



comunicação integrada

ENVELOPE 3

REPERTÓRIO



MOGI DAS CRUZES / Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, nº 1145
Prédio Helhor Concept Corporate / Vila Partenio / CEP 08780-200
Mogi das Cruzes/SP - Brasil / Tel.: 11 4723 9509 / contato@rppropaganda.com.br

Razão Social: RP Propaganda Ltda
CNPJ: 03.764.884/0001-49



Kondzilla – empresário do maior canal do YouTube Brasil e da América Latina e 7º maior canal de música do mundo (61 milhões de inscritos).



Rodrigo Koxa – surfista, ganhador do cobiçado prêmio Quiksilver XXL Biggest Wave e detentor da maior onda já surfada na história pelo Guinness World Records.



Mineirinho – campeão mundial de surfe no World Surf League (WSL), sendo o segundo brasileiro da história a se tornar campeão do mundo.



Nós vamos superar isso, juntos.



7A

FICHA TÉCNICA



Ciente: PREFEITURA DE GUARUJÁ
Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda
Campanha: Revitalização do Centro de Reabilitação

Peça 2: Filme 30"
Título: Boneco
Data de produção: 5 de agosto de 2011
Período de veiculação: 11 de agosto de 2011 a 30 de setembro de 2011
Veículos: TV Tribuna (afiliada Rede Globo), Rede Record Santos e Guaru TV.

Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: a peça se propôs a divulgar, em massa, o novo centro de reabilitação da cidade, desenvolvido, planejado e executado pela prefeitura de Guarujá para todos os cidadãos do município.

Observação: este filme foi premiado pela Rede Globo de Televisão e vencedor do 34º Prêmio Profissionais do Ano 2012 – Categoria Mercado Sudeste Interior.



MOGI DAS CRUZES / Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, nº 1145
Prédio Helbor Concept Corporate / Vila Partenio / CEP 08780-200
Mogi das Cruzes/SP - Brasil / Tel.: 11 4723 9509 / contato@rppropaganda.com.br

Razão Social: RP Propaganda Ltda
CNPJ: 03.764.884/0001-49

Este filme foi premiado pela Rede Globo de Televisão
e vencedor do 34º Prêmio Profissionais do Ano 2012
Categoria Mercado Sudeste Interior.



FICHA TÉCNICA



Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE GUARUJÁ
Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda
Campanha: Copa no Guarujá

Peça 3: Filme 1'

Título: União

Data de produção: 19 de junho de 2014

Período de veiculação: 1º de julho a 13 de julho de 2014

Veículos: ESPN, TV Tribuna (afiliada Rede Globo), Rede Bandeirantes, Rede Record Santos, Guarujá TV, VTV e TV Santa Cecília.

Indicação sucinta do problema que a peça se dispõe a resolver: o filme objetivou a demonstração de que Guarujá, por meio da Copa do Mundo no Brasil, período em que a cidade teve a oportunidade de ser subsede oficial e receber a seleção de futebol da Bósnia, é uma cidade estruturada, bela e, por meio da sua população, extremamente acolhedora. Também exemplificou que dois povos tão distintos podem unir-se por algo bastante nobre e universal como o esporte. E o mais importante, houve resgate do orgulho do munícipe de ser e viver no Guarujá.



MOGI DAS CRUZES / Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, nº 1145
Prédio Helbor Concept Corporate / Vila Partenio / CEP 08780-200
Mogi das Cruzes/SP - Brasil / Tel: 11 4723 9509 / contato@rppropaganda.com.br

Razão Social: RP Propaganda Ltda
CNPJ: 03.764.854/0001-49



**Dois povos
unidos
pelos mesmos
sentimentos:**





A large promotional graphic for the University of Brazil vestibular. It features a man in a blue denim shirt pointing towards the viewer, standing next to a large, stylized graduation cap. The background is dark with geometric shapes. The text 'VEM BRASIL VEM PRA UNIVERSIDADE' is written in large, white, distressed font. Above the word 'VEM' is the Corinthians crest. Below the main text, a black banner contains the text 'VESTIBULAR 2018/2 INSCRIÇÕES ABERTAS'. At the bottom right, the logo for 'GRUPO UNIVERSIDADE BRASIL' is displayed, with 'BRASIL' in a large font and a graduation cap icon integrated into the letter 'I'.

F

FICHA TÉCNICA



Cliente: TURISMO DE ILHABELA

Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda

Campanha: Uma ilha. Mil maravilhas.

