

# IMAM

PUBLICIDADE

---

Repertório

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 5/2024 – DETRAN / PR.

---

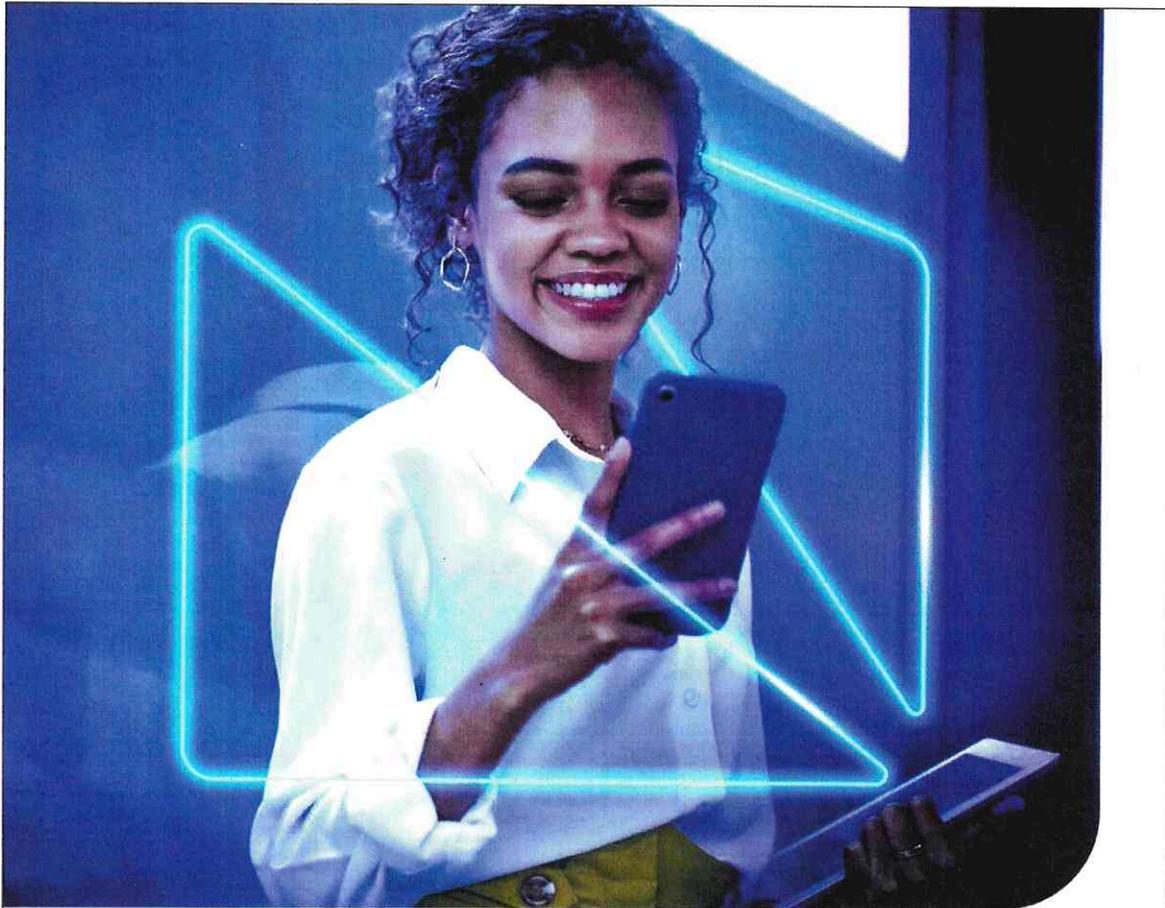


HÁ VINTE ANOS INFLUENCIANDO O MERCADO DA COMUNICAÇÃO

**Peça 01****Licitante:** IMAM Publicidade.**Cliente:** Prime Energy (Grupo Shell).**Título:** Energia Sustentável.**Material:** MUB.**Formato:** 1.20m x 1.80m.**Data de Produção:** Março/2024.**Período de Veiculação:** Março/2024.**Praça:** Curitiba/PR.**Veículo:** CLEAR CHANNEL.

