



**INTELIGÊNCIA
ALÉM DA
PERFORMANCE.**



PARA MARCAS QUE QUEREM SER GRANDES OU AINDA MAIORES.

NINGUÉM CRIA UMA MARCA OU EMPRESA PARA FICAR SEMPRE DO MESMO TAMANHO. PARA AJUDAR VOCÊ A CRESCER, A FILADÉLFIA É FULL SERVICE. DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E TÁTICO, PASSANDO PELA COMUNICAÇÃO, DESIGN, PROJETOS DIGITAIS, MÍDIA E ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO. TUDO PARA VOCÊ A CONQUISTAR A CIDADE, O ESTADO, O PAÍS OU O MUNDO.

AWARENESS E CONVERSÃO, JUNTOS PARA SEMPRE

TÃO IMPORTANTE
QUANTO FALAR COM
QUEM JÁ CONSIDERA
SUA MARCA É FALAR
COM QUEM AINDA NEM
PENSA NELA, MAS VAI
PENSAR.



FILADÉLFIA



VOCÊ JÁ CONHECE O HOME OFFICE. CONHEÇA NOSSO OFFICE HOME.

Nosso forte são cérebros e tecnologia. Mas em tempos de trabalho híbrido, estrutura física é essencial. São 900 m² com décor contemporâneo e vista para a Serra do Curral. O ambiente pode acolher até 100 pessoas, possui 20 salas de vídeo e tem toda a estrutura para reuniões, sprints e follow-ups. Servidores do Google Cloud dão acesso e integração total às informações dos clientes. A gestão - tática, financeira e operacional - é integrada pelo PubliManager e Publi Cloud. Cada equipe tem acesso total às informações sobre trabalhos, status, pautas e entregas.







EM 60 OU
5 POLEGADAS,
A GENTE
ENTREGA
ESSE POLEGAR:



SUA AGÊNCIA
AINDA É SÓ
DIGITAL?



SÉRIO?

MERGULHAMOS FUNDO NO BUSINESS DO CLIENTE.

NINGUÉM ENTENDE MAIS DO SEU NEGÓCIO DO QUE VOCÊ, MAS A GENTE ENTENDE DE COMUNICAÇÃO COMO NINGUÉM. TRABALHANDO JUNTOS, O PROCESSO FICA MAIS COLABORATIVO, FLUIDO E VELOZ NA TOMADA DE DECISÕES.

01

USAMOS FERRAMENTAS DIGITAIS E IA PARA GESTÃO, DADOS, INSIGHTS E EXECUÇÃO.

VOCÊ TEM ACESSO ÀS INFORMAÇÕES COM
TOTAL TRANSPARÊNCIA, EM TEMPO REAL.
AS ETAPAS DE APROVAÇÃO SÃO SEQUENCIAIS,
AO LONGO DE TODO O PROCESSO.

COMO TRABALHAMOS

02

F

**CRIAMOS,
CO-CRIAMOS,
MEDIMOS E
ADAPTAMOS.**

SE ESTÁ FUNCIONANDO, MELHORAMOS.
SE NÃO ESTÁ, MUDAMOS. SIMPLES ASSIM.
COM A EMPRESA ENVOLVIDA EM CADA
PROCESSO, GARANTIMOS QUE NOSSAS
ENTREGAS ESTARÃO SEMPRE ALINHADAS COM
OS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO DA MARCA.

03

FERRAMENTAS DE TRABALHO

Temos a disposição dos nossos clientes uma série de ferramentas de gestão, criação, análise e pesquisa de dados. São adaptadas / contratadas de acordo com cada cliente / projeto.

CERTIFICAÇÕES



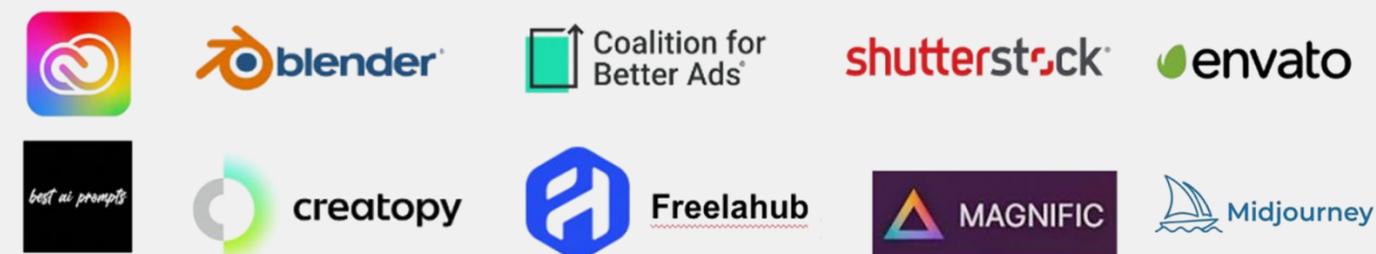
PARA PESQUISAR, MONITORAR E GERAR RELATÓRIOS DE RESULTADOS



PARA GERENCIAR PROJETOS E ARQUIVOS



PARA CRIAR E CO-CRIAR EM AI



PARA AUTOMATIZAR E ESCALAR



METODOLOGIA DE TRABALHO

MODELOS DE BRIEFING

para facilitar a entrega das informações para o desenvolvimento das demandas.

