

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Case: Dia Nacional do Campo Limpo

Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias - inpEV



**Dia
Nacional do
Campo Limpo 2007**

educação 360°

**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Apresentação

O inpEV – Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias – é uma entidade sem fins lucrativos que representa a indústria fabricante de defensivos agrícolas em sua responsabilidade de destinar as embalagens vazias de seus produtos, de acordo com a Lei Federal nº 9.974/2000 e o Decreto Federal nº 4.074/2002. A lei atribui a cada elo da cadeia produtiva agrícola (agricultores, fabricantes, canais de distribuição e órgãos governamentais) responsabilidades que possibilitam o funcionamento do sistema de destinação final de embalagens vazias.

O instituto foi fundado em 14 de dezembro de 2001, logo após a instauração da Lei nº 9.974 e entrou em funcionamento em março de 2002. Atualmente, possui 70 empresas e sete entidades de classe do setor agrícola como associadas.

O inpEV tem como missão dar apoio e orientação à indústria, aos canais de distribuição e aos agricultores no cumprimento das responsabilidades definidas pela legislação, promover a educação e a consciência de proteção ao meio ambiente e à saúde humana e apoiar o desenvolvimento tecnológico de embalagens de fitossanitários.

O instituto objetiva tornar-se referência mundial como centro de excelência na recuperação e destinação final de embalagens vazias de fitossanitários, preservação do meio ambiente e da saúde humana.



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Resumo da Campanha

Comemorado anualmente desde 2005, o Dia Nacional do Campo Limpo é uma iniciativa do inpev, conta com o apoio da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV) e da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), e é realizado pelas centrais de recebimento de embalagens vazias de defensivos agrícolas. Em sua terceira edição, em 2007, a celebração reuniu mais de 76 mil pessoas de 21 Estados brasileiros, público 100% maior do que o registrado em 2006. E, desde a sua criação, já atingiu 125 mil pessoas em todo o país em ações de conscientização ambiental nas regiões onde estão instaladas as centrais de recebimento de embalagens vazias de produtos fitossanitários.

Em 2008, o evento será comemorado pela primeira vez como data oficial do calendário nacional, de acordo com a Lei nº 11.657/2008. O projeto de lei foi elaborado pelo senador Jonas Pinheiro, falecido em fevereiro deste ano.

Uma das explicações para o sucesso do evento – realizado para conscientizar crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades sobre a importância de promover a preservação ambiental por meio da destinação correta de embalagens vazias de defensivos agrícolas – está na estratégia de Comunicação utilizada, que tem conseguido atingir todos os públicos de relacionamento do sistema.

Para convocar o público-alvo para participar do Dia Nacional do Campo Limpo, assim como para divulgar as ações realizadas, o planejamento do inpev baseia-se em ações de relacionamento com a imprensa das diversas regiões, complementada por veiculação de anúncios publicitários em mídia especializada, utilização do boletim “Informativo inpev” – publicação bimestral produzida pela entidade, voltada para os públicos de relacionamento do sistema –, uso de hotsite específico para o evento e canais de contato direto entre o



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



inpEV e as centrais de recebimento (via internet, telefone e correio).

O Dia Nacional do Campo Limpo é realizado pelas centrais de recebimento de embalagens vazias de defensivos agrícolas. As empresas associadas ao inpEV apóiam e participam ativamente das comemorações por todo o Brasil, assim como diversas prefeituras, por meio das secretarias de educação, meio ambiente e agricultura.

As centrais de recebimento promovem uma série de atividades que visam apresentar, de forma lúdica e didática, todas as etapas do sistema de destinação final de embalagens vazias de defensivos agrícolas e enfatizar a importância da conformidade desse procedimento para proteção ao meio ambiente e à saúde humana. Durante o Dia Nacional do Campo Limpo são promovidos concursos de desenhos para as crianças e de redação para os adolescentes, palestras em escolas e ações de interação com as comunidades. Em todas as atividades, os temas estão relacionados à questão ambiental.



