

# INMAM

PUBLICIDADE

---

Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 5/2024 – DETRAN / PR.

---



HÁ VINTE ANOS INFLUENCIANDO O MERCADO DA COMUNICAÇÃO

G

P

96

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



## Relato 01

**Título: QUANTA ENERGIA VOCÊ PRETENDE GASTAR NISSO**

**Cliente: Gedisa Energia**

### **Histórico**

A Gedisa Energia é uma empresa que faz parte do Grupo Ergon e é especialista em distribuição de energia elétrica originada de fontes renováveis, como eólica, biomassa, solar, dentre outras.

A Gedisa atende tanto empresas quanto pessoas físicas e um de seus maiores diferenciais é a economia na tarifa mensal de energia elétrica de seus clientes.

Afinal, a energia de fontes renováveis é muito mais em conta para o consumidor final. Porém, este não é seu único diferencial, o valor agregado da sustentabilidade é o que realmente faz a diferença para alguém que escolhe utilizar este tipo de serviço.

Isto significa que quando uma pessoa contrata os serviços da Gedisa, além de economizar, ela também está promovendo um consumo mais consciente de energia e minimizando os impactos de suas escolhas.

A Gedisa atua em várias cidades do Brasil e tem como parceiros clientes de diversos segmentos, como hotéis, restaurantes, fábricas, padarias, condomínios, residências, dentre outros.

---

### **Problema**

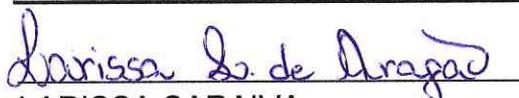
O problema de comunicação apontado neste trabalho específico era divulgar o serviço da Gedisa para pessoas físicas, residentes no estado do Rio Grande do Sul. O desafio era aumentar o número de contratantes do serviço de distribuição de energia de fontes renováveis da empresa. Também era necessário criar um novo posicionamento para marca. Assim, a agência precisava desenvolver um slogan de marca, conceito de campanha e todos os materiais necessários para comunicar a Gedisa a fim de atrair novos clientes e divulgar o seu viés sustentável.

---

### **Solução**

Como solução de desafio de comunicação, a agência criou a campanha de comunicação integrada “Quanta energia você pretende gastar nisso?”. Com este conceito, A Gedisa Energia foi apresentada aos gaúchos como uma opção para as pessoas físicas começarem a gastar menos na tarifa de energia elétrica de suas casas, sem deixar de consumir a energia que precisam para viver bem. A campanha para a Gedisa mostrou aos consumidores que agora é possível escolher como e quanto gastar na tarifa de energia elétrica, sem precisar deixar de fazer aquilo que gostam para ser felizes. A campanha ficou em sintonia com o novo slogan da empresa “Gedisa. Energia para viver bem” e contou com mídia exterior tradicional, painéis digitais, spots de rádio, posts para redes sociais e materiais de ponto de venda.

---



LARISSA SARAIVA

Redatora – IMAM Publicidade.





## Resultados

Como resultado da campanha, a Gedisa Energia passou a integrar de forma ainda mais competitiva o segmento de distribuição de energia no estado do Rio Grande do Sul, em especial nas cidades em que a campanha foi veiculada, como: Arvorezinha, Camargo, Casca, Caseiros, Coqueiros do Sul, Pontão, Sananduva, Sarandi, Tapejara, Coxilha, David Canabarro, Ernestinha, Espumoso, Estação, Ibirapuitã, Ronda Alta, St. Antônio do Planalto, Selbach, Tapera, Victor Graeff, Vila Maria, Serão, Soledade, São domingos do Sul, Saldanha Marinho, Passo Fundo, Marau, Lagoa Vermelha, Lagoa 3 cantos, Itapuca, Ipiranga do Sul e Bento Gonçalves. No estado, a Gedisa aumentou cerca de 12% de novos assinantes, assim como fortaleceu o seu novo posicionamento.

Curitiba, 23 de setembro de 2024.

Elaborado por:

LARISSA SARAIVA

Redatora – IMAM Publicidade.

