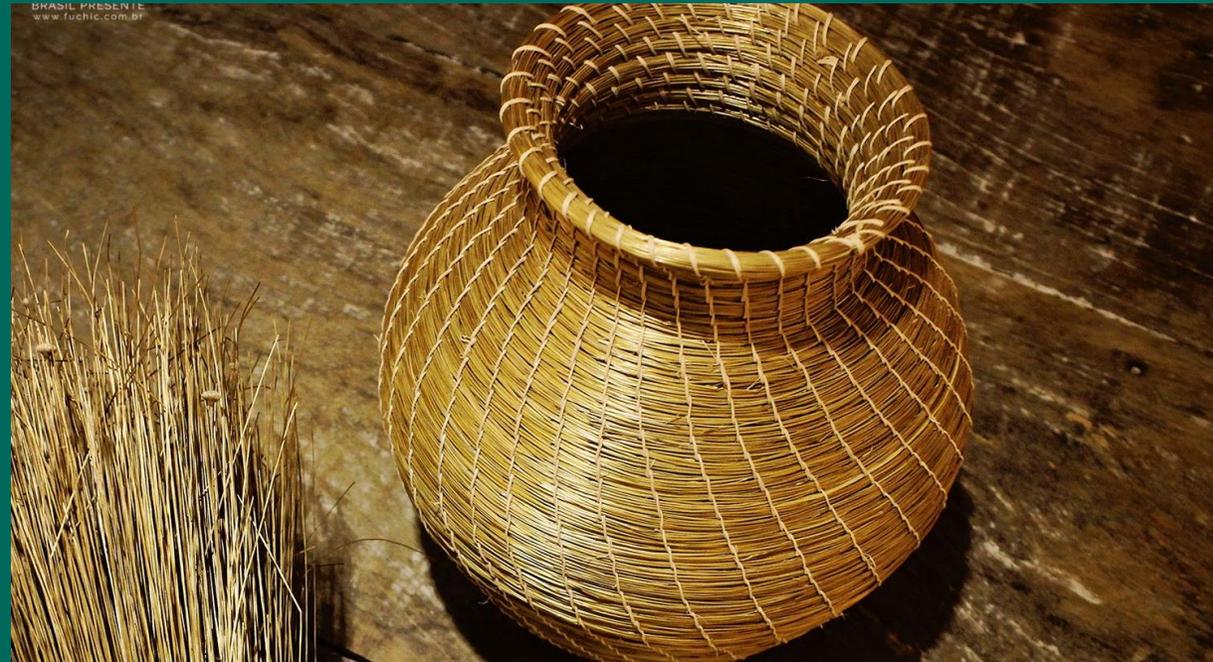


# Mercado e produtos de IG

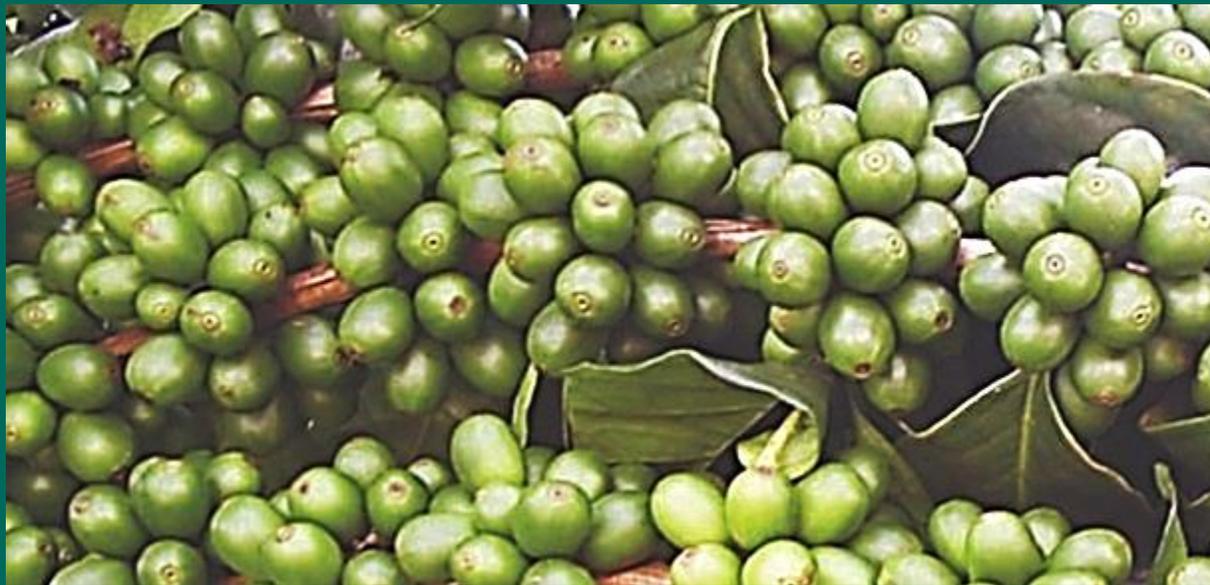




IG Canastra – Queijo



IG Jalapão – Artesanato em Capim Dourado



IG Região Cerrado Mineiro – Café



IG Região de Corupá – Banana



# Estratégia

a

## COMUNICAÇÃO

(articulação e  
sensibilização)