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Descrição da campanha

Título: Dia Nacional do Campo Limpo

Diagnóstico

A comemoração do Dia Nacional do Campo Limpo nasceu como uma consequência natural dos objetivos do sistema de destinação final. Embora as ações do inpEV e de seus parceiros sejam constantes ao longo de todo o ano, constatou-se a importância de instituir o dia como forma de mobilizar, em uma única data, todos os envolvidos no programa de destinação final de embalagens vazias de defensivos agrícolas – agricultores, indústrias fabricantes de defensivos agrícolas, distribuidores, revendedores e cooperativas e poder público – para a ampla divulgação do sistema, sua importância e benefícios para a sociedade.

Se a conscientização das comunidades envolvidas é um dos pilares do sistema, nada como investir numa campanha que consolide as ações permanentes do inpEV e tenha como foco importante as crianças e jovens, os futuros produtores rurais.

Planejamento

O objetivo central da criação do Dia Nacional do Campo Limpo, celebrado anualmente desde 2005, é concentrar, numa única data, grandes ações de mobilização de todos os envolvidos no programa de destinação final de embalagens vazias para promover a ampla divulgação do sistema para a sociedade, contribuindo para a educação e a conscientização sobre este importante tema.



Por meio dessa iniciativa, a meta é alcançar ampla veiculação de mensagens sobre a importância da preservação do meio ambiente e da manutenção do campo limpo, além de demonstrar a parceria de sucesso entre todos os elos da cadeia produtiva agrícola, em

**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



benefício da preservação do meio ambiente. É uma ocasião em que são valorizadas as boas práticas já adotadas pelo produtor rural brasileiro e é possível celebrar a evolução crescente nos resultados obtidos pelo sistema de destinação final em todo o Brasil.

O público-alvo das comemorações tem sido primordialmente escolas e comunidades locais, distribuidores e cooperativas, poder público, agricultores, trabalhadores rurais e famílias, indústrias fabricantes de defensivos agrícolas, além de parceiros do sistema - como órgãos de extensão rural, prefeituras e universidades.

Estratégias

Uma das principais explicações para o sucesso da comemoração do Dia Nacional do Campo Limpo vem da capacidade de mobilização dos diversos elos da cadeia produtiva agrícola. Esse bom resultado decorre de uma convergência de ações de relações públicas e de comunicação integrada. Entre as iniciativas voltadas para o relacionamento, destacam-se contatos com os setores público e privado, que resultam no envolvimento de prefeituras (secretarias de meio ambiente, agricultura e educação) e de revendas de produtos fitossanitários na organização local do evento, em conjunto com as centrais de recebimento de embalagens vazias de defensivos agrícolas.

A comunicação voltada para a convocação do público para participar do Dia Nacional do Campo Limpo, assim como a divulgação das ações realizadas, concentrou-se em ações de relacionamento com a imprensa das diversas regiões, complementada por veiculação de anúncios publicitários em mídia especializada, utilização do boletim "Informativo inpev" – publicação bimestral produzida pela entidade, voltada para os públicos de relacionamento do sistema –, uso de hotsite específico para o evento e canais de contato direto entre o inpev e as centrais de recebimento (via internet, telefone e correio).



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Para a execução do Dia Nacional do Campo Limpo 2007, o inpEV, que coordenou a ação, sugeriu diferentes modalidades de adesão aos organizadores (centrais de recebimento). As centrais puderam optar por realizar um “Dia de Portas Abertas”, — comemorações em suas próprias instalações— ou “Programação nas Escolas”, que consistia em levar aos estudantes das escolas municipais palestras interativas sobre o descarte correto das embalagens, além de atividades educativas e culturais.

A comemoração de 2007 passou a considerar em sua programação a modalidade “Comunidade”, que prevê a realização de ações fora de escolas e das centrais, em locais como estádios municipais, auditórios de empresas ou outros espaços públicos. O objetivo dessa ação foi ampliar o alcance das mensagens sobre o sistema, permitindo que pudessem atingir universitários e comunidade em geral - por meio da realização de palestras com distribuição de materiais, incentivo ao plantio de mudas de árvores ou outras iniciativas com ênfase na educação ambiental, com envolvimento de prefeituras e instituições locais e diversas atividades culturais ou artísticas alinhadas com o objetivo do evento.

Também fez parte da programação optativa do Dia Nacional do Campo Limpo a realização de sessões solenes nas câmaras e/ou prefeituras municipais. Por ocasião da data, o objetivo é reconhecer os envolvidos localmente com o sistema de descarte de embalagens.

As atividades de captação de adesão das Centrais de Recebimento de Embalagens Vazias ao Dia Nacional do Campo Limpo têm início sempre seis meses antes das comemorações. Nessa época, o inpEV encaminha a todas essas unidades as opções de comemoração e também apresentação com *layouts* das peças de comunicação visual a serem adotadas para decoração das unidades de recebimento na ocasião das comemorações.

Todas as unidades têm um período estabelecido pela comissão organizadora do



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



evento no inpEV para enviar sua adesão à entidade, com todas as informações sobre o formato da participação e expectativa do público que será mobilizado.

Ficou sob a responsabilidade das centrais a estruturação do evento: infraestrutura, contratação de pessoal, segurança, decoração, organização da programação local, definição de parceiros e produção de alguns materiais como cartazes, faixas de boas-vindas e convites.

As centrais foram estimuladas a buscar patrocínios locais para o fornecimento de lanches, bebidas, transporte, som, tendas, palco, produção de materiais, dentre outros. Entre as participantes foram sorteadas nove fantasias do espantalho Olímpio (personagem-símbolo da campanha educativa do inpEV para agricultores "A Natureza Agradece"), que foram emprestadas para uso durante as comemorações. As centrais contempladas foram: Boa Vista (RO), Cambé (PR), Conceição do Jacuípe (BA), Ponta Porã (MS), Morrinhos (GO), São Sebastião do Paraíso (MG), Passo Fundo (RS), Bilac (SP) e Campo Novo do Parecis (MT).

Como parte das comemorações foram lançados dois concursos para crianças e jovens envolvidos na programação, com etapas local e nacional. Para as crianças do ensino fundamental (1ª a 4ª série), foi promovido o concurso de desenho "Campo Limpo: exemplo de proteção à natureza". Para os jovens de 5ª a 8ª série do ensino fundamental, foi realizado o concurso de redação "Destinação de embalagens vazias: exemplo que vem do campo".

Para a etapa nacional, foram recebidos 43 trabalhos finalistas do concurso de desenho (dos mais de 19 mil inscritos em todo o país) e 29 finalistas para o de redação (dos mais de 9 mil inscritos), dos quais 12 foram classificados em cada modalidade. Entre os finalistas, estiveram participantes de todas as regiões do Brasil. Os resultados dos três primeiros colocados entre os finalistas foram divulgados pelo site www.inpev.org.br, pelas centrais promotoras dos concursos e pelo boletim Informativo inpEV, com tiragem de 10.000 exemplares.



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



As comissões julgadoras foram formadas por representantes de empresas associadas ao inpEV, jornalistas, empresas de comunicação e de design e profissionais ligados à área agrícola.

Concurso de desenho

Número de participantes: 19.990

Número de finalistas: 53

Critérios: notas de 0 a 5

- Conteúdo relacionado ao tema
- Criatividade e originalidade
- Beleza
- Distribuição do desenho no espaço

Membros da comissão:

Henrique Mazotini – Andav

Leo Spigariol – Laika Design

Liria Hosoe – Arysta Life Science

Vinícius Ferreira Carvalho – Basf

Concurso de redação

Número de participantes: 9.712

Número de finalistas: 33

Critérios: notas de 0 a 5

- Conteúdo relacionado ao tema
- Criatividade e originalidade
- Respeito às regras gramaticais
- Clareza de idéias



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Membros da comissão:

Guilherme Landgraf – Syngenta
Mário Fujii – inpEV
Marcelo Vasconcelos – Bayer CropScience
Sílvia Caricati – LVBA Comunicação
Valéria Allegrini – LVBA Comunicação

Ações

O plano de ação de comunicação entre o inpEV e os parceiros do sistema foi implementado a partir do seguinte cronograma:

Fevereiro 2007 – Início do planejamento do evento.

