

Designação do Projeto: Código do Projeto: Objetivo Principal: Região de Intervenção: Entidade Beneficiária: Data da aprovação: Data de início do Projeto: Data de fim do Projeto: Custo Total Elegível: Apoio Financeiro da  
União Europeia: 

## 2. Objetivos, atividades e resultados atingidos

A Porto RÉCCUA Vinhos, SA, foi constituída em Agosto de 2013 e é uma das mais recentes empresas de comercialização de vinhos do Douro e Porto.

A atividade da nova empresa nasce alicerçada em duas marcas fortes: Cabeça de Burro (vinhos clássicos do Douro) e RÉCCUA (oferece uma gama alargada de vinhos DOC Douro e DOP Porto apreciada nacional e internacionalmente) e comercializa a nível nacional e internacional, em mais de 15 países, sendo França, Angola, Brasil, China e União Europeia alguns dos mercados mais relevantes. Recentemente a empresa desenvolveu um novo conceito, inovador e disruptivo, que captará rapidamente a atenção e o interesse dos consumidores - Réccua Cocktails, trabalhando o vinho do Porto em outros nichos como a coqueteleria, preparando uma resposta única às atuais necessidades do mercado global, que assiste a uma alteração do paradigma nos hábitos de consumo de bebidas alcoólicas.

Neste sentido, com o presente projeto engloba serviços de consultoria para a elaboração de um plano de marketing e comunicação. Este plano estratégico tem como objetivo criar e desenvolver o correto posicionamento do produto, bem como todo o plano de comunicação integrado para a sua divulgação.

A elaboração deste Plano de Marketing tem como objetivo garantir o sucesso do lançamento de um novo produto, sendo essencial o seu papel numa fase de arranque do negócio, o que demonstra a sua natureza incremental. O promotor pretende que não seja um documento estanque, mas sim uma ferramenta que servirá de suporte à atividade da empresa nos próximos anos.