



B R A S I L

BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO  
EXTREMO SUL - BRDE

LICITAÇÃO PRESENCIAL BRDE Nº 2019/140

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA - REPERTÓRIO

DeBRITO PROPAGANDA LTDA  
CNPJ/MF: 00.000.424/0004-07

**BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO  
DO EXTREMO SUL – BRDE  
LICITAÇÃO PRESENCIAL BRDE 2019/140  
DEBRITO PROPAGANDA LTDA.**

Avenida Diário de Notícias, 200 – Conjunto 1911  
Cristal – Porto Alegre-RS – CEP 90810-080  
CNPJ: 00.000.424/0004-07







## REPERTÓRIO



**TV – PEÇA 1**  
Filme TV – 120”  
ParkShopping Canoas  
Título: Lançamento Shopping



**TV – PEÇA 2**  
Filme TV – 30”  
Unicred Santa Catarina  
Título: Unidos Somos Premium



**TV – PEÇA 3**  
Filme TV – 30”  
Conselho Federal de Engenharia  
e Agronomia – Confea  
Título: Contrate um Engenheiro



**JINGLE RÁDIO – PEÇA 4**  
Jingle – 30”  
Conselho Federal de Engenharia  
e Agronomia – Confea  
Título: Tudo Gira nas Mãos da Engenharia

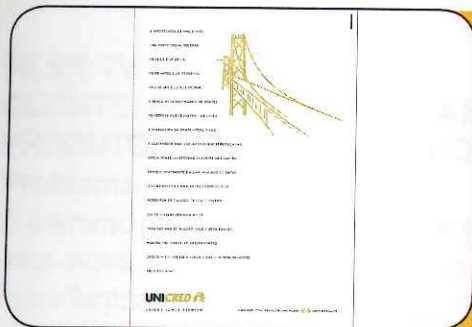


**JORNAL – PEÇA 5**  
Anúncio de Jornal 1 página  
CMPC  
Título: Dia da Indústria





## REPERTÓRIO



### JORNAL – PEÇA 6

Anúncio de Jornal 1 página

Uniced Santa Catarina

Título: Reinauguração da Ponte

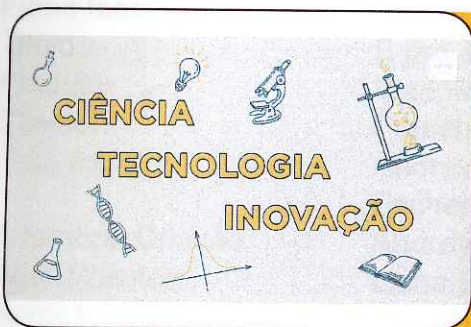


### JORNAL – PEÇA 7

Anúncio de Jornal ½ página

Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea

Título: Aniversário de Brasília



### INTERNET – PEÇA 8

Vídeo Redes Sociais 1,50"

Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações

Título: MCTIC Apresenta



### INTERNET – PEÇA 9

Gif Redes Sociais – 15"

ABECS

Título: João que pede o cartão



### MIDIA EXTERIOR – PEÇA 10

Frontlight

Parkshopping Canoas – Multiplan

Título: Parkshopping Cultura no melhor estilo



**FILME TV 120" – PEÇA 1**

**CLIENTE: PARKSHOPPING CANOAS**

**PRODUTO: LANÇAMENTO SHOPPING**

**Problema**

O primeiro grande problema era traduzir essa expectativa em um conceito que dimensionasse uma nova proposta de Shopping. Conceituado pela Multiplan como o "Shopping Center mais fantástico do país", o empreendimento tinha na sua essência uma novidade única: a integração do lazer externo (parque) com o lazer interno (centro de compras).

**Solução**

A DeBrito propôs uma campanha com o mote "Todos têm uma história ligada à Era fundamental traduzir de forma direta e simples, o que unia a diversidade de atrativos que o empreendimento apresentava. Foi assim que percebemos que o elo entre todas as partes do projeto era uma emoção única: a diversão. Foi sob o slogan "É pra se divertir" que toda a campanha foi concebida.

O filme de 2 minutos (peça base da campanha) contava os atrativos do empreendimento através de uma música criada especialmente para a inauguração, tendo sido veiculado em horários nobres das televisões abertas.