RELATÓRIOS MENSAIS

para avaliação de resultados.

ESTRATÉGIAS PARA ACOMPANHAMENTO DOS RESULTADOS

dos trabalhos, com definição de KPI's.

PERIODICIDADE DE REUNIÕES

para follow up e avaliações e feedbacks.

GESTÃO DAS DEMANDAS

com sinalizações de briefing, status, fluxos de aprovação, alterações e prazos estimados para entrega.

BI E INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Investigações,
Benchmarking,
Research, Personas,
públicos-alvo.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Planejamento
estratégico, Branding,
soluções de comunicação
integrada, MKT digital,
Promoção, social media.

MÍDIA E PERFORMANCE

Gestão de mídias
digitais, geração
de leads, aumento
de views, engajamento
e impressões.



NOSSO TIME SÓCIOS-DIRETORES

RODRIGO ROCHA

DIRETOR PRESIDENTE

Desde 2020, Rodrigo lidera a agência em uma fase repleta de conquistas, somando marcas privadas e públicas de relevância nacional ao portfólio. Sob sua gestão, a Filadélfia ganhou reconhecimento, prêmios e resultados para os clientes. Apaixonado por equitação, sua carreira deu um salto do Direito (é formado pela Faculdade Milton Campos) para a Comunicação. Especialista em Gestão Econômico-Financeira FDC, MBA em Gestão, Empreendedorismo e Marketing na PUCRS, pós-graduado na PUCRS em Finanças, Banking e Investimentos.



ÉERICA FANTINI

SÓCIA DIRETORA

Sabe o engajamento positivo e os milhões de likes, views orgânicos, simpatia e alegria das redes sociais que gerenciamos? Pronto: Érica é a culpada. Ela é responsável pelas mídias sociais e estratégias de comunicação para o ambiente digital, além de ser uma exímia chef de cozinha. Formada em Direito pela Faculdade Milton Campos - o que também é muito útil em argumentações com usuários e audiências mais complicadas.



NOSSO TIME GESTORES

DANI FRAGA DIRETORA DE NEGÓCIOS

Você vai vê-la com muita frequência - sorte sua. Dani atua na gestão e planejamento de estratégias de comunicação e mídia há mais de 20 anos, coordenando as áreas de atendimento, mídia e planejamento. Na Filadélfia, trabalha próximo aos clientes, processos, pautas, contratos, estratégias e resultados. Somos suspeitos, mas apostamos que você não conheceu uma diretora de negócios como ela. Pós-graduada em Marketing, Comunicação e Gestão de Negócios pela PUC Minas. Inbound Marketing, Performance em Google e Facebook Ads (IBS-FGV), Metodologias Ágeis e pesquisas (Kantar Ibope).



GUSTAVO JABRAZI HEAD DE PLANEJAMENTO

Jabrazi é uma figura necessária. Para sua vida e para sua marca. Na ativação de marcas, no desenvolvimento e planejamento de mkt e comunicação, ele se inspira no bom humor e na descontração - porque de dura, já basta a vida - para buscar insights poderosos e entender a mente e o coração do consumidor. Graduado em Publicidade e Propaganda pelo UNI-BH, Especialista em Gestão de Marcas e identidade Corporativa pela PUC MG, co-fundador do Clube de Planejamento de Minas Gerais, vencedor de 3 Prêmios Aberje e finalista do Prêmio ABDesign.



ADRIANA MIRANDA HEAD DE PLANEJAMENTO

Em um mundo afogado por dados, você encontrou sua bóia de salvação. Das toneladas de informações sobre mercados, marcas e consumo, Dri extrai só o mais puro ouro para guiar nossas estratégias e soluções criativas para Comunicação, RI, ESG, Branding, Reputação, Posicionamento, Opinião Pública e Gestão de Crise. Formada em Publicidade e Jornalismo - PUCMG, mestre pela UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina - Administração e Marketing). Especialista pelo Digital Marketing Institute (Dublin) e pela Syracuse University Master of Business Administration (MBA) - New York, Professora de Pós-Graduação PUC-MG/IEC.



NOSSO TIME GESTORES

ELENIZE ALMEIDA

DIRETORA DE OPERAÇÕES

Responsável pela gestão de processos e o departamento de produção, Elenize é sinônimo de eficiência - seja nos fluxos internos, seja na negociação com fornecedores e terceiros. Além de coordenar toda a área operacional, comandar o estúdio, as produções gráfica e eletrônica, orientar diretamente as negociações e a produção com fornecedores, ela adora Aperol Spritz, Coca Zero e chocolate, que ninguém é de ferro. Graduada em Jornalismo pela UFMG e em Letras pela PUC MG.



