

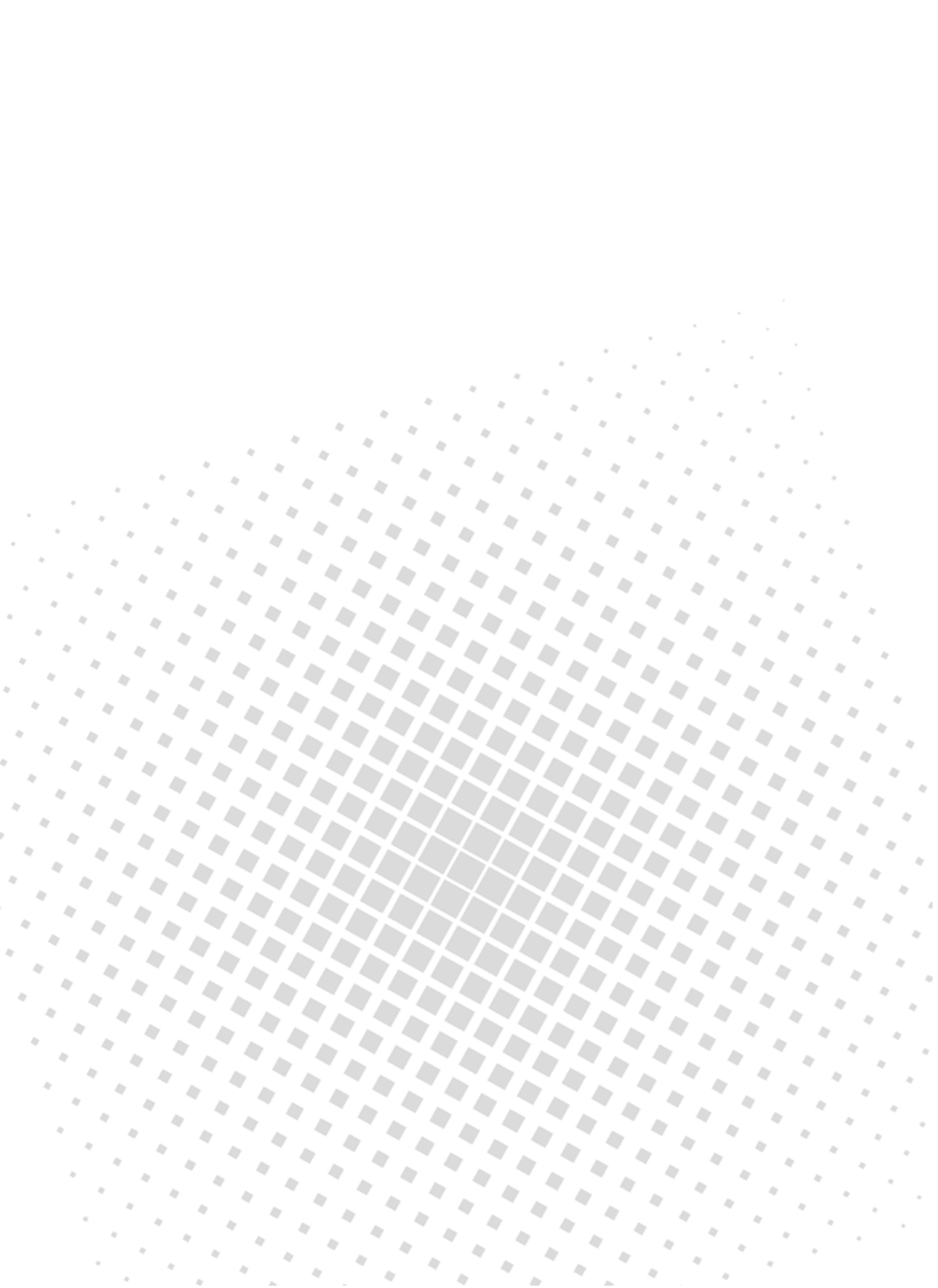


2017

# RELATÓRIO DE ATIVIDADES

CULTURAIS • ESPORTIVAS • SOCIAIS

**A** ATACADÃO



PAR  
LA  
RE

marketing cultural

**A** ATACADÃO

# RELATÓRIO DE ATIVIDADES

# SUMÁRIO

Este relatório de atividades reúne informações sobre a atuação do Atacadão no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2017. Esta publicação retrata o conjunto de ações e projetos realizados por meio da utilização de todas as leis de incentivo cultural, esportivo e social em todas as regiões do Brasil.

## CULTURA

Entre Nós	17
Prato Firmeza- O Guia Gastronômico da Quebrada 2017	23
Alimentação para o Futuro	29
Circuito Photo Truck	35
Cozinha Paulista	41
Cine em cena no ar	47
O Menino Maluquinho	53
Circuito Instrumental de Música com Dança	59
Natal em Estrela	65
Escola de Música e Cidadania – Agência do Bem	71
Sacode Verão	77
Bonecos Gigantes Tradição e Cultura - Carnaval	83
Bonecos Gigantes Tradição e Cultura - Festa Junina	89
Jacofest – Jazz da Amazônia Contemporânea Festival	95
XI Mostra de dança de Mato Grosso	101
A Escola Mágica- Espetáculo de Circo	107
Bloco Acadêmicos da Bateria Eletrônica – Carnaval 2017	113
Festival BR135 Instrumental	119
Rota Convida	125
Outra História de Francisco	131
Vem ver Nosso Boi Brincar	137

## ESPORTE

Corrida e Caminhada Pela Inclusão Olga Kos – Ano III	145
Carapicuíba- A Cidade do Futebol	151
Circuito Saúde- Caminhada e Circuito Eco Kids	157
Circuito de Corrida de Rua e Caminhada 2017	163
Futebol para Deficientes Visuais III	169
Esporte e Bem Estar III	175
Boleiros da Várzea	181

## SOCIAL

Hospital do Câncer de Barretos	189
Pelo Direito à Vida II   Hospital Pequeno Príncipe	195
Atores da Cidadania – Essor	201




## PALAVRA DO VICE-PRESIDENTE



É motivo de satisfação saber que o Atacadão tem colaborado para o desenvolvimento da cultura, do esporte e de projetos socioeducativos, em todos os estados em que está presente. Nosso trabalho tem como objetivo democratizar os investimentos permitidos pelas leis de incentivo e possibilitar que projetos idealizados nos diversos cantos do Brasil tenham a oportunidade de receber patrocínio e, conseqüentemente, valorizar a cultura local regional.

No ano de 2017 executamos 31 projetos, distribuídos em mais de 87 cidades, com mais de 5.367.550 pessoas impactadas, e o sucesso deste trabalho só foi possível devido ao envolvimento de nossas áreas administrativas, nossos gestores regionais, os gestores de loja e suas equipes, que nos ajudaram a acompanhar, valorizar e a potencializar os benefícios que os projetos agregam à cultura local.

Que 2018 nos reserve ainda mais conquistas! 

**Marco Oliveira**  
Vice-presidente



## A PARLARE



A Parlare acompanha todas as etapas de cada projeto, que envolvem desde a contratação, a parte documental, a execução até a prestação de contas. É com grande satisfação que a marca de 84 projetos patrocinados pelo Atacadão é atingida, desde o início deste trabalho desenvolvido pela Parlare!

### CONSULTORIA PARLARE Análise dos Incentivos Culturais, Esportivos e Sociais realizados pelo Atacadão em 2017

Andrea Gebin  
Diretora



A Parlare Marketing Cultural, uma empresa com experiência de 11 anos de mercado na área de marketing cultural, faz um trabalho minucioso na área de consultoria que envolve a busca e seleção de projetos adequados aos objetivos da empresa, além da análise criteriosa da idoneidade de proponentes e da viabilidade técnica e artística dos projetos.



Há mais de três anos, a Parlare realiza trabalho de consultoria em projetos incentivados para o Atacadão. Ao longo deste tempo, mais de 500 projetos foram analisados para a empresa.

Os projetos compreendem todas as Leis de Incentivo no âmbito federal, além das Leis do Estado de São Paulo.

O Atacadão está presente em todos os Estados brasileiros. O grande desafio é localizar projetos em regiões onde normalmente os projetos não chegam e que atendam os critérios que adotamos em cada análise. Privilegiar a cultura e as tradições regionais, levando alternativas de entretenimento, esporte, educação e atendimento à população, esta é a nossa meta. Desta forma são oferecidos patrocínios que atendam às expectativas do Atacadão.

**EM 3 ANOS**

<b>MAIS DE 500 PROJETOS ANALISADOS</b>	<b>MAIS DE 200 PROJETOS SELECIONADOS</b>	<b>84 PROJETOS JÁ PATROCINADOS PELO ATACADÃO</b>
--	--	--



Em 2017 novamente tivemos aumento na quantidade de projetos apoiados pelo Atacadão. Foram 40 projetos selecionados, nas diversas leis de incentivo brasileiras.

**Os objetivos de seleção de projetos regionais, principalmente em localidades distantes dos grandes centros, foram atingidos plenamente.**

Na maioria foram projetos gratuitos e abertos ao público, abrangendo todos os segmentos culturais. Na área esportiva, a manutenção de projetos inclusivos e que estimulasse seus participantes a adotarem hábitos saudáveis e conscientizando a população para as boas práticas de saúde e de alimentação saudável, sempre estimulando o empreendedorismo em todas as camadas da população.

Na área social conseguimos iniciar o envolvimento de colaboradores, por meio do voluntariado, em projetos patrocinados pelo Atacadão. O público direto nos projetos executados no ano de 2017 foi de 5.367.550 pessoas.

Novas cidades fizeram parte destas apresentações, ampliando o número de participantes e mantendo a posição do Atacadão como um grande patrocinador, que apoia antes de tudo, a população brasileira.

A democratização do acesso em todos os projetos foi cumprida, privilegiando a população periférica das cidades. Isto demonstra que o patrocinador está realmente empenhado em cumprir seu papel transformador nas praças em que atua, apoiando a educação, a cultura e o esporte.



# O ATACADÃO E SUA RESPONSABILIDADE SOCIAL

**Há 56 anos o Atacadão desempenha importantes papéis sociais no Brasil, e tem transformado a vida das pessoas em todas as regiões do País.**

Tem proporcionado melhoria na qualidade de vida para as pessoas com a redução do preço dos itens de cesta básica, distribuindo produtos em lugares em que a indústria não alcança e trabalhando para que nossos clientes tenham acesso a produtos com preços justos e de qualidade. Centenas de milhares de clientes comerciantes e empreendedores têm conseguido, ao longo dos anos, uma parceria sincera, duradoura e obtido o apoio necessário para a aquisição de produtos que geram melhor rentabilidade e prosperidade para seus negócios o que, conseqüentemente, proporcionam não só a geração de riqueza, mas a criação de mais postos de trabalho e distribuição de renda. Por ser uma empresa pertencente ao Grupo Carrefour, um dos maiores varejistas de alimentos do planeta, a expansão de suas operações pelo território nacional tem promovido o desenvolvimento da economia em micro e macro regiões.

**Nossa empresa também tem em sua essência a crença no desenvolvimento pessoal e profissional de todos que a cercam.** Uma empresa feita por “Mulheres, Homens e Exemplos”, que proporciona não só a oportunidade de carreira aos seus colaboradores, mas a possibilidade de construir sua história de vida junto com a empresa, tanto que 100% de nossos gestores de lojas e a maioria dos gestores executivos é oriunda de nossa operação. Nossos parceiros fornecedores encontram aqui a oportunidade de ter seus produtos disponíveis para milhões de clientes que circulam em cada uma das unidades de negócio, contribuindo para que a parceria comercial estabeleça uma relação transparente e duradoura.

Além destes papéis importantes, que só são possíveis devido a sua eficiência comercial, sua gestão de custos e o foco nas pessoas, o Atacadão se destaca também no trabalho realizado com o uso das leis de incentivo à cultura, esporte e social. Diferentemente do que é executado pela maioria das empresas que se utilizam destas leis, a empresa reforça o seu compromisso em democratizar o acesso a estes recursos, localizando, analisando e desenvolvendo projetos locais, o que já possibilitou, por exemplo, a oportunidade de locais e cidades fora dos grandes centros a terem seus projetos patrocinados, e a receberem incentivo para valorizar suas tradições e costumes.

**Os projetos são avaliados e escolhidos com os objetivos de inclusão social, incentivo ao empreendedorismo pessoal e profissional, desenvolvimento da cultura local, valorização da alimentação, reconhecimento de nosso papel social regional, respeito à cultura regional, promoção de saúde, integração com a comunidade e valorização da diversidade.**

Neste relatório você pode conferir todos os projetos patrocinados pelo Atacadão, além de detalhes de cada um. Que este trabalho te inspire a ser melhor para as pessoas e para o mundo a cada dia.

**Equipe de Comunicação e Sustentabilidade**



**FOCO EM PROJETOS**

## DIRETRIZES PARA PATROCÍNIO



### CULTURA

Inclusão social  
Valorização cultural  
Reconhecimento regional  
Respeito às tradições



### ESPORTE

Inclusão social  
Promoção de saúde/nutrição  
Integração com a comunidade  
Diversidade



### SOCIAL

Geração de renda  
Inclusão social  
Valorização da diversidade



As iniciativas culturais visam a ampliação do acesso à cultura e à preservação do patrimônio material e imaterial brasileiro, principalmente por meio da implantação e gestão de ativos culturais e do desenvolvimento de projetos de inclusão social utilizando a cultura como vetor.

Transversal às demais áreas do Atacadão, e baseada no princípio de que todo cidadão tem direito à cultura, buscamos atender a todos os públicos, em todas as regiões do Brasil, onde existe maior escassez de oportunidades de contato com a produção e fruição cultural. Os projetos desenvolvidos são gratuitos ou com preços acessíveis e têm como princípio fundamental a valorização das identidades culturais de cada localidade.

As iniciativas da área de Cultura têm como base a constatação de que 67% da população brasileira nunca foi a um museu e 60% dos brasileiros nunca foram ao cinema ou assistiram a um espetáculo de teatro, circo ou música. E estão alicerçadas no fato de que o acesso às artes, à memória e ao conhecimento é um direito constitucional e condição fundamental para o exercício da cidadania.

(Fonte: Ministério da Cultura)

# CULTURA

Os projetos deste livro são apresentados de acordo com a lei, o segmento e as regionais do Atacadão.



LEI ROUANET

TEATRO

SÃO PAULO 1

ENTRE  
NÓS

ENTRE  
NÓS



# ENTRE NÓS\*

OBJETIVOS:

INCLUSÃO SOCIAL, INTEGRAÇÃO COM A  
COMUNIDADE E RECONHECIMENTO REGIONAL





## O PROJETO

A Feira de Arte & Cultura do Projeto Entre Nós foi o resultado de 36 encontros, com jovens de 16 a 19 anos, no período de agosto de 2016 até janeiro de 2017. Usando arte como linguagem, as oficinas abordaram temas relacionados aos desafios da juventude.

Em 29 de janeiro de 2017 foi realizada a Feira de Arte & Cultura no estacionamento do Cantareira Norte Shopping. A programação contou com a presença de artistas locais que participaram das oficinas, representados pelo Movimento de Cultura Pirituba Jaraguá, e convidados de outras regiões. O encerramento foi marcado pela apresentação do cantor Projota que falou sobre: família, trabalho, música, empoderamento feminino, racismo, violência, drogas, política e protagonismo.