Cliente:

IGOR DE SOUZA PACHECO

Gerente de Marketing

GEDISA SERVICOS LTDA – CNPJ: 32.060.301/0001-05

41-3343-0013 / 41-99619-8029





**Relato 01 - Peça 01**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Gedisa Serviços LTDA.

**Título:** Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.

**Material:** PAINEL ILUMINADO.

**Formato:** 6X3.

**Data de Produção:** Abril/2023.

**Período de Veiculação:** Junho/2023.

**Praça:** Passo Fundo/RS.

**Veículo:** TMIDIA BRASIL COMUNICACAO LTDA.

**Desafio e Solução:** O desafio de comunicação era divulgar o serviço de distribuição de energia renovável da Gedisa para pessoas físicas. A solução foi criar uma campanha moderna e envolvente, que utilizou os diferenciais da sustentabilidade e da economia, levando-se em conta que a energia da Gedisa é gerada a partir de biomassa, eólica, solar, dentre outras fontes renováveis, e também que a contratação do serviço proporciona uma economia de até 20% na tarifa mensal de energia elétrica de uma residência. Assim, foram veiculados spots de rádio, mídia exterior, painéis digitais, posts em redes sociais de canais próprios e materiais de ponto de venda.





SAIBA  
MAIS:

**Quanta energia você  
pretende gastar nisso?**

**Agora você pode escolher.**  
Economize até **20%** na fatura de energia.

**Gestão de Geração Distribuída de Energia:**  
Use fontes renováveis de energia com custo zero de adesão e muita praticidade.

**gedisa**  
Energia para viver bem.





**Relato 01 - Peça 02**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Gedisa Serviços LTDA.

**Título:** Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.

**Material:** PAINEL ILUMINADO.

**Formato:** 6x3.

**Data de Produção:** Abril/2023.

**Período de Veiculação:** Junho/2023.

**Praça:** Passo Fundo/RS.

**Veículo:** TMIDIA BRASIL COMUNICACAO LTDA.

**Desafio e Solução:** O desafio de comunicação era divulgar o serviço de distribuição de energia renovável da Gedisa para pessoas físicas. A solução foi criar uma campanha moderna e envolvente, que utilizou os diferenciais da sustentabilidade e da economia, levando-se em conta que a energia da Gedisa é gerada a partir de biomassa, eólica, solar, dentre outras fontes renováveis, e também que a contratação do serviço proporciona uma economia de até 20% na tarifa mensal de energia elétrica de uma residência. Assim, foram veiculados spots de rádio, mídia exterior, painéis digitais, posts em redes sociais de canais próprios e materiais de ponto de venda.





**Quanta energia o seu negócio precisa?**

**Agora você pode escolher.**  
Economize até 20% na tarifa de energia.

**gedisa** Energia para viver bem.

SAIBA MAIS





**Relato 01 - Peça 03**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Gedisa Serviços LTDA.

**Título:** Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.

**Material:** PAINEL ILUMINADO.

**Formato:** 6X3.

**Data de Produção:** Abril/2023.

**Período de Veiculação:** Junho/2023.

**Praça:** Passo Fundo/RS.

**Veículo:** TMIDIA BRASIL COMUNICACAO LTDA.

**Desafio e Solução:** O desafio de comunicação era divulgar o serviço de distribuição de energia renovável da Gedisa para pessoas físicas. A solução foi criar uma campanha moderna e envolvente, que utilizou os diferenciais da sustentabilidade e da economia, levando-se em conta que a energia da Gedisa é gerada a partir de biomassa, eólica, solar, dentre outras fontes renováveis, e também que a contratação do serviço proporciona uma economia de até 20% na tarifa mensal de energia elétrica de uma residência. Assim, foram veiculados spots de rádio, mídia exterior, painéis digitais, posts em redes sociais de canais próprios e materiais de ponto de venda.