**Desafio e Solução:** O desafio da campanha de lançamento da Prime Energy no Paraná era dialogar diretamente com donos de pequenos e médios negócios, como empresas, padarias, restaurantes, mercados, mecânicas, hotéis, fábricas, dentre outros. Afinal, o serviço de contratação de Energia Por Assinatura ou Mercado Livre de Energia é voltado, no caso da Prime Energy, apenas para pessoas jurídicas (PJ) que gastam a partir de R\$ 1.000 por mês na fatura de energia elétrica e desejam, por meio da contratação de energia limpa e sustentável, economizar na conta e ainda minimizar o impacto de suas atividades no planeta. Para impactar este nicho específico e ainda lançar a Prime Energy no estado, a solução foi utilizar personagens que as pessoas pertencentes ao público-alvo da campanha vissem e se identificassem, chamando a atenção para o discurso trabalhado por meio de textos curtos, diretos, envolventes e cancelados pela informação de que a Prime Energy é uma empresa pertencente ao Grupo Shell. Ou seja, utilizamos essa informação para dar credibilidade à este novo player de Energia que surgia no mercado paranaense. Ainda, para enfatizar os valores de sustentabilidade, tecnologia e praticidade, o insight de deixar a campanha com um Key Visual moderno, tecnológico e diverso ajudou a solucionar o desafio e sustentar os argumentos utilizados, como o de energia limpa, economia e praticidade para quem é dono ou dona do próprio negócio.





**Energia sustentável, economia e  
uma parceria de sucesso  
com o seu negócio.**



**Energia Limpa**



**Desconto Direto na Conta**

**Mercado  
Livre e  
Energia Por  
Assinatura:**



**PRIME ENERGY**

Uma empresa do Grupo Shell





**Peça 02**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Terrasse Construtora.

**Título:** Novos Empreendimentos.

**Material:** Topsight

**Formato:** 3.50 x 5.00m.

**Data de Produção:** Abril/2024.

**Período de Veiculação:** Abril/2024.

**Praça:** Curitiba.

**Veículo:** OutdoorMídia.

**Desafio e Solução:** A Terrasse Construtora estava construindo diversos novos empreendimentos na cidade de Curitiba. O desafio de comunicação era criar uma comunicação que impactasse o público-alvo da construtora em diferentes pontos da cidade mas, além de simplesmente mostrar os lançamentos, era necessário também criar uma identidade de marca forte com o intuito de gerar lembrança de marca nos curitibanos e transmitir os seus valores de marca. A solução encontrada foi divulgar os novos empreendimentos, destinados ao público A e B, com elegância e uma boa estratégia de mídia, que contemplou mídia exterior tradicional e também digital. O ponto de destaque nos materiais da campanha publicitária são os prédios e, secundariamente, os bairros onde estão localizados. A campanha contou com artifícios da direção de arte para transmitir mais conforto e sofisticação, como o brilho refletindo ao fundo de um prédio. Além disso, utilizou amplamente as cores da marca, para criar uma forte lembrança de marca e servir como um guide para as novas criações publicitárias para a marca a fim de fortalecer o seu posicionamento no mercado curitibano.





Plantão on-line



2 E 3 QUARTOS (SUÍTE)



77 M<sup>2</sup> A 166 M<sup>2</sup>

PRIVATIVOS

41 9 8786.2656





**Peça 03**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio – PR.

**Título:** Dengue.

**Material:** JORNAL.

**Formato:** ½ PÁGINA.

**Data de Produção:** Janeiro/2023.

**Período de Veiculação:** Janeiro/2023.

**Praça:** Cornélio Procópio – PR.

**Veículo:** Jornal Metrópole.

**Desafio e Solução:** Cornélio Procópio tem alto índice de dengue no período do verão, devido as condições climáticas ideais para o mosquito se reproduzir. Sendo assim, o número de casos aumenta consideravelmente na cidade durante esse período. O desafio era veicular uma campanha publicitária que impactasse o maior número possível de habitantes de Cornélio Procópio, conscientizando as pessoas de que a melhor prevenção contra as doenças causadas pelo mosquito Aedes Aegypti ainda é eliminar focos de água parada. Como solução, foi criada a campanha de dengue que informa a todos sobre como eliminar focos de proliferação, bem como conscientiza as pessoas sobre a seriedade das doenças. Sendo assim, foram utilizados meios de alto impacto de massa, como spot de rádio, outdoor e materiais para a internet, como posts de redes sociais.





**DENGUE**  
Febre alta (39 e 40);  
dor de cabeça;  
dor atrás dos olhos;  
dor no corpo; cansaço;  
náuseas; vômitos;  
e até perda de peso.

**ZIKA**  
Manchas na pele  
com muita coceira;  
febre baixa (37 e 38);  
e dor nas articulações.

**CHIKUNGUNYA**  
Febre;  
e dor nas  
articulações.

**Dê um fora  
no mosquito  
da dengue!**

**ACABE  
COM ESSA  
AMEAÇA!**

QUANDO ENCONTRAR UM LOCAL COM AGUA PARADA - IDEAL PARA O MOSQUITO DA DENGUE SE MULTIPLICAR - ELIMINE O POSSÍVEL FOCO. COLOQUE AREIA NO VASINHO DE PLANTA, VIRE AS GARRAFAS COM AS BOCAS PARA BAIXO. LIMPE AS CALHAS ADEQUADAMENTE. DESCARTE CORRETAMENTE PNEUS VELHOS E OUTROS OBJETOS QUE ACUMULAM AGUA

**PREFEITURA  
DE CORNÉLIO  
PROCOPIO**  
[cornelioprocopio.pr.gov.br](http://cornelioprocopio.pr.gov.br)



*[Handwritten signature]*



**Peça 04**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Hospital Pilar.

**Título:** Pronto Atendimento.

**Material:** MUB.

**Formato:** 1.20m x 1.80m.

**Data de Produção:** Maio /2023.

**Período de Veiculação:** Maio /2023.

**Praça:** Curitiba.

**Veículo:** Clear Channel.

**Desafio e Solução:** O Hospital Pilar conta com Pronto Atendimento que possui infraestrutura completa para atender os curitibanos que se encontram em situação de emergência clínica. O Pilar oferece serviços de Pronto Atendimento Ortopédico, Neurológico e também voltado às demais emergências. Tudo no mesmo lugar e disponível 24h, com especialistas das 8h às 20h. O desafio proposto no briefing era justamente este: levar ao conhecimento das pessoas que o Hospital Pilar tem tudo o que o paciente precisa para recuperar a sua saúde após uma emergência. Para solucionar o desafio de comunicação, a agência criou uma campanha que, de acordo com a estratégia de mídia, utilizou amplamente a mídia exterior para gerar alto impacto em moradores de Curitiba por meio de uma comunicação direta e assertiva. Já a estratégia criativa para solucionar o desafio estruturou-se em apresentar uma condição de saúde por meio da imagem utilizada na direção de arte e, logo em seguida, apresentar a solução da condição de saúde por meio de features descritos em tópicos. Nos features foram colocados diferenciais do hospital relacionados à emergência da imagem. Por exemplo: para quem sofreu uma queda, Pronto Atendimento Ortopédico com exames de imagem 24h. Assim, a solução adotada foi a frequência de mídia com mensagem direta e sem ruídos.