PEDRO SENRA

HEAD DE MÍDIA OFF

Depois que otimizou sua própria vida perdendo 75kg, não duvide do que ele pode fazer pelo seu plano de mídia. Atleticano doente, Pedrão defende as negociações do mesmo jeito apaixonado que torce para seu time. Até mais, porque quando o Galo perde, ele compensa a raiva trabalhando ainda mais pelos clientes. Formado em Publicidade e Propaganda pela PUC MG, duas vezes Profissional de Mídia do Ano pelo Sindicato das Agências de Minas Gerais.



RICARDO MAZZUCATO

HEAD DE MÍDIA DIGITAL

O digital é cheio de segredos, mas ele conta todos para você. ROI, KPIs, SEO e UX - Mazzuca transforma essa sopa de letrinhas em um caldo cheio de sustança, awareness, consideração e conversão. Ele também gere redes sociais, mídia e projetos digitais, do app à landing page. Formado em Publicidade e Propaganda, Especializado em Gestão Ágil de Projetos (SCRUM) pelo IETEC, Gerenciamento de Projetos pela Faculdade Newton Paiva e UX Product Manager pela Product Arena.



NOSSO TIME GESTORES

DAN ZECCHINELLI VP DE CRIAÇÃO

Sabe aquelas pessoas que a gente quer ser quando crescer? Assim é o Dan. Além de um profissional referência, ele é aquele cara que sobe o sarrafo, jogando o nível do trabalho lá pra cima. Incansável na defesa das melhores ideias para as campanhas mais eficientes. Sua experiência, nem se fala: foi redator e diretor de criação, em agências nacionais e internacionais. Bacharel em Comunicação Social/ Publicidade e Propaganda pela UFES. Vencedor de prêmios como Cannes Lions, The One Show, Clio, NY Festivals, Cresta, London Festival, El Ojo, Clube de Criação, Profissionais do Ano. Um currículo de milhões.



CAROL PENIDO DIRETORA DE CRIAÇÃO

A arte está no DNA dessa profissional exemplar. Diretora de criação precoce, aos 27 anos já liderava equipes e projetos para grandes clientes. Apaixonada por design e respeitada em todo o mercado, ela se entrega a cada projeto com energia e dedicação inigualáveis. Mestre em Design pela University of Creative Arts/London, Bacharel em Publicidade e Propaganda pela PUC-MG, vencedora de prêmios como Cannes Lions, NY Festivals, Clube de Criação, Profissionais do Ano, Prêmio Abril. Jurada em Festivais como Gramado, PPA e Prêmio Abril. também foi diretora de arte e de criação em agências como RC, New, Casablanca, Populus.



TIAGO FERNANDES DIRETOR DE CRIAÇÃO

Músico, escritor, pai e Mestre em Trocadilhos pela Universidade da Vida. Em suma, uma cabeça brilhante (taí um trocadilho que ele faria). Tiago é um guardião da palavra certa, criador de ideias de impacto que prendem a atenção no smartphone, nas telas e em qualquer plataforma - e que por isso mesmo geram resultado além do esperado. Bacharel em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Minas Gerais, passou por agências como CasaSanto, Loggia, Popcorn, Domínio Público.



CAULE RODRIGUES DIRETOR DE CRIAÇÃO

Um criativo que virou planner estratégico e depois voltou a ser criativo. Com essa história incomum, dá pra imaginar como ele é comprometido com resultados. Caule tem o design thinking nas veias, buscando a função além da estética. Tanto que é responsável por vários cases de reposicionamento de marca como Catuaba Selvagem e Santa Amália Alimentos. Bacharel em Comunicação Social /Publicidade e Propaganda pelo UNI-BH, Gestão Criativa de Negócios - Branding, Design Thinking e Cool Hunting pelo Instituto Europeu de Design, Gestão de Processos Criativos pela UEMG.



EQUIPE CÔMPLETA

06 ADMINISTRATIVO . FINANCEIRO

03 ARTE FINAL

13 ATENDIMENTO

07 CHECKING

12 CONTEÚDO E REDES

26 CRIAÇÃO

13 DIGITAL, MÍDIA ON & OFF

08 DIRETORIA

02 OPERAÇÕES

04 PLANEJAMENTO & PESQUISA

01 PRODUÇÃO GRÁFICA

01 RTVC

96 PROFISSIONAIS



FILADÉLFIA

ÉTICA E COMPLIANCE

HONESTIDADE É COMO GOSTO: NÃO SE DISCUTE. NOSSAS ATIVIDADES SÃO REGIDAS PELO CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA, ALÉM DO NOSSO MANUAL ANTICORRUPÇÃO. ESSES DOCUMENTOS ORIENTAM O DESEMPENHO DA AGