

REPERTÓRIO

TRADE
comunicação
& marketing

f

0

REPERTÓRIO
Concorrência Pública nº 5/2024

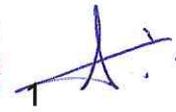
62





28





1. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Autismo.
Material:	Vídeo.
Formato:	45".
Data de produção	Junho e julho de 2024.
Período de veiculação:	27 a 30/06 e 01 a 21/07 de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC (Globo), SBT, Band, RIC, CNT, CATVE.
Problema de comunicação:	A Assembleia precisava de um filme que demonstrasse a preocupação e o empenho dos deputados na criação do Código Estadual da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista no Brasil, além de divulgar o respeito e a inclusão. O filme utiliza a metáfora do quebra-cabeça, cuja peça é o símbolo do autismo, para representar a inclusão das pessoas com autismo na sociedade e o trabalho da Assembleia para tornar isso possível.



2. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Paranaguá.
Título:	Cruzeiros.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Mai de 2024.
Período de veiculação:	Junho de 2024.
Praça:	Litoral do Paraná.
Veículo:	TV.
Problema de comunicação:	O vídeo foi produzido para a Prefeitura de Paranaguá com o objetivo de explicar a importância da chegada dos cruzeiros, destacando os benefícios para a economia local. Antes, havia um problema de comunicação sobre como essa atividade impactava não apenas o comércio, mas também a qualidade dos serviços essenciais para a população, como saúde e educação. O material foi criado para esclarecer esses pontos, mostrando que a movimentação econômica gerada pelos cruzeiros melhora a vida de todos os moradores, tornando os benefícios mais visíveis e compreensíveis para a comunidade.



3. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Guarapuava.
Título:	Asfalto na porta.
Material:	Vídeo.
Formato:	30".
Data de produção	Maio/junho de 2024
Período de veiculação:	15 a 25 de junho de 2024.
Praça:	Guarapuava.
Veiculação:	RPC Guarapuava.
Problema de comunicação:	A estratégia utilizada para divulgar as principais realizações da Prefeitura de Guarapuava foi a de separar as principais obras em 05 vídeos diferentes, sendo o "asfalto na porta" um deles. Além disso, toda a campanha apresentou um diferencial. No lugar de locutores narrando as obras, foi criada uma série de cinco jingles diferentes, num estilo musical bem popular. Cada jingle foi criado para valorizar cada obra executada pela Prefeitura de Guarapuava.



4. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	CREA-PR 90 anos.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Junho de 2024.
Período de veiculação:	11 a 17 de junho de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Globo, SBT e RIC.
Problema de comunicação:	O Crea-PR completou, em 2024, 90 anos de existência, e uma dificuldade que sempre enfrentou é mostrar para a sociedade que as engenharias, agronomia e geociências estão presentes no dia a dia das pessoas, dos pequenos aos grandes detalhes. E os 90 anos, que precisava ser exaltado pelo marco, foi a forma de mostrar, por meio da campanha de aniversário, que nesses anos, o CREA-PR, seus profissionais e as profissões, estavam presentes na sociedade e nas soluções que passam despercebidas no dia a dia.



5. FICHA TÉCNICA RÁDIO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura Municipal de Colombo.
Título:	Lixo.
Material:	Jingle.
Formato:	30".
Data de produção	Dezembro de 2021.
Período de veiculação:	12 a 18 de janeiro de 2022.
Praça:	Colombo – PR.
Veículo:	Rádio São José - 87 FM.
Problema de comunicação:	Os esforços para coleta do lixo residencial, e a não utilização das lixeiras das cidades pelos moradores de Colombo, fizeram com que a Prefeitura buscasse envolver a população no sentido de colaborar, tornando a coleta de lixo mais eficiente e diminuindo os resíduos jogados na rua.



6. FICHA TÉCNICA RÁDIO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	170 anos.
Material:	Jingle.
Formato:	60".
Data de produção	Março/abril de 2024.
Período de veiculação:	Abril a junho de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Rádios Cidade Pato Branco, Club Palmas, Continental Francisco Beltrão, Mais Paranavaí, Mix Curitiba.
Problema de comunicação:	O objetivo é criar uma conexão emocional e identitária com a população paranaense. O jingle busca reforçar a presença e a atuação da Assembleia Legislativa do Paraná em todas as regiões do estado, destacando sua história, seu compromisso com o desenvolvimento e sua proximidade com os cidadãos.





Handwritten signature or initials in blue ink, appearing to be a stylized 'A' or similar character.

7. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Londrina.
Título:	Londrina. A cidade mais sustentável e inovadora do Paraná.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	½ página (24,6x19cm).
Data de produção	Julho de 2023.
Período de veiculação:	22, 26 e 29/08/23.
Praça:	Londrina – PR.
Veículo:	Folha de Londrina.
Problema de comunicação:	Londrina cumpriu a sua missão de se tornar uma cidade cada vez mais dinâmica e sustentável do ponto de vista econômico. O Ranking Cidades Sustentáveis 2023, desenvolvido pela plataforma Bright Cities, classificou a cidade em primeiro lugar no Paraná, em segundo lugar no Sul do país e em nono em sustentabilidade no Brasil, e para que essa conquista possa ser reconhecida e fortalecida, fez-se necessário apresentação dos dados para a população.



PREFEITURA DE LONDRINA
#DaNossaCidadeAGenteCuida
www.londrina.pr.gov.br
Acesse nossas redes sociais
f @ y

Londrina

A cidade mais sustentável e inovadora do Paraná.
1ª no Paraná.
2ª do sul.
9ª do Brasil.

Essa conquista é um reconhecimento à força da nossa economia, dos nossos projetos socioambientais e dos cuidados com cada pessoa. Aqui, presente e futuro caminham juntos.

Ranking Cidades Sustentáveis 2023 desenvolvido pela plataforma Bright Cities, entre os municípios com mais de 100 mil habitantes.

Anúncio Jornal (24,6 x 19 cm)

8. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara de Foz do Iguaçu.
Título:	A violência tem nome. Denuncie.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	17 x 25,5 cm.
Data de produção	Dezembro de 2021.
Período de veiculação:	10/12/21.
Praça:	Foz do Iguaçu.
Veículo:	Jornal Tribuna Popular.
Problema de comunicação:	Ao constatar que a maioria dos casos de agressão contra a mulher se deve a pessoas conhecidas e do círculo de relacionamento da mesma, a Câmara de Foz do Iguaçu veiculou um anúncio explicitando culpabilidades destas agressões e incitando a denúncia nas esferas policiais.





**A VIOLÊNCIA
TEM NOME.
DENUNCIE.**

A violência pode ser física, verbal ou psicológica, mas todas deixam marcas que não somem com o tempo. Por isso, a Câmara de Vereadores trabalha incansavelmente em projetos e leis para ampliar a proteção à mulher e a punição aos agressores. Faça sua parte e denuncie toda violência. Só assim vamos apagar essa mancha de nossa sociedade.

**CENTRAL DE ATENDIMENTO
À MULHER: LIGUE 180**



**Câmara Municipal de
Foz do Iguaçu**
Trabalho e transparência

Anúncio Jornal (17 x 25,5 cm)

9. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	De um lado, valorização para quem trabalha. De outro, segurança para toda a sociedade.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	25,5 x 17 cm.
Data de produção	Janeiro de 2022.
Período de veiculação:	12/01/22.
Praça:	Colombo.
Veículo:	Jornal de Colombo.
Problema de comunicação:	Combater o exercício ilegal das profissões que o CREA-PR representa é a função primordial deste Conselho. Contudo, a sociedade em geral desconhece isso e os próprios profissionais muitas vezes têm um entendimento distorcido desta função (fiscalizar), entendendo que o CREA-PR cumpre apenas uma função de punição às suas atividades. Assim, o anúncio objetiva clarear de forma simples e direta essa relação do conselho com seus públicos, enfatizando a importância de suas ações tanto para a sociedade quanto para os profissionais.



www.creaprr.org.br

DE UM LADO,
VALORIZAÇÃO
PARA QUEM
TRABALHA

DE OUTRO,
SEGURANÇA
PARA TODA
A SOCIEDADE

CREA-PR
Conselho de Administração do Estado de
Paraná

A principal função do CREA-PR é garantir o exercício legal da profissão por meio da fiscalização. Isso é feito por meio da sociedade, que pode contar com engenheiros, agrônomos e geodestas com responsabilidade técnica e conhecimento de sabão. É melhor ainda para os profissionais, que têm seu mercado protegido contra pessoas físicas e sem o devido habilitação.

CREA-PR: VOCÊ CONFIAR, TODO MUNDO GANHA

Anúncio Jornal (25,5 X 17 cm)

10. FICHA TÉCNICA OUTDOOR

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura Municipal de Campo Largo.
Título:	Fabio.
Material:	Outdoor com aplique.
Formato:	9x3 m.
Data de produção	Junho/2023.
Período de veiculação:	Bi 24 (05 a 18/06/23).
Praça:	Campo Largo – PR.
Exibidora:	Plannus Outdoor.
Problema de comunicação:	O mês de junho foi destacado para conscientizar e incentivar a população sobre a importância de ser um doador de sangue, pois devido aos períodos de outono e inverno, épocas em que há um aumento das infecções respiratórias, as doações ficam em baixa. Daí a necessidade do estímulo às doações para que permaneçam em todas as épocas do ano. Durante todo o mês de junho, a Secretaria da Saúde (Sesa), chama atenção para a campanha Junho Vermelho, com destaque para a importância dessa ação solidária que pode ser realizada de forma rápida e segura.



TRADE

FAB+ DO

**VOCÊ É O TIPO DE ALGUÉM.
DOE SANGUE E
SALVE ATÉ 4 VIDAS.**


CAMPO LARGO
PREFEITURA MUNICIPAL

Outdoor (9 x 3m)

Curitiba, 24 de setembro de 2024.

f

Esta página encerra o caderno Repertório da Concorrência Pública nº CP 5/2024 do Detran/PR.


Trade Comunicação e Marketing
Adalberto E. Diniz
Diretor CEO

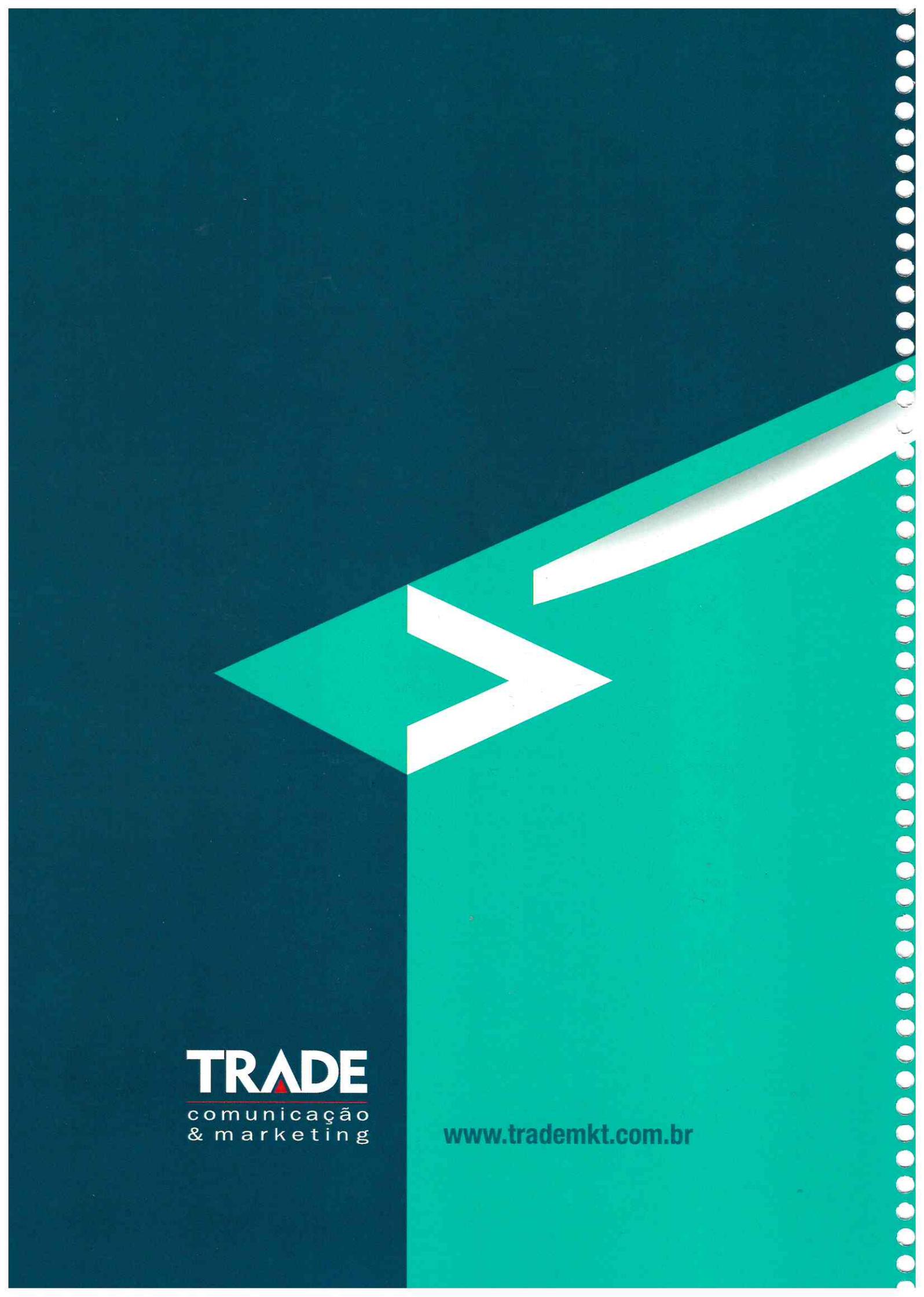
o





2/8





TRADE
comunicação
& marketing

www.trademkt.com.br