

# Os **projetos** de **promoção** do **Brasil** para os **megaeventos** **esportivos**

**Luis Otávio Rocha Neves**

Vice Presidente do FORNATUR

22/05/2013



O FORNATUR é um colegiado formado pelos Secretários e Dirigentes de Turismo das Unidades Federativas que se reúnem, de forma voluntária e informal, para deliberar sobre temas relevantes ao Turismo nacional. Atua junto ao Conselho Nacional do Turismo, como órgão de assessoramento ao Ministério do Turismo, na elaboração e implantação do Plano Nacional de Turismo e na discussão dos principais programas e projetos do Turismo brasileiro.

O órgão que concentra as Matrizes de Responsabilidade e coordena as execuções em favor das Copas é o GECOPA, cuja coordenação cabe ao Ministério do Esporte.

Para garantir a boa execução das ações de promoção, foi definido pelo GECOPA um Plano de Promoção Unificado, o qual tem por objetivo fundamental alinhar as ações promocionais, garantir uma mensagem única que evite a dispersão do ponto de vista de imagem e otimizar o investimento de comunicação do Governo Federal.



Ações de promoção do Brasil para os megaeventos são feitas em parceria com o Governo Federal.

## **AÇÕES COM MTUR/EMBRATUR**

Produção de informações turísticas e de material promocional

Realizado:

- Guia Brasil da EMBRATUR que contém informações turísticas de 124 destinos;
- Revista Roteiros com informações de 94 itinerários que estão disponíveis no site Destinos MTur.

Em execução:

- Guia Turístico para 12 cidades-sede da copa do Mundo em 3 idiomas (português, inglês e espanhol);
- Site da Copa SECOM de promoção de destinos e roteiros com informações compiladas do Guia Brasil e Revista Roteiros das 12 cidades sede.



Ferramentas de promoção para as cidades sede estão pautadas nos seguintes tópicos

- Produção de mapas das cidades sede
- Produção de Guias - disponibilizado pelo MTur
- Aplicativos para *smartphones*
- Relações Públicas (*Press Trip*)
- Eventos "Goal to Brasil"
- Feiras Internacionais de Turismo
- *Workshops e Road Shows*
- Banco de Imagens



# BELO HORIZONTE

| EVENTOS DURANTE A COPA<br>Período de 15 a 30 de Junho   | CAMPANHAS  | DIGITAL   | HOT SITE  |
|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>* Corridas de rua</li><li>* Festival de Teatro</li><li>* Apresentações culturais nos aeroportos</li><li>* Praça da Estação: eventos culturais</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Campanha nos <i>fingers</i> do Aeroporto</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Aplicativo com informações de cidades de um raio de 150 km</li><li>* MOBURB - aplicativo de serviços móveis</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Possui site: <a href="http://www.belo2014.com.br">www.belo2014.com.br</a></li></ul> |

| CAT'S E OUTRAS FORMAS DE ATENDIMENTO  | MATERIAL PROMOCIONAL   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>* 7 CAT's em regiões turísticas da cidade (planejam a instalação de mais 1)</li><li>* Centrais telefônica da prefeitura co atendimento bilingue</li><li>* Central de atendimento Integrado presencial na prefeitura</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Guia com mapa de rua especialmente para a Copa das Confederações. 3 idiomas</li><li>* Folder para formadores de opinião</li><li>* Leaflets sobre saúde e mobilidade urbana</li><li>* Brindes a definir</li></ul> |



# SALVADOR

| EVENTOS DURANTE A COPA<br><br>Período de 15 a 30 de Junho | CAMPANHAS   | DIGITAL   | HOT SITE  |
|---|---|---|---|
| - - -   | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Realização da campanha Bem Receber Copa (março a junho)</li> <li>* Campanha "Brasil, Bahia, sol, mar e festa" (jan a mai)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Aplicativos para <i>smartphones</i>; e</li> <li>• Tótems interativos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Criação de Hot Site específico para Mega Eventos Esportivos</li> </ul> |

| CAT'S E OUTRAS FORMAS DE ATENDIMENTO   | MATERIAL PROMOCIONAL  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>* Atendimento 24 horas (telefone ou chat online) que funciona em 3 idiomas e funcionará em mais 3.</li> <li>* Possui 2 CAT's em funcionamento mais 2 postos de informações turísticas. Até 2013 receberão mais 13 CAT's e 35 módulos portáteis.</li> <li>* 600 guias e monitores espalhados em 600 pontos turísticos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Guia Turístico: com mapa/guia. Online e off-line</li> </ul> |



