

**CONCORRÊNCIA N° 01/2021
INVÓLUCRO N° 3**

REPERTÓRIO



OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ: 50.185.198/0001-01



PEÇA 01 – FILME “FEIRA DE MÓVEIS”

FICHA TÉCNICA:

Agência: Octopus Comunicação
Direção de Criação: Ailton Shigueo
Criação: Giba Bittencourt
Atendimento: Khristy Negrão Pereira
Planejamento: Fábio Elói
RTV: Maiara Ferrari e Simone Herrera
Mídia: Inaiara Fiorillo
Cliente: Prefeitura de São Bernardo do Campo
Aprovação pelo cliente: Luiz Mognon

Peça: Filme

Título: 12ª Feira de Móveis

Formato Original: 30”

Data de Produção: maio/2019

Período de Veiculação: 16 de maio à 26 maio de 2019

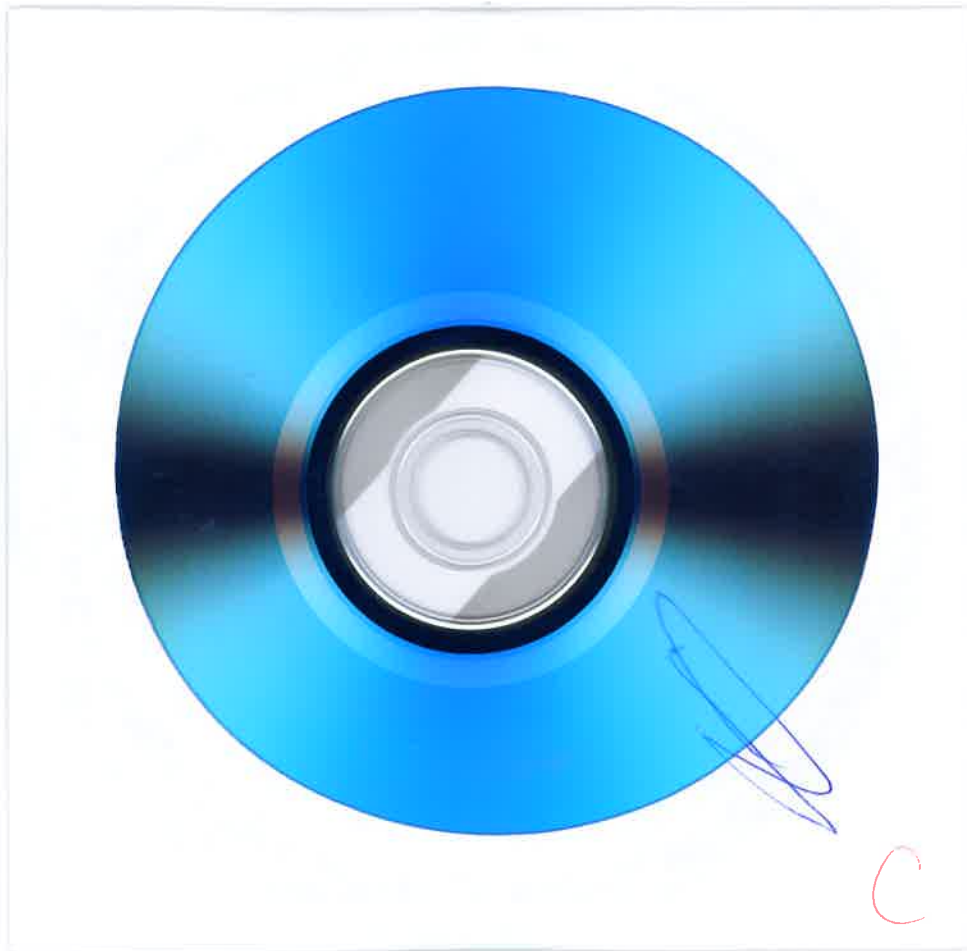
Distribuição: Globo, Band, TV GNT, VIVA, Discovery Home and Health e TV+

Sobre a peça/Campanha:

A Prefeitura solicitou uma campanha para divulgar a 12ª Feira de Móveis da Rua Jurubatuba, a Campanha contou com móveis dos próprios lojistas para pautar o layout e trazer a referência dos móveis reais que possuem na Rua no período da Feira.