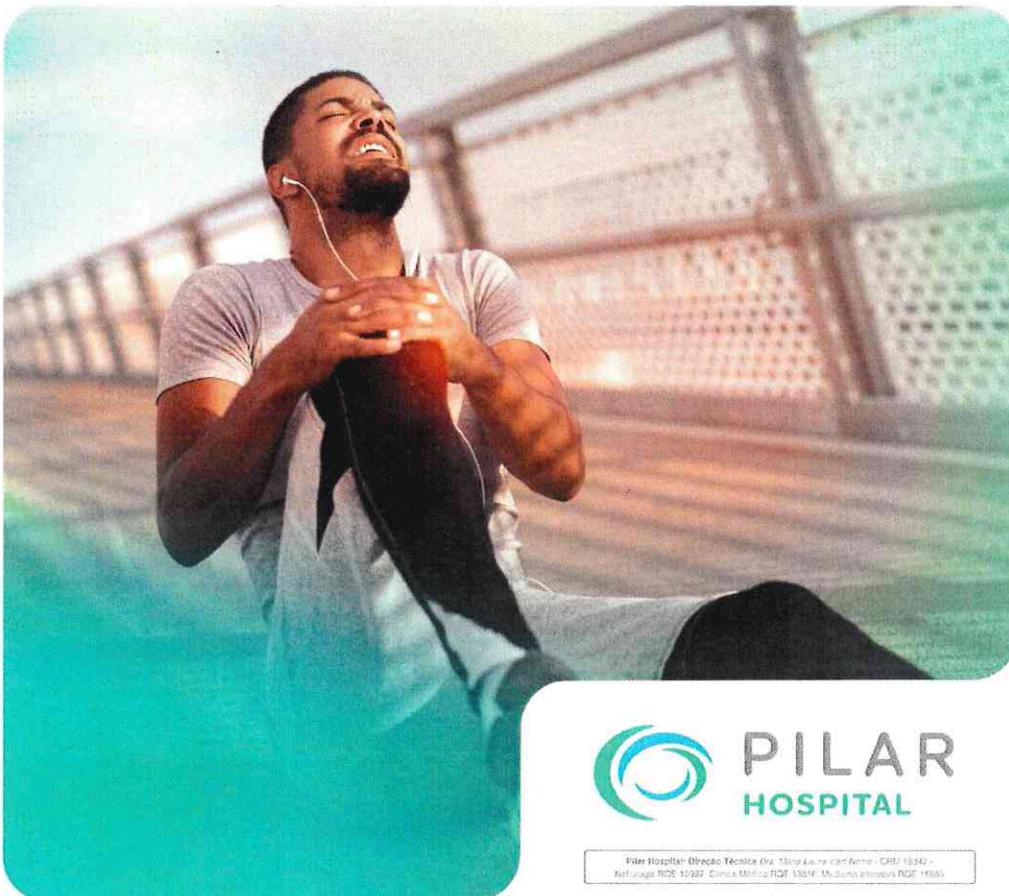




# PRONTO ATENDIMENTO ORTOPÉDICO.

[hospitalpilar.com.br](http://hospitalpilar.com.br)

- › especialistas de plantão\*
- › protocolos de atendimento
- › exames de imagem 24h
- › estrutura hospitalar completa



\*Médicos especialistas em neurologia e ortopedia, de plantão das 8h às 20h, de segunda a sexta. Nos demais horários aplica-se o sistema de sobreaviso.



Pilar Hospital - Direção Técnica: Dra. Márcia Laura dos Santos - CRM: 18342 -  
Rafael Jorge RQE: 10287 - Clínica Médica RQE: 13314 - Medicina Intensiva RQE: 18555





**Peça 05**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Viação Garcia.

**Título:** Cabine Cama. Economia e conforto andam juntos.

**Material:** Filme.

**Formato:** 15 segundos.

**Data de Produção:** Janeiro/2023.

**Período de Veiculação:** Janeiro/2023.

**Praça:** Paraná e São Paulo.

**Veículo:** Youtube / Tik Tok / Facebook / Instagram.

**Desafio e Solução:** O desafio no briefing de campanha da Viação Garcia era mostrar os diferenciais do Ônibus Cabine Cama para pessoas que ainda não conheciam essa modalidade de viagem da empresa. O objetivo da agência era mostrar para pessoas os motivos que fazem valer a pena trocar uma viagem de avião, por exemplo, por uma viagem com o Ônibus Cabine Cama. A solução foi realizar uma campanha integrada mostrando como viajar com este ônibus proporciona conforto e economia para quem utiliza, devido suas poltronas que reclinam totalmente na horizontal e devido ao preço das passagens consideravelmente menor do que passagens de avião. Para isso, foram feitos filmes que mostram o interior do ônibus, bem como retratam exatamente como é uma experiência prazerosa viajar assim. Os filmes foram veiculados na internet, em redes sociais – é interessante ressaltar que no TikTok o filme teve mais de 2,6 milhões de views.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

- Peça 05 – Filme - Cabine Cama. Economia e conforto andam juntos.





**Peça 06**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Park Shopping Boulevard.

**Título:** Parque dos Dinossauros Boulevard.

**Material:** Filme.

**Formato:** 15 segundos.

**Data de Produção:** Abril/2022.

**Período de Veiculação:** Abril/2022.

**Praça:** Curitiba.

**Veículo:** RIC TV e TV Massa Curitiba.

**Desafio e Solução:** O Park Shopping Boulevard surgiu com o desafio de atrair pessoas para o shopping e se posicionar no segmento como uma opção de entretenimento – principalmente para as pessoas que vivem próximas ao mall. A partir desse desafio, a cliente teve o insight seguido da oportunidade de trazer o Parque dos Dinossauros para o Park Shopping Boulevard. Mas para a agência o desafio era outro: como comunicar? Levando este cenário em conta, para solucionar o desafio de comunicação, a agência foi responsável por criar toda a campanha de divulgação da icônica atração Parque dos Dinossauros. A solução de comunicação contou com a criação e veiculação de uma campanha publicitária integrada, com diversos filmes de 15 segundos exibidos na TV aberta, painéis impressos e digitais dentro e fora do shopping, posts para as redes sociais do mall e demais materiais complementares, como por exemplo a parede instagramável com diversos dinossauros – um espetáculo à parte para o público. A atração foi recorde de visitantes e de mídia orgânica no ano em que foi realizada.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

- Peça 06 – Filme – Parque dos Dinossauros Boulevard.





**Peça 07**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Colégio Santo Anjo.

**Título:** Formando Pessoas Brilhantes.

**Material:** FRONT.

**Formato:** 6.00 X 3.00 M.

**Data de Produção:** Novembro /2022.

**Período de Veiculação:** Novembro/ 2022.

**Praça:** Curitiba.

**Veículo:** OutdoorMidia OOH.

**Desafio e Solução:** O Colégio Santo Anjo oferece uma educação de excelência que começa desde a primeira infância e vai até o final do Ensino Médio. Além disso, possui diversos diferenciais como infraestrutura completa, atividades extracurriculares, aulas de reforço e muito mais. Entretanto, enfrentava o problema de não atingir o número ideal de matrículas a cada início de ano letivo. Após uma ampla pesquisa realizada pela agência, foi identificado que o desafio era tornar o colégio conhecido e, claro, consequentemente, aumentar o número de matrículas. A solução para este desafio foi criar uma campanha de comunicação integrada robusta, com diversos spots, painéis de mídia exterior tradicional e digital, e-mails marketing, posts de redes sociais, dentre outros materiais de apoio. A estratégia de mídia levou o Colégio Santo Anjo para todas as regiões da cidade em que o público-alvo está (mães e pais da classe A e B). Assim, o desafio foi solucionado e o Colégio Santo Anjo passou a ser considerado um player reconhecido em seu segmento por outros colégios e por pais de alunos.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

- Peça 07 – Filme - Formando Pessoas Brilhantes.