**Quanta energia o seu negócio precisa?**

**Agora você pode escolher.**  
Economize até 20% na tarifa de energia.

**gedisa** Energia para viver bem.

SAIBA MAIS





**Relato 01 - Peça 04**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Gedisa Serviços LTDA.

**Título:** Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.

**Material:** OOH – Painel LED.

**Formato:** 10” Segundos.

**Data de Produção:** Abril/2023.

**Período de Veiculação:** Junho/2023.

**Praça:** Passo Fundo/RS.

**Veículo:** TMIDIA BRASIL COMUNICACAO LTDA.

**Desafio e Solução:** O desafio de comunicação era divulgar o serviço de distribuição de energia renovável da Gedisa para pessoas físicas. A solução foi criar uma campanha moderna e envolvente, que utilizou os diferenciais da sustentabilidade e da economia, levando-se em conta que a energia da Gedisa é gerada a partir de biomassa, eólica, solar, dentre outras fontes renováveis, e também que a contratação do serviço proporciona uma economia de até 20% na tarifa mensal de energia elétrica de uma residência. Assim, foram veiculados spots de rádio, mídia exterior, painéis digitais, posts em redes sociais de canais próprios e materiais de ponto de venda.

**Peças eletrônicas: apresentada somente no PENDRIVE.**

**PENDRIVE – Contendo:**

- Relato 01 - Peça 04 - OOH – Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.





**Relato 01 - Peça 05**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Gedisa Serviços LTDA.

**Título:** Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.

**Material:** Spot.

**Formato:** 30" Segundos.

**Data de Produção:** Abril/2023.

**Período de Veiculação:** Junho/2023.

**Praça:** Passo Fundo/RS.

**Veículo:** Rádio Pampa.

**Desafio e Solução:** O desafio de comunicação era divulgar o serviço de distribuição de energia renovável da Gedisa para pessoas físicas. A solução foi criar uma campanha moderna e envolvente, que utilizou os diferenciais da sustentabilidade e da economia, levando-se em conta que a energia da Gedisa é gerada a partir de biomassa, eólica, solar, dentre outras fontes renováveis, e também que a contratação do serviço proporciona uma economia de até 20% na tarifa mensal de energia elétrica de uma residência. Assim, foram veiculados spots de rádio, mídia exterior, painéis digitais, posts em redes sociais de canais próprios e materiais de ponto de venda.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

**PENDRIVE – Contendo:**

- Relato 01 - Peça 05 - SPOT – Quanta Energia Você Pretende Gastar Nisso.





## Relato 02

### **NÃO VACILE! VANDALISMO É CRIME! CHEGA DE DESTRUIR O QUE É DE TODOS** **CLIENTE: Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio**

#### **Histórico**

A Prefeitura de Cornélio Procópio tem o histórico de sempre realizar campanhas de comunicação pertinentes ao bem-estar da sociedade, com o intuito de promover mudanças de hábitos que beneficiam os cidadãos e a cidade. A Prefeitura, junto à agência, iniciou uma série de ações de comunicação para levar mais conscientização sobre o respeito aos espaços públicos, bem como a sua preservação. É assim, também, com outros temas relevantes para as pessoas, como cuidados para evitar a proliferação do mosquito da dengue, campanha de vacinação contra gripe, ações de respeito às leis de trânsito, dentre outros. Se importa para o cidadão, importa para a Prefeitura de Cornélio.

---

#### **Problema**

Em 2023, Cornélio Procópio estava a sofrer com uma onda de vandalismo. Luminárias e lixeiras quebradas, muros pichados, moradores insatisfeitos com a situação e o Poder Público também. A cidade, com cerca de 50 mil habitantes, gasta aproximadamente R\$ 195 mil por ano para reparar os danos causados aos bens públicos, sendo que a maior parte desse valor é destinada à recuperação de iluminação pública, lixeiras, mobiliários urbanos das praças e pinturas em geral. Mesmo com algumas denúncias, monumentos conhecidos da cidade, como a estátua do Cristo Rei, continuavam sendo alvo de vandalismo. E, embora pareça pouco para o tamanho da cidade, é uma verba que poderia ser usada em outras áreas. Pensando nisso, foi identificada a necessidade de criar e veicular uma campanha de Comunicação Integrada com o objetivo de conversar com todos os cidadãos para que não vandalizem a cidade e para que denunciem ao presenciarem tais atos.