+

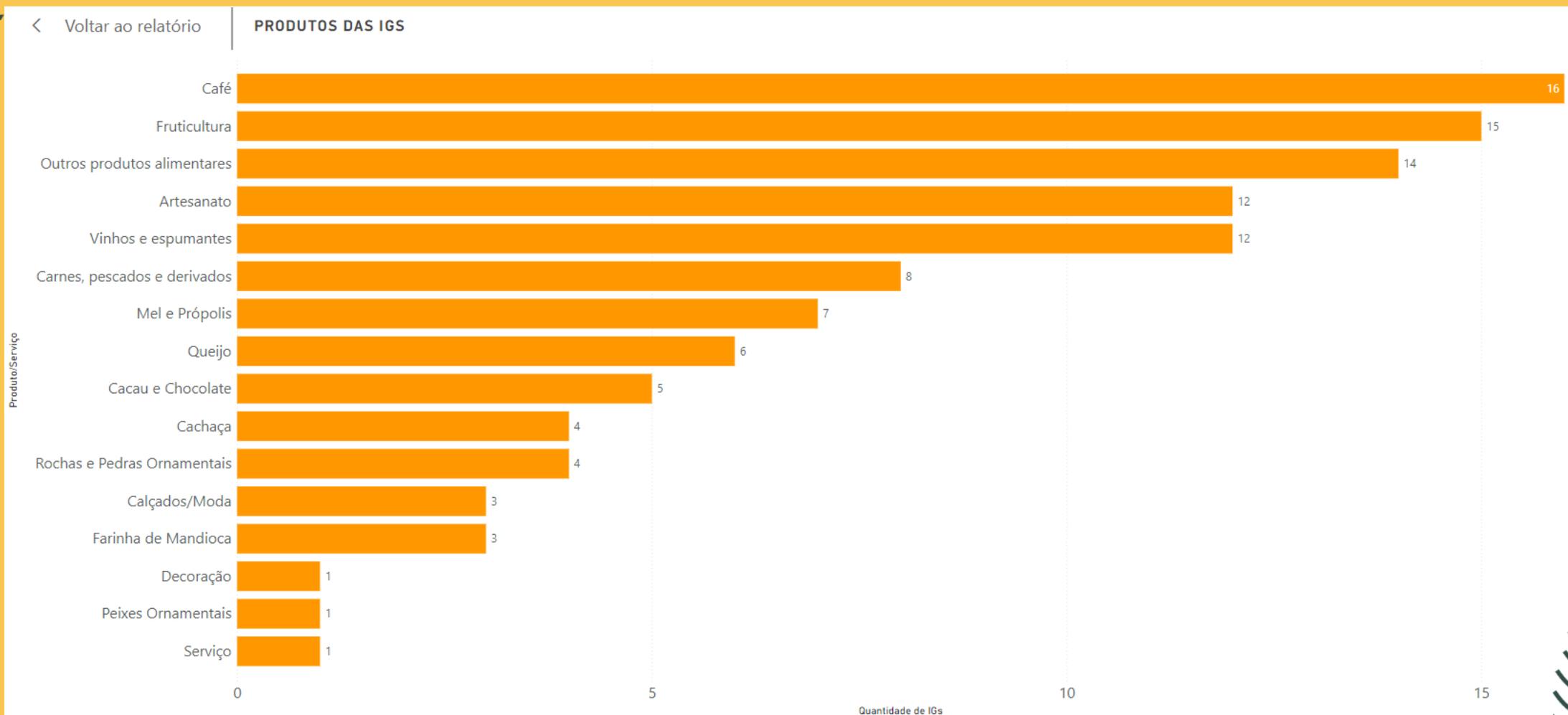
## COMERCIALIZAÇÃO

(acesso à mercado)



**SEBRAE**

# Principais segmentos das IG



# Estratégia segmentada

## Articulação e Sensibilização segmentada

- Parcerias
- Eventos de mercado
- Mídia Especializada

## Acesso à mercado segmentada

- Rodada de negócios
- Exportação
- Projeto Expedição – *Trip to Origin*



# Plano de comunicação

## Selo das Indicações Geográficas





# Objetivos

- Apresentar, popularizar e tornar referência o selo de indicação geográfica no Brasil
  - Inserir os produtos e o selo de indicação geográfica no dia a dia e no inconsciente do brasileiro
- 



# Posicionament

- **Produtos naturais e sustentáveis, de boa qualidade e nacionais**

**Apoio ao produtor local e ao turismo**

**Orgulho brasileiro**

(exemplos conhecidos: sol, praia, carnaval, feijoada, bebida gelada, brigadeiro, pão de queijo etc)



**SEBRAE**



# Padrão e regularização dos Selos

Para fácil reconhecimento da marca pelo público



Selo Brasileiro de Indicações  
Geográficas instituído pelo INPI



**SEBRAE**

# Plano de Comunicação



Mídia de massa



Campanhas de marketing



Marketing de experiência



Rotas turísticas



Redes Sociais



Podcasts



Mídia de influência



Eventos nacionais



**SEBRAE**

# Obrigada!

Maíra Santana–  
maira.santana@sebrae.com.br

