



think big[®]

W

e think big®

PAULA SANTOS
/ CFO / Senior Partner Founder

PATRÍCIA CARRAGETA
/ Creative Director Founder

MARIA ALBUQUERQUE
*/ Copywriter
/ HealthCare Copywriter*

FRANCISCO JERÓNIMO
*/ Art Director
/ Graphic Designer*

MAYKON ANDRÉ
*/ Art Director
/ Graphic Designer*

ALEXIA BARRET
*/ Graphic Designer Senior
/ Web Designer Senior*

PEDRO GARTNER
*/ Web Development / 3D
/ After effects / Motion Graphics*

ADRIANA MAGALHÃES
*/ Production Director
/ Events Producer*

EVA BARROS
*/ Sociocultural Animation
Consulting*

RITA RAVASCO
*/ Stop Motion, Street Art, Digital
Art and Drawing*

MIGUEL GOMES
*/ Digital Marketing Strategy Project
Manager / Executive consulting*

INÊS ALEXANDRA
/ Animation Consulting

TIAGO TAVARES
/ Illustrator Consulting

ZÉ CARLOS
/ Public Relations



“

a inovação
distingue
os líderes
dos seguidores

STEVE JOBS

”

The logo for animar features the word "animar" in a lowercase, bold, sans-serif font. Above the letter "i" is a colorful, multi-line spiral graphic in shades of blue, green, yellow, and red.

Associação Portuguesa para
o Desenvolvimento Local

ANIMAR

PLANO DE COMUNICAÇÃO

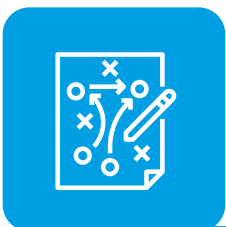
Roteiro Portugal Desenvolvimento Local



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

O Roteiro Portugal Desenvolvimento Local foi desenvolvido pela Animar – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local, com o objetivo de incrementar a divulgação e um melhor conhecimento do território, tendo por base iniciativas organizadas em áreas tão importantes como a **Sustentabilidade e Ambiente, Património Natural, Valorização de Produtos Locais e Artesanato, Saúde e Bem Estar**, entre outras.

Todas as experiências deste Roteiro são organizadas e partem de iniciativas ancoradas em processos de Desenvolvimento Local, que através da sua divulgação se procura potenciar.



MÉTODO

Elaboração de um Plano de Comunicação para a divulgação dos **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local**.

Atentos aos públicos alvo, importante enquadrar os vários produtos comunicacionais e mecanismos necessários à sua divulgação.



PÚBLICO-ALVO

Os Roteiros Portugal Desenvolvimento Local através da sua divulgação, procuram captar os seguintes públicos-alvo:



Jornalistas nacionais e locais;



Jornalistas de turismo, ambiente e cultura;



Autocaravanistas;



Bloguers;



Influencers;

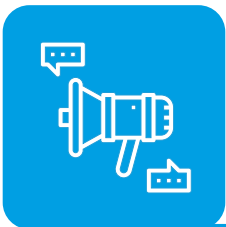


Público em geral;



Associação e clubes.





FORMA

As mensagens a comunicar dos **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local** devem ter em conta os diferentes “públicos-alvo”, a que se destinam e os meios de divulgação utilizados, devem ser os mais adequados a estes públicos:



Definição da mensagem geral;



Definição da mensagem específica para cada um dos roteiros e região;



Salientar o carácter inovador da recolha e da iniciativa;



Mensagens para o público em geral.



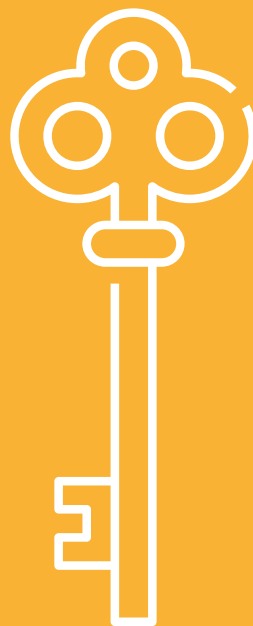
MENSAGENS CHAVE

A Animar aposta na divulgação de roteiros com propostas locais;

Sugestões criadas e desenvolvidas por Associações de Desenvolvimento Local;

Sustentabilidade e Ambiente, Património Natural, Valorização de Produtos Locais e Artesanato, Saúde e Bem Estar, são as linhas orientadoras;

A importância do Desenvolvimento local;



O Interior como factor de desenvolvimento social e económico;

O papel fundamental que as Associações têm no desenvolvimento local;

Construir comunidades mais justas e sustentáveis;

Na retoma (pós pandemia) como as Associações de Desenvolvimento Local podem contribuir e ajudar à recuperação.



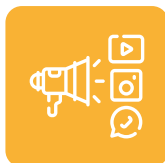
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Fundamental para o desenvolvimento dos **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local** é a divulgação e a visibilidade que os diferentes Órgãos de Comunicação Social venham a dar a estes roteiros e suas propostas.

AÇÕES



Assessoria de Imprensa;



Apoio à produção de conteúdos;



Online Reputation Management.



ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Através de:

- 1 Lançar um Save the Date/Nota de Imprensa com:
 - Evento Apresentação dos **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local**.
- 2 Assessoria de Imprensa e mediática que garanta a divulgação nos órgãos de comunicação social identificados e considerados fundamentais à divulgação;
- 3 Produção de textos informativos e todo o tipo de suporte de informação para enviar aos OCS, como:
 - Press Releases (PR)/Comunicados;
 - Press Kits a enviar a jornalistas selecionados;
 - Material de informação sobre os roteiros.
- 4 Acompanhamento e monitorização de notícias relacionadas com os roteiros;
- 5 Acompanhamento de reportagens – Sempre que se justifique.



MODELO DA APRESENTAÇÃO PÚBLICA DOS ROTEIROS PORTUGAL DESENVOLVIMENTO LOCAL

Mantendo-se as contingências provocadas pela Covid-19, fundamental manter as regras de segurança e de distanciamento social ao mesmo tempo que se inova.

- **Evento Drive In** – Servirá de apresentação dos diferentes roteiros e dos vídeos temáticos que ajudam à divulgação e promoção:



Artesanato



Produtos Endógenos



Cultura



Rotas

Será feita transmissão via Plataforma Zoom.

Local: A definir | **Espaço:** Ao Ar Livre



DIVULGAÇÃO

Convidar bloggers para viajarem em autocaravana seguindo as sugestões dos roteiros e indo contando as suas experiências.

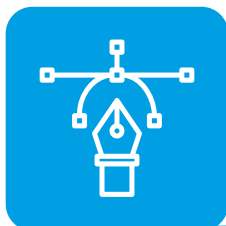
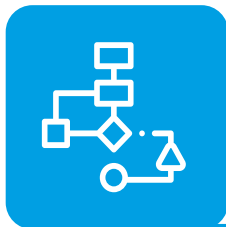


IMAGEM E NOVO GRAFISMO DOS ROTEIROS PORTUGAL DESENVOLVIMENTO LOCAL

Fundamental a criação de uma imagem própria para os **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local**. A imagem servirá de base ao evento de apresentação, à divulgação, materiais de divulgação e de comunicação.

O novo grafismo vai tornar mais apelativo cada um dos roteiros. Atualizando informação, incluindo imagens e links ativos.



MODELO COMUNICACIONAL

O trabalho de Assessoria de Imprensa, complementar, a aprovação e a concretização da comunicação e divulgação do evento e dos roteiros.

- Generalistas Nacionais (Tv's, Rádios, Jornais);



RTP
Portugal em Directo



SIC, TVI e CMTV
correspondentes locais



RDP
Portugal em Directo



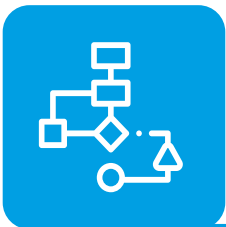
Agência Lusa



- Locais e Regionais – Fundamentais pela relação com as Associações locais parceiras e por estarem focados na divulgação de temas locais;



- Económicos (Diários, semanários, revistas e online);



MODELO COMUNICACIONAL



- Revistas e sites do Turismo;



- Revistas Generalistas e de Economia;



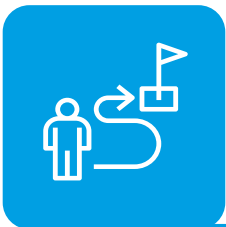
- LifeStyle



- Publicações de Media e Marketing;



- Publicações de Autocaravanismo.



MEIOS

Como reforço do aumento da visibilidade, notoriedade e aumento da comunicação considerar:



Publicidade online;



Publicidade ou Publireportagens em OCS regionais: em especial das regiões dos roteiros;



Google AdWords – Definir palavras chave para aumentar a visibilidade no motor de busca.

Nota: Definir esta inclusão de publicidade nos meios tendo em conta o budget existente



REDES SOCIAIS

Potenciar as redes sociais já existentes em articulação com o desenvolvimento do Plano de Comunicação da ANIMAR.

— Teaser

Criar um Teaser (máximo 22 segundos) para divulgação nas redes sociais e Site Animar dos **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local**.

— Facebook

Publicar Teaser, notícias e divulgação dos roteiros.

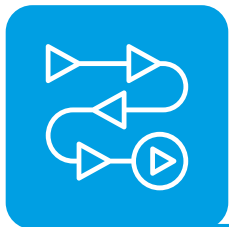


REDES SOCIAIS

Facebook – Plano de posts

Exemplo de posts (base semanal)

	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7
ASPIRACIONAIS	X		X			X	
RACIONAIS		X			X		
EVENTOS				X			X
PARTICIPAÇÃO							X



TIMELINE

A definir quando estiverem completos os vídeos e refeitos os **Roteiros Portugal Desenvolvimento Local** e eventual aprovação deste plano.

thank you



PPRC - Comunicação Lda.

Rua de S. Sebastião da Pedreira, 110 - 1º | 1050 - 209 Lisboa | Portugal

Telm.: +351 969 654 644 • patricia.carrageta@i-m.com.pt

Telm.: +351 938 886 748 • paula.santos@i-m.com.pt

Telf.: +351 211 588 008 • www.i-m.com.pt