Mai 2007 - Divulgação para os organizadores (centrais) sobre o início dos preparativos do evento, apresentação com orientações iniciais e escolha das modalidades.

Junho 2007 - Comunicado sobre a participação das centrais no evento e quais as modalidades escolhidas. Foram solicitadas às centrais informações sobre a faixa de público esperado e sobre a realização dos concursos.

Julho 2007 - Envio do kit de materiais (quantidade de cada item), definição dos prêmios dos concursos para os primeiros lugares (etapa nacional) e divulgação do hotsite, que continha todos os arquivos necessários à organização do evento. Em agosto, aconteceu o envio das informações sobre relacionamento com a imprensa (manual – comportamento durante entrevista e arquivo de perguntas e respostas).



Dia
Nacional do
Campo Limpo 2007

educação 360°

Estima-se que 750 pessoas foram envolvidas na organização, sendo 15 do inpEV e as demais das centrais de recebimento de embalagens vazias e dos apoiadores locais.

**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Escolha das Mídias

Em relação às mídias utilizadas na mobilização para o Dia Nacional do Campo Limpo, a estratégia concentrou-se em ações para imprensa. Esse trabalho foi desenvolvido pela LVBA Comunicação, agência responsável pelo desenvolvimento de ações de comunicação para o inpEV, e incluiu, além da divulgação de press-releases nacionais e por Estado, a divulgação de um release por município participante.

Esse material foi enviado para os principais veículos de cada região (rádio, TVs, jornais, agências de notícias e internet). Foi realizado follow-up e a agência coordenou as solicitações de entrevistas e, na maioria dos casos, acompanhou a realização das mesmas. O trabalho da LVBA envolveu o pré-evento, acompanhamento no dia e divulgação dos resultados, inclusive dos concursos de desenho e redação.

Além deste trabalho de divulgação, foram realizadas inserções publicitárias em rádios (iniciativa das centrais) e a publicação de mais um encarte especial sobre o Dia Nacional do Campo Limpo na edição de agosto da Revista Panorama Rural e uma matéria pós-evento na mesma revista. O *hotsite* e os comunicados também foram utilizados como ferramenta de mobilização.

Materiais

Para cada uma das ações sugeridas às centrais e postos, o inpEV elaborou uma sugestão detalhada de programação, bem como ferramentas para a execução das ações como layout da estrutura completa dos eventos, fornecimento de um kit básico de materiais contendo folhetos, faixas, adesivos, camisetas, entre outros materiais, acesso ao *hotsite* do Dia Nacional do Campo Limpo (www.inpev.org.br/campolimpo) que continha os arquivos necessários para a estruturação dos eventos de forma padronizada (sugestão de textos para



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



solenidade de abertura, roteiro para realização das atividades em escolas, texto de cabine para rádio, regulamento para concursos de desenho e redação, e releases regionais). Todos os *layouts* dos materiais e o *hotsite* foram criados pela Laika Design.

Investimentos

Além de todo o suporte estratégico para a padronização do evento, as centrais que realizaram o programa "Portas Abertas" receberam do inpEV uma verba de até R\$ 2.200,00. Já para as que decidiram pelo programa nas escolas ou nas comunidades, o valor máximo destinado foi de R\$ 950,00. Os valores foram repassados pelo inpEV mediante prestação de contas dos serviços contratados para a realização do evento, justificados conforme regulamento enviado. Foram investidos pelo instituto, em 2007, cerca de R\$ 250 mil nesta iniciativa. O Dia Nacional do Campo Limpo contou ainda com patrocínios locais, que totalizaram aproximadamente outros R\$ 250 mil.