**Ficha técnica**

Título:	É pra se divertir
Produto:	Inauguração
Cliente:	Parkshopping Canoas
Criação:	Andrey Tavares, Lucas Gonçalves, Gabriel Pacheco, Cesar Escher, Nilton Rodrigues, Leticia Ritter, Ana Paula Zollet.
Diretor de Criação:	Andrey Tavares
Atendimento:	Liana Bazanela, Andrio Foppa.
Aprovação:	Isaac Peres, Eduardo Novaes, Marco Aurélio Jardim Neto.
Data de Produção:	novembro 2017
Data de Veiculação:	dezembro 2017
Produção:	Mythago (filme) e Batuque (áudio)
Veículos:	RBSTV, BAND, SBT, RECORD, PAMPA, GLOBOSAT (GloboNews, GNT, SporTv).

\*Peça apresentada em DVD (anexo)

**FILME TV 120" – PEÇA 1**  
**CLIENTE: PARKSHOPPING CANOAS**  
**PRODUTO: LANÇAMENTO SHOPPING**



**FILME TV 30" – PEÇA 2**

**CLIENTE: UNICRED SANTA CATARINA**

**PRODUTO: INSTITUCIONAL**

**Problema**

Unicred tem um diferencial básico enquanto instituição bancária: é uma cooperativa. Dentro deste nicho, desta categoria, se destaca por ter clientes classe A/B, por ser uma cooperativa premium. O desafio então era este: falar de união, cooperativismo, e deixar claro que Unicred se dirige a cooperados diferenciados.

**Solução**

Apresentamos duplas de pessoas que juntas são mais fortes. Pessoas que se complementam – a necessidade de um encaixando com a possibilidade do outro, todos ganhando com isso. E apresentamos o conceito "Unidos somos premium". O "unidos" é proprietário de Unicred – e "premium" está super alinhado com o público-alvo.

**Ficha técnica**

Título:	Campanha Institucional SC/PR – Unidos Somos Premium
Produto:	Institucional
Cliente:	Unicred Santa Catarina/Paraná
Criação:	Lucas Araujo, Luciano Sobrosa
Diretor de Criação:	Marcelo Pires
Atendimento:	Annelena Luz/ Mariana Dulac
Aprovação:	Alice Delatorre
Data da produção:	setembro de 2019
Data de veiculação:	Outubro de 2019
Produção:	Zepelin
Veículo:	TV Globo, Globonews, Globosat, Canal Sportv

\*Peça apresentada em DVD (anexo)

VB

VB



**FILME TV 30" – PEÇA 2**  
**CLIENTE: UNICRED SANTA CATARINA**  
**PRODUTO: INSTITUCIONAL**

COMERCIAL TELEVISÃO  
CLIENTE: CONSELHO  
PRODUTO: CONTRATO

Problema  
O Sistema Confor/Crescimento/Capacidade Regressiva, possui mais de 40 anos de experiência com a reprodução em vídeo de imagens profissionais da paisagem, com uma taxa de 1,3 vezes a velocidade de reprodução. A utilização é adequada em uma sessão de Análise de Imagem, com uma taxa de 1,3 vezes a velocidade de reprodução. O sistema é utilizado por profissionais que trabalham com a reprodução de imagens em vídeo.



*Handwritten signature in blue ink.*

*Handwritten signature in blue ink.*

*Handwritten signature in blue ink.*



**COMERCIAL TELEVISÃO 30" – PEÇA 3****CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA****PRODUTO: CONTRATE UM ENGENHEIRO****Problema**

O Sistema Confea/Crea reúne 27 Conselhos Regionais, possui mais de 80 anos de atuação ininterrupta e representa uma das principais categorias profissionais do país, a engenharia, com mais de 1,3 milhões de profissionais registrados. A instituição é responsável pela emissão da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART, documento que garante que qualquer obra ou serviço de engenharia está sendo realizado por profissional registrado e devidamente habilitado. Um dos problemas detectados pelo órgão é que na hora de construir ou reformar, em muitos casos, as pessoas querem “economizar” e acabam não contratando um engenheiro. Esse pensamento é equivocado, pois na verdade isso não é uma economia, é um risco que envolve diversos aspectos como: segurança, desperdício de material, erros de execução, dentre outros. Além disso, existe outro problema que ocorre muito no Brasil. As pessoas constroem/ reformam e apenas compram laudos (ART) de engenheiros “picaretas” que legalizam a obra.

**Solução**

A Debrito propôs uma campanha com o objetivo de mostrar a importância de se contratar um engenheiro para realização de qualquer obra, reforma ou serviço de engenharia. De uma forma bem-humorada o filme retratava os noivos numa cerimônia de casamento, no qual quem fazia o papel de juiz do matrimônio era um engenheiro e o local da cerimônia era uma obra numa residência. A abordagem do juiz reforçava que para que nenhuma obra ou reforma separasse o casal era importante contratar um engenheiro devidamente registrado. Ao mostrar para a sociedade, de uma forma bem clara, a importância da contratação de um engenheiro, a campanha valorizou esses profissionais perante o público em geral e reforçou a utilidade pública desse profissional, no sentido de garantir a segurança e a economicidade numa obra.

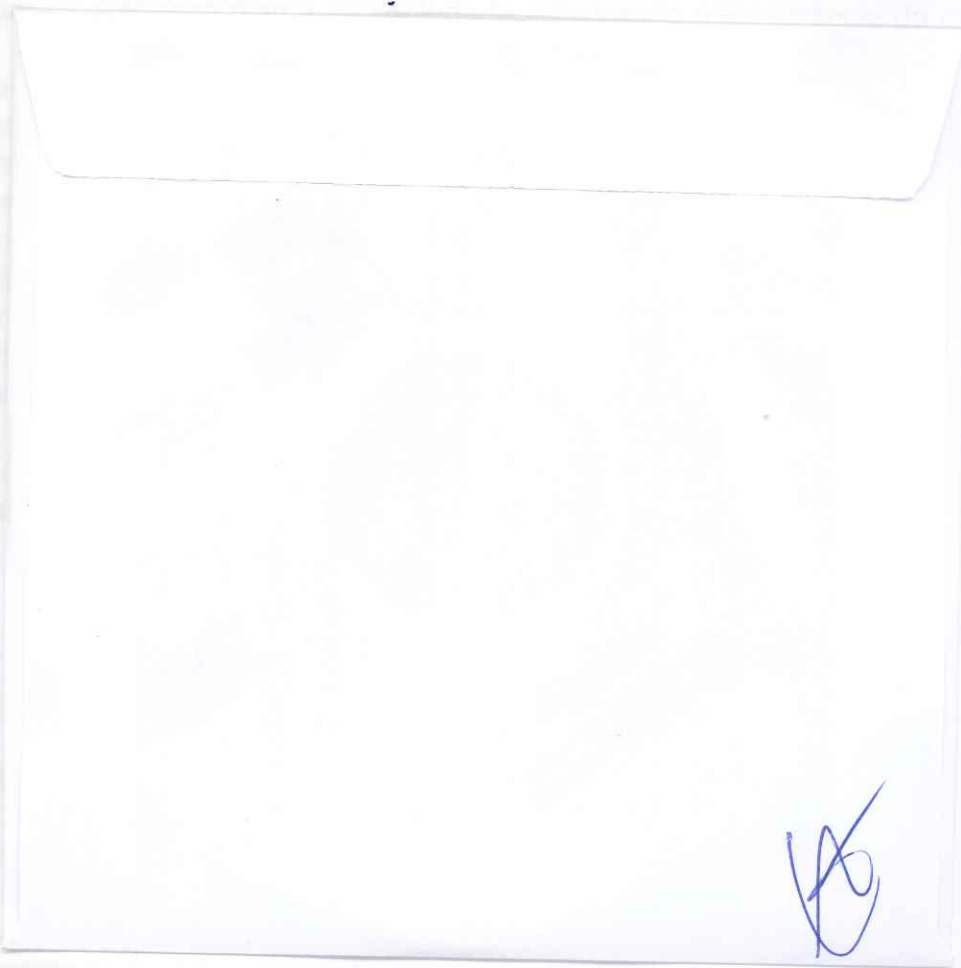
**Ficha Técnica**

Cliente:	Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea
Agência:	Debrito Propaganda
Criação:	Rogério Chetto, Ronan Lucas e Carolina Senna
Direção de criação:	Rogério Chetto
Atendimento:	Marcuce Luz e Felipe Sampaio
Aprovação cliente:	Felipe Pasqualini
Data de produção:	outubro/2018
Data de veiculação:	novembro/2018
Veículo:	Globo News, Sportv, Fox Sports, Band News e National Geographic

\*Peça apresentada em DVD (anexo)



**COMERCIAL TELEVISÃO 30" – PEÇA 3**  
**CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**  
**PRODUTO: CONTRATE UM ENGENHEIRO**



*[Handwritten signature in blue ink]*

*[Handwritten signature in black ink]*

*[Handwritten signature in blue ink]*



**JINGLE RÁDIO 30" – PEÇA 4****CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA****PRODUTO: CAMPANHA INSTITUCIONAL****Problema**

O Sistema Confea/Crea reúne 27 Conselhos Regionais, possui mais de 80 anos de atuação ininterrupta e representa uma das principais categorias profissionais do país, com mais de 1,3 milhões de profissionais registrados. Apesar da força da instituição, o Confea estava fora da mídia há mais de 6 anos, sem marcar presença diante dos profissionais e da sociedade. A entidade precisava fortalecer a marca institucionalmente, valorizar toda a categoria de profissionais associados como engenheiros, agrônomos e técnicos e, além disso, era necessário marcar presença diante da sociedade, mostrando a importância da categoria.

