de comunicação, tal como exposto abaixo:

Figura 2 – Dimensões do Plano de Marketing e Promoção



3 | ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO E MARKETING

A estratégia de promoção e de marketing permite compreender quais os públicos-alvo chave para comunicar o Estudo Económico para o Desenvolvimento da Fileira da Castanha, qual o seu objetivo e os meios de comunicação que permitem fazê-lo, sensibilizando os públicos-alvo sobre o estudo e sobre as ações a implementar na fileira de acordo com o mesmo.

Neste sentido, foram definidos como públicos-alvo: a RefCast, as associações florestais, os produtores, as empresas de transformação/ comercialização, as empresas do grande consumo, empresas de produção de bens alimentares e chef's de renome. Os diferentes públicos-alvo são diferenciados pelo devem ser utilizados diferentes meios de comunicação para a sensibilização.

A tabela seguinte permite compreender quais os públicos-alvo definidos, os seus objetivos e meios de comunicação a utilizar:

Tabela 1 – Público-Alvo, Objetivos e Meios de Comunicação/ Ações

PÚBLICO-ALVO	OBJETIVOS	MEIOS DE COMUNICAÇÃO/AÇÃO
PRODUTORES	<ul style="list-style-type: none"> Promover o trabalho conjunto da fileira, nomeadamente nas ações específicas do plano de implementação; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo na reunião da Ref Cast; Folhetos informativos; Rota da Castanha; Road Show para os Produtores e Transformadores;
TRANSFORMADORES	<ul style="list-style-type: none"> Promover o trabalho conjunto da fileira, nomeadamente nas ações específicas do plano de implementação; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo na reunião da Ref Cast; Road Show para os Produtores e Transformadores;
REFCAST	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar a necessidade de conjuntamente proceder a uma série de ações do plano de implementação, das quais a mais evidente é a criação da OIF; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo na reunião da Ref Cast; Booklet para apresentação institucional;
RETAHO/ GRANDE DISTRIBUIÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para o potencial investimento em variedades diferenciadas, elucidando sobre as potencialidades e variedades da castanha; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão Temática com a grande distribuição, com degustação Booklet para apresentação institucional;

CHEF'S	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para as potencialidades de criar receitas e livros gastronómicos à base de castanha; 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniões de apresentação do estudo individuais com chefes de qualidade reconhecida Booklet para apresentação institucional;
ASSOCIAÇÕES FLORESTAIS	<ul style="list-style-type: none"> Alertar para as ações do plano de implementação, e formar sobre o papel das associações para o desenvolvimento do plano de implementação e formação dos elementos da fileira; 	<ul style="list-style-type: none"> Road Show pelas associações florestais com mais relevância no sector; Sessão de apresentação formal do estudo na reunião da Ref Cast; Folhetos informativos; Booklet para apresentação institucional;
EMPRESAS DE PRODUTOS ALIMENTARES	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar o potencial da utilização da castanha na produção de produtos destas empresas; 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniões individualizadas com as possíveis empresas com interesse na utilização da Castanha: Danone, Latogal e Nestlé; Sessão de apresentação formal do estudo; Booklet para apresentação institucional;
IFAP - INSTITUTO DE FINANCIAMENTO DA AGRICULTURA E PESCAS	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação das necessidades de investimento da fileira e sensibilização para ações da responsabilidade estatal; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo; Booklet para apresentação institucional;
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, MAR, AMBIENTE E ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação das necessidades da fileira e sensibilização para ações da responsabilidade estatal; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo com o Ministro e responsáveis pelas entidades chave; Booklet para apresentação institucional;
MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DO EMPREGO	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação das necessidades da fileira e sensibilização para ações da responsabilidade estatal; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo com o Ministro e responsáveis pelas entidades chave; Booklet para apresentação institucional;
COMISSÃO EUROPEIA – AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação das necessidades da fileira e sensibilização para ações que necessitam de apoio do quadro comunitário; 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo; Booklet para apresentação institucional;
POTENCIAIS GRUPOS PRIVADOS DO SECTOR AGRÍCOLA;	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para as vantagens do mercado da castanha de modo a atrair investimento privado para o sector; 	<ul style="list-style-type: none"> Road Shows Booklet para apresentação institucional;
POPULAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para as vantagens do mercado da castanha de modo a atrair investimento e mão-de-obra para o sector; 	<ul style="list-style-type: none"> Micro-website no website do Fórum Florestal; Ligação às Redes Sociais (ligar também à RefCast).

4 | AÇÕES E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

As diversas ações realizadas para os diferentes públicos-alvo serão realizadas em final deste ano e início de 2013 e terão um custo total estimado de cerca de 16.260€ e terão como principal responsável e organizador o Fórum Florestal.

Tabela 2 – Meios de Comunicação/ Ação, Público-Alvo, Calendarização, Orçamentação e Responsável

MEIOS DE COMUNICAÇÃO/ AÇÃO	PÚBLICO-ALVO	CALENDARIZAÇÃO	ORÇAMENTAÇÃO	RESPONSÁVEL
• FOLHETOS INFORMATIVOS;	• Produtores e Transformadores	• 2012	• 2.900€	• Fórum Florestal • Associações Florestais (distribuição)
• BOOKLET PARA APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	• IFAP - Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas • Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território • Comissão Europeia – Agricultura E Desenvolvimento Rural • RefCast • Potenciais Grupos Privados do Sector Agrícola; • Empresas de Produtos Alimentares • Chef's • Retalho/ Grande Distribuição • Associações Florestais	• 2012	• 3.500€	• Fórum Florestal
• PRESENÇA NA ROTA DA CASTANHA;	• Produtores e Transformadores	• 2012	• 760€	• Fórum Florestal
• SESSÃO DE APRESENTAÇÃO FORMAL DO ESTUDO À REFCAST;	• Refcast, produtores, transformadores e associações florestais;	• 5 de Dezembro	• -	• Fórum Florestal
• SESSÃO TEMÁTICA COM A GRANDE DISTRIBUIÇÃO, COM DEGUSTAÇÃO	• Retalho/ Grande Distribuição	• Janeiro 2013	• 760€	• Fórum Florestal

• REUNIÕES DE APRESENTAÇÃO COM CHEFES DE RENOME	• Chef's	• Janeiro 2013	• 300€ cada	• Fórum Florestal
• ROAD SHOWS	• Associações Florestais mais relevantes do sector da Castanha em Portugal; • Produtores e Transformadores • Potenciais Grupos Privados do Sector Agrícola;	• Dezembro 2012	• 300€ cada	• Fórum Florestal
• REUNIÕES INDIVIDUALIZADAS COM AS POSSÍVEIS EMPRESAS COM INTERESSE NA UTILIZAÇÃO DA CASTANHA: DANONE, LATOGAL E NESTLÉ;	• Empresas de Produtos Alimentares	• Janeiro 2013	• 300€ cada	• Fórum Florestal
• SESSÃO DE APRESENTAÇÃO DO ESTUDO;	• IFAP - Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas • Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território • Ministério da Economia e Emprego • Confederação de Agricultores de Portugal (procurar chegar até à Comissão Europeia)	• Dezembro 2012 e 2013	• 3.800€	• Fórum Florestal
• APRESENTAÇÃO NAS FEIRAS INTERNACIONAIS DA CASTANHA	• Todos os participantes	• 2013	• 3.040€	• Fórum Florestal
• MICRO-WEBSITE	• Para toda a população	• 2013	• 480€	• Fórum Florestal
• REDES SOCIAIS	• Para toda a população	• 2013	• 120€	• Fórum Florestal