



ADAG

**RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS
DE COMUNICAÇÃO**

C 6 6



CASE 1

CAMPANHA: SOUND BRANDING (MARCA SONORA)
DO METRÔ DE SÃO PAULO



C

P
G

O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

O vídeo teve por objetivo apresentar a nova marca sonora do metrô para os passageiros e o público em geral, explicando a inspiração e a homenagem ao Maestro Heitor Villa-Lobos.



O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

Assim como um logotipo, o tema musical ganha novos estilos e arranjos e passa a ser utilizado em todas as peças digitais do Metrô de São Paulo. Apresentamos alguns exemplos de utilização:

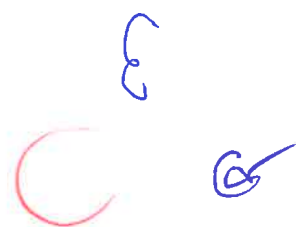
- Campanha Endomarketing Dia dos Pais sob o tema “Meu Mascarado Favorito”
- Vinheta de Abertura da apresentação do PMO – Project Management Office
- Vídeo de Lançamento do Metrô Consulting
- Vinheta de Abertura do Metrôcast – Podcast do Metrô de São Paulo





CASE 2

CAMPANHA: PROJETO INSTITUCIONAL
BRANDED CONTENT



O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

Buscando consolidar e ampliar, junto ao público formador de opinião, empresários e o público em geral, a imagem da Secretaria da Habitação através da CDHU, o maior agente estadual promotor de moradia popular no Brasil e seu modelo de atuação, com destaque para a PPP da Habitação - Parceria Público Privada, foi realizado o projeto de Branded Content, em parceria com o Media Lab do Estadão.

O projeto teve início no mês de abril por ocasião da realização do Summit Imobiliário, promovido e realizado pelo veículo em parceria com o SECOVI, em que empresários e especialistas do setor discutem as perspectivas do mercado imobiliário.

Durante o evento, o Governador Geraldo Alckmin lançou o edital de concorrência da primeira Parceria Público-Privada (PPP) da Região Metropolitana de São Paulo: a concorrência internacional da Nova Cidade Albor, que pretende construir 13,1 mil moradias em uma área entre Guarulhos, Arujá e Itaquaquecetuba.

Aproveitando o lançamento e a publicação do caderno especial de cobertura do evento, foi veiculado um anúncio da CDHU convidando empresários a participarem da concorrência.

O anúncio cumpre a função de apresentar o empreendimento, o modelo de negócio e convidar empresários a conhecerem e participarem da concorrência.

O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

Buscando consolidar e ampliar, junto a empresários, formadores de opinião e a população, a imagem da Secretaria da Habitação através da CDHU, foi implementado um projeto de Branded Content em parceria com o Media Lab do Estadão.

Nesta publicação o objetivo foi apresentar o Complexo Júlio Prestes, obra realizada através da PPP – Parceria Público-Privada, que irá revitalizar o centro da cidade de São Paulo e oferecerá mais de 1.200 moradias populares, áreas comerciais e uma escola de música. Lançando mão de infográficos e entrevistas, a publicação cumpre o papel de apresentar o Complexo, o modelo de negócio da PPP e o impacto social na região central da cidade.

O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

O projeto de Branded Content, realizado em parceria com o Media Lab do Estadão, teve início no mês de abril por ocasião da realização do Summit Imobiliário, promovido e realizado pelo veículo em parceria com o SECOVI, em que empresários e especialistas do setor discutem as perspectivas do mercado imobiliário.

Aproveitando a publicação do caderno especial de cobertura do evento, que contou com anúncio da CDHU convidando empresários a participarem da concorrência, a estratégia foi reforçar esse convite através da veiculação de um spot na rádio Estadão.

O spot cumpriu a função de apresentar o empreendimento, o modelo de negócio e convidar empresários a conhecerem e participarem da concorrência.

O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

O destaque do projeto de Branded Content realizado em parceria com o Media Lab do Estadão foi a produção da websérie “Mudar para Melhor”, veiculada no site do veículo e redes sociais da CDHU em oito capítulos, que convidou mutuários e representantes do setor imobiliário a falarem sobre as etapas da construção e entrega das moradias populares.