PEÇA 01 – FILME “FEIRA DE MÓVEIS”



C

2
C
R



PEÇA 02 – FILME “PORTAS ABERTAS - COVID”

FICHA TÉCNICA:

Agência: Octopus Comunicação
Direção de Criação: Olavo Rocha
Criação: Carol Martins e Pedro Castello
Atendimento: Gabriela Rocha
Planejamento: Liu Ferrari
RTV: Maiara Ferrari e Simone Herrera
Mídia: Inaiara Fiorilo
Cliente: Câmara Municipal de São Paulo
Aprovação pelo cliente: Gislaiane H. Pinheiro

Peça: Filme

Título: Portas Abertas COVID

Formato Original: 30”

Data de Produção: Abril/2020

Período de Veiculação: Maio a junho/2020

Distribuição: TV Gospel, Globo, Band, Record e SBT.

Sobre a peça/Campanha:

Devido a Pandemia relacionada ao COVID-19 a Câmara mobilizou um projeto de redução de gastos e custos para que fosse possível reverter verba destinada à outros itens para o auxílio ao combate ao COVID-19. A peça em questão mostra as ações da câmara e foi realizada numa campanha abrangente a mídia on e off, incluindo comercial para TV e diversas outras peças.



PEÇA 02 – FILME “PORTAS ABERTAS - COVID”



R

C

R



PEÇA 03 – FOLHETO “SE DÊ UM TEMPO”

FICHA TÉCNICA:

Octopus Comunicação

Diretor de Criação: Olavo Rocha

Criação: Felipe Cabral

Planejamento: Liu Ferrari

Atendimento: Lucas Rodrigues

Mídia: Inaiara Fiorilo

Cliente: DASA

Aprovação pelo cliente: José Antonio Costa do Amaral

Peça:

Título da peça: Se dê um Tempo

Formato: Folheto – 15 x 21 cm

Data de Produção:

Período de Veiculação: Outubro/2019

Locais de distribuição/veiculação: Laboratórios do Grupo

Sobre a peça/Campanha:

No mês de Novembro, conhecido mundialmente como o mês da prevenção ao câncer de próstata, a DASA promoveu a campanha Sê Dê um Tempo.

A campanha tinha como principal objetivo incentivar os homens a dedicar um período para cuidar de si mesmo. Como incentivo vários laboratórios estavam com descontos em um pacote de exames que incluía: Citologia Líquida (Papanicolau), HPV e Clamídia, tudo por R\$99,00.

20

C

5



PEÇA 03 – FOLHETO “SE DÊ UM TEMPO”

QUANDO FOI A ÚLTIMA
VEZ QUE VOCÊ FEZ
exames?

Responsável Técnico: Dr. Gustavo Aguiar Campana - CREMESP: 112181



Quando você se dá um tempo, o tempo corre a favor da sua saúde. Neste Outubro Rosa, consulte seu médico e aproveite para conhecer nosso pacote de exames, que inclui:

- ✓ Citologia líquida (papanicolau)
- ✓ HPV por PCR 16/18
- ✓ Clamídia

Junte-se a esta campanha.
#SeDêUmTempo
www.sedeumtempo.com.br

O valor dos exames pode sofrer alteração sem aviso prévio. Promoção válida até 31/12/2019. Para o atendimento na unidade, tenha em mãos o pedido médico e seus documentos. Atenção unidades: cadastrar este pacote no sistema como PREVENTIVO GINECOLÓGICO.



#EVOLUACOMOCTOPUS



AV. DOM PEDRO II, 2.954 | SANTO ANDRÉ | SP TEL: (11) 3799-5299 GRUPOOCTOPUS.COM.BR



PEÇA 04 – ANÚNCIO REVISTA “NOVEMBRO AZUL”

FICHA TÉCNICA:

Octopus Comunicação

Diretor de Criação: Olavo Rocha

Criação: Carlos Eduardo

Planejamento: Liu Ferrari

Atendimento: Lucas Rodrigues Piovesan

Mídia: Inaiara Fiorilo

Cliente: Grupo Saúde e Vida

Aprovação pelo cliente: Caio Henrique e Eduardo Pigozzi

Peça: Anúncio Revista

Título da peça: Anúncio Novembro Azul

Formato: 210 x 280mm

Data de Produção: 10/10/2019

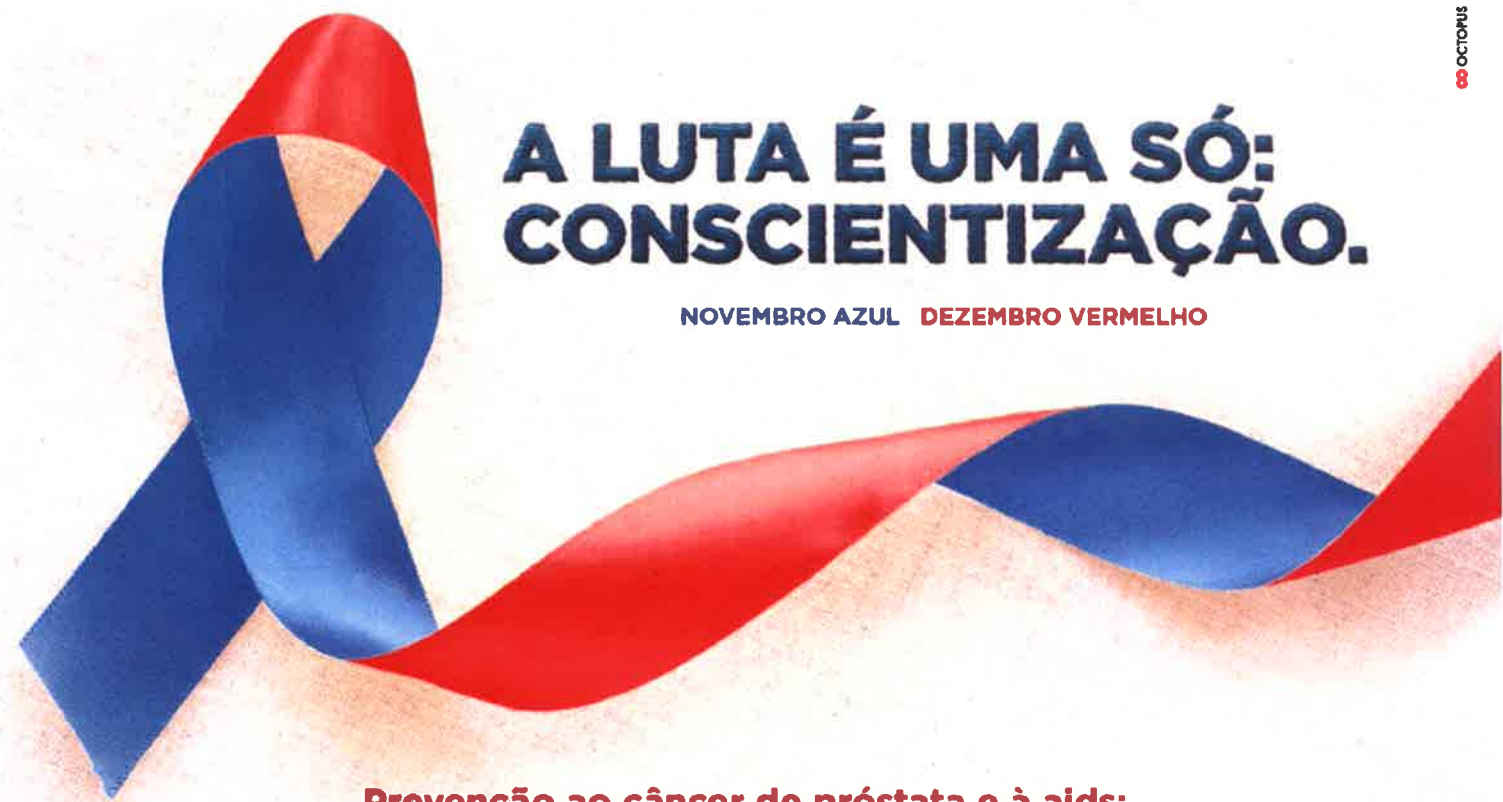
Período de Veiculação: novembro 2019

Locais de distribuição/veiculação: Revista Proteção e Revista Cipa

Sobre a peça/Campanha:

A campanha tem o intuito de divulgar as palestras do Grupo Saúde e Vida, que é o maior quando se trata em palestras sobre Medicina Preventiva, Odontologia Preventiva e SIPAT.

Também queremos levar ao conhecimento do público que existem palestras específicas sobre Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul, entre outras, para empresas e instituições de ensino, e essas palestras podem ser gratuitas.



A LUTA É UMA SÓ: CONSCIENTIZAÇÃO.

NOVEMBRO AZUL DEZEMBRO VERMELHO

**Prevenção ao câncer de próstata e à aids:
contate-nos, sua palestra pode ser gratuita.**

BENEFÍCIOS DA PALESTRA

GRATUITA
Nossas palestras podem ser gratuitas. Informe-se sobre as condições.

PREVENÇÃO
O foco é difundir informações para minimizar riscos.

PRODUTIVIDADE
As orientações promovem o bem-estar e a melhora da qualidade de vida.

Em **novembro e dezembro**, as atenções do mundo da saúde se voltam para a conscientização sobre o **câncer de próstata e a aids**, doenças que podem ser derrotadas com diagnóstico precoce e prevenção. Por isso, o **Grupo Saúde e Vida** preparou uma palestra de Medicina Preventiva voltada à saúde do homem que também aborda assuntos como DSTs, câncer e primeiros socorros.

GARANTA SUA VAGA:
11 4126 2506 | 4126 2505 | 11 94147 5500
 empresa@saudeevida.com.br | www.gruposaudeevida.com.br
 Grupo Saúde e Vida e CIPA: uma parceria com mais de 20 anos

GRUPO SAÚDE E VIDA

PEÇA 04 - ANUNCIO REVISTA "NOVEMBRO AZUL"





PEÇA 05 – ANÚNCIO REVISTA “LIQUIGÁS PRÊMIO”

FICHA TÉCNICA:

Agência: Octopus Comunicação
Diretor de Criação: Olavo Rocha
Criação: Rodrigo Ferraz / Luiz Galeazzo
Planejamento: Liu Ferrari
Atendimento: Fred Vasconcelos
Mídia: Inaiara Fiorilo
Cliente: Liquigás Distribuidora S.A.
Aprovação pelo cliente: Hosana Gomes

Peça:

Título da peça: 'Liquigás, vencedora do Prêmio Melhores da Dinheiro 2019'

Formato: Anuncio Revista - Página Dupla

Data de Produção: Setembro de 2019

Período de Veiculação: Outubro/19 à outubro/20

Locais de distribuição/veiculação: Anuário Melhores da Dinheiro 2019 – IstoÉ Dinheiro

Sobre a peça/Campanha:

Anúncio de oportunidade em virtude da conquista do primeiro lugar no Prêmio 'Melhores da Dinheiro 2019', em seu segmento.

Em sua 16ª edição, a premiação realizada pela revista ISTOÉ elegeu a Liquigás como a melhor empresa do ano no Setor Combustível, Óleo e Gás. E para celebrar e divulgar essa relevante e prestigiosa conquista foram veiculados anuncio revista em seu anuário e banner no portal do prêmio.

10



PEÇA 05 – ANÚNCIO REVISTA “LIQUIGÁS PRÊMIO”



Orgulho é participar dos seus momentos especiais. E saber que você participa dos nossos. **Liquigás, vencedora do Prêmio Melhores da Dinheiro 2019.**

A Liquigás foi eleita a melhor empresa no Setor Combustível, Óleo e Gás do Prêmio Melhores da Dinheiro 2019. Vencemos nas categorias Sustentabilidade Financeira, Recursos Humanos, Inovação e Qualidade, Responsabilidade Social e Governança Corporativa. Esse reconhecimento nos dá a certeza de que estamos no caminho certo. Por isso, queremos dedicar essa conquista aos nossos clientes, parceiros e colaboradores. Vocês são a maior inspiração para buscarmos a qualidade em tudo o que fazemos.





PEÇA 06 – ANÚNCIO DE REVISTA “VERTER”

FICHA TÉCNICA:

Octopus Comunicação
Diretor de Criação: Ailton Shigueo
Criação: Jorge Gibelli
Planejamento: Fábio Elói
Atendimento: Marcelle Bellati
Mídia: Inaiara Fiorilo
Cliente: H.Olhos como Instituto Verter
Aprovação: Camila Montenegro

Peça: Anúncio

Formato Original: 40x28

Título: Anúncio Verter – H. Olhos

Data de Produção: Março/2019

Período de veiculação: abril/2019 a dezembro/2019

Exibição/Veiculação: O anúncio foi veiculado exclusivamente na revista do H.Olhos distribuída nos hospitais e clínicas do Grupo.