---

#### **Solução**

Para solucionar o desafio proposto no briefing, a agência criou o mote “Não vacile! Vandalismo é crime! Chega de destruir o que é de todos.” para despertar nos procopenses o senso de coletividade e acabar com a destruição dos espaços e bens públicos. Para isso, a campanha de Comunicação Integrada precisou impactar o maior número possível de cidadãos, ou seja, estar presente em todas as regiões cidade. Assim, a campanha contou com materiais dos mais variados formatos, com mensagens adequadas para cada um dos meios escolhidos, marcando presença tanto com mídias tradicionais como spot de rádio, mídia exterior e filme, quanto com mídias on-line (redes sociais, plataformas e portais).

---

Elaborado por:

LARISSA SARAIVA

Redatora – IMAM Publicidade.



## Resultados

A campanha resultou em uma redução de 35% nos gastos de reparo em comparação ao mesmo período do ano anterior, de acordo com a Prefeitura de Cornélio Procópio. Os reparos das lixeiras em vias públicas, principal alvo dos vândalos, teve uma redução de mais de 60% em atos de vandalismo. Durante a período da campanha a estátua do Cristo Rei não sofreu nenhum vandalismo. A população foi informada que o canal para denúncias imediatas é o telefone 190 e passaram a utilizá-lo com mais frequência para relatar casos de vandalismo. Os resultados foram visíveis no dia a dia da cidade, com as ruas mais limpas e com as pessoas satisfeitas com a Gestão Pública.

Curitiba, 23 de setembro de 2024.

Elaborado por:

LARISSA SARAIVA

Redatora | IMAM Publicidade.

Cliente:

Najylla Nogueira

Comunicadora Social – Jornalista

Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio – CNPJ 76.331.941/0001-70

(43) 3520-8000

**Relato 02 - Peça 01**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio.

**Título:** Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.

**Material:** Anúncio Jornal.

**Formato:** ½ página.

**Data de Produção:** Setembro/2023.

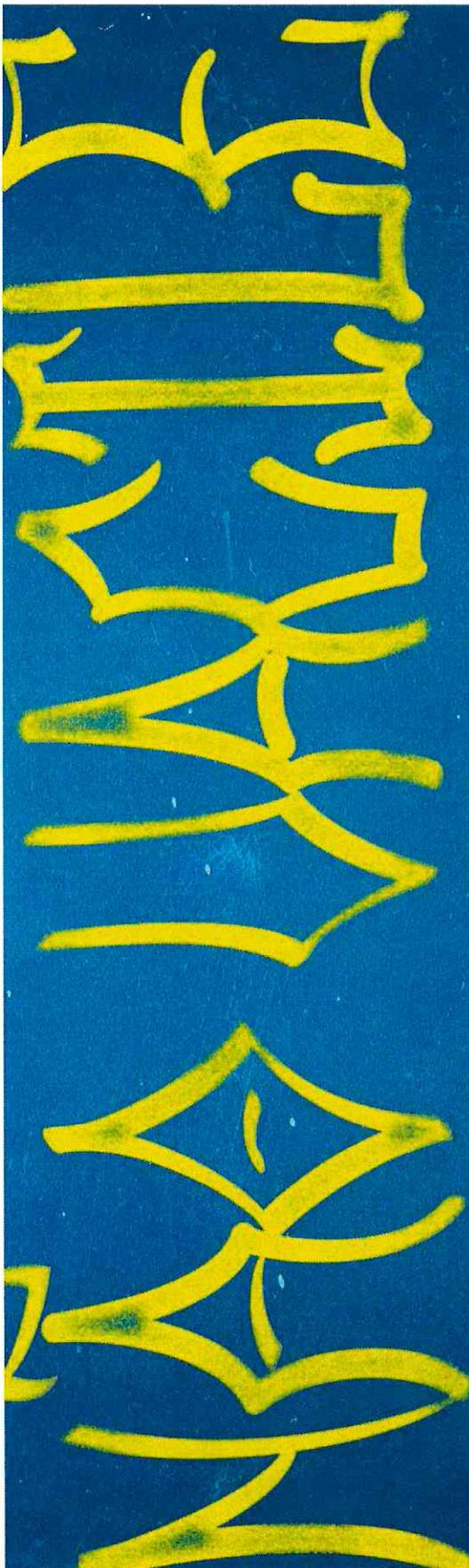
**Período de Veiculação:** Setembro/2023.

**Praça:** Cornélio Procópio / PR.

**Veículo:** Jornal Metrópole.

**Desafio e Solução:** Cornélio Procópio é uma cidade do interior paranaense que anualmente precisa realizar reparos em espaços públicos devido aos atos de vandalismo cometidos pelos próprios cidadãos, como pichação de muros e monumentos, depredação de lixeiras e ônibus, dentre outros. O fato é que o valor gasto com reparos poderia ser investido em educação, segurança e em outras áreas. Pensando nisso, surgiu o desafio de criar uma campanha publicitária que conversasse com todos os cidadãos para que não praticassem atos de vandalismo, além de incentivar que demais pessoas denunciassem ao ver tais atos, com o intuito de que os vândalos fossem punidos com multas. Para solucionar este desafio, a agência planejou, criou e veiculou uma campanha de Comunicação Integrada de amplo alcance para conversar com todos os procopenses, das mais variadas idades, níveis de instrução, classes sociais e de ambos os sexos. A campanha “Não vacile! Vandalismo é crime! Chega de destruir o que é de todos” contou com anúncios, spot, filme, posts para redes sociais e web banners, com a mensagem principal se adequando à natureza de cada meio. Além disso, a criação optou por usar termos que se aproximam da realidade das pessoas quando o assunto é “vandalismo” buscando chamar a atenção do público, impactando por meio do conceito publicitário e cumprindo as metas do briefing. Como resultado, houve uma redução de 35% nos gastos com reparos e os cidadãos ficaram mais satisfeitos com a Gestão Pública referente ao tema “vandalismo na cidade” durante o período de veiculação da campanha.





**VANDALISMO É CRIME!**

**CHEGA DE DESTRUIR O QUE É DE TODOS.**

Quando você pratica um ato de vandalismo contra o patrimônio público, além de cometer um crime destruindo o que é de todos os cidadãos, também está tirando do próprio bolso o valor que será utilizado na restauração, limpeza ou troca do que foi vandalizado.

Afinal, é com a arrecadação dos impostos que garantimos o investimento em melhorias para a nossa cidade, inclusive em casos de vandalismo. Mas por que gastar com isso se podemos continuar investindo no desenvolvimento e na qualidade de vida em Cornélio Procopio?

**Faça a sua parte. Seja responsável.**

**Ligue 190.**

E mais: se você ver alguém praticando vandalismo, denuncie.

**CORNÉLIO PROCÓPIO**

 PREFEITURA

[cornelioprocopio.pr.gov](http://cornelioprocopio.pr.gov)



**Relato 02 - Peça 02**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio.

**Título:** Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.

**Material:** Outdoor.

**Formato:** 9x3.

**Data de Produção:** Setembro/2023.

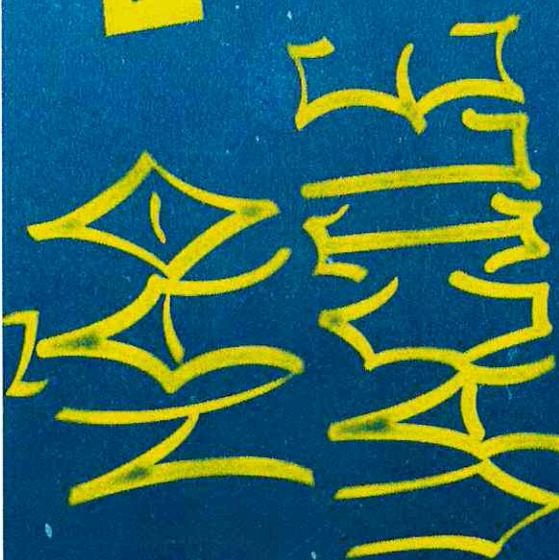
**Período de Veiculação:** Setembro/2023.

