



FIEMG
COMPETITIVA

IDENTIDADE REGIONAL
DOS LATICÍNIOS DE
MINAS GERAIS

 **silemg**
Sindicato da Indústria de Laticínios
do Estado de Minas Gerais

CENTRO DE
DESIGN
SENAI FIEMG





OBJETIVO DO FIEMG COMPETITIVA

Aumentar a produtividade e competitividade das Indústrias mineiras por meio de projetos coletivos em parceria com os sindicatos empresariais filiados à FIEMG.

PÚBLICO-ALVO

Indústrias mineiras associadas aos Sindicatos empresariais filiados à FIEMG.



EXECUÇÃO

FIEMG

→

COMPETITIVA

EQUIPE



EMPRESÁRIOS DO SETOR

1.
DESIGN
ESTRATÉGICO

2.
DESIGN DE
PRODUTO

3.
DESIGN DE
INTERAÇÃO

6.
PESQUISA
EM DESIGN

5.
CULTURA DO
DESIGN

4.
DESIGN
GRÁFICO

CENTRO DE
DESIGN
SENAI FIEMG



*RECONHECIMENTO
DO APL - ARRANJO
PRODUTIVO LOCAL
MOVELEIRO DA RMBH
E DIRETRIZES DE
POSICIONAMENTO E
GOVERNANÇA*

Sindimetal

Patos de Minas



**POLO DAS
OFICINAS**

ESPECIALISTAS EM CAMINHÕES

BR 365 . PATOS DE MINAS

SINVEDS
SINDICATO DAS INDÚSTRIAS
DO VESTUÁRIO DE DIVINÓPOLIS

**DI
VINÓ
POLIS**

POLO DA *moda*





SETOR

LÁCTEO EM MG

MINAS GERAIS

+ LEITE

Produzimos
9 bilhões
de litros anuais

**Relevância no
mercado nacional**

Minas Gerais foi o maior produtor em
2018, respondendo por mais de um quarto
da produção nacional.

Produção da Pecuária Municipal 2018 (PPM)
DIVULGAÇÃO IBGE

O leite longa vida
está presente em
91,5% dos lares
brasileiros.

KANTAR

Muitos produtos
derivados

**Possui grande
importância nos
hábitos alimentares**
dos brasileiros

Importância
Cultural

Reconhecimento
internacional dos
queijos mineiros

Premiações

Afetividade e
memória



CONSUMIDORES



RESULTADOS PESQUISA

MINEIRIDADE

MINEIRIDADE + GASTRONOMIA

de 200 respondentes em todo o Brasil / 6 perguntas abertas

504 citações diretas
relacionadas à gastronomia



QUANDO VOCÊ PENSA EM MINAS GERAIS, QUAIS PALAVRAS VÊM À SUA MENTE? (200 RESPONDENTES)

>> A boa mesa mineira (150 CITAÇÕES)

- Queijo, queijo mineiro (50)
- Pão de queijo (46)
- Gastronomia, quitandas, boa comida, mesa - citações diretas (31)
- Doces, doces de leite (8)
- Cachaça (4)
- Café (2)
- Torresmo (2)
- Comida caseira (1)
- Fogão à lenha (2)
- Frango com quiabo (1)
- Leite (1)
- Goiabada (1)
- Tropeiro (1)

OUTRAS CITAÇÕES

- >> A paisagem mineira (49 CITAÇÕES)
- >> O patrimônio histórico mineiro (24 CITAÇÕES)
- >> A riqueza material das Minas
- >> O sentimento/ as relações sobre Minas
- >> A cultura mineira
- >> Os lugares em Minas



IMAGINE QUE ALGUÉM LHE TROUXE UM PRESENTE DE MINAS GERAIS. O QUE É ESSE PRESENTE? DESCREVA.

- Queijo, queijo minas, queijo artesanal, queijo fresco (87)
- Pão de queijo (23)
- Doces, doces artesanais, doces de tacho, compotas (21)
- Doce de leite (20)
- Souvenir, Lembrança de alguma cidade (17)
- Artesanato, peças manuais (15)
- Cachaça, cachaça artesanal (14)
- Goiabada ou goiabada com queijo (9)
- Comidas, itens de gastronomia (8)
- Roupas, malhas, tricots (5)
- Bijuterias, joias, pedras (4)
- Camisa de time, camisa do Atlético (4)
- Café (2)
- Peças em ouro (2)
- Animais como frango e galo (2)
- Alegria (2)
- Chimarrão, boneco bebendo chimarrão (2)
- Cerveja artesanal (1)

...





Como utilizar o reconhecimento que os lácteos de Minas já têm em benefício e ampliação do nosso mercado?

OBJETIVOS

- Ampliar o mercado lácteo de Minas Gerais com base na sua reputação positiva;

OBJETIVOS

- Divulgar, conscientizar e consolidar a qualidade (técnica e valor simbólico) dos lácteos de Minas Gerais para o consumidor;

OBJETIVOS

- Ampliar o valor percebido pelo cliente em relação ao produto regionalizado;

COMO FUNCIONARÁ A MARCA COLETIVA?