**Peça 08**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Rádio Alpha.

**Título:** Sempre Com você.

**Material: Painel:** Animação 10" Segundos.

**Formato:** Painel Digital.

**Data de Produção:** Abril/2024.

**Período de Veiculação:** Abril/2024.

**Praça:** Curitiba.

**Veículo:** Favretto.

**Desafio e Solução:** O desafio de comunicação da campanha publicitária para a Rádio Alpha era transmitir a mensagem de que os artistas favoritos dos curitibanos tocam na Alpha, como Phill Collins, Tina Turner, dentre outros grandes nomes da música. Além disso, o desafio também era consolidar a rádio como uma emissora alto astral, que toca artistas que levam alegria para a rotina dos ouvintes. E, solucionar este desafio, a agência desenvolveu uma campanha de mídia exterior que utilizou referências da Pop Art para ilustrar cantores e cantoras, bem como utilizou cores vivas que fazem parte do guide de marca da rádio. As ilustrações chamam a atenção do público de forma positiva e apresentam os artistas de uma forma diferente, gerando reconhecimento e admiração. A campanha foi um sucesso e o número de ouvintes da rádio cresceu significativamente durante o período de veiculação da campanha.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

- Peça 08 – Filme – Sempre Com Você.





**Peça 09**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** Park Shopping Boulevard.

**Título: Filme:** Museu do Videogame Itinerante.

**Material:** Filme.

**Formato:** 15 segundos

**Data de Produção:** Novembro/2022.

**Período de Veiculação:** Dezembro/2022.

**Praça:** Curitiba/PR.

**Veículo:** RICTV INDEPENDENCIA / TV SBT REDE MASSA.

**Desafio e Solução:** O Park Shopping Boulevard foi o responsável por trazer à Curitiba uma das atrações mais memoráveis dentre os malls da cidade: o Museu do Videogame Itinerante. O desafio da agência era criar e veicular uma campanha publicitária com o tom geek e muito divertida, que tinha como objetivo instigar os curitibanos a visitar a atração, em especial pessoas interessadas em jogos, tecnologias e formadoras de opinião no ambiente digital. Para isso, foi desenvolvida uma campanha com ilustrações coloridas e modernas, que remetem à linguagem dos jogos de videogame. A campanha de Comunicação Integrada contou com veiculações do filme de 15 segundos na TV Aberta e resultou em recorde no fluxo de visitantes ao Boulevard.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

- Peça 09 – Filme – Museu do Videogame Itinerante.





**Peça 10**

**Licitante:** IMAM Publicidade.

**Cliente:** WINE.

**Título:** Loja física da WINE.

**Material:** spot 30s.

**Formato:** 30 Segundos.

**Data de Produção:** Novembro/2021.

**Período de Veiculação:** Novembro/2021.

**Praça:** Curitiba/PR.

**Veículo:** Mundo Livre FM.

**Desafio e Solução:** A Wine é um famoso clube de vinhos por assinatura. E, no fim de 2021, surgiu com uma novidade: a primeira loja física da Wine em Curitiba. O desafio foi divulgar a informação convidando assinantes e não assinantes para conhecer a loja repleta de bebidas interessantes com preços variados. Veicular spot foi importante para a estratégia de mídia devido o alto número de inserções por dia, além do poder de despertar a curiosidade no público-alvo para saber mais. Justamente por isso, o spot já assinava com o endereço da loja.

**Peça eletrônica: apresentada somente no PENDRIVE.**

- Peça 10 – Spot – Loja Física WINE.





E por ser expressão da verdade datamos e assinamos o presente caderno.

Curitiba, 24 de setembro de 2024.

  
\_\_\_\_\_  
IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA  
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE  
RG: 6.442.872-1 SSP/PR | CPF: 004.129.639-73  
Titular