**Praça:** Cornélio Procópio / PR.

**Veículo:** TMIDIA BRASIL COMUNICACAO LTDA.

**Desafio e Solução:** Cornélio Procópio é uma cidade do interior paranaense que anualmente precisa realizar reparos em espaços públicos devido aos atos de vandalismo cometidos pelos próprios cidadãos, como pichação de muros e monumentos, depredação de lixeiras e ônibus, dentre outros. O fato é que o valor gasto com reparos poderia ser investido em educação, segurança e em outras áreas. Pensando nisso, surgiu o desafio de criar uma campanha publicitária que conversasse com todos os cidadãos para que não praticassem atos de vandalismo, além de incentivar que demais pessoas denunciassem ao ver tais atos, com o intuito de que os vândalos fossem punidos com multas. Para solucionar este desafio, a agência planejou, criou e veiculou uma campanha de Comunicação Integrada de amplo alcance para conversar com todos os procopenses, das mais variadas idades, níveis de instrução, classes sociais e de ambos os sexos. A campanha “Não vacile! Vandalismo é crime! Chega de destruir o que é de todos” contou com anúncios, spot, filme, posts para redes sociais e web banners, com a mensagem principal se adequando à natureza de cada meio. Além disso, a criação optou por usar termos que se aproximam da realidade das pessoas quando o assunto é “vandalismo” buscando chamar a atenção do público, impactando por meio do conceito publicitário e cumprindo as metas do briefing. Como resultado, houve uma redução de 35% nos gastos com reparos e os cidadãos ficaram mais satisfeitos com a Gestão Pública referente ao tema “vandalismo na cidade” durante o período de veiculação da campanha.





**VANDALISMO É CRIME!**  
**CHEGA DE DESTRUIR**  
**O QUE É DE TODOS.**

E mais: se você ver alguém praticando vandalismo, denuncie.

**Ligue 190.**

[cornelioprocopio.pr.gov](http://cornelioprocopio.pr.gov)

Faça a sua parte.  
Seja responsável.

**CORNÉLIO**  **PROCÓPIO**

PREFEITURA





## Relato 02 - Peça 03

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio.

**Título:** Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.

**Material:** Post redes Sociais.

**Formato:** 1080x1080px.

**Data de Produção:** Setembro/2023.

**Período de Veiculação:** Setembro/2023.

**Praça:** Cornélio Procópio / PR.

**Veículo:** Facebook.

**Desafio e Solução:** Cornélio Procópio é uma cidade do interior paranaense que anualmente precisa realizar reparos em espaços públicos devido aos atos de vandalismo cometidos pelos próprios cidadãos, como pichação de muros e monumentos, depredação de lixeiras e ônibus, dentre outros. O fato é que o valor gasto com reparos poderia ser investido em educação, segurança e em outras áreas. Pensando nisso, surgiu o desafio de criar uma campanha publicitária que conversasse com todos os cidadãos para que não praticassem atos de vandalismo, além de incentivar que demais pessoas denunciasses ao ver tais atos, com o intuito de que os vândalos fossem punidos com multas. Para solucionar este desafio, a agência planejou, criou e veiculou uma campanha de Comunicação Integrada de amplo alcance para conversar com todos os procopenses, das mais variadas idades, níveis de instrução, classes sociais e de ambos os sexos. A campanha “Não vacile! Vandalismo é crime! Chega de destruir o que é de todos” contou com anúncios, spot, filme, posts para redes sociais e web banners, com a mensagem principal se adequando à natureza de cada meio. Além disso, a criação optou por usar termos que se aproximam da realidade das pessoas quando o assunto é “vandalismo” buscando chamar a atenção do público, impactando por meio do conceito publicitário e cumprindo as metas do briefing. Como resultado, houve uma redução de 35% nos gastos com reparos e os cidadãos ficaram mais satisfeitos com a Gestão Pública referente ao tema “vandalismo na cidade” durante o período de veiculação da campanha.





**NÃO VANTILHE**

**VANDALISMO É CRIME!**  
**CHEGA DE DESTRUIR O QUE É DE TODOS.**

E mais: se você ver alguém praticando vandalismo, denuncie. **Ligue 190.**

**CORNÉLIO PROCÓPIO**  
PREFEITURA





## Relato 02 - Peça 04

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio.