## REALIZAÇÃO

**Local:** São Paulo/SP, no bairro de Taipas.

**Período:** agosto/2016 a fevereiro/2017.

**Público:** 60 participantes nas oficinas e na feira  
2 mil pessoas.



2000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



**Oficina Módulo 1: "Eu entre Nós"**  
agosto e setembro/2016

**Oficina Módulo 2: "Nós por aí"**  
agosto e setembro/2016

**Oficina Módulo 3: "Nós & Outros"**  
agosto e setembro/2016

**Oficina Módulo 4: "Nós de Nós"**  
agosto e setembro/2016

**Finalização do projeto: Feira de Taipas**  
janeiro/2017



## CONTRAPARTIDAS

- Oficinas de Arte e Cultura com duas horas de duração por encontro, 2 vezes por semana, durante 5 meses, atendendo 70 jovens com média de idade entre 16 e 19 anos;
- Feira de Arte e Cultura, aberta e gratuita, realizada no entorno da loja localizada no Bairro de Taipas, no dia 29 de janeiro de 2017;
- Logomarca no site e na página no Facebook do projeto;
- Logomarca em todas as atividades do projeto.





LEI ROUANET

IMPRESSO ELETRÔNICO

SÃO PAULO 1

# PRATO FIRMEZA

GUIA GASTRONÔMICO  
DAS QUEBRADAS DE  
SÃO PAULO



PEÇA DE DIVULGAÇÃO



## O PROJETO

Mostrar a riqueza cultural da periferia de São Paulo por meio da gastronomia local.

Utilizar a culinária para entender mais sobre os locais afastados do centro, suas influências étnicas, culturais, as transformações da cultura tradicional que ocorrem ali e as leituras de mundo que se desenvolvem.

Para potencializar a luz que se pretende colocar sobre a cultura gastronômica de periferia, o projeto capacita jovens moradores de periferias da cidade, em jornalismo cultural e gastronômico, que serão os descobridores e contadores das histórias encontradas nos locais em que vivem. Desta forma, o projeto dá voz tanto aos cozinheiros e chefs, artistas, quanto aos jovens desses locais que aprendem a pesquisar e se tornar agentes replicadores, valorizando a cultura gastronômica regional e o empreendedorismo na periferia de SP.

## REALIZAÇÃO

Local: São Paulo/SP

Período: novembro/2017 a junho/2018

Público: Mais de 100 mil pessoas impactadas direta e indiretamente

100.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

**Tours**

01/11/17 a 30/11/17

**Lançamento do Livro**

01/05/18 a 29/06/18

**Lançamento do site**

01/06/18 a 30/06/18

**Lançamento do documentário**

01/08/18 a 30/08/18



## CONTRAPARTIDAS



- Logomarca do patrocinador em todo o material de divulgação do projeto.
- 10% da tiragem do guia impresso, com a previsão de 300 exemplares para o patrocinador.





LEI ROUANET

AUDIOVISUAL

SÃO PAULO 1



# ALIMENTAÇÃO PARA O FUTURO



OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RECONHECIMENTO  
REGIONAL E RESPEITO ÀS TRADIÇÕES



## O PROJETO

Realização de um documentário de média-metragem, que informa o público sobre como melhorar seus hábitos de alimentação, seguindo conceitos de sustentabilidade e entendendo sobre a formação básica da cozinha brasileira.

O objetivo é conscientizar a sociedade de que é possível produzir, distribuir e consumir alimentos de maneira mais produtiva, diferente do desenvolvido no país, nos últimos anos.

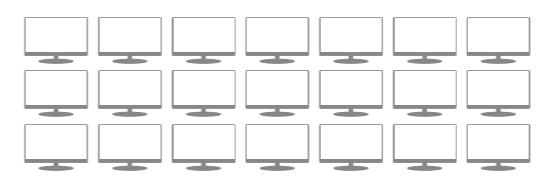
O documentário foi editado com linguagem de libras e legendas em português, para portadores de deficiência auditiva e visual, além da realização gratuita de 10 palestras com profissionais da área de alimentação/nutrição em escolas públicas da cidade de São Paulo e distribuição de DVDs do documentário, também de forma gratuita.

## REALIZAÇÃO

**Locais:** Belém/PA, Salvador/BA e Ouro Preto/MG

**Período:** abril/2017 a outubro/2017

**Público:** 2,5 milhões de telespectadores atingidos pela exibição na TV Cultura



**2,5  
MILHÕES  
DE TELESPECTADORES**



PEÇA DE DIVULGAÇÃO ◀

## ETAPAS DE EXECUÇÃO

abril – Pré Produção do projeto

01/04/17 a 30/04/17

maio / junho – Gravações

01/05/17 a 29/06/17

julho / agosto / setembro - Pós Produção, Finalização, Palestras nas Escolas, Entrega do produto na Cinemática Brasileira

01/07/17 a 28/09/17



- Logomarca do Atacadão na abertura e encerramento dos programas, na exibição em canais de televisão e pela internet;
- Produção de pílulas com dicas de alimentação saudável para a internet;
- 100 DVDs do documentário;
- Logomarca do Atacadão em 10 palestras com profissionais da área de alimentação/nutrição em escolas públicas da cidade de São Paulo.

## CONTRAPARTIDAS







PROAC  
ARTES PLÁSTICAS  
SÃO PAULO 1

CIRCUITO  
PHOTO  
TRUCK

# CIRCUITO PHOTO TRUCK



**OBJETIVOS:**  
INCLUSÃO SOCIAL E INTEGRAÇÃO COM A  
COMUNIDADE



## O PROJETO

Projeto itinerante que, por meio de um caminhão transformado em Unidade de Educação e Cultura, ofereceu workshops de fotografia para públicos diversos.

O projeto realizado em locais públicos como escolas, instituições, praças ou centros culturais. Foram desenvolvidas oficinas, em que os próprios participantes tiveram a oportunidade de fotografar o tema trabalhado, de maneira lúdica e divertida. Nas oficinas, os participantes fizeram as imagens, produziram o título e a legenda e levaram sua foto para casa na hora.

O projeto foi finalizado com uma mostra fotográfica de lambe lambe, cujo objetivo foi “dar um outro tom” nas fachadas dos seus locais de realização, além de apresentar à comunidade o material desenvolvido. O folder/passaporte continha espaço para fotos, atividades fotográficas, a história da fotografia e sua montagem resultou em um porta-retrato. Cada participante recebeu o seu passaporte.

**O DVD: Uma Breve história da Fotografia foi doado para que os locais participantes multipliquem as atividades desenvolvidas.**

### OBJETIVOS:

- Levar a arte da fotografia e cultura para diversas cidades do Brasil, por intermédio de um programa educativo dentro de um Phototruck;
- Divulgar a fotografia como instrumento de comunicação e expressão social e cultural, com poder de influenciar políticas públicas;
- Promover informação e reflexão sobre os temas de interesse público, que serão trabalhados no programa educativo como tema do projeto;
- Valorizar a diversidade cultural com a fotografia;
- Desenvolver a leitura e a escrita através da fotografia.

15.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS

## REALIZAÇÃO

**Locais:** Jacareí, Ferraz de Vasconcelos, Caragatatuba e Jundiaí/SP

**Período:** setembro/2017 a novembro/2017

**Público:** 250 alunos por escola, 15.000 pessoas e mais 10 educadores por escola, totalizando 600 educadores.

**O PHOTOTRUCK VEM AÍ!**

VAMOS REFLETIR SOBRE O MUNDO EM QUE VIVEMOS, NOSSA ALIMENTAÇÃO E DESPERDÍCIOS.

PREPARE SEU OLHAR E EMBARQUE NESTA VIAGEM AO MUNDO DA FOTOGRAFIA!

DATA: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

LOCAL: \_\_\_\_\_

O brasileiro se alimenta bem?  
Estar atento ao que se come e ao que se joga fora é muito importante e vital para o bem estar do nosso planeta. A culinária é uma arte, principalmente quando se trata de alimentação saudável, onde o desperdício não tem vez.

Que tal representar questões tão importantes em lindas fotografias e legendas?

APRESENTAÇÃO

APOIO

PARCERIA

REALIZAÇÃO

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



### Jacareí

- Dois dias (28/09 e 29/09) na escola estadual Prof. Adherbal de Castro;
- Um dia (30/09) no estacionamento do Atacadão;
- Cinco oficinas de fotografia digital por dia;
- No final do segundo dia foi realizado nas escolas, a exposição das imagens.

### Ferraz de Vasconcelos

- Dois dias (26/10 e 27/10) nas escolas;
- Um dia (28/10) no estacionamento do Atacadão;
- Cinco oficinas de fotografia digital por dia;
- No final do segundo dia foi realizado nas escolas, a exposição das imagens.

### Caraguatatuba

- Dois dias (09/11 e 10/11) nas escolas ETEC de Caraguatatuba – Av. Rio Grande do Norte, 480 - Indaiá - Caraguatatuba;
- Um dia (11/11) no estacionamento do Atacadão;
- Cinco oficinas de fotografia digital por dia;
- No final do segundo dia foi realizado nas escolas, a exposição das imagens.

### Jundiaí

- Dois dias (16/11 e 17/11) nas escolas;
- Um dia (18/11) no estacionamento do Atacadão;
- Cinco oficinas de fotografia digital por dia;
- No final do segundo dia foi realizado nas escolas, a exposição das imagens.

- Nas escolas do entorno – cinco oficinas de fotografia digital por dia. Exposição das imagens no final do segundo dia nas escolas;
- No estacionamento do Atacadão – A quantidade de oficinas e a duração foram definidas em comum acordo com o patrocinador. No final do dia, exposição das imagens produzidas;
- Logomarca do patrocinador em todo o material de divulgação do projeto (banners, imagens, etc) inclusive no phototruck;
- Direito do uso de imagens produzidas pelos participantes e de making of do projeto;
- Divulgação nas redes sociais e assessoria de imprensa.



## CONTRAPARTIDAS



PROAC

PRIMEIRAS OBRAS

SÃO PAULO 1



Cozinha  
Paulista

# COZINHA PAULISTA

OBJETIVOS:

INCLUSÃO SOCIAL E GERAÇÃO DE RENDA



## O PROJETO

Implantação de um centro de formação gastronômica dedicado à culinária tradicional paulista, com o objetivo de valorizar, identificar e preservar o autêntico patrimônio cultural imaterial do Estado de São Paulo, além de apresentar vídeos exclusivos, passo a passo, de diversos pratos tradicionais brasileiros.

Visa oferecer 100 vagas em curso livre gratuito de culinária tradicional para mulheres.

O programa pedagógico possui carga horária de 96 horas distribuídas em 6 horas semanais e dois módulos de 4 meses de atividades.

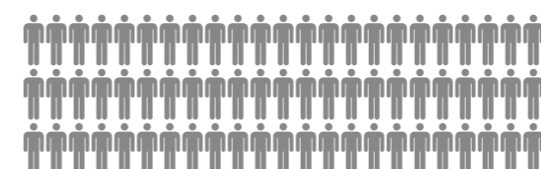
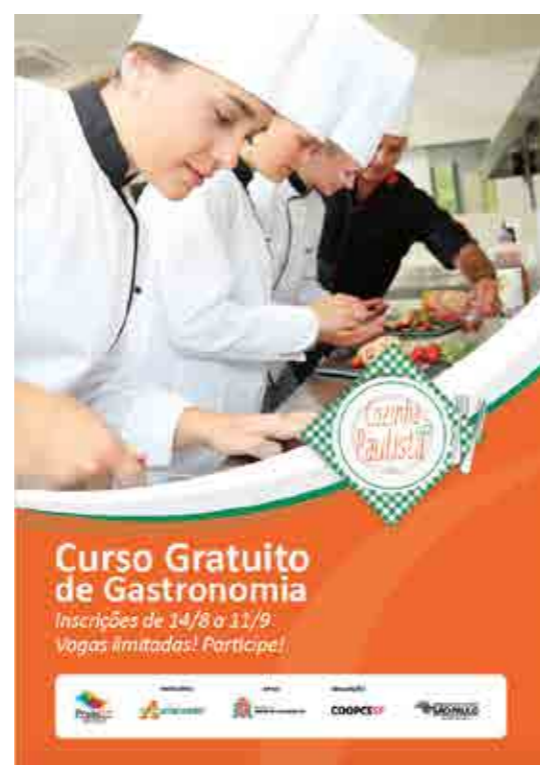
Quatro turmas por módulo com cerca de 12 a 13 alunas por turma.

Para a realização das atividades foi implantada cozinha experimental equipada com eletrodomésticos, utensílios de cozinha e eletroportáteis.

Com o objetivo de atingir o desperdício foi dada a preferência para alimentos “Sans Form” (programa do Atacadão que como objetivo reduzir o desperdício, oferecendo aos consumidores produtos de qualidade, porém fora do padrão estético de comercialização, com descontos).

## REALIZAÇÃO

Local:	São Paulo/SP
Período:	setembro/2017 a junho/2018
Público:	100 vagas de formação para mulheres, impactando indiretamente 400 pessoas.



# 100

MULHERES IMPACTADAS



PEÇA DE DIVULGAÇÃO ◀

## ETAPAS DE EXECUÇÃO

• Aulas Culinária - 1ª Turma  
19/09/17 a 06/12/17

• Aulas Culinária - 2ª Turma  
Execução 2018



Aplicação da logomarca do patrocinador nos materiais:

- Cartaz;
- Ficha de inscrição;
- Anúncios;
- Vídeos;
- Placa de identificação;
- Portal online do projeto;
- Participação de nutricionistas do patrocinador no projeto;
- Fornecimento e autorização de uso dos vídeos produzidos pelo projeto, nas redes sociais do patrocinador.



## CONTRAPARTIDAS



PROAC  
CINEMA  
SÃO PAULO 2

CINE  
EM CENA

# CINE EM CENA NO AR



## O PROJETO

Na finalidade de promover o acesso à cultura e lazer para a comunidade, o projeto “Cine em Cena no Ar” realizou sessões de filmes longas-metragens e curtas-metragens, com temas relevantes para a nossa sociedade.

Estrutura inflável itinerante de cinema ao ar livre, que percorreu as cidades do país e ofereceu sessões gratuitas ao público de baixa renda e em locais de difícil acesso à cultura.

O projeto proporcionou a difusão do audiovisual por meio de produções brasileiras, contribuiu para a descentralização das salas de cinema, fortaleceu a interação entre as pessoas da comunidade, além de oferecer acesso à cultura de forma gratuita. Para muitos, esta significou a única oportunidade de assistir a um filme em uma grande tela de cinema.

## REALIZAÇÃO

**Locais:** Nas cidades de Atibaia, Praia Grande, Guarujá, Caraguatatuba, Jandira, Santa Bárbara D’ Oeste, Ferraz de Vasconcelos, Jundiá, Jacaré e Piracicaba/SP.

**Período:** novembro/2016 a abril/2017

**Público:** 21.600 pessoas

**GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO** **ATACADÃO**

apresentam:

# CINE EM CENA NO AR

ENTRADA GRATUITA

**ATIBAIA (SP)**  
Rua Sever do Vouga, Recreio Esportivo, 295  
(Saída 39 da Faria das Senhoras 84 e 38 sentido SP)  
No estacionamento do Atacadão

**PROGRAMAÇÃO**

**18 de Novembro (sexta)**

Frozen Uma Aventura Congelante - LUNO	18h30
Homem-Ferrugem - 12 ANOS	20h30

**19 de Novembro (sábado)**

Hotel Transilvânia 2 - LUNO	18h30
Vingadores: Era de Ultron - 12 ANOS	20h30

**20 de Novembro (domingo)**

O Bom Dinossauro - LUNO	18h30
Peter Pan - 12 ANOS	20h30

f /cineemcenaBrasil

Patrocínio: **ATACADÃO** Apoio: **BRUNO** Realização: **GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO**



# 21.600 PESSOAS IMPACTADAS



PEÇA DE DIVULGAÇÃO



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

O projeto percorreu as cidades de Atibaia, Praia Grande, Guarujá, Caraguatatuba, Jandira, Santa Barbara D'Oeste, Ferraz de Vasconcelos, Jundiaí, Jacareí e Piracicaba no período de 18/11/16 a 22/04/17.

Três dias em cada cidade, duas sessões por dia, para um público potencial de 1.800 pessoas em cada cidade.