**Solução**

A Debrito propôs uma campanha com o mote "Tudo Gira nas Mãos da Engenharia".

O jingle mostrava de uma forma leve, didática e objetiva como o trabalho dos engenheiros faz parte das nossas vidas sem que a gente perceba. Com uma sonoridade marcante, trilha crescente e uma letra pausada, caracterizando aquele tipo de canção que é quase falada, o jingle demonstrou ponto a ponto, a diversidade de "itens" da nossa vida cuja a engenharia está por trás, desde a rodovia, passando pelo smartphone, até a nossa habitação.

Ao mostrar para a sociedade, de uma forma bem clara, a importância dos engenheiros no nosso cotidiano, a campanha conseguiu valorizar esses profissionais perante o público em geral, gerando uma empatia com toda a classe e ao mesmo tempo, fortaleceu o papel da instituição, mostrando que o Confea é a entidade responsável por essa classe tão importante para o desenvolvimento de um país e da sociedade.

**Ficha técnica**

Título:	Tudo Gira nas Mãos da Engenharia
Produto:	Campanha Institucional
Cliente:	Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - Confea
Criação:	Sandra Tavares, Carolina Sena e Ronan Lucas
Direção de criação:	Sandra Tavares
Produtora:	DaHouse
Atendimento:	Geraldo de Brito e Felipe Sampaio
Aprovação:	Flávio Alpino, Alessandra Cardoso
Data de produção:	Outubro/2017
Data de veiculação:	Novembro 2017
Veiculação:	Band News e CBN

\*Peça apresentada em DVD (anexo)



**JINGLE RÁDIO 30" – PEÇA 4**

**CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

**PRODUTO: CAMPANHA INSTITUCIONAL**

Problema

Qual o aumento e prazo da entrega...  
de "O Indicador Antecedente Clus..."  
Instituto Brasileiro de Economia...  
em que a comparação...  
qual de série histórica...  
multiplicando 6 2% em relação...

10-12 caso

iniciais

realidade

Soluções

A Debate

emprego

com cenário

Cuidando

hospitais

na operação

na compra

ao COVID-

Ficha técnica

Diálogo

Cooperação

Assistência

Atuação

Data de entrega

Velocidade



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



**ANÚNCIO JORNAL 1 PÁGINA – PEÇA 5**

**CLIENTE: CMPC**

**PRODUTO: DIA DA INDÚSTRIA**

**Problema**

Com o aumento e avanço do coronavírus no Brasil, o impacto na economia vem crescendo. O Indicador Antecedente Composto da Economia Brasileira (IACE), calculado pelo Instituto Brasileiro de Economia, da Fundação Getúlio Vargas (FGV/IBRE), caiu 10,1% em abril na comparação com março, passando de 112,6 para 101,2 pontos. É a maior queda da série histórica iniciada em 1996, de acordo com a FGV. Em março, o IACE teve redução de 6,2% em relação a fevereiro (120,1 pontos). Ele já mostra impactos da COVID-19 na economia. Das oito séries componentes do IACE, os índices de Expectativas da Indústria, Serviços e Consumidores foram o que mais contribuíram negativamente para o resultado, mostrando recuos na margem de 46,6%, 33,5% e 28,9%.

**Solução**

A DeBrito propôs um anúncio que mostra que uma indústria do porte da CMPC, que emprega cerca de 6000 funcionários consegue se manter intacta e em ascensão mesmo com cenários econômicos e sociais em que o país se encontra.

Cuidando das pessoas, sem deixar de produzir matéria prima necessária para o uso em hospitais, postos de saúde e escolas, e assim, garantindo o emprego e renda, mantendo as operações funcionando. E também, sendo solidários, investindo cerca de R\$ 5 milhões na compra de duas máquinas para fabricar máscaras cirúrgicas, fortalecendo o combate ao COVID-19.

**Ficha técnica**

Cliente:	CMPC
Criação:	Rafael Brum e João Quadros
Direção de criação:	Reinaldo Cesar
Atendimento:	Yasmin Feitosa
Aprovação:	Daniel Ramos
Data de veiculação:	25 de maio de 2020
Veículo:	Jornal do Comércio

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*





# DIANTE DO DESAFIO EM QUE VIVEMOS, DECIDIMOS ENFRENTAR OUTROS TRÊS.



**Cuidar da nossa gente para  
continuar produzindo.**

A celulose é matéria-prima base para itens essenciais que não podem faltar para a população, como itens de higiene e embalagens de remédios e alimentos.





que a geração de renda continue, e que nossos colaboradores, prestadores de serviços e suas famílias continuem realizando suas compras nos comércios locais onde residem.



# Doação de MÁSCARAS

Para o BRASIL, é importante para a SOFTYS.

## Ser solidários.

Entre outras iniciativas solidárias, estamos doando 1 milhão de máscaras cirúrgicas para o Estado do Rio Grande do Sul.



**SE É IMPORTANTE PARA O RIO GRANDE DO SUL,  
É IMPORTANTE PARA A CMPC.**

**SAIBA MAIS EM  
CMPCBRASIL.COM.BR**

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials.



**ANÚNCIO JORNAL 1 PÁGINA – PEÇA 6**

**CLIENTE: UNICRED SC**

**PRODUTO: REINAUGURAÇÃO DA PONTE**

**Problema**

A mais antiga ligação entre a Ilha de Santa Catarina e o continente foi inaugurada dia 13 de maio de 1926. A ponte foi idealizada pelo governador daquela época Hercílio Pedro da Luz. Os motivos eram óbvios, existia a necessidade de melhorar a comunicação da ilha com o resto do estado e país. A ponte também foi uma resposta a pressão, cada vez maior, para que Florianópolis deixasse de ser uma capital estadual.

A ponte foi interditada em 22 de janeiro de 1982 por causa da deterioração de uma das centenas barras de olhal.

**Solução**

Após aproximadamente 30 anos interditada, a ponte foi reinaugurada no dia 30 de dezembro de 2019. O principal cartão postal da Ilha foi um presente de ano novo a todos que por ali passam. A Debrito propôs exatamente isso em forma de anúncio: um presente, uma mensagem que transmite de forma poética o que a ponte significa aos catarinenses.

**Ficha técnica**

Cliente:	Unicred Santa Catarina
Criação:	Fernando Geisel e Marcelo Pires
Direção de criação:	Reinaldo Cesar
Atendimento:	Yasmin Feitosa
Aprovação:	Alice Delatorre
Data de veiculação:	30 de dezembro 2019
Veículo:	Diário Catarinense

A IMPORTÂNCIA DE UMA PONTE.

UMA PONTE UNE AS PESSOAS.

OS DE LÁ E OS DE CÁ.

OS DE ANTES E OS DE DEPOIS.

OS QUE VÃO E OS QUE VOLTAM.

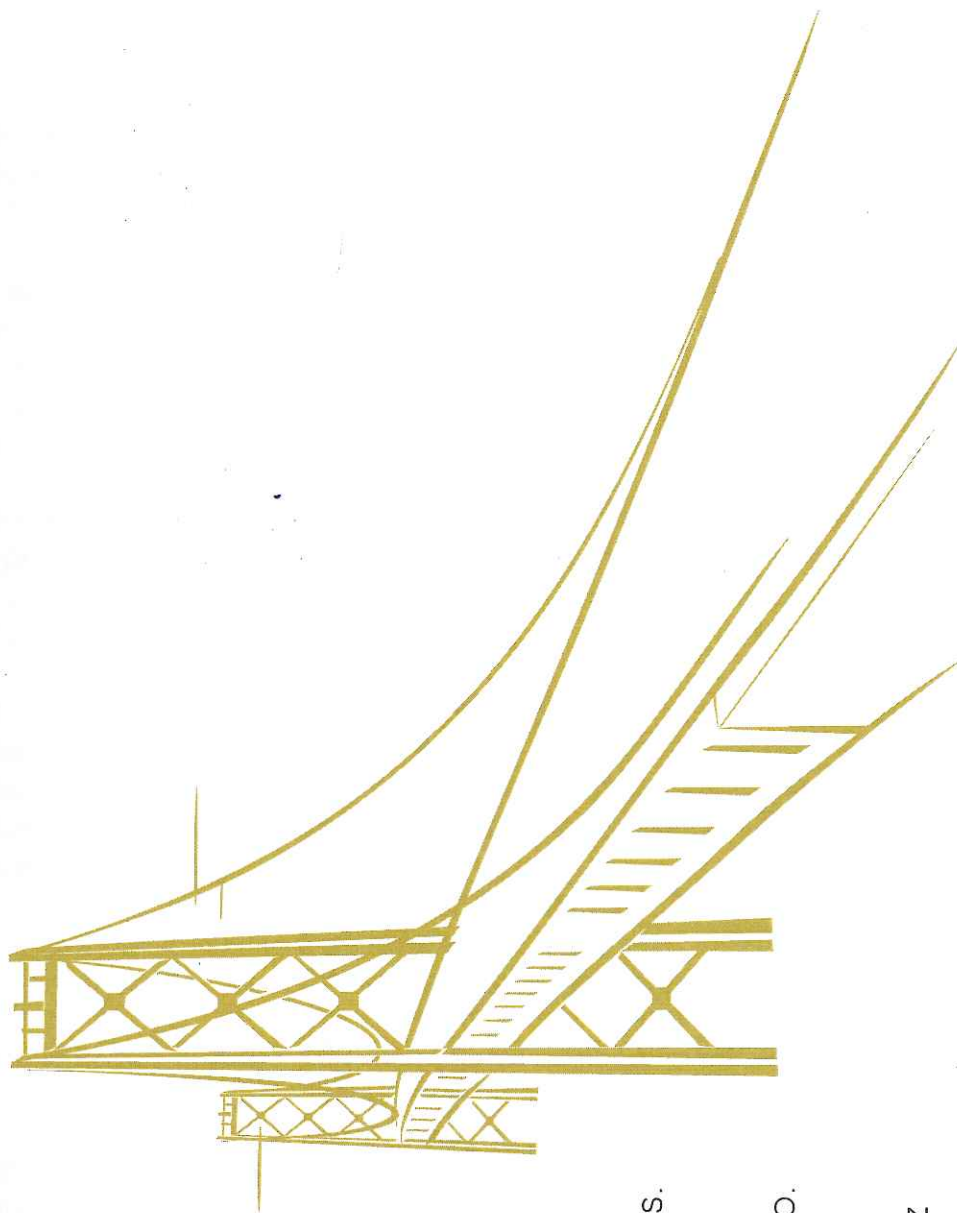
O BRASIL ANDA PRECISANDO DE PONTES.

DE PESSOAS QUE SE JUNTAM... DE UNIÃO.

A REABERTURA DA PONTE HERCÍLIO LUZ

É EXATAMENTE ISSO: LUZ. APÓS QUASE TRÊS DÉCADAS,

NOSSA PONTE VAI RETOMAR SEU PAPEL DE LIGACÃO





**ANÚNCIO DE JORNAL ½ PÁGINA – PEÇA 7**

**CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

**PRODUTO: CAMPANHA INSTITUCIONAL**

**Problema**

No dia 21 de abril é comemorado o aniversário de Brasília, que em 2018 completou 58 anos de existência. Por se tratar de uma data muito importante, numa cidade tão emblemática, que além de ser projetada e construída para ser a capital federal, é um símbolo nacional e patrimônio cultural da humanidade, o Confea decidiu prestar a sua homenagem por meio de um anúncio de oportunidade no principal jornal local.

**Solução**

A Debrito apresentou uma solução criativa diferenciada e extremamente pertinente para o Confea. A peça mostra uma imagem aérea de Brasília que deixa bem claro o formato de avião do plano piloto da capital federal. Na imagem, as construções/edificações das comerciais e residenciais contrastam bastante com o entorno repleto de árvores e do lago Paranoá.

Com o título “Uma das especialidades da engenharia é construir avião” o anúncio faz referência direta a cidade e aos engenheiros de uma forma lúdica e leve. De uma forma criativa, a peça homenageia Brasília e ao mesmo tempo reforça o papel da instituição, como responsável por esses profissionais que ajudaram a construir Brasília.

**Ficha Técnica**

Título:	Aniversário de Brasília
Produto:	Institucional
Cliente:	Conselho Federal de Engenharia e Agronomia
Criação:	Marcuce Luz, Ronan Lucas e Carolina Senna Pinto
Atendimento:	Marcuce Luz e Felipe Sampaio
Aprovação:	Felipe Augusto Pasqualini
Fotografia:	Bento Viana
Produtor Gráfico:	Rômulo Oliveira
Data da produção:	abril/2018
Data da veiculação:	abril/2018
Formato:	½ página
Veículo:	Correio Braziliense

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*





UMA DAS ESPECIALIDADES DA E



BRASÍLIA. 58 ANOS.

UMA HOMENAGEM DO CONFEA.



ENHARIA É CONSTRUIR AVIÃO.

WWW.CONFEA.ORG.BR

**CONFEA**  **CREA**  
Conselho Federal de Engenharia e Agronomia      Conselhos Regionais de Engenharia e Agronomia

18

18

**VÍDEO REDES SOCIAIS – PEÇA 8****CLIENTE: MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES****PRODUTO: MCTIC APRESENTA****Problema**

O Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações vinha sofrendo críticas por parte da comunidade científica, pois devido a crise financeira e política que o Brasil enfrentava, os investimentos em ciência e pesquisa tiveram uma redução em 2017 em comparação ao ano de 2016.