# BRASÍLIA

| <b>EVENTOS DURANTE A COPA</b><br>Período de 15 a 30 de Junho  | <b>CAMPANHAS</b>   | <b>DIGITAL</b>   | <b>HOT SITE</b>   |
|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>* Concurso de quadrilhas</li><li>* Festival de Inverno do Pontão do Lago Sul</li><li>* Festas Juninas nas RAs</li><li>* 5ª etapa da Copa Brasil de tiro esportivo</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Campanha para a promoção de Brasília como destino turístico nos seguintes meios:<ul style="list-style-type: none"><li>. Jornal</li><li>. Revista</li><li>. Internet</li><li>. Outdoor</li><li>. Mobiliário Urbano (eventos Goal to Brasil)</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Tótems informativos com informações sobre transporte, atrativos e telefones de emergência. (10)</li><li>* QR code que remetem às redes sociais</li><li>* Aplicativo com informações turísticas e telefones de emergência</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Possui site: <a href="http://vemviverbrasil.com.br">vemviverbrasil.com.br</a></li></ul> |



# BRASÍLIA

| CAT'S E OUTRAS FORMAS DE ATENDIMENTO  | MATERIAL PROMOCIONAL   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>* 7 CAT's fixos</li><li>* 2 CAT's móveis</li><li>* Call Tur: informações sobre Brasília.</li></ul> <p>Haverá pontos específicos para efetuar ligações, mas o usuário poderá ligar do seu telefone</p> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Zcard com informações turísticas, mapa dos principais pontos da cidade. Serão produzidos 2 tipos, 1 focado em esporte e outro em patrimônio.</li><li>* Mapas com os principais atrativos</li><li>* Passaporte Brasília: oferece descontos em estabelecimento comerciais em Brasília</li><li>* Brasil Central Tur: parceria com a SUDECO. Promoção de roteiros do DF,GO, MT e MS nas redes sociais e novas mídias (aplicativos)</li></ul> |



# FORTALEZA

| EVENTOS DURANTE A COPA<br>Período de 15 a 30 de Junho   | CAMPANHAS   | DIGITAL   | HOT SITE |
|---|---|---|----------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>* Festejos Juninos</li><li>* Festivais</li><li>* Concurso de quadrilhas</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Campanha para promoção do Ceará utilizando revistas de bordo</li><li>* Plano de mídia em conclusão: campanhas, anúncios, VT's e materiais</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Site oficial em conclusão (3 idiomas)</li><li>* Aplicativo para <i>mobile</i> (3 idiomas)</li></ul> | - - -    |

| CAT'S E OUTRAS FORMAS DE ATENDIMENTO   | MATERIAL PROMOCIONAL  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>* 7 CAT's:</li><li>* Aeroporto Internacional Pinto Martins;</li><li>*Rodoviária São Tomé;</li><li>*Centro de Turismo - Encetur; *Secretaria Estadual do Turismo - SETUR;</li><li>* Ponte Metálica;</li><li>*Beira Mar;</li><li>* Centro de Eventos do Ceará - CEC.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>* Brindes: chapéus de palha</li><li>* Sacolas <i>ecobags</i></li><li>* Folders e Mapas indicando os roteiros turísticos</li></ul> |



# MANAUS

| EVENTOS DURANTE A COPA<br>Período de 15 a 30 de Junho | CAMPANHAS                                      | DIGITAL   | HOT SITE |
|---|--|---|----------|
| Festival de Parintins                                 | * Veiculação de anúncios nas revistas de bordo | Produção de vídeo documentário com duração de 3' minutos com objetivo de enfatizar Manaus como sede da Copa de 2014 | - - -    |

| CAT'S E OUTRAS FORMAS DE ATENDIMENTO  | MATERIAL PROMOCIONAL  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>*CAT no porto de Manaus – centro</li> <li>*CAT no Aeroporto Internacional de Manaus</li> <li>*CAT na Avenida Eduardo Ribeiro – centro</li> </ul> | <p>Impressão de lâmina "Amazonas o Destino Verde do Brasil"</p> <p>Impressão de 796 blocos de 100 páginas do mapa ilustrado da cidade de Manaus</p> <p>Reimpressão do Guia Turístico, Cultural e Ecológico do Amazonas no idioma japonês</p> <p>Reimpressão do Guia Turístico, Cultural e Ecológico do Amazonas em mandarim</p> |



Muito obrigado!

Luís Otávio Rocha Neves

[otavio.neves@setur.df.gov.br](mailto:otavio.neves@setur.df.gov.br)