A websérie permitiu apresentar ao público, com linguagem simples e emocional, as etapas de um projeto habitacional – como nasce, a preocupação e o foco na qualidade construtiva das obras, a importância da regularização contratual, o sorteio das moradias, o impacto das obras na vida econômica da região e os Convênios e Feirões realizados para ampliar ainda mais o acesso à casa própria.

Destacamos aqui o episódio que abordou o impacto econômico e social dos empreendimentos CDHU cumprindo o objetivo de demonstrar que a companhia vai além de realizar o sonho da casa própria, gerando empregos e oportunidades de empreendedorismo.



Handwritten initials in red and blue ink.

O PROBLEMA QUE SE PRETENDEU RESOLVER:

O destaque do projeto de Branded Content realizado em parceria com o Media Lab do Estadão foi a produção da websérie “Mudar para Melhor”, veiculada no site do veículo e redes sociais da CDHU em oito capítulos, que convidou mutuários e representantes do setor imobiliário a falarem sobre as etapas da construção e entrega das moradias populares.

A websérie permitiu apresentar ao público, com linguagem simples e emocional, as etapas de um projeto habitacional – como nasce, a preocupação e o foco na qualidade construtiva das obras, a importância da regularização contratual, o sorteio das moradias, o impacto das obras na vida econômica da região e os Convênios e Feirões realizados para ampliar ainda mais o acesso à casa própria.

Destacamos aqui o episódio que abordou o processo dos sorteios realizados e sua importância como processo democrático e transparente, possibilitando a todos a mesma oportunidade de realização do sonho da casa própria.



São Paulo, 18 de março de 2021.



ADAG Comunicação EIRELI
Luiz Celso de Piratininga Figueiredo Junior
Diretor-Presidente
CPF: 056.514.888-55
RG: 11.259.140-1



Rua Cláudio Soares, 72 - Sala 1108 - Pinheiros, São Paulo
SP, 05422-030 Tel +55 11 5504-5000 | www.adag.com.br



PROCURANDO UMA BOA OPORTUNIDADE DE INVESTIMENTO NO MERCADO IMOBILIÁRIO?

NÓS TEMOS UMA CIDADE INTEIRA.

Via Dutra com Rodoanel Leste: a melhor esquina do Brasil.

O Governo do Estado de São Paulo lançou a segunda **Parceria Público-Privada da Habitação: NOVA CIDADE ALBOR**.

O projeto será implantado em um terreno de 1,7 milhão de m² às margens da Rodovia Presidente Dutra - na altura do cruzamento com o Rodoanel Leste, e a 10 km do Aeroporto de Guarulhos.

10.480 HABITAÇÕES DE INTERESSE SOCIAL.
2.620 UNIDADES PARA O MERCADO POPULAR.

Além da comercialização das moradias, o investidor privado terá a receita adicional de 300.000 M² DE ÁREAS COMERCIAIS E INDUSTRIAIS do empreendimento.

O contrato de concessão é de **25 anos** e a previsão de investimento de **R\$ 2,1 bi**. A taxa de retorno está prevista em **9,7%**.

Informe-se sobre esta parceria com o Governo do Estado de São Paulo e faça parte deste projeto que vai levar habitação e dignidade para quem mais precisa.

Informações:
www.habitacao.sp.gov.br
www.cdhu.sp.gov.br



*70% das unidades serão destinadas a Habitação de Interesse Social (HIS) e 30% a Habitações de Mercado Popular (HMP)



CDHU

GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
SECRETARIA DE HABITAÇÃO



LUZ RECEBE CONSTRUÇÃO DE MAIS MIL MORADIAS PARA RECUPERAR A REGIÃO

As obras do Complexo Júlio Prestes são realizadas por meio de parceria público-privada

O bairro da Luz já foi símbolo do apogeu de São Paulo, com casas da classe alta paulista, mas atualmente sofre com a degradação de prédios e ruas. A atual tentativa do Poder Público para revitalizar essa região é a construção de apartamentos, equipamentos públicos e comércios para trazer os paulistas de volta para morarem e circular em pelo local. Desde janeiro, está em construção no terreno da antiga rodoviária, em frente à Sala São Paulo, o Complexo Júlio Prestes. A obra terá 1.202 apartamentos para famílias de baixa renda, a sede da Escola de Música Tom Jobim, creche para 200 crianças e áreas comerciais.