Em 2017, o Ministério conseguiu reverter essa situação dentro do Governo Federal e recompôs integralmente o seu orçamento, permitindo assim a continuação do amplo trabalho em ciência e pesquisa que o Brasil tanto precisa.

Essa conquista precisava ser divulgada para toda a comunidade científica que aguardava por mais investimentos para a realização das pesquisas.

**Solução**

A proposta da agência foi a criação e produção de um vídeo em animação para as redes sociais que explicasse didaticamente como foi possível o Ministério resolver essa questão, mostrando transparência e empenho para o seu público, que nesse caso era a comunidade científica.

Além da produção do vídeo, a agência também cuidou da parte de impulsionamento no Facebook permitindo assim que o vídeo tivesse um maior alcance para o segmento correto.

**Ficha técnica**

Título:	Recomposição do Orçamento
Produto:	MCTIC Apresenta
Cliente:	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
Criação:	Sandra Tavares, Carolina Sena e Ronan Lucas
Direção de criação:	Sandra Tavares
Atendimento:	Marcuce Luz e Vanessa Monteiro
Produção gráfica/RTVC:	Rômulo Oliveira
Aprovação:	Marcus Vinicius Sinval e Tatiana Collavini
Data de produção:	abril/ 2017
Data de veiculação:	maio/ 2017
Formato:	1:50"
Veículo:	Facebook

\*Peça apresentada em DVD (anexo)



**VÍDEO REDES SOCIAIS – PEÇA 8**  
**CLIENTE: MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES**  
**PRODUTO: MCTIC APRESENTA**



Handwritten blue mark, possibly initials or a signature, located in the bottom right corner of the envelope.

Handwritten blue mark, possibly initials or a signature, located in the bottom right area of the page.

Handwritten blue signature or mark, located in the bottom right corner of the page.



**GIF INTERNET REDES SOCIAIS – PEÇA 9****CLIENTE: ABECS****PRODUTO: ME CONTA****Problema**

A Abecs, associação que representa as empresas do setor de meios eletrônicos de pagamento, entendeu que a grande maioria dos usuários dos meios de pagamento, sobretudo consumidores das classes C e D, ainda precisa de informações mais úteis e relevantes sobre educação financeira e, também, para o uso consciente dos meios de pagamento.

**Solução**

Com a assinatura criativa da DeBrito-Brasil, o ME CONTA é uma iniciativa que vai disseminar conteúdos e boas práticas sobre educação financeira e o uso consciente dos meios de pagamento. Inicialmente, o ME CONTA vai aparecer apenas no Facebook, mas ganhará outras plataformas, como Instagram e YouTube, nas próximas fases das ações. Além disso, uma série de vídeos dará voz ao público, que vai colaborar com experiências financeiras pessoais. Na peça apresentada, usamos linguagem de meme, com informações precisas e pinceladas com humor, para conscientizar o público-alvo sobre as consequências que o empréstimo do cartão de crédito pode provocar.