**Título:** Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.

**Material:** Web Banner.

**Formato:** 300x300.

**Data de Produção:** Setembro/2023.

**Período de Veiculação:** Setembro/2023.

**Praça:** Cornélio Procópio / PR.

**Veículo:** Portal Quarto Poder.

**Desafio e Solução:** Cornélio Procópio é uma cidade do interior paranaense que anualmente precisa realizar reparos em espaços públicos devido aos atos de vandalismo cometidos pelos próprios cidadãos, como pichação de muros e monumentos, depredação de lixeiras e ônibus, dentre outros. O fato é que o valor gasto com reparos poderia ser investido em educação, segurança e em outras áreas. Pensando nisso, surgiu o desafio de criar uma campanha publicitária que conversasse com todos os cidadãos para que não praticassem atos de vandalismo, além de incentivar que demais pessoas denunciassem ao ver tais atos, com o intuito de que os vândalos fossem punidos com multas. Para solucionar este desafio, a agência planejou, criou e veiculou uma campanha de Comunicação Integrada de amplo alcance para conversar com todos os procopenses, das mais variadas idades, níveis de instrução, classes sociais e de ambos os sexos. A campanha “Não vacile! Vandalismo é crime! Chega de destruir o que é de todos” contou com anúncios, spot, filme, posts para redes sociais e web banners, com a mensagem principal se adequando à natureza de cada meio. Além disso, a criação optou por usar termos que se aproximam da realidade das pessoas quando o assunto é “vandalismo” buscando chamar a atenção do público, impactando por meio do conceito publicitário e cumprindo as metas do briefing. Como resultado, houve uma redução de 35% nos gastos com reparos e os cidadãos ficaram mais satisfeitos com a Gestão Pública referente ao tema “vandalismo na cidade” durante o período de veiculação da campanha.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

**PENDRIVE – Contendo:**

- Relato 02 - Peça 04 – Web Banner – Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.



**Relato 02 - Peça 05**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio.

**Título:** Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.

**Material:** Spot.

**Formato:** 30" Segundos.

**Data de Produção:** Setembro/2023.

**Período de Veiculação:** Setembro/2023.

**Praça:** Cornélio Procópio / PR.

**Veículo:** Rádio Cornélio.

**Desafio e Solução:** Cornélio Procópio é uma cidade do interior paranaense que anualmente precisa realizar reparos em espaços públicos devido aos atos de vandalismo cometidos pelos próprios cidadãos, como pichação de muros e monumentos, depredação de lixeiras e ônibus, dentre outros. O fato é que o valor gasto com reparos poderia ser investido em educação, segurança e em outras áreas. Pensando nisso, surgiu o desafio de criar uma campanha publicitária que conversasse com todos os cidadãos para que não praticassem atos de vandalismo, além de incentivar que demais pessoas denunciassem ao ver tais atos, com o intuito de que os vândalos fossem punidos com multas. Para solucionar este desafio, a agência planejou, criou e veiculou uma campanha de Comunicação Integrada de amplo alcance para conversar com todos os procopenses, das mais variadas idades, níveis de instrução, classes sociais e de ambos os sexos. A campanha "Não vacile! Vandalismo é crime! Chega de destruir o que é de todos" contou com anúncios, spot, filme, posts para redes sociais e web banners, com a mensagem principal se adequando à natureza de cada meio. Além disso, a criação optou por usar termos que se aproximam da realidade das pessoas quando o assunto é "vandalismo" buscando chamar a atenção do público, impactando por meio do conceito publicitário e cumprindo as metas do briefing. Como resultado, houve uma redução de 35% nos gastos com reparos e os cidadãos ficaram mais satisfeitos com a Gestão Pública referente ao tema "vandalismo na cidade" durante o período de veiculação da campanha.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.****PENDRIVE – Contendo:**

- Relato 02 - Peça 05 - SPOT – Não Vacile! Vandalismo é Crime! Chega de Destruir o Que é de Todos.





6

E por ser expressão da verdade datamos e assinamos o presente caderno.

Curitiba, 24 de setembro de 2024.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA  
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE  
RG: 6.442.872-1 SSP/PR | CPF: 004.129.639-73  
Titular

8

8