Peça 5: Filme 1'

Título: A alma da Ilha - Natureza

Data de produção: 15 de abril de 2019

Período de veiculação: 06 de setembro de 2019 a 30 de setembro de 2019

Veículos: Vanguarda SJC, Band Vale e Record Vale

Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: a campanha "A alma da ilha" foi criada para mostrar a essência de Ilhabela, convidando as pessoas a contemplar, descobrir, admirar, sentir e viver tudo que Ilhabela tem para oferecer. Para transmitir essa mensagem com ainda mais verdade e profundidade, trabalhamos a campanha com depoimentos de personagens reais de Ilhabela, pessoas que fazem a ilha ser o que ela é, um lugar maravilhoso. Trabalhamos a campanha com três belos filmes que exploram diferentes perspectivas da ilha em torno da natureza, com os filmes trazendo a mesma assinatura: "A natureza é a nossa alma". O objetivo da campanha foi justamente comunicar que em Ilhabela a natureza se faz presente em todos os cantos, já que ela é a própria alma da ilha.

Observação: A campanha trouxe grandes resultados para Ilhabela e acabou sendo finalista do prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo. (<https://profissionaisdoano.redeglobo.com.br/video/2019-20/a-alma-da-ilha>).



[Handwritten signatures in blue and red ink]

Filme finalista do prêmio
Profissionais do Ano 2020
da Rede Globo.

A NATUREZA É A NOSSA ALMA.



E

FICHA TÉCNICA



Cliente: PREFEITURA DE ILHABELA - TURISMO
Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda
Campanha: Uma Ilha. Mil Maravilhas.

Peça 6: Anúncio de revista página inteira
Título: Anúncio Instagram
Data de produção: 03 de abril de 2019
Período de veiculação: 12 de abril de 2019
Veículos: Revista Caras

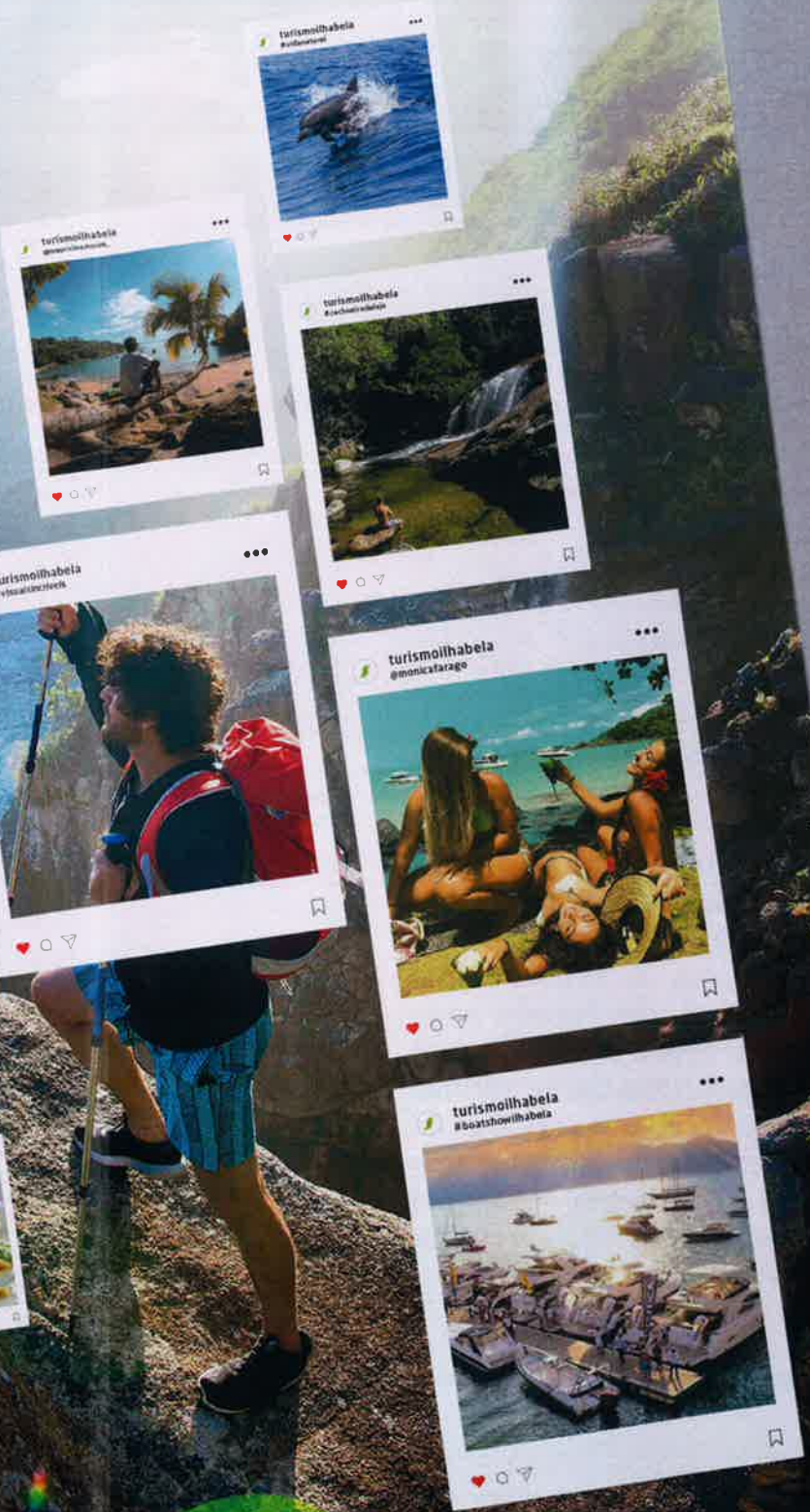
Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: o anúncio foi criado para mostrar ao turista algumas das inúmeras opções de lazer que a Ilha possui. Passeios, gastronomia, casamentos e esportes são apenas algumas das muitas opções que Ilhabela pode proporcionar a quem visitá-la. E foi com o intuito de atrair mais visitantes e mostrar as exuberâncias desse paraíso natural que o anúncio foi criado. O layout artístico da peça é moderno, pois retrata as milhares de fotos que são postadas diariamente na rede social chamada Instagram. Um destino de fazer inveja a qualquer lugar do mundo, e com muitas opções de lazer.