Sobre a peça/Campanha:

Desde o ano de 2005, o Grupo H.Olhos mantém e apoia o Instituto Verter, organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) – Entidade sem fins lucrativos, que desenvolve ações de educação, pesquisa, assistência e inúmeros projetos voltados para a promoção da saúde visual das pessoas, especialmente com foco na população mais carente. O Anúncio desenvolvido visa informar os clientes do hospital sobre a necessidade e importância

C R



PARA AJUDAR MILHARES DE CRIANÇAS A ENXERGAR UM FUTURO MELHOR,

VOCÊ SÓ PRECISA VER ESSE SITE: INSTITUTOVERTER.COM.BR

Muitas crianças perdem o estímulo e até param de estudar porque tem dificuldades de enxergar. É para ajudar essas crianças a corrigir a visão e retomar o caminho da educação que o Instituto Verter trabalha há mais de 14 anos. E você também pode contribuir com esse projeto. Acesse o novo site do Instituto Verter e veja como doar.

SUA DOAÇÃO PODE MUDAR A VIDA DE NOSSAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES PARA SEMPRE. PARTICIPE.

BANCO DO BRASIL - AGÊNCIA: 3357-X
NOME: INSTITUTO VERTER
CONTA CORRENTE: 5398-8
CNPJ: 07.470.599.0001-76

14 ANOS DE RESULTADOS QUE TODO MUNDO VÊ:


20.000 ATENDIMENTOS GRATUITOS REALIZADOS


10.000 ÓCULOS DOADOS


400 CIRURGIAS VIABILIZADAS


10.000H DE TRABALHO VOLUNTÁRIO COMPUTADAS


8.000 PESSOAS IMPACTADAS PELAS PALESTRAS DE PROMOÇÃO DE SAÚDE OCULAR

INSTITUTO 
verter





PEÇA 07 – ANÚNCIO DE JORNAL “DAE ABASTECIMENTO”

FICHA TÉCNICA:

Octopus Comunicação
Diretor de Criação: Ailton Shigueo
Criação: Carlos Eduardo
Planejamento: Fábio Eloi
Atendimento: Marcelle Bellati
Mídia: Inaiara Fiorilo
Cliente: DAE Americana
Aprovação: Francisco Carlos Rangel

Peça: Anúncio de Jornal
Formato Original: 25X20cm

Título: Reforma Sistema abastecimento do DAE

Data de Produção: Janeiro/2019

Período de veiculação: Fevereiro a março/2019

Exibição/Veiculação: Jornal O Jogo, Jornal da Cidade, dentro outros, além de pontos de outdoor

Sobre a peça/Campanha:

Campanha sobre economia de água em Americana. Devido as altas temperaturas no período do verão, muitas pessoas começaram abusar da água, então viu se a necessidade do Dae fazer uma campanha reforçando a importância de se usar água de forma correta, ou seja, quando realmente houvesse necessidade, evitando desperdício. Ilustramos isso na campanha através de uma imagem de um menino com um cachorro ao lado todo sujo de lama. A campanha trás também o trabalho que vem sendo feito pelo DAE para melhorar o abastecimento da água em Americana, descrevendo as reformas feitas.

#EVOLUACOMOCTOPUS



AV. DOM PEDRO II, 2.954 | SANTO ANDRÉ | SP | TEL: (11) 3799-5299 | GRUPOOCTOPUS.COM.BR



PEÇA 07 – ANÚNCIO DE JORNAL “DAE ABASTECIMENTO”

**ÁGUA:
USE QUANDO
REALMENTE
PRECISAR.**

O DAE trabalha sem descanso para garantir o abastecimento.

| | |
|---|---------------------|
| Obras do barramento | ETE Balsa |
| Obras da nova adutora que abastece o pós-Anhanguera | Nova captação |
| Sistema de Esgotamento Sanitário Balsa-Gruta | Novos reservatórios |

COLABORE. EVITE O DESPERDÍCIO.

DAE Prefeitura de AMERICANA
DAEAMERICANA.COM.BR

APRODUÇÃO: MATEANA PIÇOU POR ESTE ANÚNCIO R\$ 4.000,00.

