

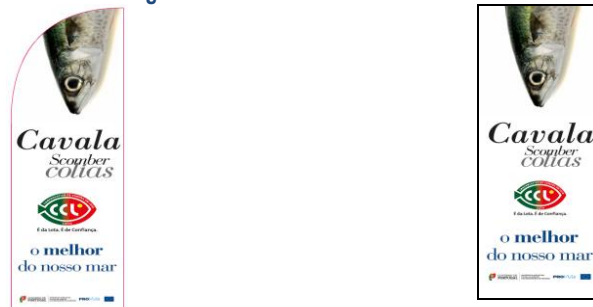
## CAMPANHA DE PROMOÇÃO DA CAVALA 2ª Fase - 2013

**CONCEITO:** Reforço da Campanha da Cavala através da realização de ações dirigidas ao público em geral, distribuição alimentar, comerciantes de pescado e mercados externos, visando maximizar a sua presença na restauração e no consumo doméstico, bem como potenciar as exportações.

**PÚBLICOS-ALVO:** Distribuição Alimentar e Comerciantes de Pescado, Famílias, Alunos e Professores das Escolas de Hotelaria, Chefes gourmet e Compradores Mercados Internacionais.

**POSICIONAMENTO:** Imagem da Cavala fresca e em conserva percebida pelos diversos targets como uma espécie versátil na gastronomia doméstica, junto de Chefes *gourmet* e Escolas de Hotelaria. Perceção da Cavala como um alimento saudável, de baixo custo e ambientalmente sustentável.

Imagem de Bandeira e Faixa Promocional



### AÇÕES A DESENVOLVER:

#### 1. Distribuição Alimentar:

##### Mercados Municipais

- **CCL - Comprovativo de Compra em Lota** – Reforço da promoção do pescado da lota e divulgação das novas etiquetas CCL, através da sua distribuição junto dos vendedores aderentes (logo c/cores nacionais).
- **Público em geral** – Aulas de culinária utilizando Cavala fresca e em conserva, e outras espécies relevantes a nível local (ex: Faneca no Norte do país, Polvo do Algarve).
- **Comerciantes** - Realização de Aulas sobre preparação e conservação do pescado, com o objetivo de valorizar o produto. Contempla diversas vertentes:
  - **Boas Práticas** no manuseamento, conservação e preparação do pescado.
  - **Sustentabilidade** dos recursos, apelando à comercialização de pescado adulto (proteção dos juvenis).
- **Media** - Reforço da divulgação das ações através dos meios de comunicação do município e colocação de faixas e bandeiras promocionais.
- **Receitas** - Distribuição ao público e disponibilização no site da Docapesca;

##### Grandes Superfícies

- **Degustações** de Cavala fresca e em conserva na loja.
- **Meios de comunicação internos** - Divulgação das ações e colocação de bandeiras promocionais.
- **Implementação do CCL** – Reforço em novas insígnias, que comercializem produtos da pesca com origem nas lotas do continente português (Ex: Lidl – Polvo do Algarve). Distribuição das novas etiquetas CCL.

#### 2. Eventos Gastronómicos Gourmet:

- **Peixe em Lisboa** – Promoção das 10 espécies mais importantes nas 10 principais lotas do continente português em articulação com as OP / Associações, através da realização de 2 aulas de culinária por dia, pela Escola de Hotelaria e Turismo de Lisboa e Chefes *gourmet* convidados pela organização do evento.
- **Essência do Gourmet (Porto)** - Realização de Aulas de Cozinha e degustações, utilizando cavala fresca e em conserva, bem como espécies mais representativas nas lotas do norte do país (ex: faneca).
- **Concurso Chefe Cozinheiro do Ano** – Integração do pescado das lotas nos menus elaborados pelos Chefes participantes do concurso.

### 3. Feiras Profissionais:

- **SISAB (Portugal)**
  - Divulgação dos produtos da pesca, em articulação com as OP / Fileira do Pescado, com vista à exportação.
  - Realização de workshops, com a participação de entidades do sector (Docapesca, Fileira do Pescado, ANICP, etc.) sobre os produtos da pesca (fresco, congelados e conservas), direcionado para os visitantes do evento, com prova gastronómica de produtos, em articulação com as Escolas de Hotelaria.
- **Seafood (Bélgica)**
  - Participação no stand de Portugal, organizado pela ALIF, integrando pescado das lotas.
  - Realização de degustações com pescado das lotas portuguesas e em conserva.
- **Polfish (Polónia)**
  - Organização do stand de Portugal, integrando conservas de pescado e congelados em articulação com OP / Associações e ANICP.
  - Realização de degustações com conservas portuguesas.
- **Conxemar (Espanha)**
  - Organização do stand de Portugal, integrando pescado fresco, conservas e congelados, em articulação com OP / Associações e ANICP.
  - Realização de degustações com pescado das lotas portuguesas e em conserva.
- **Anuga (Alemanha)**
  - Participação no stand de Portugal, organizado pela Portugalfoods, integrando conservas de pescado e congelados.
  - Realização de degustações com conservas portuguesas.

### 4. Outros Eventos:

- Realização de Aulas de Culinária, workshops, demonstrações gastronómicas e degustações, utilizando cavala fresca e em conserva, bem como espécies mais representativas a nível local que importa valorizar.
  - **Os Melhores Chefes de Pescado Cozinham o Melhor do Nosso Mar**
  - **Fórum do Mar**
  - **La Route des Princes**
  - **Festival Sabores do Mar de Peniche**
  - **Festival Bacalhau Ílhavo**
  - **Rip Curl Pro Peniche**

### 5. Ambiente e Solidariedade

- **Workshops/conferências** – Participação ativa nos eventos organizados por ONG, sobre o pescado.
- **Solidariedade** – Apoio a eventos locais, através da oferta de produto em campanha.

### 6. Atividades em Escolas:

- **Workshops** – Desenvolvimento de atividades no âmbito dos programas e trabalhos escolares junto de alunos do 10º. ao 12ºano, potenciando o seu interesse e propondo-lhes atividades relacionadas com o Mar e das Pescas sob diversas perspetivas, nomeadamente a geografia, economia, recursos naturais e ambiente, biologia e biodiversidade, estatística, entre outros, e integrando uma componente em sala de aula e outra de visita e experiência nas lotas.

### 7. Público em Geral:

- **Livro do Pescado – O Melhor do Nosso Mar** - Desenvolvimento de livro sobre o pescado das lotas portuguesas, com receitas simples, de fácil confeção e de baixo custo, principais características das espécies, seu valor nutricional e boas práticas de conservação do pescado.

### 8. Lotas:

- Reforço da divulgação do CCL - Comprovativo de Compra em Lota, através do novo logotipo (cores nacionais).
- Promoção da Cavala, através da colocação de faixas informativas.