[Handwritten signature in blue ink]
[Red checkmark]

UM DESTINO
DE FAZER INVEJA
PARA QUALQUER
CIDADE DO MUNDO.

ILHABELA.
UMA ILHA,
MIL MARAVILHAS.



FICHA TÉCNICA



Cliente: PREFEITURA DE ILHABELA - TURISMO

Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda

Campanha: Revista Coquetel

Peça 7: Revista Coquetel - 13,5x20,5 cm - 4x4 cores -
capa: papel couché 90 g - miolo: offset 75 g, 32 páginas
- refil e lombada canoa com dois grampos.

Título: Revista Coquetel

Data de Produção: 11 de dezembro de 2017

Período de exposição: dezembro de 2017
e fevereiro de 2018

Exposição: distribuído aos turistas e moradores na balsa
e pontos de grande circulação na cidade.

Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: o projeto, sugerido pela agência, causou grande impacto e forte interesse de turistas pontuais e visitantes habituais de Ilhabela, afinal, quem não se interessa por caça-palavras, não é mesmo? Por meio dessa ferramenta pudemos transmitir diversos conteúdos estratégicos, principalmente de conscientização, que interessavam diretamente a Ilhabela. Para potencializar ainda mais o impresso, procuramos a Coquetel, principal desenvolvedora de jogos do gênero no País, para uma parceria, e deu certo, ou seja, a Coquetel desenvolveu os jogos e inseriu a sua marca no material, dessa maneira pudemos estimular ainda mais o interesse do público-alvo.



MOGI DAS CRUZES / Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, nº 1145
Prédio Helbor Concept Corporate / Vila Partenio / CEP 08780-200
Mogi das Cruzes/SP - Brasil / Tel: 11 4723 9505 / contato@rppropaganda.com.br

Razão Social: RP Propaganda Ltda
CNPJ: 03.764.864/0001-49

FICHA TÉCNICA



Cliente: BOMBARCO

Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda

Campanha: 1ª Feira Virtual de Barcos

Peça 8: Hostsite

Título: 1ª Feira Virtual de Barcos do Brasil

Data de produção: junho de 2020

Período de veiculação: de 15 a 27 de julho de 2020

Veículos: Hostsite (<http://www.bombarcoshow.com.br>)

Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: em plena pandemia, o cliente e a equipe da agência pensaram na ideia de realizar uma feira náutica virtual, já que o mercado náutico estava sentindo os impactos negativos nos negócios por conta da pandemia da Covid-19. Toda a equipe da agência se envolveu nesse projeto pioneiro no Brasil, desde a concepção da ideia até a execução da estratégia e a criação das peças. O hotsite foi uma das peças mais importantes, pois toda a estratégia no digital foi pensada para levar o internauta para o site e a experiência virtual da feira. O evento aconteceu em 4 dias, de quinta a domingo, com transmissões sobre lançamentos de embarcações, "lives" com grandes nomes do segmento náutico brasileiro e videoconferências com consultores especializados. Ao todo, 20 expositores estiveram no evento, com mais de 125 embarcações que puderam ser visitadas ao vivo pelo público por meio do agendamento de videochamadas. Resultado: a 1ª feira virtual de barcos do Brasil, a Virtual Bombarco Show, reuniu mais de 35 mil visitantes de 18 estados brasileiros e gerou quase R\$ 50 milhões em negócios.