Avaliações de Resultados

O processo de avaliação dos resultados do Dia Nacional do Campo Limpo é feito antes, durante e após as comemorações, de uma forma contínua:

- São acompanhados desde o número de centrais que farão parte das comemorações, o público que cada uma delas deve mobilizar e de autoridades que participarão do evento em cada município, até o fechamento do número efetivo de participantes, o montante investido por cada uma das centrais (que deve ser reportado ao inpEV por meio de notas e outros comprovantes de gastos) e também a exposição do Dia Nacional do Campo Limpo na mídia nacional.
- A exposição espontânea (gratuita) na mídia atingiu, em 2007, recorde em relação aos anos anteriores. Mais de 12.600 cm de matérias foram



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



publicadas sobre o evento, apenas no mês de agosto, o que corresponderia a um investimento superior a R\$ 645 mil. Inúmeras reportagens foram apresentadas em programas de televisão como Globo Rural, Bom Dia Paraná (Rede Globo), Minuto da Terra (RBS – RS), Jornal do Almoço (RBS), Jornal Regional (RBS), e em diversas outras emissoras como EPTV, Cultura, SBT, transmissoras da Rede Globo de diversos Estados sobre o Dia Nacional do Campo Limpo e o programa de destinação final de embalagens vazias.

Sobre a participação das centrais, as mensurações realizadas pós-evento são feitas por meio de relatório que cada central deve enviar ao inpEV em até 30 dias após o término das comemorações, informando quais as empresas envolvidas nas atividades (patrocinadores e parceiros da organização), quantidade e perfil dos participantes (professores, alunos, agricultores etc.), número de escolas envolvidas, autoridades presentes, número de participantes nos concursos de redação e desenho, prêmios concedidos, homenageados durante as comemorações. Todas as unidades também devem encaminhar um breve descritivo das comemorações.

De posse desses números, é possível projetar, de forma mais precisa, a meta para o ano seguinte. O objetivo principal do inpEV é sempre incrementar o número de centrais participantes e, conseqüentemente, de público atraído, difundindo ainda mais o funcionamento do sistema de destinação final de embalagens vazias de defensivos agrícolas e sua importância para a preservação ambiental e da saúde humana.

O quadro abaixo apresenta os resultados do Dia Nacional do Campo Limpo 2007 nos 21 Estados participantes das comemorações:



Prêmio USP de Comunicação Corporativa 2008

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Estado	Centrais participantes	Público atingido
São Paulo	12	19.984
Mato Grosso	11	9.315
Minas Gerais	8	8.489
Paraná	13	7.891
Bahia	7	3.963
Mato Grosso do Sul	8	3.709
Espírito Santo	2	2.990
Goiás	5	2.875
Santa Catarina	4	2.543
Pernambuco	2	2.431
Rio Grande do Sul	7	2.215
Ceará	1	2.074
Maranhão	2	1.477
Rio de Janeiro	2	1.454
Rondônia	1	1.278
Sergipe	1	1.253
Piauí	2	832
Tocantins	2	582
Rio Grande do Norte	1	550
Roraima	1	437
Amazonas	1	136
Total	93	76.478



Dia
Nacional do
Campo Limpo **2007**

educação 360°

**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Destaques

- **São Paulo:** maior número de pessoas atingidas (19.984), maior número de centrais com portas abertas (11) e maior média de pessoas atingidas por central (1.665).
- **Mato Grosso:** segundo Estado em número de pessoas atingidas (9.315).
- **Paraná:** maior número de centrais participantes (13).
- **Estados que mais reuniram pessoas:** São Paulo (19.984), Mato Grosso (9.315), Minas Gerais (8.489), Paraná (7.891) e Bahia (3.963).
- **Estados com 100% das centrais envolvidas:** Bahia (7), Mato Grosso do Sul (8), Espírito Santo (2), Pernambuco (2), Ceará (1), Maranhão (2), Rio de Janeiro (2), Piauí (2), Rondônia (1), Tocantins (1), Sergipe (1), Rio Grande do Norte (1), Roraima (1), Amazonas (1).
- **Estados que participaram pela 1ª. vez:** Maranhão, Roraima, Amazonas, Rio Grande do Norte.
- **Média de público envolvido por central:** 822 pessoas.