Visibilidade de marca do patrocinador na estrutura da sala de exibição

- 02 banners, fixados na estrutura da tela inflável. Um de 3,21 m x 1,00 m fixado na parte superior da tela e outro de 8,00 m x 0,70 m na parte inferior;
- 01 balão tipo roof top;
- Na abertura e encerramento das apresentações – cartela contendo a logomarca do projeto, o patrocínio do Atacadão e as marcas do ProAc e Governo do Estado de São Paulo. Logos menores como apoiadores dos parceiros do Atacadão;
- Banner dos parceiros do Atacadão nos locais das apresentações, como apoio cultural ao projeto.

Visibilidade de marca do patrocinador nos materiais de divulgação

- 1.500 filipetas por cidade;
- 30 cartazes em pontos estratégicos de cada cidade;
- 01 faixa com logomarca para divulgação no local do evento;
- Logomarca no site e no Facebook da Ibirajá Produções;
- Assessoria de imprensa do projeto;
- Produção de release por cidade e envio das informações das apresentações com os veículos de comunicação locais.

## CONTRAPARTIDAS



PROAC  
TEATRO  
SÃO PAULO 2

# O MENINO MALUQUINHO



# O MENINO MALUQUINHO



## O PROJETO

Projeto idealizado a partir da percepção do rico mercado literário nacional, e pouco explorado na adaptação para segmento infantil com profissionais.

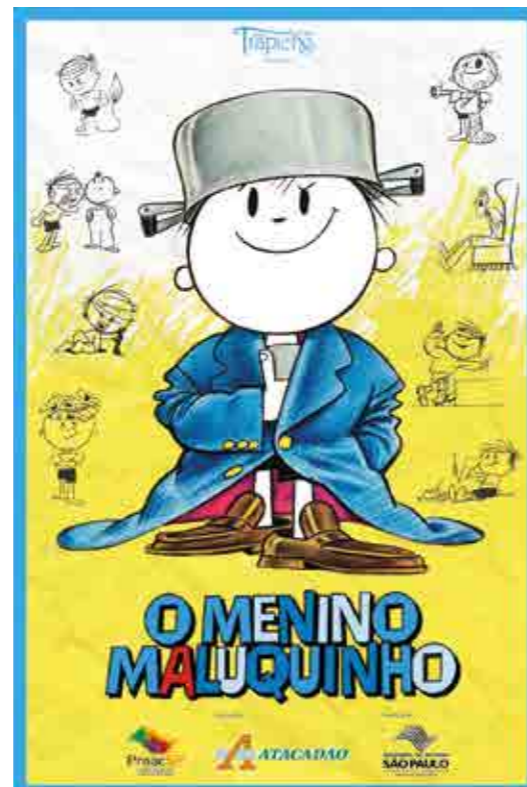
Produção, temporada em São Paulo, e itinerância do projeto de espetáculo infantil musicado, baseado no texto de Ziraldo, O Menino Maluquinho, com adaptação e concepção de Edgar Rizzo, direção Residente de Glauber Leme e encenado por seis atores da Cia Trapiche, nas coreografias reestruturadas por Renata Cristina, foi planejado para 42 apresentações.

## REALIZAÇÃO

Locais: Nas cidades de Jundiaí, Jacareí, Caraguatatuba, Itupeva, Ferraz de Vasconcelos e São Paulo/SP

Período: julho/2017 a novembro/2017

Público: 5.000 pessoas



5.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



## CONTRAPARTIDAS

São Paulo - Shopping Raposo Tavares  
Vinte e dois dias - 06/07/17 a 27/07/17

Jundiaí - Espaço Karal  
Um dia - 13/09/17

Caraguatatuba - Teatro Municipal Mario Covas  
Dois dias - 27/09/17 a 28/09/17

Loja Atacadão (Jundiaí) - Dia das Crianças  
Um dia - 12/10/17

Jundiaí - Teatro Politeama  
Um dia - 19/10/17

Itupeva - Chácara do Abobrinha  
Um dia - 20/10/17

Ferraz de Vasconcelos - Escola EMEF PRIMOROSA JORGE  
Dois dias - 24/10/17 a 25/10/17

Jacareí - Teatro Municipal  
Dois dias - 01/11/17 a 02/11/17

Logomarca do patrocinador nos flyers eletrônicos, divulgados em todas as cidades para escolas da região e nos flyers físicos - enviados pelo correio e nos cartazes;

No início do Espetáculo, o patrocinador foi anunciado - Proac - Trapiche apresentam: O Menino Maluquinho;

- Jundiaí (6 sessões) - 3 sessões gratuitas e 3 sessões com o valor R\$ 10,00 o ingresso;
- Jacareí (4 sessões) - 2 sessões gratuitas e 2 sessões com cobrança de ingressos - nas mesmas condições;
- Caraguatatuba (4 sessões) - 4 sessões gratuitas;
- Ferraz de Vasconcelos (6 sessões) - 6 sessões gratuitas;
- (1 sessão), no dia 13 de outubro de 2017, em Jundiaí, na loja do Atacadão.

A cada término da sessão foi entregue uma folha recreativa para as crianças desenharem e falarem do espetáculo. Em cada folha, logomarcas do Atacadão, Proac e Trapiche. Foram realizadas sessões gratuitas e sessões pagas. Ao patrocinador foi dado o direito de 30 convites para cada sessão.





LEI ROUANET

MÚSICA INSTRUMENTAL

RIO GRANDE DO SUL

CIRCUITO  
INSTRUMENTAL

MÚSICA + DANÇA

# CIRCUITO INSTRUMENTAL DE MÚSICA COM DANÇA

OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RECONHECIMENTO REGIONAL,  
RESPEITO ÀS TRADIÇÕES E GERAÇÃO DE RENDA



## O PROJETO

Realizar apresentações de música instrumental, danças e palestras. Valorizar a cultura gaúcha e a acessibilidade foram os pilares do Circuito Instrumental, que aconteceu de 11 a 15 de setembro, no Parque da Harmonia, em Porto Alegre. O projeto foi inclusivo durante dois dias, contou com profissionais de áudiodescrição e tradução em libras, além de permitir o acesso gratuito aos shows, palestras e danças.

## REALIZAÇÃO

Locais: Porto Alegre, Canoas e Estrela

Período: setembro/2017

Público: Semana Farroupilha  
Porto Alegre  
1.350.000 mil pessoas;  
Canoas  
150 mil pessoas;  
Estrelas  
3.856 mil pessoas.

ATACADÃO  
Lugar de comprar barato

ATACADÃO E RIO GRANDE DO SUL SÃO CORAGEM, DEDICAÇÃO E ORGULHO. O ATACADÃO PARABENIZA A GRANDEZA DO POVO GAÚCHO. Que fazemos sempre a diferença para você e seu negócio, com dedicação e garantia de economia todos os dias.

ESTRELA: BR 388, nº 942 - (gratuito de frete de Estrela) - F. (51) 3172-2124; GRAVATAIS: Rodovia RS 118, nº 2245 - F. (51) 3489-1022; NOVO HAMBURGERS: Av. 1º de Maio, nº 2711 - Estrela - F. (51) 3328-3224; PELETARIS: Av. Presidente João Goulart, nº 113 - (gratuito de frete de Pelotas) - F. (51) 3335-4000; PORTO ALEGRE: R. Sete de Setembro, 8107 - Centro (bairro Cambará) - F. (51) 3336-1601/3336-1620; RIO GRANDE: Av. Itália, nº 1343 - Vila Maria José - F. (51) 3293-3824; SANTA MARIA: Rodovia RS 287, nº 5.500 - Favela Nova de Cardeal - F. (51) 3226-9643/3226-9801; SAPUCAIA DO SUL: Rodovia BR 116, nº 959 (próximo ao Zoológico) - F. (51) 3482-8201



# 1.5 MILHÕES DE PESSOAS IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



O projeto fomentou trabalhos de jovens artistas do Rio Grande do Sul, na seleção dos novos artistas, que tocam música instrumental. Foram recebidos 16 arquivos e selecionados 7 grupos: Ghadyego Carraro, Sond'Alma Trio, Cristian Sperandir, Grupo Kiai, Instrumental Kalunga e Grupo Los Pampas.

Quinze grupos de artistas instrumentais, com trabalhos realizados na área instrumental: Aluísio Rockemback, Orquestra de Bombo Leguero e Ernesto Fagundes, Quinteto de Garibaldi, Família Lima, Orquestra Jovem do RS, Gaiteiras da Fábrica de Gaiteiros, Renato Borghetti, Instrumental Picumã, Camerata Pampeana, com o Maestro Tasso, Luciano Maia (gaita), Giovana e Sofia, "As meninas do acordeon", Orquestra de Trilhos Sonoros e Rodrigo Solton (piano), com o convidado Omair Trindade.

As palestras foram realizadas nos horários das 17 às 19 horas, nos dias 11 a 15 e contemplaram 90 pessoas, que foram certificadas.

Os palestrantes foram:

- Dia 11 a palestra "Talento e Disciplina no aprimoramento musical" com Wiliam Varela e "Oficina Violão Gaúcho sobre ritmos", com Marcello Caminha;
- Dia 12 "As conexões que Movem a Vida – Um Gaúcho Paraguaio", com Mauro Gimenez Olazar e "Interpretação nas Danças Tradicionais Gaúchas" com Rinaldo Souto;
- Dia 13 "Dança gaúcha dos Salões às Criações (ênfase em Dança de Salão)", com Robson Cavalheiro;
- Dia 14 "A comunicação da Música Instrumental", com Tomas Savaris e "A arte de Liderar", com Manoelito Carlos Savaris;
- Dia 15 de setembro a palestra foi sobre "Novas Mídias e a Cultura - Tradicionalismo no Mundo Moderno", com José Carlos Fischborn e "O Papel do Líder na convivência com seus liderados", com Marcelo Vasconcellos;
- Nas apresentações de danças que antecederam aos shows participaram: CTG Lanceiros da zona Sul, "35" CTG, CTG Laço da Querência e Gildo de Freitas.



## CONTRAPARTIDAS

- 50.000 Flyers do evento 30 cm x 21cm (20.000 Circuito e 10.000 Semana Porto Alegre e 30.000 Canoas);
- 100 spots Mídia Radiofônica até 30", veiculados na rádio 104 FM;
- 2 Sites dos eventos – aplicação da logomarca (Circuito Instrumental e Semana Farroupilha Porto Alegre);
- 48 Citações do patrocinador na abertura dos espetáculos
- 20 banners 1,20 x 90cm;
- 06 anúncios: 01 anúncio 26x9,5 cm, 01 anúncio 12,5x16cm, 4 anúncios 15,5 x 21 cm;
- 300 spots de 30" - Anúncios na rádio parque do evento Semana Farroupilha Porto Alegre;
- 300 veiculações de VT de 30" de duração, do Atacadão, no painel de LED do palco principal;
- Aplicação de logomarca do Atacadão no fundo de palco do evento (02 fundos – espaço shows e palco principal e todas as placas informativas do evento); placa campeira, placa pórtico entrada principal, placa cuias, totem central e 04 mapas placa;
- 02 blimps;
- 3.500 senhas evento Estrela;
- 3.000 sacolas personalizadas com a marca do patrocinador;
- 2.000 bexigas personalizadas com a marca do patrocinador;
- 3.000 capas de chuva com aplicação da marca do patrocinador;
- 01 anúncio 26x36cm no jornal dos Festejos Farroupilhas (institucional);
- 2 anúncios no Jornal Correio do Povo - Rodapé Alto 5col x 8,3 cm;
- 10.000 jornais no acampamento (anúncio página 26 x 36cm) Atacadão;
- 01 Jornal Correio do Povo anúncio 1/2 página;
- Jornal Correio do Povo anúncio *branded content* (mídia digital);
- 1.000 certificados.





LEI ROUANET

MÚSICA INSTRUMENTAL

RIO GRANDE DO SUL

*Natal em  
Estrela*

# NATAL EM ESTRELA

OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL E  
RECONHECIMENTO REGIONAL





## O PROJETO

O projeto Natal em Estrela visa as celebrações natalinas da cidade de Estrela, que em 2017 foram realizadas de 24 de novembro a 26 de dezembro. Neste período foi oferecida à comunidade local e regional excelente e diversificada programação, com envolvimento do comércio, da comunidade e movimentando artistas.

O projeto estimula a cultura local por meio das inúmeras atrações musicais, que atingem os mais diversificados públicos, com a proposta de celebrar o Natal e a diversidade cultural; difundir a manifestação cultural de origem regional, colaborando na programação natalina da cidade e fortalecendo o acesso à diversidade cultural.

O Natal em Estrela incentiva o surgimento de novos talentos no cenário musical. Por meio de atrações voltadas a todos os públicos, é um resgate e fortalecimento das tradições religiosas e culturais voltadas para o Natal por intermédio da música, despertando o verdadeiro sentido do Natal.

## REALIZAÇÃO

**Locais:** Estrela/RS, atingindo as principais cidades, Lajeado, Bom Retiro do Sul, Teutônia, Cruzeiro do Sul e Arroio do Meio, todos no estado do Rio Grande do Sul.

**Período:** dezembro/2017

**Público:** 50 mil pessoas

50.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

MINISTÉRIO DA CULTURA E PATRIMÔNIO HISTÓRICO  
**Natal em Estrela**  
 DIA 01 DE DEZEMBRO | 21H30MIN  
 Grupo Tholl Espetáculo No Natal Daquele Ano  
 DIA 05 DE DEZEMBRO | 20H30MIN  
 OSPA - Orquestra Sinfônica de Porto Alegre  
 PARQUE PRINCESA DO VALE  
 ENTRADA GRATUITA  
 TRAGA SUA CADÊRIA  
 ATACADÃO | LUME | MINISTÉRIO DA CULTURA

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Estrela/RS - Apresentação do Grupo Tholl no Parque Princesa do Vale

01/12/2017

Estrela/RS - Apresentação da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre / OSPA no Parque Princesa do Vale

05/12/2017

- Inserção da logomarca em 4 anúncios de jornal (1/2 página) – Jornal NG publicado nas edições dos dias 17/11 - 24/11 – 01/12 – 08/12;
- Inserção da logomarca nos flyers do evento com a programação completa – 30 mil unidades;
- Inserção da logomarca do patrocinador na mídia do Facebook, através da Fan Page do evento, divulgando a programação e fotos do mesmo;
- Inserção da logomarca no site oficial do evento;
- Inserção da logomarca nos vídeos de divulgação e cobertura do evento, veiculados nos canais de comunicação do evento;
- Citação da marca do patrocinador nos spots – 400 anúncios distribuídos nas seguintes rádios: Rádio Independente, Rádio do Vale, Rádio Sorriso, Rádio Popular e Rádio Studio – período de veiculação: 17/11 a 22/12;
- Outdoor na BR 386 – 2 unidades na rótula de acesso a Trans Santa Rita, com visibilidade para o sentido Capital/Estrela e Estrela/Capital – instalação até o dia 10/11 e retirada início de janeiro de 2018;
- Outdoor no local do evento com a logomarca do patrocinador;
- Citação do patrocinador nos atos protocolares e durante o evento;
- Citação do patrocinador nos textos de assessoria de imprensa.



## CONTRAPARTIDAS





LEI ROUANET

MÚSICA INSTRUMENTAL

RIO DE JANEIRO

**emc**  
ESCOLA DE MÚSICA E CIDADANIA

# ESCOLA DE MÚSICA E CIDADANIA



NOVA SINFONIA

## O PROJETO

Manutenção das Escolas de Música e Cidadania da Cidade de Deus e Vargem Grande, desenvolvimento da orquestra de alunos e organização de 10 concertos públicos.

O Projeto das Escolas de Música e Cidadania pode ser definido como uma janela de oportunidades e de reafirmação da vida, do talento e da capacidade de criar e de se expressar para as crianças e jovens de comunidades pobres brasileiras, algumas delas, infelizmente, marcadas pela violência e pela exclusão social.

Este projeto cultural possui um forte elemento educativo. Como tal, respeita o caminho construído em conjunto com o aluno e privilegia as descobertas integradoras do mundo da experiência, do mundo sensível e do cotidiano, educando os jovens alunos para além da técnica musical, formando cidadãos potencialmente mais criativos, críticos e preparados para os desafios que a vida lhes reserva.

