

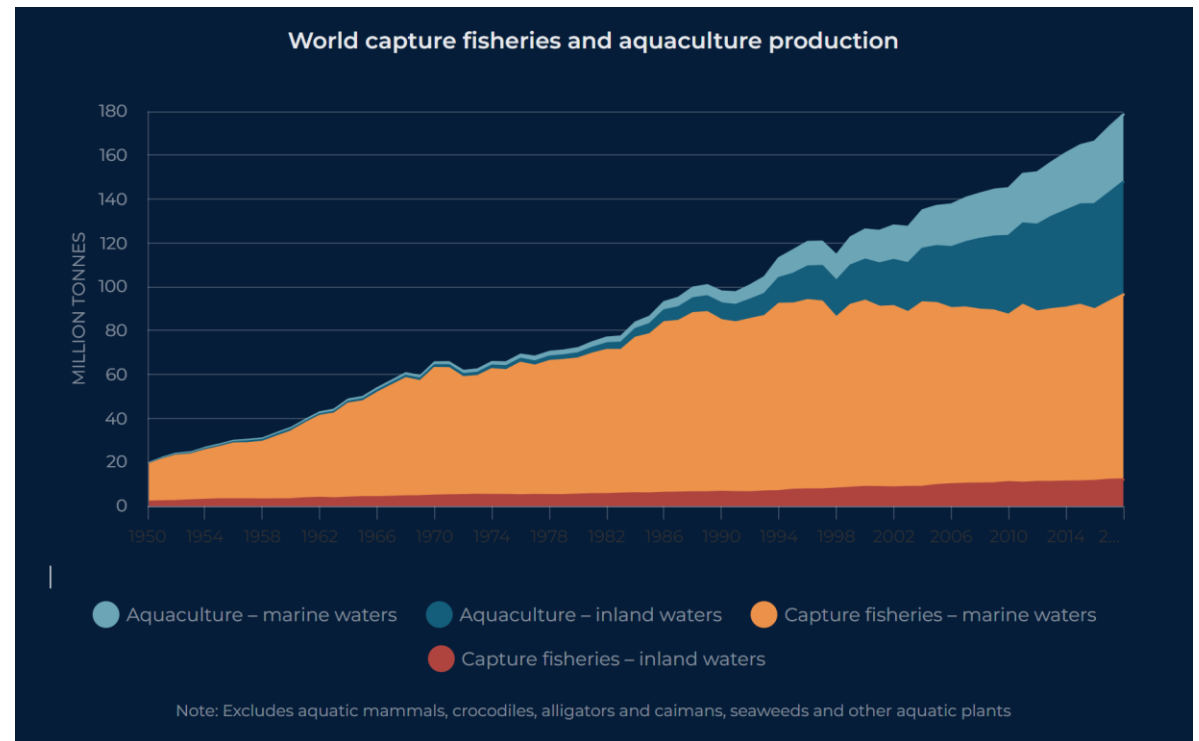


# TRUYỀN THÔNG CƠ BẢN CHO NGÀNH CÁ TRÁ VIỆT NAM



Nuôi trồng thủy sản  
chiếm 50% sản lượng  
thủy sản toàn cầu\*

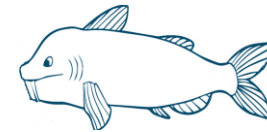
Dự kiến đạt 100 triệu  
tấn vào năm 2027



\* FAO; OECD-FAO Agricultural Outlook  
2021-20230

- Nuôi trồng thủy sản là giải pháp bền vững cung cấp nguồn protein với giá cả hợp lý cho dân số thế giới
- Việt Nam là quốc gia đứng thứ 4 về sản lượng và đứng thứ 3 về xuất khẩu sản phẩm nuôi trồng thủy sản trên thế giới

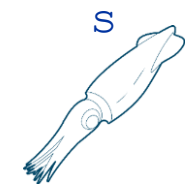
## A BELIEF IN AQUACULTURE



Whitefish



Crustacean



Molluscs

# HAI BƯỚC CHIẾN LƯỢC VỀ TRUYỀN THÔNG

---

- Mục tiêu trước mắt là sắp xếp dọn dẹp và trừ bì cho những tình huống tiêu cực có thể xảy ra
- Bước tiếp theo là truyền thông chủ động, kể câu chuyện của Ngành cá tra Việt Nam



<b>Sửa chữa và phòng bị</b>	<b>Cải thiện hình ảnh lâu dài</b>
1. Thống nhất thông điệp, định vị, bảng câu hỏi trả lời chuẩn, phát hành các thông báo, xây dựng kịch bản các tình huống có thể xảy ra, đào tạo về truyền thông	1. Xây dựng những tiêu chuẩn/mô hình trong hoạt động sản xuất kinh doanh mà các thành viên Vasep cần hướng đến
2. Xây dựng các mối quan hệ trọng yếu với các bên và với đối tượng truyền thông mục tiêu	2. Kể được câu chuyện tích cực, phản ánh sự thật và truyền cảm hứng về ngành với các ví dụ cụ thể
3. Tạo lập cơ sở dữ liệu với bằng chứng đầy đủ	3. Có được các bên và đối tượng truyền thông ủng hộ và truyền thông tốt đẹp cho ngành

# CÁCH THỰC HIỆN

- Gói ngân sách hàng năm dự kiến 100,000 USD
- Thuê agency với Vasep là đối tác chính và sự đóng góp tư liệu, thông tin từ các công ty thành viên