Vale destacar ainda que depois de três anos de dedicação intensa e celebrações realizadas pelas centrais de recebimento de embalagens de todo o Brasil, a comemoração entrou definitivamente para o calendário oficial. Em abril de 2008, foi sancionada a lei nº 11.657/2008, de autoria do falecido senador Jonas Pinheiro (MT), que institucionalizou o dia 18 de agosto como Dia Nacional do Campo Limpo. A lei representa o reconhecimento da importância de uma comemoração, que se firmou como uma data de conscientização ambiental voltada para o meio rural.



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Mudança de Atitude e Comportamento dos Públicos

O crescimento constante dos números nos anos seguintes à primeira comemoração, realizada em 2005, comprovam o êxito da iniciativa. O total de empresas, centrais de recebimento de embalagens vazias e demais integrantes da cadeia produtiva agrícola e das comunidades envolvidas vem crescendo substancialmente, comprovando de maneira inequívoca o sucesso do evento e a crescente conscientização de todos os elos da cadeia produtiva agrícola sobre a importância da coleta e destinação das embalagens vazias fitossanitárias.

O quadro abaixo traz um comparativo das participações nos três eventos já realizados e mostra a evolução no total de participantes.

	2005	2006	2007
Público atingido	11.300	38.253	76.478
Estados participantes	15	18	21
Centrais participantes	40	73	93

Além desses números, os sucessivos recordes de recebimento de embalagens vazias em todo o país indicam o êxito da estratégia de educação e conscientização do inpEV. Em 2007, foram retiradas do meio ambiente 21.129 toneladas de embalagens vazias de defensivos agrícolas, número que representou um crescimento de 7,6% em relação a 2006. Esses resultados positivos refletem o comprometimento de todos os elos da cadeia produtiva com o sucesso do sistema de destinação final. Objetivo que vem sendo atingido, em grande parte, graças ao eficiente plano de Comunicação do inpEV.



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Equipe responsável pela campanha

João Cesar Rando – presidente do inpEV/direção geral. Engenheiro agrônomo com cursos de pós-graduação em defesa fitossanitária e administração rural. Possui 28 anos de trabalho no setor de defensivos agrícolas.

Juliana Hosken – gerente de Comunicação e Educação/gerente do Projeto. Engenheira Agrônoma com pós-graduação em Marketing, MBA em Gestão Empresarial e especialização em Comunicação e Relações Públicas.

Taylise Fernandes de Espirito – analista de Comunicação e Educação/coordenadora geral. Jornalista, cursando pós-graduação em Comunicação com o Mercado.

Sandra Felix – assistente de Comunicação e Educação/logística do evento. Estudante de Gestão de Marketing.

Daniela Rocha – estagiária de Comunicação e Educação/atendimento e relacionamento. Estudante de Publicidade e Propaganda.



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Agências

Ações de Comunicação: LVBA Comunicação e Propaganda.

Responsável: Valéria Allegrini

Endereço: rua Alvarenga, 806, Butantã, São Paulo (SP).

Projetos gráficos: Laika Design.

Responsável: Leo Spigariol

Endereço: rua Manoel Gonçalves Foz, 6, Perdizes, São Paulo (SP).



**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**
Campanha de Comunicação Integrada

Dia Nacional do Campo Limpo 2007



Relação de Anexos em CD

1	Folder (também em impresso)
2	adesivo
3	balões_cores
4	banner 360
5	bumper
6	camiseta
7	cartaz
8	certificado
9	convite
10	faixa cidade
11	faixa concurso desenho
12	faixa concurso redação
13	flip-chart
14	sugestão de texto para solenidade abertura
15	instruções de filmagem
16	lista homenageados
17	lista participantes concurso de desenho
18	lista participantes concurso de redação
19	lista de presença
20	modelo folha de rosto prestação de contas
21	modelo requerimento sessão solene
22	modelo resumo evento
23	procedimento sessão solene
24	regulamento concurso de desenho
25	regulamento concurso de redação
26	resumo exposição na mídia
27	press releases



Dia
Nacional do
Campo Limpo **2007**

educação 360°

**Prêmio USP de Comunicação
Corporativa 2008**

Campanha de Comunicação Integrada