

CAMPANHA COVID-19 | AGRICULTURA

ALIMENTE QUEM O ALIMENTA

Slogan: Alimente quem o Alimenta

Objetivo: Promoção do consumo de produtos agroalimentares, em especial para aqueles que estão a enfrentar maiores dificuldades de escoamento derivado das restrições impostas pela situação atual (ex: pequenos ruminantes; queijo; produtos frescos; pequenos frutos); Alertar as portuguesas e os portugueses que devemos consumir produtos locais - apelar ao consumo nacional.

Guião | Copy: Compre produtos locais, frescos e ajude a nossa agricultura. Por si, por todos nós, pela nossa saúde, pelo nosso país! Alimente-se desta ideia. Alimente quem o alimenta.

Hashtags: #AlimenteQuemoAlimenta #Alimentacaopt #agriculturanaopara

Gravações: As gravações são caseiras e feitas pelos protagonistas. Fazem parte desta campanha: chefs de cozinha (nacionais), chefs de cozinha (distritais), influencers/bloggers (nacionais), Presidentes de Junta, Presidentes de Câmara, Organismos, produtores, cidadãos comuns.

| **Exemplo:** a título de exemplo podemos já começar a mostrar vídeos com esta dinâmica nas nossas redes sociais. O Nuno Antão gravou com o presidente de junta da Carregueira.

Link para vídeo exemplo (ainda sem logos e sem legendas):

<https://we.tl/t-uUfGNuqCbg>

não paramos ESTAMOS ON



1º FASE - PRIMEIROS CONTACTOS E GRAVAÇÕES

Nota: O Ministério da Agricultura contactará 3 Chefs de cozinha E 3 influencers que gravarão 1 vídeo (1 minuto) a apelar ao uso destes alimentos e cada um deles enviará uma receita (para ser publicada depois do vídeo ou a receita pode ser disponibilizada no fim do próprio vídeo- como há a capacidade de pausa é perfeitamente possível deixar a receita no fim) usando alguns destes produtos (1 por cada dia da semana) - o copy dos posts podem também apelar ao fim do vídeo (ex: O Chef José Avillez deixa-lhe uma mensagem: Alimente quem o Alimenta. Veja no fim do vídeo a receita do chef - algo assim)

Meios de produção: Não podendo o usar os meios do CEGER por razões óbvias, devemos usar os meios que os próprios têm: o telefone. Dada a circunstância que vivemos e se queremos a proximidade, não choca serem os próprios a gravar. Esta técnica é cada vez mais usada e estudos indicam que têm tido resultados muito bons junto das pessoas.

Vídeos: os vídeos chegam ao gabinete de comunicação e irão sofrer uma pequena edição e acrescentamos sempre **legendas** aos vídeos - (edição é feita pelos nossos meios - temos os suficientes)

Logos: aqui entram os logos do Ministério da Agricultura e do Estamos ON. Se se justificar, e caso existam verbas da AGPDR ou outro organismo, podemos acrescentar outros logos.

LOGO ALIMENTE QUEM O ALIMENTA: produção de um simples para colocar em “mosca” no vídeo

Local de Gravação: a indicar pelo respetivo Chef, preferencialmente em cozinha;

Meios de divulgação: Redes Sociais do Ministério da Agricultura e organismos; Redes Sociais dos Chefs

2ª FASE: DAMOS INICIO ÀS GRAVAÇÕES COM OS RESTANTES INFLUENCERS E CHEFS DE COZINHA

Nota: nesta fase contactamos também as televisões e rádios para tentarmos ver a possibilidade de publicidade. Mesmo estando nesta fase crítica, o que me informaram é que as publicidades são pagas, mas iremos tentar descobrir se existem outras possibilidades.

não paramos ESTAMOS ON



Parcerias: Analisar a disponibilidade de parcerias com meios de comunicação social:

Televisão: Verificar, junto dos órgãos de comunicação social televisivo se, nos programas de culinária que desenvolvem (ex. programa da Cristina...etc) pode haver uma relação com esta campanha, fazendo receitas com o uso de produtos mais afetados (o Ministério enviaria a respetiva lista). Verificar a disponibilidade para se associarem a esta campanha, gravando pequenos spots a serem divulgados durante as suas emissões. A escolha das pessoas (preferencialmente ligadas ao setor da culinária) seriam da responsabilidade da estação televisiva

Rádio: Procurar junto do Grupo Renascença e do Media Capital Rádios disponibilidade para se associarem a esta campanha, gravando pequenos spots a serem divulgados durante as suas emissões. A escolha das pessoas (preferencialmente ligadas ao setor da culinária) seriam da responsabilidade da rádio.

NOTAS: Identificar os programas televisivos que têm programas de culinária. Contactar os responsáveis/produtores dos respetivos programas para verificar da disponibilidade de, durante uma semana, os programas de culinária fazerem referência a esta campanha e usarem os produtos da Lista a ser enviada na confeção das receitas. (Catarina e Rui); Contactar as estações televisivas e os 2 grupos de Rádio para saber da disponibilidade de se associarem a esta campanha com a gravação de mensagens (telejornal, programas como o Preço Certo e até emissão de spots.

ORGANISMOS DO MINISTÉRIO: Os nossos organismos podem contribuir com conteúdos. Podem, eles também, gravar vídeos, solicitar a produtores gravações e até cidadãos comuns, etc.

Exemplo: **Copy para este tipo de vídeos:**

Covid-19 | Partilhar Práticas Agrícolas

João Coimbra, produtor nacional de milho, proprietário da exploração agrícola Quinta da Cholda, na Golegã, publicou um vídeo onde partilha o protocolo de segurança adotado pela sua empresa para evitar os contágios do Covid-19.

Partilhe connosco o seu exemplo, envie para comunicacao@ma.gov.pt

#estamoson #covid19pt #covid19 #agriculturanaopara #alimentacaopt
#alimентequemoalimenta

não paramos ESTAMOS ON



3ª FASE: DAMOS INÍCIO ÀS GRAVAÇÕES COM CHEFS DE COZINHA DOS DISTRITOS

NOTA: temos identificados apenas um distrito, até ao momento. - **colaboração de todos para isto** - nem que seja a senhora da mercearia (é importante chegar a todos)
- **UM NOME POR DISTRITO**

ORGANISMOS DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA: os nossos organismos também podem identificar chefs de cozinha do distrito

4ª FASE: DAMOS INÍCIO ÀS GRAVAÇÕES COM PRESIDENTES DE JUNTA E PRESIDENTES DE CÂMARA

Ministério da Coesão Territorial - Sensibilizar a Área Governativa da Coesão Territorial para a necessidade das CCDR`s promoverem campanhas de âmbito regional, envolvendo as CIM`S e as Autarquias para a promoção dos produtos agroalimentares produzidos localmente, sob o mesmo Lema da nossa campanha. Neste caso a materialização e financiamento das respetivas campanhas seriam da responsabilidade das CCDR`s, devendo seguir o nosso lema e ter o logo do Ministério da Agricultura (sempre que as campanhas sejam validadas por nós)