**Ficha técnica**

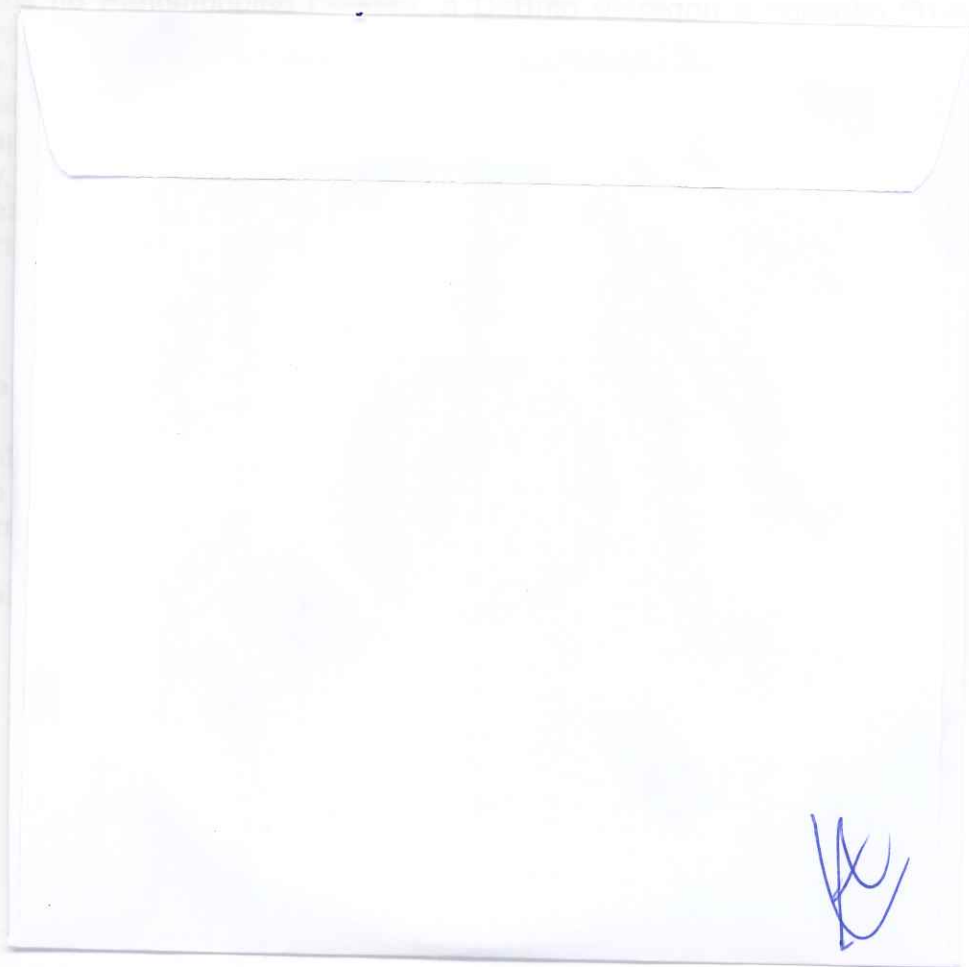
Título:	João que pede o cartão
Produto:	Me Conta
Cliente:	Abecs
Direção de criação:	Reinaldo César
Direção de arte:	Gilmar Monteiro e Ricardo Garrido
Redação:	Daniel Santos
Atendimento:	Ana Luisa Sales Mahfuz
Planejamento:	Roberta Allegretti
Produção gráfica:	Marilene Letange
Aprovação:	Carolina Juzwiak
Data de produção:	Janeiro/2020
Data de veiculação:	Janeiro/2020
Formato:	GIF
Veículo:	Facebook

\*Peça apresentada em DVD (anexo)





**GIF INTERNET REDES SOCIAIS – PEÇA 9**  
**CLIENTE: ABECs**  
**PRODUTO: ME CONTA**



*Handwritten signature or initials in blue ink.*

**FRONTLIGHT – PEÇA 10**

**CLIENTE: PARKSHOPPING CANOAS - MULTIPLAN**

**PRODUTO: PARKSHOPPING CULTURA NO MELHOR ESTILO**

**Problema**

Apesar de ser um dos mais modernos shoppings do país, reunindo o melhor em moda, gastronomia, áreas pet friendly, cultura, entre outros serviços e formas de lazer, faltava ao Parkshopping Canoas uma comunicação clara, direta e que atingisse de maneira equivalente e padronizada nos diversos tipos de públicos que frequentam o local.

**Solução**

Pensado para unificar a comunicação e apresentar a grande variedade de benefícios encontrados no Parkshopping Canoas, a DeBrito entregou o conceito “Tudo no melhor estilo”. Através de diversos Frontlights, transmitimos a nova campanha alternando a frase conceito e as imagens de acordo com serviço apresentado, variando para “Moda no melhor estilo”, “Sabor no melhor estilo”, “Cultura no melhor estilo”, etc

Na peça apresentada: Parkshopping Cultura no melhor estilo, não poderia faltar o espaço petfriendly, um espaço exclusivo para os pets com sala de cinema com horário marcado para as sessões, isso sim é estilo.

**Ficha Técnica**

Título:	Parkshopping Cultura
Produto:	Institucional
Cliente:	ParkShopping Canoas
Direção de Criação:	Cristiano Fragoso
Criação:	Lucas Araujo, Eduardo Dalogli
Atendimento:	Yasmmin Feitosa
Aprovação Cliente:	Cadu Zanon, Marco Aurélio Jardim Neto
Data da Produção:	junho 2019
Produção:	Sigma
Data da veiculação:	De junho a outubro/2019
Veículos:	Imobi e Setdoor





# PARKSHOPP



A black and white dog with its tongue out is sitting on a wooden ledge. Behind it is a large, colorful abstract painting with yellow, red, and blue tones.

 **ParkShoppingCanoas**  
Multiplan

**NG CULTURA**  
**NO MELHOR ESTILO.**


*Handwritten signature*



## TERMO DE ENCERRAMENTO

Declaramos o encerramento da apresentação do Invólucro 3 – Proposta Técnica – Repertório, composto de 29 páginas, incluindo esta.

Porto Alegre, 24 de julho de 2020.

  
DEBRITO PROPAGANDA LTDA  
Geraldo Martins De Brito  
Sócio-Diretor

*Geraldo Martins de Brito  
De Brito Propaganda Ltda.  
Sócio Diretor*