Este é um projeto maravilhoso, com mix de moradias, comércios e equipamentos públicos. Esta obra vai trazer vida para a região, pois os comércios vão se integrar às lojas da Rua Santa Ifigênia", afirma Ronaldo Cury, vice-presidente de habitação do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (Sinduscon-SP).

O projeto prevê *boulevard* arborizado em continuidade à rua Santa Ifigênia, onde serão instaladas as lojas nos terrenos dos prédios, conforme previsto no Plano Diretor da Capital. O residencial terá quatro edifícios de 17 andares, três prédios de 12 pavimentos e um edifício de 13 andares, com 94,6 mil m² de área construída.

Do total de moradias, 1.130 unidades serão destinadas para famílias que

ganham entre um e cinco salários mínimos e terão subsídio estadual. Outros 72 apartamentos serão para quem ganha entre seis e dez salários mínimos e sem subsídio do Governo do Estado. A proposta teve que passar pelos órgãos de proteção ao patrimônio público, por estar localizada próxima a imóveis tombados.

"A PPP traz para o Centro um elemento fundamental que faltava para a revitalização: a habitação. A experiência internacional mostra que áreas degradadas só são plenamente recuperadas se as pessoas passam a residir na região. Mesmo nesse momento de crise econômica, conseguimos viabilizar essa obra que integra espaço urbano de qualidade com moradia próxima aos postos de trabalho", diz o secretário Rodrigo Garcia.

O investimento nesta obra é realizado pela PPP da Habitação, que irá construir um total de 3.683 moradias na região central de São Paulo. O Governo do Estado justifica a escolha deste modelo de contratação pois só começa a pagar a empresa contratada após as entregas. Antes disso, todo o gasto é privado. Para a concessionária, o contrato é interessante, pois conta com 20 anos de serviços de manutenção predial e gestão condominial, além de habitações de mercado popular e comércios que dão equilíbrio financeiro para o projeto.

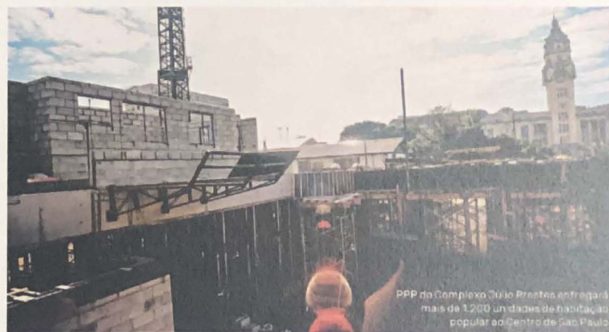
O investimento da concessionária, a Canopus Holding, será de R\$ 919 milhões, com contraprestação total do

Estado de R\$ 465 milhões, ao longo de 20 anos. As primeiras 126 unidades foram entregues em dezembro do ano passado, na rua São Caetano. Há outros 91 apartamentos em construção, que devem ser entregues até o final do ano na Alameda Glete. Além disso, a Prefeitura de São Paulo cedeu quatro terrenos para o Governo do Estado onde serão feitas mais 440 unidades, que atualmente estão em projeto.

"Além da PPP ser uma ferramenta inovadora, é mais um instrumento para viabilizar moradia popular. Ela vai revitalizar a região, que hoje em dia está degradada", explica Cury.



Obras da PPP do centro se estendem também às alamedas Iguatema e Glete



PPP do Complexo Júlio Prestes entregará mais de 1.200 unidades de habitação popular ao centro de São Paulo

NOVA VIDA PARA O CENTRO HISTÓRICO

Projeto traz moradias e ajuda a revitalizar a região

O complexo terá um total de **1.202 apartamentos** (1.130 unidades de habitação de interesse social e 72 unidades de habitação de mercado popular)

- Serão **8 blocos**, com 4 prédios de 17 andares, 3 prédios de 12 andares e 1 prédio de 13 andares
- Cada bloco terá áreas de lazer internas e quadras esportivas compartilhadas

Construção de um **boulevard** em continuidade à rua Santa Ifigênia, com 199 árvores, praça de **5,5 mil m²** e **3,9 mil m²** de áreas verdes

Área cultural com a Escola de Música Tom Jobim

Área comercial com 3,5 mil m²

Área total construída de **94,6 mil m²**

Sala São Paulo

Revitalização da Praça Júlio Prestes

Creche com capacidade para **200 crianças**



Planta em 3D do Complexo Júlio Prestes

Este material foi produzido pelo Media Lab Estado com patrocínio de CDHU.