MOGI DAS CRUZES / Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, nº 1145
Prédio Helbor Concept Corporate / Vila Partenio / CEP 08780-200
Mogi das Cruzes/SP - Brasil / Tel.: 11 4723 9509 / contato@rppropaganda.com.br

Razão Social: RP Propaganda Ltda
CNPJ: 03.764.864/0001-49

Handwritten signatures and initials in blue and red ink.



1ª Feira Virtual de Barcos do Brasil

VIRTUAL BOMBARCO SHOW 2020

PATROCÍNIO



Transmissão

Expositores

Lançamentos

Ranking

No mesmo barco

Visitante

Expositor

Comprar ingresso



23 a 26 de julho

Você pode, a vida pede.



Aproveite para navegar nas melhores oportunidades de negócios e tenha o barco que você sempre sonhou. Inscreva-se já. www.bombarcoshow.com.br



FICHA TÉCNICA



Cliente: PREFEITURA DE ILHABELA - TURISMO

Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda

Campanha: Campanha de Conscientização

Peça 9: Folder - 21x21 cm - 4X4 - couché brilho 115 g - dobrado, 5 páginas, 1 encarte com uma dobra, grampo, refile.

Título: Folder conscientização

Data de produção: 26 de dezembro de 2017

Período de veiculação: dezembro de 2017 e janeiro de 2018

Exposição: distribuído aos turistas na entrada da cidade, ao desembarcarem da balsa.

Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: durante a alta temporada de verão, Ilhabela recebe um número muito grande de turistas. Para a economia da cidade, esse fator é muito importante, mas também há o lado negativo nesse acontecimento: mesmo com grandes esforços dos prestadores de serviços públicos, a cidade, no período, fica suja, com muito trânsito e com falta d'água. Para evitar e/ou reduzir esses transtornos, a agência, com proatividade, sugeriu a realização de uma forte campanha de conscientização dirigida aos turistas. De maneira criativa, direta e informativa, a campanha passou mensagens sobre a conscientização e a importância em manter a cidade limpa, em todas as suas áreas, em relação ao uso consciente da água e, também, em relação ao uso do carro na cidade, sempre com utilização de exemplos e testemunhos de moradores apaixonados por Ilhabela. Esse folder fez grande sucesso com os turistas e elevou a autoestima dos moradores, que passaram a cuidar ainda mais da cidade em que residem.



MOGI DAS CRUZES / Av. Ver. Narciso Yague Guimarães, nº 1145
Prédio Helbor Concept Corporate / Vila Partenio / CEP 08780-200
Mogi das Cruzes / SP / Brasil / Tel.: 11 4723 9509 / contato@rppropaganda.com.br

Razão Social: RP Propaganda Ltda
CNPJ: 03.794.884/0001-48

BEM-VINDO
À ILHA MAIS ENCANTADORA DO BRASIL.
BEM-VINDO À ILHABELA!

BEM-VINDO
À ILHA MAIS ENCANTADORA DO BRASIL.
BEM-VINDO À ILHABELA!

R

FICHA TÉCNICA



Cliente: UMC – UNIVERSIDADE DE MOGI DAS CRUZES
Indicação da Licitante: RP Propaganda Ltda
Campanha: Vestibular 2010 – 1º Semestre

Peça 10: Filme 1'
Título: Sua História
Data de produção: 17 de agosto de 2009
Período de veiculação: 1 de 24 de setembro de 2009 a 5 de fevereiro de 2010
Exposição: Rede Globo São Paulo, Rede Bandeirantes, Rede TV, Rede Record e TV Diário (afiliada Rede Globo).

Indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver: sabendo que o processo de escolha do vestibulando possui forte influência de pessoas próximas e, também, de profissionais renomados (personalidades excepcionais), foi necessário criar um filme com forte testemunhal e com narrativa verdadeira, para que o público-alvo fosse impactado de forma extremamente positiva. Para isso, a agência identificou e contratou, dentro de uma ótima relação custo-benefício, a atriz Regina Duarte e desenvolveu um texto forte, verdadeiro, com cenas inspiradoras. Além de conceituar a Instituição, o filme, bem como a campanha de forma geral, conquistou ótimos resultados, como fortalecimento da imagem institucional, comprovado por meio de pesquisa Top of Mind, e crescimento do número de matriculados dentro do período.



Filme finalista do 32º Prêmio Profissionais do Ano 2010, pela Rede Globo de Televisão, Categoria Mercado Sudeste Interior.



R

Locução Regina Duarte





comunicação integrada

TERMO DE ENCERRAMENTO

A folha 12 encerra o presente volume do Invólucro nº 3 – REPERTÓRIO contendo 12 folhas, numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última pelo representante legal.

Mogi das Cruzes, 17 de Março de 2021.

EDUARDO RODRIGUES DE LIMA
RP PROPAGANDA LTDA
REPRESENTANTE LEGAL
CPF 141.424.998-58

E


RUBRICA

12