O projeto abrange crianças e jovens de baixa renda em duas comunidades do Rio de Janeiro. Visa educar os jovens alunos para além da técnica musical, formando cidadãos potencialmente mais criativos, críticos e preparados para os desafios que a vida lhes reserva; muitos deles seguirão essa carreira, gerando emprego e renda para a população atendida pelo projeto.

## REALIZAÇÃO

Locais:	Cidade de Deus e Vargem Grande/RJ
Período:	abril/2017 a dezembro/2017
Público:	5.200 pessoas

5.200  
PESSOAS  
IMPACTADAS



MINISTÉRIO DA CULTURA E AGÊNCIA DO BEM APRESENTAM  
PROJETO ESCOLA DE MÚSICA E CIDADANIA 2017

PATROCÍNIO

ATACADÃO EDF  
Klabim MERCCK itm

APOIO

REALIZAÇÃO

agência do bem MINISTÉRIO DA CULTURA

Contato  
Agência do Bem - CNPJ: 17.016.104/0001-97  
Avenida das Américas, 3.301, Bloco 2, Sala 213, Barra Business Center, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro - RJ, CEP: 22631-003 - Telefone: (21) 2428-2547

contato@agenciadobem.org.br  
www.agenciadobem.org.br  
www.facebook.com/orquestranovasinfonia  
www.twitter.com/agenciadobem  
www.youtube.com/agenciadobem

ORQUESTRA & CORO  
NOVA SINFONIA

PEÇA DE DIVULGAÇÃO

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: 130 anos de Villa Lobos - Teatro dos Grandes Atores  
30/04/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: 130 anos de Villa Lobos - Teatro dos Grandes Atores  
28/05/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: Tributo a Michael Jackson - Teatro dos Grandes Atores  
25/06/17;
- Recitais comunitários das Escolas de Música e Cidadania – Polos Vargem Grande e Cidade de Deus  
08/07/17;
- Recitais comunitários das Escolas de Música e Cidadania – Polos Laranjeiras e Riachuelo  
15/07/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: Tributo a Michael Jackson - Teatro dos Grandes Atores  
30/07/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: Tributo a Michael Jackson - Teatro dos Grandes Atores  
27/08/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: Rock - Teatro dos Grandes Atores  
24/09/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: Rock - Teatro dos Grandes Atores  
29/10/17;
- Concerto Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Tema: Rock - Teatro dos Grandes Atores  
26/11/17;
- Recitais comunitários das Escolas de Música e Cidadania – Polos Vargem Grande, Cidade de Deus e Turano  
09/12/17;
- Recitais comunitários das Escolas de Música e Cidadania – Polos Laranjeiras, Riachuelo e Vicente de Carvalho  
15/12/17;
- Concerto de Natal – Orquestra e Coro Nova Sinfonia - Teatro dos Grandes Atores  
19/12/17.



## CONTRAPARTIDAS

**Destaque da marca da empresa em todos os materiais como patrocinador principal em 2017 :**

- 500 camisas de alunos;
- 5.000 folders;
- 10 banners utilizados em apresentações e atividades;
- Chancela de patrocínio master no site da Agência do Bem (HYPERLINK "<http://www.agenciadobem.org.br/>" [www.agenciadobem.org.br/](http://www.agenciadobem.org.br/));
- Informativos mensais (12 informativos) enviados via e-mail e impresso;
- 200 novos alunos em novos polos das Escolas de Música e Cidadania implementados nas regiões de São Gonçalo e Jacarepaguá;
- Destaque da marca nos 10 concertos didáticos anuais realizados pela Orquestra e Coro Nova Sinfonia da seguinte maneira:
  - 4 Backdrops
  - 4.000 capas de programa de temporada. Distribuídos ao público em todos os concertos (400 por concerto);
  - 4.000 folders de divulgação da OCNS. Distribuídos ao público em todos os concertos (400 por concerto);
  - 4 banners, expostos em todas as apresentações;
  - Locução de abertura (apresentação), mencionando o patrocínio master em cada concerto.



LEI ROUANET

TEATRO

PERNAMBUCO



# SACODE VERÃO



PEÇA DE DIVULGAÇÃO ◀



## O PROJETO

Projeto cultural de cunho esportivo, social, de bem-estar e empreendedor.

Durante 8 dias, foram realizadas oficinas multiculturais de dança, de música e de teatro, onde os participantes foram certificados – o que pretende facilitar um possível acesso ao mercado de trabalho.

Com o propósito de realizar ações esportivas, tais como: passeio ciclístico, clínicas de vôlei, futevôlei e frescobol, o projeto visa não só o incentivo à prática destes esportes, como também gerar ações de bem-estar, relacionando aos eventos palestras com temas voltados para os cuidados com a saúde do corpo e da mente.

Foram previstas apresentações de teatro, dança e música, gerando trabalho e renda para os artistas e técnicos locais e de estados vizinhos. O projeto também prevê o estímulo às práticas esportivas, ao explorar os conceitos de uma vida mais saudável. Por ser aberto e gratuito, garante a inclusão da população, independente da classe social ou faixa etária.

## REALIZAÇÃO

Local: grande região metropolitana de Recife/PE

Período: janeiro/2017 a fevereiro/2017

Público: 60.000 pessoas

60.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

Sacode Verão 2017 - Praia da Candeias / Jaboatão

Oito dias - 28/01 a 04/02/17

Stand Fornecedores (18h às 20h)

Oito dias - 28/01 a 04/02/17

Oficinas de teatro, dança e música (a partir das 14h)

Oito dias - 28/01/17 a 04/02/17

Espectáculo de teatro, dança e músicas (a partir das 18h)

Oito dias - 28/01/17 a 04/02/17

Distribuição de brindes (a partir das 09h)

Um dia - 04/02/17

Shows a partir das 22h

Três dias - 28/01/17, 29/01/17 e 04/02/17



## CONTRAPARTIDAS

- Aplicação de marca;
- 100.000 panfletos; 1.000 cartazes; 10.000 folders;
- 20 Camisetas de produção; 100 coletes para atividades desportivas;
- 500 squeezes para o passeio ciclístico;
- 500 viseiras para o passeio ciclístico;
- 500 camisetas para o passeio ciclístico;
- 5.000 sacolas plásticas para lixo;
- Uniformes de promotoras;
- 500 chamadas de rádio de 30" com assinatura de 2" do patrocinador nas principais rádios da cidade;
- Assinatura no site oficial do evento;
- 100 horas de carro de som durante os 15 dias que antecederam o evento;
- 2 marcas na tela ortofônica do palco;
- 2 blimps nos palcos do evento;
- 2 blimps nas ruas de acesso ao evento;
- 10 Wind flags no evento;
- 20 Flanges de Poste;
- 10 Pôsteres Banner na área do evento;
- 10 Pôsteres;
- Banner nas ruas de acesso ao evento;
- Veiculação no telão do palco - comercial de 30";
- 1 marca no pórtico;
- 1.000 infláveis do evento;
- 200.000 sacolas de consumo responsável;
- 06 placas nas barracas da Praça de Alimentação;
- 1.000 Bandeirolas bike;
- 01 Stand no tamanho 5x5 com ações promocionais de visibilidade de marca;
- 20 placas de outdoor do projeto distribuídas ao longo de toda Região Metropolitana de Recife/PE;
- 20 unidades de Busdoor em linhas de circulação das cidades da Grande Região Metropolitana de Recife/PE;
- 100 perfurados – mídia car;
- Stand personalizado no evento;
- Ação promocional no evento, durante 08 dias, com 02 promotoras uniformizadas que entregaram brindes mediante brincadeiras em stand personalizado de espaço de até 5x5m<sup>2</sup> no local do evento;
- O consumidor que realizasse suas compras nas lojas Atacadão, mediante apresentação da Nota Fiscal, teve direito a convites para participar das brincadeiras do stand e recebeu brindes personalizados da marca;
- Citação de agradecimento pelos apresentadores no Passeio Ciclístico e durante as apresentações no evento;
- 1 Trio elétrico plotado da marca Atacadão com banda local nos blocos "Perdidas de Candeias" para 200 mil pessoas e "Oiti" para 70 mil pessoas;







LEI ROUANET

DANÇA

PERNAMBUCO

**BONECOS  
GIGANTES**  
Tradição e Cultura

# BONECOS GIGANTES

## TRADIÇÃO E CULTURA – CARNAVAL

OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RESPEITO ÀS  
TRADIÇÕES E GERAÇÃO DE RENDA



## O PROJETO

Resgatar a cultura e a tradição de confecção dos bonecos gigantes, com a execução não só de exposição e desfile artístico dos principais ícones de bonecos de representação do carnaval pernambucano, como também ensinar esta arte secular de confecção que vem sendo repassada de pai para filho, com oficinas e palestras dos mestres bonequeiros da cidade de Olinda, em Pernambuco.

Promover o intercâmbio cultural com a contratação de grupos artísticos de todo o Nordeste. E para brindar o evento, realizar espetáculos de dança diversificados junto a apresentações de orquestra populares de frevo, além de shows regionais que nos remeteram ao carnaval, iniciando a época pré-carnavalesca da cidade.

Valorizar e contribuir com cultura e o turismo do Nordeste. O evento é democrático, popular e gratuito. O maior benefício é promover a acessibilidade aos bens culturais, valorizando a cultura local, associando a sua imagem a uma política pública alinhada com o desenvolvimento social e humano.

Além disto, gerar trabalho e renda para a população local que trabalhou no projeto e do comércio, que foi movimentado para atender essa grande quantidade de público durante o projeto.

## REALIZAÇÃO

Local: Olinda e grande região metropolitana de Recife no estado de Pernambuco

Período: fevereiro/2017

Público: 160 mil pessoas



**160.000**  
**PESSOAS**  
**IMPACTADAS**



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

### Evento Bonecos Gigantes Olinda 2017

Quatro dias - 25/02/17 a 28/02/17

### Palestra: A Tradição dos Bonecos Gigantes (09h)

Quatro dias - 25/02/17 a 28/02/17

### Oficinas de produção dos bonecos, fantasia de papel, pintura de rosto e adereço carnavalesco (das 09h às 16h)

Quatro dias - 25/02/17 a 28/02/17

### Espectáculo de dança e música (das 09h às 16h)

Quatro dias - 25/02/17 a 28/02/17

### Exposição de Bonecos Gigantes (das 09h às 16h)

Quatro dias - 25/02/17 a 28/02/17

### Desfile dos Bonecos Gigantes (Concentração no espaço Folia com saída às 14h)

Quatro dias - 25/02/17 a 28/02/17



## CONTRAPARTIDAS

- Aplicação de marca: 50.000 panfletos e 500 cartazes;
- 1.000 folders com a programação do evento;
- 100 Camisetas de produção, coordenação, staff e orquestra;
- 500 camisetas para o desfile dos bonecos gigantes;
- Uniformes de promotoras;
- 300 chamadas de rádio de 30" com assinatura de 2" do patrocinador nas principais rádios da cidade;
- 50 horas de carro de som durante os 15 dias que antecedem o evento;
- 2 marcas na tela ortofônica do palco na posição e tamanho júnior;
- 1 blimp no palco do evento;
- 2 blimps nas ruas de acesso ao evento;
- 15 Pôsteres banner (1,20 x 0,80) dispostos da seguinte forma: 5 Pôster banner na área do evento e 10 Pôsteres Banner nas ruas de acesso ao evento;
- 1 marca no pórtico na posição e tamanho júnior patrocinador;
- 3 placas nas barracas da Praça de Alimentação;
- 1 stand no tamanho 3x3 com ações promocionais de visibilidade de marca, distribuição de 500 camisetas para o público em geral;
- 15 placas de outdoor do Projeto distribuídas em toda região metropolitana de Recife/PE.

### Ativações

- 1 bloco "Bonecos Gigantes Tradição e Cultura" para 500 pessoas com orquestra e Boneco Personalizado Atacadão percorrendo as ruas da cidade de Olinda, em pleno período carnavalesco, durante 4 dias;
- Stand personalizado no evento;
- Ação promocional no evento, durante 4 dias, com 4 promotoras uniformizadas que irão entregar brindes em stand personalizado de espaço de até 3x3m<sup>2</sup> no local do evento;
- Citação de agradecimento pelos apresentadores no palco do evento.
- 1 trio elétrico plotado da marca no bloco "Virgens de Verdade" com banda local e público de mais de um milhão de pessoas.



LEI ROUANET

DANÇA

PERNAMBUCO

SÃO  
JOÃO  
de Patos

# BONECOS GIGANTES

TRADIÇÃO E CULTURA –  
FESTA JUNINA

OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RESPEITO ÀS  
TRADIÇÕES E GERAÇÃO DE RENDA



## O PROJETO

Estimular a expressão múltipla das artes cênicas num contexto de interdisciplinaridade, em seis dias de evento, com a realização de quatro espetáculos de dança diversificados, entre eles uma quadrilha de bonecos gigantes, quatro apresentações de trios de forró, com cultura e entretenimento, além de exposição de artes visuais e desfile dos bonecos gigantes no Palhoção Cultural, na cidade de Patos/PB, para 60 mil pessoas por dia; totalizando 360 mil pessoas com acesso gratuito.

O terreiro do Forró foi o local principal do São João de Patos e recebeu vários artistas de renome nacional, regional e local. Um espaço de grande manifestação cultural: feira de artesanatos, cidade cenográfica, forró pé de serra, desfile de quadrilhas juninas e exposição de produtos da indústria e comércio de Patos. O evento é conhecido em todo país e é considerado o 4º maior São João do Brasil.

Este projeto visou incentivar a produção multicultural, predominantemente na região nordeste, promovendo uma cultura quase secular como a dos bonecos gigantes e sua história, além de promover a circulação de bens culturais; o que contribui para formação de plateia e amplia o mercado de trabalho, prioritariamente, para os artistas e técnicos locais e de estados vizinhos, pois leva os bonecos gigantes de Olinda, no estado de Pernambuco para a cidade de Patos na Paraíba promovendo o intercâmbio cultural.

## REALIZAÇÃO

Local:	Patos/PB
Período:	junho/2017
Público:	360.000 pessoas



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

360.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Patos/PB - Terreiro do Forró / Vila do Artesão

6 dias - 20/06 a 25/06/17



## CONTRAPARTIDAS

### MÍDIA IMPRESSA – Aplicação de marca

- 100.000 panfletos;
- 3.000 cartazes;
- 10 Camisetas de produção;
- 100 Camisas do Evento Bonecos Gigantes Tradição e Cultura - Festa Junina;
- Uniformes de promotores.

### MÍDIA ELETRÔNICA

- Rádio - 200 inserções 30”- com assinatura do patrocinador na Rádio local, Patos/PB;
- Internet: Assinatura no site oficial do evento e ações em redes sociais.

### VISIBILIDADE

- Assinatura em todos os pórticos do evento;
- 1 placa no parapeito dos camarotes;
- Veiculação da marca no telão do palco principal;
- 1 blimp no evento, sendo nas ruas de acesso ao evento ou na entrada da cidade;
- 100 citações na locução do palco principal.

### MÍDIA EXTERNA

- Outdoor - 1 campanha de 5 placas de outdoor na cidade de Patos/PB.

### ATIVIDADES

#### Ações promocionais (inauguração):

- 2 casais matutos ensinando o melhor do forró Pé de Serra;
- 1 palco em grid sem cobertura montado no estacionamento da loja do ATACADÃO em Patos;
- Apresentações de trios de forró no dia da inauguração.

#### Ações de relacionamento (camarote):

- Espaço exclusivo para 10 convidados por dia de evento para curtirem a melhor festa de São João do Brasil, com decoração e buffet junino.

#### Ação cultural: “Palhoção Cultural”:

- 1 apresentação por dia de quadrilha de bonecos gigantes no Palhoção “Bonecos Gigantes Tradição e Cultura”.





LEI ROUANET

MÚSICA INSTRUMENTAL

NORTE

JACO  
fest

# JACOFEST

OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RECONHECIMENTO  
REGIONAL E RESPEITO ÀS TRADIÇÕES



## O PROJETO

Oferecer ao público, gratuitamente, ao ar livre, uma mostra de música contemporânea, com a reunião de artistas internacionais, nacionais e locais, voltados para o jazz / fusion / etnic / worldmusic, além de algumas de nossas peculiaridades sonoras musicais, como as ladainhas marajoaras, o lundu, o síria, o carimbó, o banguê cametaense e a riquíssima música de nossas nações indígenas, mostrando, assim, outras formas de manifestações culturais, autênticas da região, num festival plural, aos moldes dos que são realizados pelo mundo afora, de acordo com o pensamento musical “Pastoriano”.

Essa mostra teve em comum a diversidade de sonoridade musical, entendendo como Jazz, qualquer tipo de manifestação cultural inovadora, naturalmente que prime pela boa qualidade da música, não interessando de que continente, ou lugar, essa música viesse.

O projeto contou com a presença de 5 mil pessoas nos 3 dias de evento. Além da movimentação financeira da cidade, por conta do evento, no intuito de fortalecer o primeiro passo dado em prol da valorização do artista/músico paraense, de forma continuada, haja vista que 70% dos músicos convidados pertencem à região, e os restantes 30% de atrações nacionais e internacionais. Formação de novas plateias na faixa etária entre 13 e 20 anos, principalmente nas categorias C e D, uma vez que boa parte da divulgação/mídia do projeto foi direcionada para esse público alvo, na rede pública de ensino.

Pelo fato do evento ser aberto e gratuito contemplou plenamente a inclusão cultural da população.

5.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS

## REALIZAÇÃO

Local:	Belém/PA
Período:	dezembro/2017
Público:	5.000 pessoas

PEÇA DE DIVULGAÇÃO

entrada franca

**jaco fest**

jazz da amazônia contemporânea festival III  
em homenagem a kzam gama

**belém**

sesc boulevard

terça, 5/12 | 18 h  
mestre fatu (soca do sul da para)  
ladainhas marajoaras (sachêira do arari)

estação das docas/anfiteatro

sábado, 9/12 | 19 h  
joista kzam & cumbuca jazz tocam kzam gama (pp/bel)  
minni paulo medeiros & equilibrium quarteto (bel)  
duo balakumbala (voz e baixo) (curitiba/ria)  
raul de souza quarteto (ny/ria)

domingo, 10/12 | 19 h  
dekley machado quinteto (bel)  
alberty albuquerque (bel)  
rafael lima 5 convida mauro martins & juçara abe (bel/ria)  
vanessa moreno e fi maróstica (pp)

5, 9 e 10  
dezembro  
2017

ATACADÃO rafael lima FASA PRODUÇÕES CULTURAIS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



### Sesc Boulevard

Um dia - 05/12/17 (às 18h)

### Estação das Docas - Anfiteatro

Dois dias - 09 e 10/12/17 (às 19h)



#### Aplicação da logomarca nos materiais:

- 100 banners tamanho 2 x 1;
- 2 banners no palco central no tamanho 3 x 4;
- 4 dias de propaganda em TV Local de grande audiência;
- 5.000 folders;
- 1.000 cartazes tamanho A1;
- Menção em toda a campanha de apoio fornecida pela Rede Estatal de TV e rádio (FUNTELPA).



## CONTRAPARTIDAS





LEI ROUANET

DANÇA

MATO GROSSO

11ª MOSTRA DE  
DANÇA  
MATO GROSSO

# XI MOSTRA DE DANÇA DE MATO GROSSO



OBJETIVOS:

INCLUSÃO SOCIAL, VALORIZAÇÃO CULTURAL,  
RECONHECIMENTO REGIONAL E RESPEITO ÀS TRADIÇÕES



PEÇA DE DIVULGAÇÃO



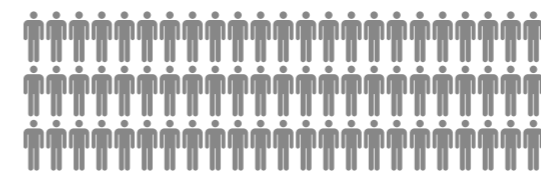
## O PROJETO

Valorizar, preservar e difundir a identidade cultural de Mato Grosso, inserindo o Estado no cenário artístico da dança, nacional e internacional, possibilitando o intercâmbio e a reunião de diferentes culturas, além da reciclagem e o amadurecimento das artes.

Reconhecido como um dos mais importantes eventos socioculturais de Mato Grosso, agrega valores artísticos e culturais, ampliando o interesse de jovens e profissionais que almejam a educação por meio da dança e das artes em geral. É um excelente instrumento na formação de plateias, sensibilizando e impulsionando gestores públicos, produtores, artistas e público em geral sobre a importância da qualificação da dança e a sua devida regulamentação.

Realizar a mostra com apresentações artísticas de coreografias variadas e/ou espetáculos completos, tendo a participação de artistas e grupos locais, regionais, nacionais e internacionais, em teatros e espaços alternativos (shoppings ou centro culturais) da Capital e Estado. Inserir Mato Grosso no contexto das Mostras Nacionais e Internacionais de Dança. Fomentar a produção artística, cultural e educacional no Estado de Mato Grosso; estreitar relações artísticas, culturais e educacionais entre o Estado de Mato Grosso e outras regiões e países, adquirindo e sociabilizando novos conhecimentos e técnicas; buscar equilíbrio sociocultural; realizar oficinas, workshops, cursos, seminários e fóruns; proporcionar para todos os participantes que não residam em Cuiabá e Várzea Grande: hospedagem, alimentação e traslado local.

O projeto contou com a participação de pelo menos 300 bailarinos, sendo que 100 de outras localidades. Desta forma, gerar renda para a comunidade, na medida em que os hotéis e restaurantes locais recebem esses participantes.



10.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS

## REALIZAÇÃO

Local:	Cuiabá/MT
Período:	julho/2017
Público:	10.000 pessoas

## ETAPAS DE EXECUÇÃO

### Apresentação Teatro Zulmirá (às 20h)

Três dias - 06/07 a 08/07/17



## CONTRAPARTIDAS

- Inserção da logomarca sob a chancela “Apresenta”;
- 4 citações por dia em áudio durante o evento - (durante os três dias);
- Exibição de vídeo institucional – Na abertura do evento (durante os três dias);
- Distribuição de material institucional / brindes do patrocinador;
- 50 cortesias de ingressos por dia;
- Liberação de imagens/fotos;
- Banner exclusivo do evento – 1 banner instalado no saguão do teatro durante os três dias de apresentação;
- Divulgação em mídias sociais;
- Citação em programas locais de televisão, jornal impresso e rádio.

#### Relação de materiais impressos e mídia externa:

- 4 Banner/Faixa/Saia de palco;
- 2.000 Cartazes;
- 2.000 Folder formato até A2;
- 10.000 Folheto;
- 10 Outdoor.





LEI ROUANET

CIRCO

MINAS GERAIS

A  
ESCOLA  
MÁGICA

# A ESCOLA MÁGICA

ESPETÁCULO DE CIRCO



PEÇA DE DIVULGAÇÃO



## O PROJETO

O Projeto prevê a apresentação de 50 shows de mágica, em 25 escolas de 25 cidades distintas do estado de Minas Gerais. Cada show é composto, além do conteúdo de entretenimento, de mensagens de caráter socioeducativo, tais como Cidadania, Reciclagem e Coleta Seletiva, Segurança, Comportamento, Respeito às Pessoas e ao Meio Ambiente dentre outros tantos temas. Com uma estrutura de cenário simples e de fácil montagem, a Escola apresenta uma verdadeira “aula show” divertida na apresentação e séria nas mensagens.

Este projeto contemplou a inclusão cultural da população, na medida em que as 50 apresentações do espetáculo foram gratuitas, em cidades do Estado de Minas Gerais. De forma lúdica, os conceitos de cidadania e de respeito às pessoas e ao meio ambiente foram apresentados.

## REALIZAÇÃO

Locais: 25 cidades do estado de Minas Gerais

Período: abril/2017 a junho/2017

Público: 10.000 pessoas

10.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Uberlândia
Cinco dias - 24/04/2017 a 28/04/17
Indianópolis
Um dia - 28/04/2017
Juiz de Fora
Quatro dias - 08/05/2017 a 11/05/2017
Santos Dumont
Um dia - 09/05/2017
Matias Barbosa
Um dia - 12/05/2017
Bicas
Um dia - 12/05/2017
Betim
Quatro dias - 15/05/2017 a 18/05/2017
Araguari
Um dia - 26/04/2017
Esmeraldas
Um dia - 17/05/2017
Itaúna
Um dia - 19/05/2017
Pará de Minas
Um dia - 19/05/2017
Governador Valadares
Cinco dias - 22/05/2017 a 26/05/2017
Alpercata
Um dia - 23/05/2017
Frei Inocência
Um dia - 24/05/2017
Igarapé
Um dia - 29/05/2017
São Joaquim De Bica
Um dia - 29/05/2017
Sarzedo
Um dia - 30/05/2017
Ibirité
Um dia - 30/05/2017
Juatuba
Um dia - 31/05/2017
Mateus Leme
Um dia - 31/05/2017
Brumadinho
Um dia - 01/06/2017
Mario Campos
Um dia - 01/06/2017
Contagem
Um dia - 02/06/2017
Belo Horizonte
Um dia - 02/06/2017
Indianópolis
Um dia - 28/04/2017
Galiléia
Um dia - 25/05/2017
Igarapé
Um dia - 20/05/2017



## CONTRAPARTIDAS

- Logomarca do patrocinador silkada em 50 camisas e agasalhos da equipe durante as viagens e no local dos shows;
- No show a assistente de palco e o técnico de som sempre com camisas com o nome do projeto e o logotipo do patrocinador;
- O fundo do cenário tem um biombo (spider), onde na parte superior está o nome do projeto e nas duas laterais a logomarca do patrocinador;
- No vidro traseiro do veículo de transporte da equipe, um adesivo com nome do projeto e sua logomarca;
- Dois banners colocados nos tripés das caixas de som com a logo do patrocinador;
- No local do evento, um banner do projeto com a logomarca do patrocinador;
- Aplicação do logo em 200 cartazes coloridos;
- Aplicação do logo em 10.000 flyers;
- Exibição de vídeo institucional do patrocinador com duração média de 3 minutos antes das apresentações;
- Houve a possibilidade de adaptar algum efeito de mágica utilizando a logo do patrocinador e em algum texto usado nos shows.





LEI ROUANET

MÚSICA INSTRUMENTAL

MINAS GERAIS

A.B.E.

# BLOCO ACADÊMICOS DA BATERIA ELETRÔNICA

OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RESPEITO ÀS  
TRADIÇÕES E INCLUSÃO SOCIAL





## O PROJETO

O Bloco Acadêmicos da Bateria Eletrônica - ABE surgiu em 2013. Seu propósito é reunir ritmistas de samba enredo com DJs, e possibilitar a formação de um trabalho instrumental com harmonia digital, reinventando temas e linguagens características da mais tradicional manifestação da cultura brasileira.

Contemplar um público de todas as idades, sejam adeptos do tradicional como também da cultura alternativa. O desfile do bloco é acompanhado pela Bateria Imperador, intercalado com a apresentação de DJs, promovendo muita animação e diversidade cultural durante o carnaval.

Prezar pelo protagonismo da expressão maior da cultura popular brasileira, ao realizar um desfile democrático, familiar, gratuito e também inclusivo.

O ano de 2017 marcou o 5º desfile do ABE, que promoveu uma manifestação saudável e espontânea, e ao mesmo tempo capaz de garantir a segurança dos foliões e manter acesa a autêntica tradição do carnaval, junto ao ritmo contemporâneo da música eletrônica.

## REALIZAÇÃO

**Locais:** município de Contagem/MG e região metropolitana de Belo Horizonte/MG

**Período:** fevereiro/2017

**Público:** 20.000 pessoas



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

20.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Contagem/MG - Preaquecimento na praça Paulo Pinheiro Chagas (às 14h)

Um dia - 10/01/17

Contagem/MG - Desfile na praça Paulo Pinheiro Chagas (às 14h)

Um dia - 18/02/17

Contagem/MG - Ressaca na praça Paulo Pinheiro Chagas (às 14h)

Um dia - 26/02/17



## CONTRAPARTIDAS

- Citação nos releases de imprensa;
- Logomarca em 10 traseiras de ônibus coletivos da região metropolitana (Backbus);
- Link patrocinado nas redes sociais (Instagram e Facebook);
- Ploter - laterais e interior do trio elétrico;
- Locuções - Menções aos patrocinadores durante os ensaios e desfile;
- Logo no vídeo institucional do projeto;
- Acesso liberado para até 10 convidados no trio elétrico;
- Reserva de espaço para realização de atividades promocionais durante o desfile.





LEI ROUANET

MÚSICA INSTRUMENTAL

CEARÁ

FESTIVAL  
**BR135**  
INSTRUMENTAL

# FESTIVAL BR135 INSTRUMENTAL



OBJETIVOS:

VALORIZAÇÃO CULTURAL, RESPEITO ÀS  
TRADIÇÕES E GERAÇÃO DE RENDA



PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO



## O PROJETO

Fomentar a cultura musical instrumental e formar plateia no Estado do Maranhão. Realizado gratuitamente em espaço público, composto por quatro dias de evento, com apresentações musicais instrumentais locais e nacionais. No ano de 2017, em quatro dias, no mês de novembro, com lançamento numa quarta-feira no teatro Arthur Azevedo, e na quinta, sexta e sábado em espaço público.

Divulgar de forma mais ampla a música instrumental no Brasil, principalmente nas regiões norte e nordeste. Aumentar a oportunidade para artistas e grupos instrumentais se apresentarem em suas regiões, bem como os grupos nacionais, se apresentarem em regiões que tenham pouca tradição em eventos musicais, especificamente instrumentais.

## REALIZAÇÃO

Local: São Luís/MA

Período: novembro/2017

Público: 30.000 pessoas

30.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

São Luis/MA - Lançamento do projeto no Fanzine Rock Bar (às 20h)  
22/11/17 no Fanzine Rock Bar às 20h (São Luis/MA)

São Luis/MA - Evento na Praça Nauro Machado (às 17h30)  
Três dias - 23/11/17 a 25/11/17



### Aplicação da logomarca do patrocinador nas seguintes peças:

- Banner divulgação – Localizado nos espaços internos do evento;
- Faixa adesiva fundo de palco;
- Faixa de lona lateral de palco;
- Saia de palco com testeira de palco com o nome do projeto e marcas de patrocínio;
- Pórtico de entrada no espaço físico com as marcas dos patrocinadores;
- 750 lugares. Sinalização de fundo do palco do teatro Arthur Azevedo, no lançamento do evento. Somente para convidados, autoridades, formadores de opinião, músicos e produtores culturais;
- 500 Cartazes/Pôsteres;
- Criação, divulgação do convite eletrônico;
- 1.000 Folders formato até A4(21x29,7cm);
- 10 Outdoors simples - Divulgação durante 2 semanas;
- Spot de até 30" durante 2 semanas, antes do evento no Sistema Mirante e TV Globo Local;
- VT varejo até 30"/Vinheta até 30" - Divulgação em TV do evento, durante 3 dias antes do evento e nos dias.



## CONTRAPARTIDAS



LEI ROUANET

DANÇA

CENTRO OESTE

ROTA  
CONVIDADA

# ROTA CONVIDADA



## O PROJETO

Uma semana de eventos relacionados e destinados à cultura Hip Hop junto com a tradicional competição de Hip Hop, com a apresentação de trabalhos desenvolvidos por artistas do grafite, rap, batalha 2x2 de b.boys e b.girls, oficinas e seminários de vários estilos de dança de rua e a tradicional mostra competitiva de HIP HOP, com premiação visando fomentar a manutenção dos processos continuados de criação desenvolvidos por grupos de HIP HOP do Distrito Federal e entorno, com suas equipes, proporcionando uma gestão mais profissional destas companhias e grupos, ampliando o acesso aos bens culturais produzidos por esses artistas, assim como as repercussões de tal produção.