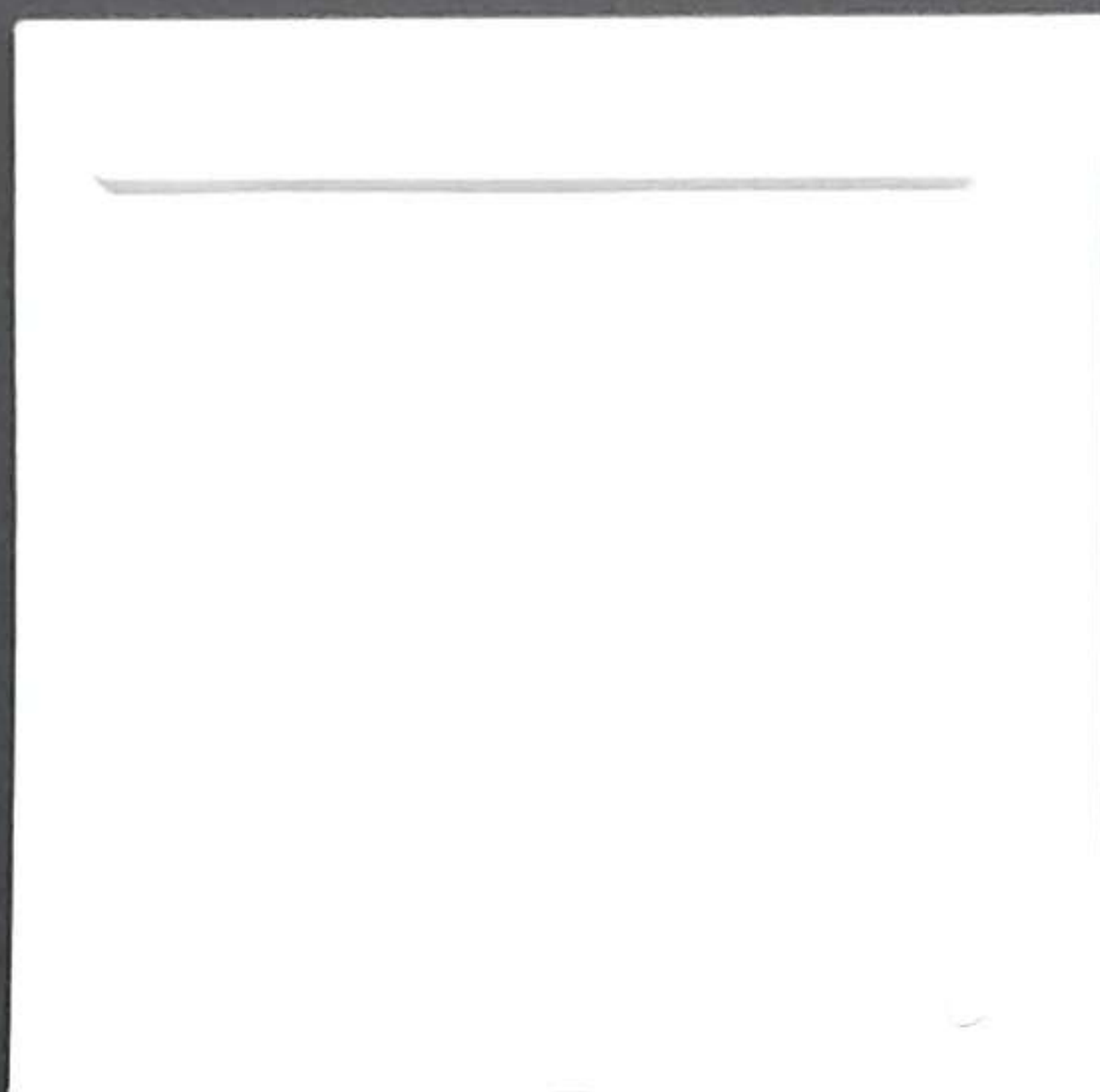
press | paulista.com.br | 011 4711 1111 | CDHU | 011 3211 1111

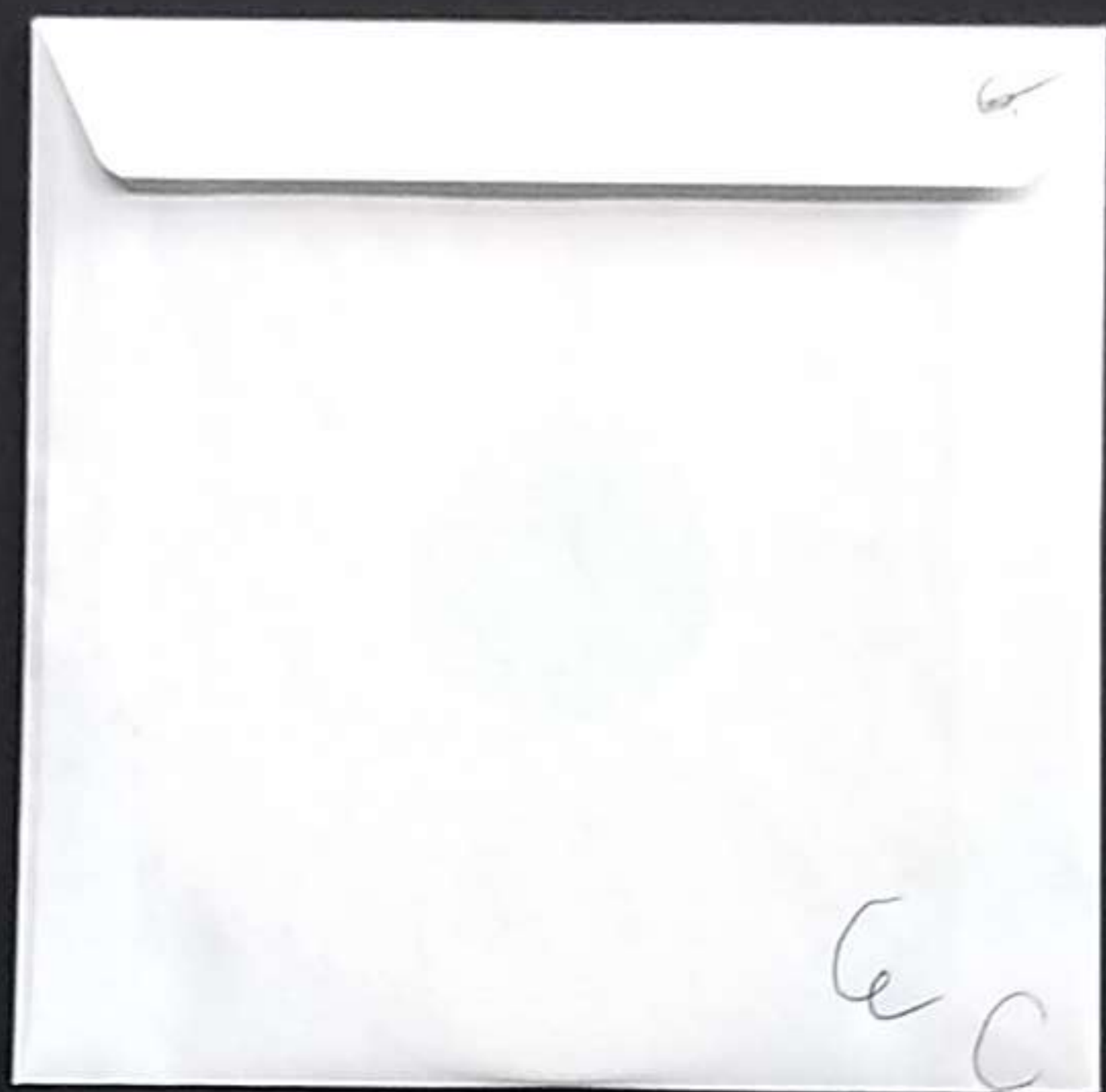
2- CDHU

Campanha: Projeto Institucional - Branded Content

Peça: Matéria Jornal

Formato: 29,7 x 52 cm











2- Metrô de São Paulo *G c*
Campanha: SOUND BRANDING (Marca Sonora)
Peça: Vinheta Diversas *G*