- Identificação dos produtos lácteos mineiros como "Leites de Minas Gerais"*;
- Utilização da marca pelas empresas associadas;
- Qualquer receita da MC será revertida em ganhos diretos para a própria marca (comunicação, eventos, investimentos operacionais).

*nome fictício apenas para ilustração.

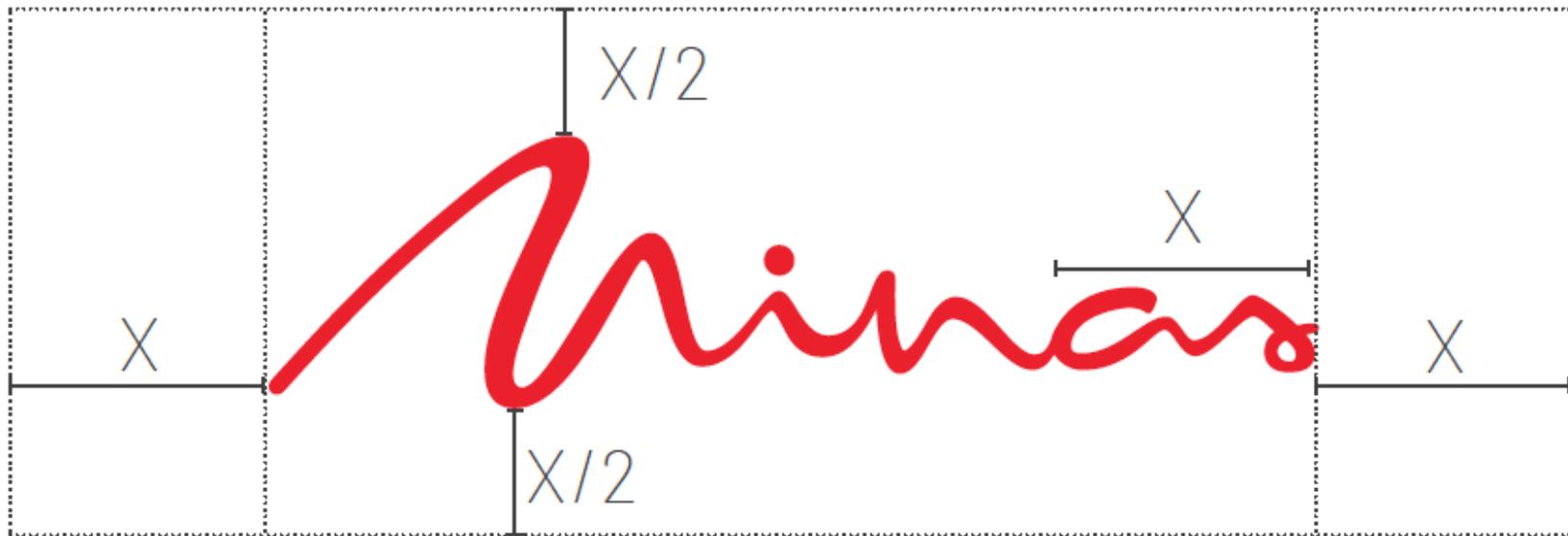
**MAIS QUE
NOSSA MARCA,
NOSSA ASSINATURA.**

Minas



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.



Minas

CAMPO DAS VERTENTES

MERAMENTE ILUSTRATIVO.
NÃO CONSISTE EM PROPOSTA DE IDENTIDADE VISUAL.

Minas

ZONA DA MATA

Minas

VALE DO RIO DOCE

Minas

ALTO PARANAÍBA

Minas

VALE DO SÃO FRANCISCO

Minas

SUL DE MINAS

Minas

TRIÂNGULO MINEIRO



MERAMENTE ILUSTRATIVO.
NÃO CONSISTE EM PROPOSTA DE IDENTIDADE VISUAL.

A black and white cow stands in a lush green field at sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The background features a line of trees and a utility pole. The word "Mina" is written in a large, white, cursive font across the middle of the image.

Mina

ALTO PARANAÍBA

MERAMENTE ILUSTRATIVO.
NÃO CONSISTE EM PROPOSTA DE IDENTIDADE VISUAL.

ETAPAS PROPOSTAS

1

RECONHECIMENTO
DO VALOR LOCAL

VALORES DOS
PRODUTOS E DA
INDÚSTRIA LOCAL

2

BRANDING

PERFIL DE CLIENTES

ESTRATÉGIAS DE
GESTÃO DA MARCA
COLETIVA

DIRETRIZES PARA
COMUNICAÇÃO

3

IDENTIDADE
VISUAL

RECURSOS VISUAIS
ESTRATÉGICOS
COERENTES COM
ETAPAS 1 E 2.

4

CAMPANHA DE
COMUNICAÇÃO E
MARKETING

ESTRATÉGIAS E
IMPLEMENTAÇÃO DA
COMUNICAÇÃO DA MARCA
NOS AMBIENTES MAIS
ASSERTIVOS (MÍDIA, PÚBLICO-
ALVO, ESTÍMULO DE VENDAS)



FIEMG
COMPETITIVA

OBRIGADA!

Angélica Ferraz | anferraz@fiemg.com.br
Cristiane Araujo | cristiane.araujo@fiemg.com.br
3489.2078

CENTRO DE
DESIGN
SENAI FIEMG