Compor uma mostra cultural competitiva que envolve a estética HIP HOP em todas as suas manifestações: dança, música e artes plásticas. Com dezesseis anos consecutivos de atuação e grande sucesso local e nacional, a mostra tem garantido ampliação de mercado e de intercâmbio cultural aos participantes, tanto aqueles que produzem, como à comunidade envolvida, aos profissionais que vêm de fora e aos participantes locais que divulgam o seu trabalho em nível nacional e internacional. São premiadas várias categorias das manifestações do HIP HOP: 1º, 2º e 3º nas categorias avançado, sênior, solo, duo, trio, b-boy, b.girl, HIP HOP, além de melhor bailarino, melhor bailarina, melhor grupo, melhor coreógrafo, tela de grafite mais votada. A Mostra acontece em uma semana, aberta ao público com acesso gratuito à comunidade, sem restrição de classe social ou idade, de forma a contribuir para a viabilização do acesso a bens e serviços culturais de qualidade.

O projeto adere às políticas públicas de promoção da saúde e da qualidade de vida, apresentando o Hip Hop e suas manifestações como uma forma de influenciar práticas de hábitos voltados para a preservação da saúde física e mental, e afastamento do uso de drogas. O projeto gera emprego e renda para os participantes e impacta diretamente no comércio local para o atendimento à essa população.



**7.000**  
**PESSOAS**  
**IMPACTADAS**

## REALIZAÇÃO

Local:	Brasília/DF
Período:	outubro/2017 a novembro/2017
Público:	7.000 pessoas



PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Brasília/DF - Realização dos Workshops, Palestras e Mostra de Vídeo na Escola de Dança Noara Beltrani

Três dias - 30/10/17 a 01/11/17

Brasília/DF - Realização da Competição, Batalhas e Workshops no Centro Cultural Taguaparque

Três dias - 02/11/17 a 05/11/17



## CONTRAPARTIDAS

Aplicação da logomarca do patrocinador nas seguintes peças:

- Banner/ faixa adesiva / faixa de lona / saia de palco / testeira / pórtico;
- Cartaz / Pôster;
- Folder formato até A5 (15,5x21cm);
- Peças de internet (criação / textos / frames / multimídia);
- Site;
- Spot de até 15'';
- VT Varejo até 15''/ Vinheta até 15''.





LEI ROUANET

TEATRO

CENTRO OESTE

Outra história  
DE FRANCISCO

# OUTRA HISTÓRIA DE FRANCISCO

OBJETIVOS:

INCLUSÃO SOCIAL, VALORIZAÇÃO CULTURAL E  
RESPEITO ÀS TRADIÇÕES



## O PROJETO

Resgatar o universo da cultura popular, levando para a cena personagens como: Bumba meu boi, Ema, Homem da Cobra, entre outros.

O objetivo do projeto foi a montagem do espetáculo teatral com estreia em Araguaína - TO, e circulação por 5 cidades do Norte (duas apresentações em cada cidade) em 18 cidades do Nordeste e em 2 do Sudeste (uma apresentação em cada cidade). Totalizando 30 apresentações, acompanhadas de oficinas de contação de história.

Os ingressos foram a preços populares (R\$ 10,00 e R\$ 20,00).

Trata-se de uma aventura lúdica dirigida ao público infantil, que conta através de uma trupe de palhaços, uma versão bem humorada da história de São Francisco de Assis. Utilizando o universo do Clown, o espetáculo mostra Francisco de Assis ainda criança, que junto com seus amigos recebe a missão de proteger os animais.

## REALIZAÇÃO

Locais: Região Norte, Nordeste e Sudeste

Período: novembro/2017 a maio/2018

Público: 9.000 pessoas

PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO



9.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

### 1ª Etapa - Região Nordeste

- São Luis/MA - Um dia - 03/11/17
- Teresina/PI - Um dia - 05/11/17
- Parnaíba/PI - Um dia - 07/11/17
- Sobral e Fortaleza/CE - Dois dias - 10/11/17 e 12/11/17
- Natal e Mossoró/RN - Dois dias - 15/11/17 e 17/11/17
- Juazeiro do Norte/CE - Um dia - 19/11/17

### 2ª Etapa - Região Nordeste

- João Pessoa, Campina Grande, Souza e Cajazeiras/PB - Cinco dias - Execução em 2018
- Recife e Curuaru/PE - Dois dias - Execução em 2018
- Maceió/AL - Um dia - Execução em 2018
- Aracaju/SE - Um dia - Execução em 2018
- Salvador e Ilhéus/BA - Dois dias - Execução em 2018

### 3ª Etapa - Região Norte/Sudeste

- Araguaína e Palmas/TO - Quatro dias - Execução em 2018
- Manaus/AM - Dois dias - Execução em 2018
- Porto Velho e Belém/RO - Quatro dias - Execução em 2018
- Patos de Minas e Uberlândia/MG - Dois dias - Execução em 2018



## CONTRAPARTIDAS

### Logomarca do patrocinador nos seguintes materiais:

- 5 banners;
- 35 camisetas;
- 1.500 cartazes;
- 2.000 folders;
- Website;
- Mídias sociais (Facebook, Instagram);
- Cessão de 500 ingressos do tipo cortesia ao patrocinador, sendo que divididos sob percentual conforme a lotação dos teatros de cada cidade.



LEI ROUANET

TEATRO

ATACADOS

VEM VER NOSSO  
BOI BRINCAR

UMA HOMENAGEM AO  
CANTADOR ARNOLDO QUECA



VEM VER  
NOSSO BOI  
BRINCAR

OBJETIVOS:

INCLUSÃO SOCIAL E  
VALORIZAÇÃO CULTURAL



PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO



## O PROJETO

Oferecer a diferentes comunidades, entre estas, comunidades de colonização açoriana ou ligadas à cultura popular do Boi de Mamão, atividades de apreciação artística e à uma ou mais comunidades locais atividades de formação ligadas à brincadeira do Boi de Mamão.

A programação do projeto é composta por oficinas de teatro, música e cultura popular, em Itajaí, além da circulação do espetáculo por oito cidades catarinenses. Dia 14/09 começaram as oficinas do projeto, e a partir do dia 28/09 o espetáculo foi apresentado nas cidades de Canelinha, Porto Belo e Bombinhas.

### O espetáculo

Estreado em julho de 2016, “Vem ver nosso boi brincar - Uma homenagem ao cantador Arnaldo Cueca” foi um projeto idealizado pela musicista Natália Pereira, em conjunto com a Cia Experimentus Teatrais (Itajaí) e a Dionisos Teatro (de Joinville). A montagem nasceu a partir da vontade de Natália em registrar e reviver o trabalho do avô, um brincante de Boi de Mamão que, por mais de 40 anos, marcou a cultura popular em Itajaí espalhando-a pelo estado e pelo Brasil. Sr. Arnaldo José Pereira levou o “Grupo Folclórico Boi de Mamão” para mais de 20 edições da tradicional festa do calendário catarinense, a Marejada. Importante e estimada figura da cultura popular catarinense, “Seu Cueca” como era conhecido e carinhosamente chamado, faleceu no início de 2017, aos 96 anos de idade. A dramaturgia do espetáculo é baseada na história de vida do cantador, contada por ele e por pessoas com quem trabalhou ao longo desses 40 anos. Em cena, Natália Pereira e Vinícius Ferreira, utilizam-se de bonecos do Boi de Mamão em miniatura, instrumentos musicais e elementos da cultura popular para narrar essa trajetória por meio de música e prosa. A direção é de Silvestre Ferreira, que também assina a dramaturgia junto com Natália.

2.500  
PESSOAS  
IMPACTADAS

## REALIZAÇÃO

Locais: Itajaí/SC e cidades da região

Período: setembro/2017 a dezembro/2017

Público: 2.500 pessoas

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



- Itajaí/SC - Instituto Grupo Poly**  
Um dia - 13/09/17
- Itajaí/SC - Instituto Grupo Poly**  
Vinte e três dias - 14/09/17 a 30/11/17
- Canelinhas/SC - Centro de Educação e Arte**  
Um dia - 01/11/17
- Porto Belo/SC - Armazém Bistrô**  
Um dia - 03/11/17
- Bombinhas/SC - Engenho do Sertão**  
Um dia - 04/11/17
- Barra do Sul/SC - E.B.M Manoel Henrique Borges**  
Um dia - 23/11/17
- São Francisco do Sul/SC - Brincar Centro Cultural**  
Um dia - 24/11/17
- Itajaí/SC - Lar Fabiano de Cristo**  
Um dia - 30/11/17
- Itajaí/SC - Teatro Municipal de Itajaí**  
Um dia - 01/12/17
- Gov. Celso Ramos/SC - Escola Dr. Aderbal Ramos da Silva**  
Um dia - 06/12/17
- Gov. Celso Ramos/SC - Auditório da Secretaria de Educação**  
Um dia - 07/12/17



## CONTRAPARTIDAS

- Logomarca como apresentador ao lado da logomarca do Ministério da Cultura, em todo o material impresso e virtual do projeto: banner, cartazes, flyers/panfletos e convites;
- Banner exclusivo no hall de entrada dos teatros/espacos das apresentações e salas de oficina;
- Citação do patrocínio pela produção e/ou pelos artistas, antes ou após a apresentação de cada sessão do espetáculo;
- Cessão de espaço para inserção de texto institucional assinado pelo patrocinador no programa do espetáculo entregue a cada espectador;
- Cessão de direitos para a utilização de imagens do projeto;
- Cota de 10% dos ingressos de cada apresentação;
- Citação do patrocínio em todos os releases do projeto.





Promover o esporte como instrumento de inclusão social e desenvolvimento humano é o principal objetivo desta área, cuja temática é transversal e complementar às demais frentes de atuação do Atacadão.

O trabalho realizado pretende contribuir para que crianças, jovens, adultos e idosos, por meio da prática esportiva, tenham uma vida mais saudável. Segundo dados da Organização Mundial de Saúde, uma a cada três crianças no Brasil está obesa ou acima do peso, devido a maus hábitos alimentares e sedentarismo. Pesquisa do Ibope mostra que as crianças costumam ficar mais de 5 horas por dia em frente à televisão – isso sem mencionar as horas gastas em computadores e celulares. Ou seja, sobra muito pouco tempo para que se movimentem.

Além da atividade física, os projetos estimulam, com os princípios e valores do esporte, o desenvolvimento da convivência social, a promoção da saúde e o aprimoramento da consciência crítica e da cidadania, na finalidade de criar novas oportunidades de vida e trabalho para adolescentes e jovens.

A área trabalha o esporte como ferramenta de transformação humana e social e desenvolve programas nas dimensões: iniciação esportiva, educacional, de participação e de rendimento.

# ESPORTE



ESPORTE FEDERAL

ESPORTE INCLUSIVO

SÃO PAULO 1



Instituto  
**OLGA KOS**  
Inclusão Cultural

# CORRIDA E CAMINHADA PELA INCLUSÃO OLGA KOS ANO III



OBJETIVOS:

INTEGRAÇÃO COM A COMUNIDADE E  
PROMOÇÃO DA SAÚDE





## O PROJETO

O projeto tem como objetivo principal apresentar a toda a comunidade, e aos nossos governantes, a importância da valorização, empoderamento e inclusão de pessoas com deficiência intelectual, particularmente com Síndrome de Down, à sociedade.

### Objetiva também:

- Estimular a população, inclusive pessoas com deficiência intelectual à prática de atividades físicas;
- Mobilizar a população em prol da causa da inclusão, sobretudo das pessoas com deficiência intelectual;
- Despertar a consciência e motivação em relação à prática de atividade física, ressaltando sua importância como forma de prevenção de doenças, promoção do bem estar e qualidade de vida;
- Oferecer oportunidade de participação para corredores de diferentes níveis técnicos;
- Estimular a prática de esportes para pessoas com e sem deficiência.

Foram convidadas 3.000 pessoas com inscrições gratuitas, que são os participantes dos projetos do Instituto Olga Kos, seus responsáveis e alunos de instituições da rede de relacionamentos do instituto que atendem pessoas com deficiência intelectual e em vulnerabilidade social. O critério de seleção dos participantes para a corrida prioriza o interesse da população em geral, inclusive pessoas com deficiência intelectual.

Foi a terceira edição do projeto em comemoração ao Dia Internacional da Síndrome de Down, celebrado anualmente em 21/03. A corrida de rua contemplou percursos de 5km e 10km, além de uma caminhada de 4km. O evento pertence ao calendário da cidade de São Paulo e conta com o apoio formal e expresso da Prefeitura de São Paulo, através da Secretaria de Esportes, Lazer e Recreação do município.



PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO

## REALIZAÇÃO

Local: São Paulo/SP - Estádio Municipal Pacaembu

Período: março/2017

Público: 13.000 pessoas

## ETAPAS DE EXECUÇÃO

Realização da Corrida Olga Kos - Circuito Pacaembu

07h - 19/03/17



### Arena:

- Inserção de Logomarca nos pórticos de largada e chegada, nos back-drops de premiação e de imprensa, back-drops para fotos, material interno da tenda vip (banner e/ou telão)

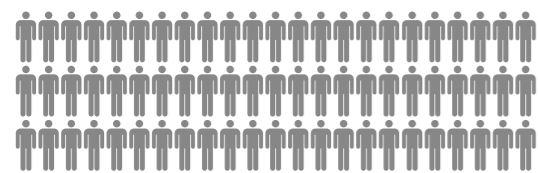
### Percurso:

- Inserção de Logomarca nas lonas de gradil e nas placas de quilometragem distribuídas ao longo do percurso da prova

### Divulgação:

- Inserção de Logomarca em todo o material do kit distribuído aos participantes da corrida e da caminhada: squeezes, camisetas e sacolas;
- Inserção de Logomarca em peças de divulgação: convite eletrônico, folders, cartazes, banners e no site do Instituto Olga Kos na página do projeto e nas artes inseridas nas redes sociais do Instituto Olga Kos;
- Cessão de tenda com medida de 5X5m;
- Cessão de kits cortesia (10 inscrições com uso de chip e número de peito);
- Inserção de Logomarca nos pórticos de largada e chegada, nos back-drops de premiação e de imprensa, bem como nas lonas e nas placas de quilometragem distribuídas ao longo do percurso da prova;
- Site do Instituto Olga Kos na página do projeto e nas artes inseridas nas redes sociais do Instituto Olga Kos.

## CONTRAPARTIDAS



**13.000**  
**PESSOAS**  
**IMPACTADAS**

PIE

ESPORTE

SÃO PAULO 1

CARAPICUÍBA  
A CIDADE DO FUTEBOL

# CARAPICUÍBA A CIDADE DO FUTEBOL

OBJETIVOS:  
INCLUSÃO SOCIAL E  
PROMOÇÃO DA SAÚDE



## O PROJETO

Esse projeto visa realizar diversos campeonatos no decorrer do ano, das variadas categorias esportivas, com a finalidade de atender o público da várzea, na modalidade futebol.

Apoiar o futebol amador do Município de Carapicuíba, incentivando a sua difusão e aperfeiçoamento. A liga promove a realização de campeonatos oficiais da cidade, torneios e outras competições de futebol amador.

## REALIZAÇÃO

Local: Carapicuíba/SP

Período: junho/2017 a dezembro/2017

Público: 5.500 pessoas

**CARAPICUÍBA**  
A CIDADE DO FUTEBOL

**CONVITE**

**CARAPICUÍBA**  
A CIDADE DO FUTEBOL

A Liga de Futebol de Carapicuíba tem a honra de convidar você e sua família para o grande final dos campeonatos do projeto CARAPICUÍBA "A CIDADE DO FUTEBOL"

**Dia: 23 de julho de 2017 a partir das 08h00min**

**CAMPEONATO DA CATEGORIA MASTER ATACADÃO**  
09h15min - ECJ PLANALTO X BRASINHA FS

**CAMPEONATO DA CATEGORIA VETERANÍSSIMO 1ª DIVISÃO ATACADÃO**  
09h45min - EC FURACÃO X EC RENEGADOS

**CAMPEONATO DA CATEGORIA VETERANÍSSIMO 2ª DIVISÃO ATACADÃO**  
11h00min - EC JACARANDA X ROSAS DE OURO FC

**CAMPEONATO DA CATEGORIA SUB 20 ATACADÃO**  
12h30min - RUBRO NEGRO/ALDEIA X EC LIBERDADE

Local: Estádio municipal de Carapicuíba, Av. Perimetral Norte, 246 - Cohab 2  
REALIZAÇÃO LIGA DE FUTEBOL DE CARAPICUÍBA

**ATACADÃO**

**GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO**  
Secretaria de Esportes, Lazer e Recreação

5.500  
PESSOAS  
IMPACTADAS



PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



### Categoria Veterano Série Prata

51 dias - 03/06/17 a 23/07/17

### Categoria Veterano Série Ouro

51 dias - 03/06/17 a 23/07/17

### Categoria Veterano Master

50 dias - 04/06/17 a 23/07/17

### Categoria Sub 20

51 dias - 03/06/17 a 23/07/17

### Categoria Copa dos Campeões

44 dias - 15/07/17 a 27/08/17

### Campeonato Sub 15

49 dias - 04/08/17 a 21/09/17

### Campeonato Sub 17

49 dias - 04/08/17 a 21/09/17

### Categoria 2ª Divisão

72 dias - 29/07/17 a 08/10/17

### Categoria 3ª Divisão

65 dias - 05/08/17 a 08/10/17

### Campeonato Sub 11

64 dias - 16/09/17 a 18/11/17

### Campeonato Sub 13

64 dias - 16/09/17 a 18/11/17

### Categoria 1ª Divisão

103 dias - 23/08/17 a 03/12/17

### Categoria Seletiva

58 dias - 07/10/17 a 03/12/17



## CONTRAPARTIDAS

### Logomarca nos seguintes materiais:

- Banner na página do Facebook;
- Nas camisas dos árbitros;
- No backdrop do campeonato;
- Nos troféus e medalhas;
- Nos painéis nos campos onde foram realizadas as partidas;
- Em todo o material de lançamento do evento;
- Nas camisas das crianças nas finais do projeto.





PIE  
ESPORTE  
SÃO PAULO 2

CIRCUITO  
SAÚDE

# CIRCUITO SAÚDE

CAMINHADA E  
CIRCUITO ECO  
KIDS



OBJETIVOS:  
INCLUSÃO SOCIAL, PROMOÇÃO  
DA SAÚDE E NUTRIÇÃO



## O PROJETO

Oportunizar a prática esportiva para adolescentes, adultos e idosos, utilizando a Caminhada e o Circuito Eco KIDS como instrumento de saúde, lazer, socialização e inclusão social.

Contribuir para o desenvolvimento físico, psicológico e social do praticante; reforçar atitudes de integração, cooperação e comprometimento.

Colaborar para a formação de convicções individuais, a partir da prática saudável inibidora do sedentarismo, da ociosidade e do cenário de drogas como tabaco e álcool.

O evento é composto por circuito kids para as crianças com corrida a pé e caminhada para os adultos, com apresentação e aulas de crossfit e zumba.

## REALIZAÇÃO

Locais: Ferraz de Vasconcelos, Jacareí e Jundiaí/SP.

Período: setembro/2017 a novembro/2017

Público: 3.500 pessoas

PEÇA DE DIVULGAÇÃO



3.500  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



### Jacaré/SP

Dois dias - 09/09/17 a 10/09/17

### Ferraz de Vasconcelos/SP

Dois dias - 28/10/17 a 29/10/17

### Caragatatuba/SP

Dois dias - 25/11/17 a 26/11/17

### Logomarca nos seguintes materiais, para cada cidade:

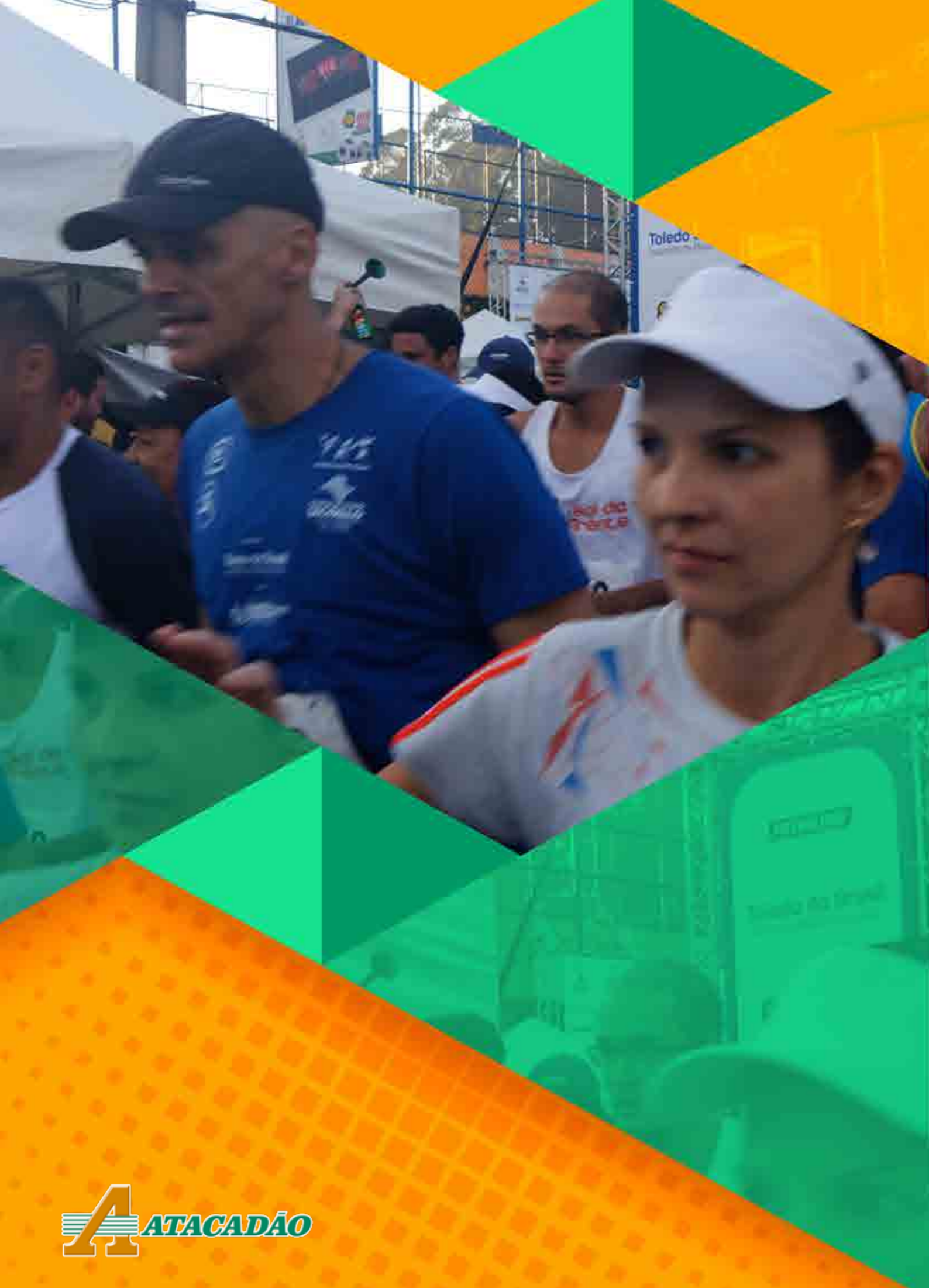
- 200 Camisas de participação KIDS;
- 500 Camisas de participação Adulto;
- 125 Camisas organização;
- 700 Mochilas Eco Bag;
- 700 Squeezes;
- 700 Números de Identificação;
- 700 Medalhas de participação;
- 1 Banner Backdroop;
- 5 Banners Wind;
- 6 Banners Inflável;
- 20 Banners Guarda Corpo;
- 10 Banners Informativo;
- 10 Banners Sinalização KIDS;
- 20 Banners Sinalização Adulto;
- 5 Faixas;
- 10 Cartazes;
- 750 Credenciais;
- 2.500 Flyers.



## CONTRAPARTIDAS







PIE  
ESPORTE  
SÃO PAULO 1

# CIRCUITO DE CORRIDA DE RUA E CAMINHADA

OBJETIVOS:  
INCLUSÃO SOCIAL E PROMOÇÃO DA SAÚDE



## O PROJETO

Incentivar a prática esportiva saudável oferecendo melhor infraestrutura de participação dos municípios. Dar a oportunidade gratuita da prática da corrida e caminhada.

O Circuito de Corrida de Rua e Caminhada 2017, foi realizado na cidade de São Bernardo do Campo, em três etapas, com diferentes locais, percorrendo as principais vias.

Prova de 5km possibilitou a participação de corredores de menor distância, bem como caminhantes. Este evento abriu a temporada de corridas no município. Largada e chegada com toda estrutura de apoio aos corredores.

Para cada etapa foi utilizada camiseta com cor diferente.

## REALIZAÇÃO

Locais: São Bernardo do Campo/SP

Período: março/2017 a novembro/2017

Público: 4.500 pessoas

PEÇA DE DIVULGAÇÃO


4.500  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Evento em SBC na av. Robert Kennedy, prox. ao Golden Ball

07h (1ª etapa) - 26/03/17

Evento em SBC na av. 31 de Março, Bairro Paulicéia

07h (2ª etapa) - 25/06/17

Evento em SBC na av. Kennedy, 1155, Ginásio Poliesportivo

07h (3ª etapa) - 12/11/17



## CONTRAPARTIDAS

### Aplicação da logomarca:

- Camisetas (região das costas);
- Medalhas;
- Número de peito;
- Pórtico de Largada/Chegada;
- Palco (Testeira e Banner lateral);
- Guarda volume;
- Gradis;
- Anúncio pelo locutor do evento como "Patrocinador Oficial".

### Inscrições:

- 30 inscrições





PIE

ESPORTE INCLUSIVO

SÃO PAULO 1

FUTEBOL

PARA DEFICIENTES  
VISUAIS III

# FUTEBOL PARA DEFICIENTES VISUAIS III

OBJETIVOS:

INCLUSÃO SOCIAL DE PESSOAS  
E PROMOÇÃO DA SAÚDE



## O PROJETO

Proporcionar continuidade à especialização, assunção de competências e manutenção da atividade desportiva por atletas não profissionais praticantes da modalidade de futebol de 5, em estágio de pré-qualificação para as disputas de campeonatos e eventos promovidos pela “CBDV – Confederação Brasileira de Desportos de Deficientes Visuais” e pela “FPDC – Federação Paulista de Desporto para Cegos”.

Além de integrar o patrimônio cultural brasileiro, a prática desportiva é um direito do indivíduo e o fomento, na forma constitucional, recebe o apoio governamental.

O projeto associa a competência e a tradição da APADV (Associação de Pais e Amigos dos Deficientes Visuais), com o apoio do Governo do Estado, no desenvolvimento de um programa de capacitação e manutenção que irá beneficiar o futebol de 5 paulista e brasileiro, principalmente pela atuação na região metropolitana do Estado de São Paulo.

## REALIZAÇÃO

Local:	São Bernardo do Campo/SP
Período:	fevereiro/2017 a setembro/2017
Público:	4.800 pessoas



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

4.800  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



### Retorno aos Treinos

Um dia - 04/02/17

### Copa Loterias Caixa de Futebol de 5 - Série A

Trinta dias - 01/02/17 a 02/03/17

### Campeonato YouthParapan American Games 2017

Quatorze dias - 15/03/17 a 28/03/17

### Campeonato e Circuito Paulista - I Etapa

Um dia - 01/04/17

### Regional Sul

Três dias - 19/05/17 a 21/05/17

### Circuito Paulista de Esportes para Deficientes visuais

Um dia - 10/06/17

### 9º Copa São Paulo

Trinta e três dias - 01/08/17 a 02/09/17

### Campeonato e Circuito Paulista - Etapa II

Um dia - 16/09/17



## CONTRAPARTIDAS

- Uso da terminologia “Patrocinador Oficial” do Futebol Para Deficientes da APADV;
- Exposição na região frontal dos uniformes de jogo;
- Exposição frontal nas camisas da comissão técnica;
- 1 placa no local de treino e jogos em casa;
- Direito de uso de imagem da equipe e dos atletas;
- Espaços para decoração de ginásio com uso de banners, bandeiras, balões, etc;
- Espaços de publicidade em todas as mídias sociais da entidade;
- Exposição em todo material de divulgação de jogos e da equipe em geral (banners, faixas, cartazes, panfletos e revistas);
- Interação dos atletas com os colaboradores da empresa nas lojas da capital e grande São Paulo;
- Realização de palestra de treinamento dos colaboradores para o atendimento da pessoa com deficiência, conforme legislação vigente.





PIE  
ESPORTE  
SÃO PAULO 2

# ESPORTE E BEM ESTAR III



**OBJETIVOS:**  
INCLUSÃO SOCIAL, INTEGRAÇÃO COM A  
COMUNIDADE E PROMOÇÃO DA SAÚDE



## O PROJETO

O Instituto Eco Ambiental e Social desenvolve ações ligadas à promoção do esporte e atividade física para a sociedade, como ferramenta de combate às doenças relacionadas ao sedentarismo, prevenção e manutenção da saúde coletiva da população, fomento do prazer e benefício da prática regular da atividade física e esportes, e outros grandes benefícios que esse hábito de vida proporciona são fundamentais para a construção de uma sociedade mais saudável fisicamente, mentalmente e apta a desempenhar suas funções como cidadãos de bem e que entendem seu papel ativo para construção do dia a dia da comunidade da qual fazem parte.

O projeto Esporte e Bem Estar III, apresentado pelo Instituto Eco Ambiental e Social foi aprovado pela Lei Paulista de Incentivo. Por meio de atividades físicas e esportivas em arenas montadas em parques e áreas que recebem o público com diferentes atividades. O foco foi o estímulo ao hábito pela atividade física e o esporte, valorizando a saúde, qualidade de vida e bem-estar dos participantes. A proposta foi de encontro ao interesse público na promoção do esporte à população, estimulando o hábito por sua prática e dando a oportunidade do desenvolvimento e melhora da condição física e saúde para a população.

O projeto teve como objetivo realizar três etapas de corrida de rua (5km e 10km) no estado de São Paulo, com o intuito de despertar nos indivíduos a consciência e motivação em relação à prática de atividade física, ressaltando sua importância como forma de prevenção de doenças, através do bem-estar e da qualidade de vida e em busca da longevidade conforme preceitos correntes da Medicina do Esporte. Também objetivou despertar em adolescentes e adultos mais jovens, interesse e motivação em relação à prática de atividade física, ressaltando sua importância como forma de realização pessoal e cuidados corporais que os aproximem da ideia de saúde e de atitudes e comportamento favoráveis à forma física e consequente melhoria da sua qualidade de vida.