#EVOLUACOMOCTOPUS



AV. DOM PEDRO II, 2.954 | SANTO ANDRÉ | SP | TEL: 11 3799-5299 | GRUPOOCTOPUS.COM.BR



PEÇA 8 – STORIE INSTAGRAM “BLOCO DOS PREVENIDOS – DASA 2020”

FICHA TÉCNICA:

Octopus Comunicação
Diretor de Criação: Olavo Rocha
Criação: Felipe Cabral e Thiago Mattua
Planejamento: Liu Ferrari
Atendimento: Lucas Piovesan
Mídia: Inaiara Fiorilo
Cliente: DASA
Aprovação pelo cliente: José Antonio Costa do Amaral

Peça: Storie Instagram e Facebook

Título: Bloco dos Prevenidos – Dasa 2020

Formato Original: 1080 × 1920 pixels

Data de Produção: Janeiro/20

Período de veiculação: Fevereiro 2020

Exibição/Veiculação: Anúncio nos stories do Instagram para público alvo da campanha

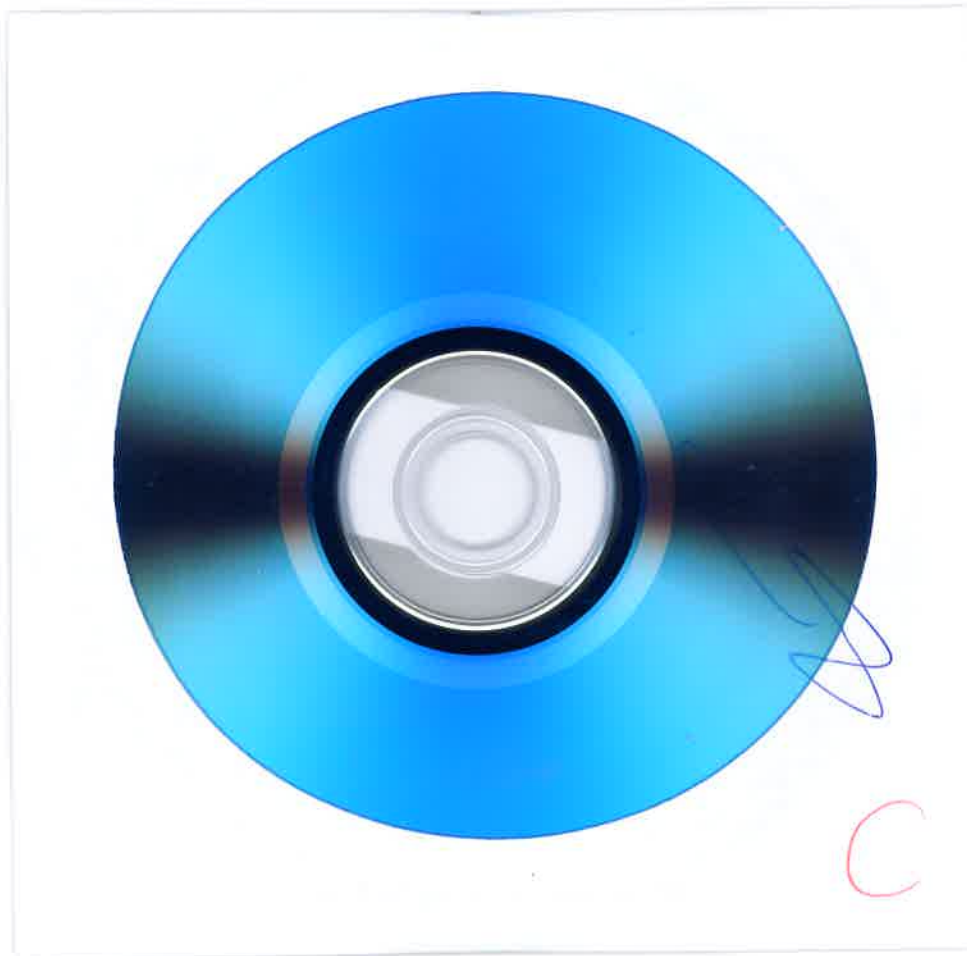
Sobre a peça/Campanha:

A Octopus apresentou ao Grupo Dasa uma campanha de oportunidade para o Carnaval 2020 para aumentar a busca por exames. Foram realizadas panfletagens nos blocos de carnaval em pontos estratégicos para cada laboratório pertencente ao grupo, além de divulgação nas redes sociais. A campanha foi realizada em 3 etapas:

- **Etapa 1 – “Neste Carnaval venha para o bloco dos Prevenidos”:** incentivando o público a algo a realizar seus exames para pular o carnaval tranquilo
- **Etapa 2 – “Pule o Carnaval, não pule a prevenção”:** fase de apoio da Campanha para lembrar a todos.
- **Etapa 3 – “O Carnaval acabou, mas a vida continua”:** Encerramento da campanha provocando o público alvo “Bateu dúvida? Rolou preocupação?” e fecha “Venha fazer seus exames com quem você confia e tenha um Pós Carnaval sem dor de cabeça”.



PEÇA 8 – STORIE INSTAGRAM “BLOCO DOS PREVENIDOS – DASA 2020”



Handwritten blue scribbles and a red letter 'C' on the right side of the page.



PEÇA 9 – VIDEO “VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER – CMSP”

FICHA TÉCNICA:

Octopus Comunicação
Diretor de Criação: Olavo Rocha
Criação: Ana Carolina Martins
Planejamento: Liu Ferrari
Atendimento: Gabriela Rocha
Mídia ON: Larissa Ferrari / Aglaupe Gebara
Produção: Simone Herrera
Cliente: Câmara Municipal de São Paulo
Aprovação pelo cliente: Gislaiane H. Pinheiro

Peça: Filme

Título: CPI da Violência contra a mulher

Formato Original: Video 30”

Data de Produção: junho/2020

Período de veiculação: junho a agosto

Exibição/Veiculação: Mídias sociais e programática

Sobre a peça/Campanha:

A Câmara precisava de uma campanha que conscientizasse a população à denunciar a violência contra a mulher. Por tanto foi desenvolvida uma campanha com impacto mostrando as marcas da violência doméstica e mostrando que a Câmara está se movimento para combater o feminicídio por meio da CPI da Violência contra a mulher.



PEÇA 9 – VIDEO “VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER – CMSP”





PEÇA 10 – VIDEO PARA REDES SOCIAIS “SENSAÇÕES”

FICHA TÉCNICA:

Agência: Octopus Comunicação
Diretor de Criação: Olavo Rocha
Criação: Carol Martins e Thiago Mattuá
Planejamento: Liu Ferrari
Atendimento: Andressa Alves
Mídia: Inaiara Fiorilo
Cliente: Liquigás Distribuidora S.A.
Aprovação pelo cliente: Hosana Gomes

Peça: Vídeo para redes sociais

Título da peça: Liquigás Sensações

Formato: Vídeo

Data de Produção: 27/05/2020

Período de Veiculação: 05/06/2020 a 05/07/2020

Locais de distribuição/veiculação: Campanha digital, realizada nos portais: UOL, G1 e R7, e nas redes sociais: Facebook e Youtube/Google

Sobre a peça/Campanha:

A campanha institucional “Sensações” teve como objetivo mostrar uma Liquigás presente, que trabalhou incansavelmente para adequação de sua logística, garantindo o atendimento à população e a entrega de um produto e serviço de excelência, apresentando segurança total a seus consumidores. Além disso, o objetivo também foi o de colocar a marca lado a lado com a população, evidenciando o seu importante papel durante este período de contingências.



PEÇA 10 – VIDEO PARA REDES SOCIAIS “SENSAÇÕES”



#EVOLUACOMOCTOPUS



AV. DOM PEDRO II, 2.954 | SANTO ANDRÉ | SP TEL. 11 3799-5299 GRUPOOCTOPUS.COM.BR



TERMO DE ENCERRAMENTO

Este caderno denominado Repertório, contém 25 páginas numeradas sequencialmente, incluindo esta. As páginas de A3 foram computadas como duas de A4.

Santo André, 18 de março de 2021.

OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ: 50.185.198/0001-01
GABRIELA VERA DA ROCHA GABRIEL
Executiva de contas
RG: 24.666.403-4
CPF: 258.884.278-02

50.185.198/0001-01

OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA

Av. Dom Pedro II, 2954
B. Campestre - CEP 09080-001
Santo André - SP



OCTOPUS COMUNICAÇÃO

AV. DOM PEDRO II, 2.954
SANTO ANDRÉ | SP
TEL.: 11 3799-5299

OCTOPUS.COM.BR