PEÇA DE  
DIVULGAÇÃO





## REALIZAÇÃO

Local: Atibaia/SP

Período: junho/2017

Público: 3.200 pessoas



# 3.200

## PESSOAS IMPACTADAS



## CONTRAPARTIDAS

- Patrocínio exclusivo para a etapa na cidade de Atibaia;
- No local, estampado com a marca do cliente: Lona Gradil, Pórtico, Kilometragem, Placa Km, Prisma, Fundo de palco e citação ao patrocinador;
- 1.500 camisetas;
- 1.500 kits para os atletas contendo: (camiseta com a exposição frontal da marca do patrocinador, gin bag, barra de cereal, fruta e copos de água para hidratação); dos 1.500, foram 300 inscrições e kits para as ações de relacionamento;
- Brinquedos infláveis, tendas com aferição de pressão e avaliação física no local da corrida;
- Mídia Impressa: 300 Cartazes e 500 Flyers;
- Mídia de Divulgação eletrônica;
- Hot Site e E-mail Marketing. Um E-mail marketing para chamar o público para a inscrição na cidade e um segundo, pós evento, de agradecimento aos participantes;
- Área VIP contendo 2 tendas abertas de 25m<sup>2</sup> para distribuição de alimentos de marcas parceiras do Atacadão.





ESPORTE FEDERAL

ESPORTE

MINAS GERAIS



# BOLEIROS DA VÁRZEA



**OBJETIVOS:**  
INTEGRAÇÃO COM A COMUNIDADE E  
PROMOÇÃO DA SAÚDE



## O PROJETO

Visa incentivar a participação em atividades esportivas em regiões periféricas das cidades, com jogos, opções de lazer e entretenimento diretamente ligadas ao esporte para toda a comunidade.

O projeto tem um forte caráter de participação e integração social, pois movimenta os moradores dos bairros do entorno dos Clubes das Comunidades e dos bairros das equipes inscritas no campeonato.

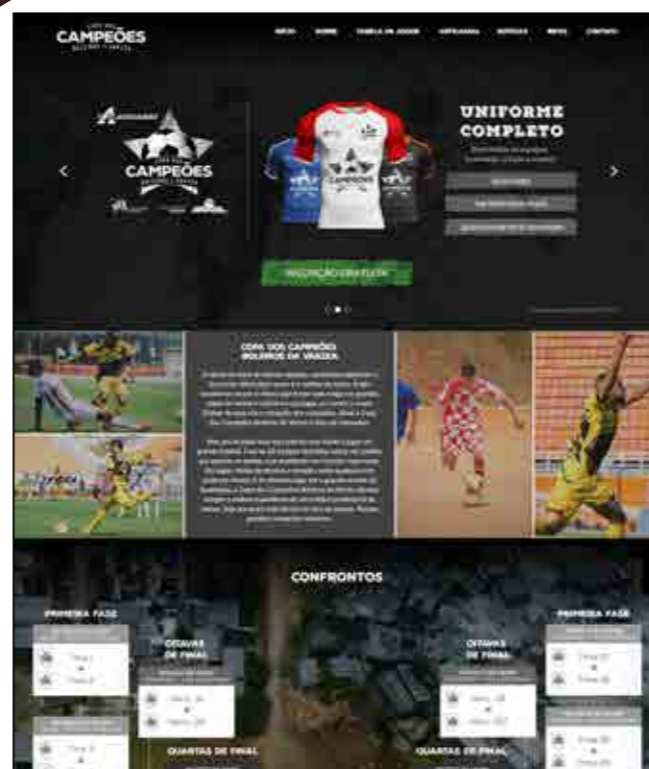
Proposto pela RBR Esportes e Cultura e com Gestão Comercial e de Marketing da Norte Marketing Esportivo, o projeto reuniu diversos campeonatos de futebol amador adulto, que aconteceram em campos localizados dentro das comunidades, envolvendo os times e bairros mais tradicionais do futebol de várzea.

## REALIZAÇÃO

Locais: Betim, Contagem e Belo Horizonte/MG

Período: setembro/2017 a outubro/2017

Público: 45 mil pessoas



SITE

45.000  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO



Primeira Fase (Betim) - Campo Capelão - Duas partidas  
30/09/17

Primeira Fase (Contagem) - CSU Amazonas - Cinco partidas  
30/09/17

Primeira Fase (Betim) - Campo Capelão - Quatro partidas  
01/10/17

Primeira Fase (Contagem) - CSU Amazonas - Cinco partidas  
01/10/17

Oitavas de Final (Contagem) - CSU Amazonas - Quatro partidas  
07/10/17

Oitavas de Final (Contagem) - CSU Amazonas - Quatro partidas  
08/10/17

Quartas de Final (Contagem) - Arena Gregorão - Quatro partidas  
15/10/17

Semi Final (Betim) - Campo Capelão - Duas partidas  
22/10/17

Final (Contagem) - Arena Gregorão - Uma partida  
29/10/17

### Cota Patrocinador – Exposição de Marca

- Arena: Placas de Campo, Backdrops, Pódio, Faixas de Campo, Pórtico de entrada, Banners Verticais;
- Kit do Atleta: Medalha, Camiseta, Troféu;
- Hotsite do Evento: Botão Logomarca com redirecionamento para site;
- Mídia de Divulgação: em todos os materiais de divulgação do evento, incluindo e-mail MKT, Jornal, Rádio e Banner em Sites.

### Ações

- Disponibilidade para encarte de brindes ou folhetos nos kits;
- Espaço para montagem de estrutura de alimentação de comerciantes locais, como cachorro-quente, churrasco em espeto, pipoca, entre outros.

## CONTRAPARTIDAS





Em sintonia com o papel das organizações para reduzir as desigualdades sociais no Brasil, o Atacadão vem assumindo uma responsabilidade crescente neste setor, com iniciativas que fornecem apoio financeiro e de infraestrutura às organizações parceiras, para que estas possam realizar projetos de assessoria e capacitação para políticas públicas de cunho social.

Além disso, o Atacadão realiza e preza pela continuidade de projetos sociais responsáveis por promover a qualidade de gestão do terceiro setor, por meio da capacitação e articulação de profissionais e voluntários dos diversos setores da sociedade.

# SOCIAL

Os projetos deste livro são apresentados de acordo com a lei, o segmento e as regionais do Atacadão.





LEI DO IDOSO  
INCLUSÃO SOCIAL  
SÃO PAULO 2



# HOSPITAL DO CÂNCER DE BARRETOS



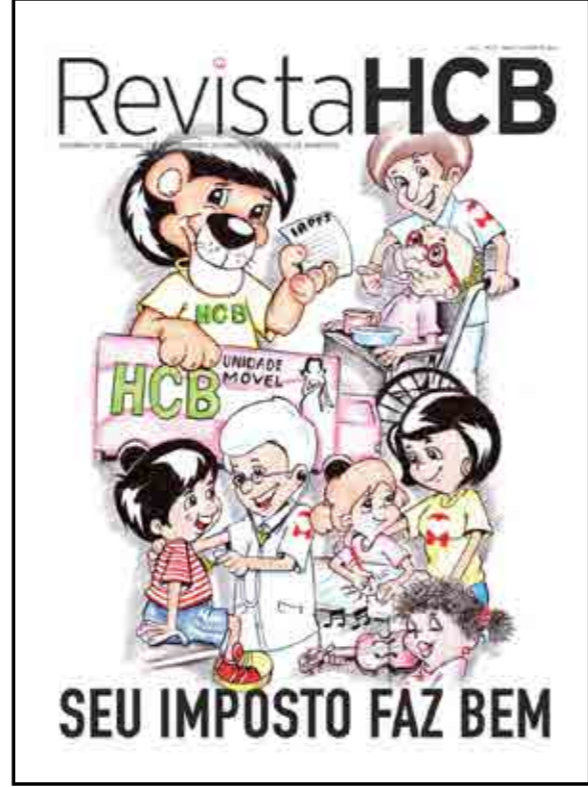
## O PROJETO

Focado na prática humanizadora de cuidados paliativos, o Hospital São Judas Tadeu (uma das unidades do hospital do Câncer de Barretos), objetiva melhorar a vida do paciente e de seus familiares. Além do tratamento, o Hospital oferece as seguintes atividades e serviços aos pacientes e acompanhantes: serviço de assessoria jurídica para todos pacientes e familiares; assistência social integral ao paciente e aos familiares; comemoração de datas festivas; realização de casamentos e reunião com grupo de cuidadores.

O patrocínio foi realizado para o plano anual de atividades do hospital, que visa a continuidade dos atendimentos ao longo do ano de 2017.

## REALIZAÇÃO

- Local: Barretos - Nacional
- Período: janeiro/2017 a dezembro/2017
- Público: 105.230 pacientes



PEÇA DE DIVULGAÇÃO

105.230  
PACIENTES

## ETAPAS DE EXECUÇÃO



### Plano Anual do Fundo Municipal do Idoso do Hospital do Câncer de Barretos

01/01/17 a 31/12/17



## CONTRAPARTIDAS

- Nome na matéria anual da Revista HCB;
- Logo no site por 1 ano;
- Uma palestra;
- Logo por período de 1 trimestre na área do receptivo da carreta de prevenção;
- Selo Empresa Amiga do Hospital.





FUMCAD

INCLUSÃO SOCIAL

PARANÁ

HOSPITAL  
pequeno  
PRÍNCIPE

# PELO DIREITO À VIDA II HOSPITAL PEQUENO PRÍNCIPE

OBJETIVOS:  
INCLUSÃO SOCIAL



Placa de apadrinhamento  
Hospital Pequeno Príncipe –  
Setor Voluntariado

SERVIÇO DE VOLUNTARIADO **ATACADÃO**

Essas empresas também participaram da realização desse sonho:

BD BRASILCAP

Bloo Devção Insetrao

## O PROJETO

O projeto pretende a aquisição de materiais e de equipamentos; Desenvolvimento de pesquisas científicas, Qualificação de pessoal, Produção de conhecimento e Melhoria da qualidade de vida dos pacientes e redução da mortalidade infanto-juvenil. O projeto objetiva promover a saúde por meio da associação entre assistência hospitalar e ambulatorial, do desenvolvimento de pesquisas científicas, da formação de profissionais e da difusão do conhecimento, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das crianças e dos adolescentes em tratamento no Hospital Pequeno Príncipe.

O Hospital Pequeno Príncipe tem uma história de 97 anos dedicados à saúde. O Complexo é formado pelo Hospital, pelas Faculdades e pelo Instituto de Pesquisa, que é o maior do Brasil, exclusivamente pediátrico, e destina 70% de sua capacidade para o Sistema Único de Saúde (SUS). Ou seja, o projeto contribui para diminuir a mortalidade infanto-juvenil e melhorar a qualidade de vida das crianças e adolescentes de todo o país.

## REALIZAÇÃO

### Local:

O Hospital Pequeno Príncipe fica localizado em Curitiba, porém, por ser o maior hospital pediátrico do país e referência nacional, atende crianças de todo Brasil. Mais de 50% das crianças atendidas não são de Curitiba.

### Período:

janeiro/2017 a dezembro/2017

### Público:

310.000 pessoas



# 310.000 PACIENTES



## CONTRAPARTIDAS

- O selo digital “Nós apoiamos”, palestra na empresa para explicação do projeto aos funcionários, inclusão da logomarca nas apresentações do projeto, oferecer desconto na compra de produtos sociais do Hospital Pequeno Príncipe, incluir nome no relatório de atividades do Complexo Pequeno Príncipe;
- Logomarca do Atacadão em um espaço dentro do Hospital Pequeno Príncipe na cota “Ouro”.





FUMCAD

INCLUSÃO SOCIAL

PERNAMBUCO



# ATORES DA CIDADANIA



## O PROJETO

Oferecer alternativas de inclusão social, de desenvolvimento social, cognitivo e comportamental para crianças, adolescentes e jovens em situação de risco social do bairro Ilha do Bispo, no município de João Pessoa (PB). Diante dessa situação, o projeto desenvolve ações que contribuam com a permanência das crianças e adolescentes na escola, onde elas possam construir seu projeto de vida, que promovam e garantam seus direitos, bem como possibilitem a convivência familiar e comunitária e a implementação de alternativas dignas de trabalho e renda.

Esse projeto colabora com a continuidade das ações de educação, desenvolvidas pela ESSOR - Associação de Solidariedade Internacional - com crianças, adolescentes e jovens no Brasil desde 1994, como alternativas de geração de trabalho e renda, resultando em um baixo índice de abandono da escolaridade no ensino médio.

## REALIZAÇÃO

- Locais:** João Pessoa, Patos e Campina Grande/PA
- Período:** junho/2017 a maio/2018
- Público:** 1.920 pessoas

PEÇA DE DIVULGAÇÃO

1.920  
PESSOAS  
IMPACTADAS



## ETAPAS DE EXECUÇÃO

Atividades para melhorar o desenvolvimento cognitivo e social, ampliar os conhecimentos para o enfrentamento das problemáticas Infante Juvenis e facilitar a inserção socioeconômica das:

**240 crianças e adolescentes na cidade de João Pessoa**

01/06/17 a 31/05/18

**160 crianças e adolescentes na cidade de Patos**

01/06/17 a 31/05/18

**80 crianças e adolescentes na cidade de Campina Grande**

01/06/17 a 31/05/18

- Encontro com a direção da loja para definir o envolvimento do programa de voluntariado no projeto (limitações, expectativas);
- Apresentação do projeto aos colaboradores voluntários da loja indicada pela direção;
- Identificação dos centros de interesses e disponibilidade dos colaboradores conforme política de voluntariado da loja;
- Participação nas atividades agregando conhecimentos específicos (mundo do trabalho, relações interpessoais, percursos profissionais, mutirões comunitários, campanhas e/ou oficinas temáticas, momento de convivências). É solicitado que as lojas compartilhem os seus processos de recrutamentos: comportamento para entrevista de trabalho, postura profissional numa empresa, cuidados pessoais e comportamentais;
- Momento de convivências temáticas junto aos beneficiários na própria loja: conhecimento das áreas, palestras/roda de diálogo (relações humanas, política de recursos humanos, vendas, comunicação);
- Participação nos processos de planejamento, monitoramento e avaliação realizados no âmbito do projeto (mensais) e incorporando o planejamento das atividades identificadas junto aos voluntários e direção da loja;
- Divulgação do nome da loja e ação de voluntariado em todos materiais de comunicação do projeto e da instituição (Banners, faixas, mídias, redes sociais) conforme política de comunicação da loja;
- Realização periódica (semestral) de eventos, palestras temáticas e informativas nas lojas; Encaminhamento semestral de informação (relatórios) sobre o projeto e atuação dos voluntários;
- Possibilidade de assessorar no desenvolvimento dos programas de aprendizagem obrigatórios de forma articulada junto ao SENAC ou SENAI. ESSOR é membro do fórum de aprendizagem da Paraíba sob coordenação da Procuradoria do Trabalho do Estado para consolidar estratégias de acesso a lei de aprendizagem junto ao setor privado e público.



## CONTRAPARTIDAS



# EXPEDIENTE

Participaram da análise, seleção e execução dos projetos em 2017:

#### **Diretoria Executiva**

Roberto Mussnich - presidente  
Marco Oliveira - vice-presidente

#### **Comunicação e Sustentabilidade**

Adriana Berti  
Aline Souza  
Antonio Moraes  
Felipe Brandão  
Lucio Silva  
Vanessa Oliveira

#### **Marketing**

Flavia Akamine

#### **Tributário**

Gabriel Marcovicchio  
Gabriela Araujo  
Kenia Orosco

#### **Parlare MKT Cultural**

Andréa Gebin  
Solange Amadeu  
Maria Alice Abbade  
Mario Alves  
Matheus Mizuta  
Marco Cervelli

#### **Projeto Gráfico e Texto**

Ramon Marcelo  
Nana Sguilla

#### **Atacadão S.A.**

Av. Morvan Dias de Figueiredo – 6.169  
Vila Maria Baixa - São Paulo/SP  
CEP 02170-901  
www.atacado.com.br

Os coordenadores agradecem a todos gestores regionais, gerentes de loja e atacado, departamento jurídico e departamento de compras comerciais do Atacadão que contribuíram para elaboração deste livro.

UTILIZE O QR CODE PARA  
ACESSAR O CLIPPING DE CADA  
PROJETO



REALIZAÇÃO:



marketing cultural

[www.parlare.net.br](http://www.parlare.net.br)



UTILIZE O QR CODE PARA ACESSAR A VERSÃO EM INGLÊS

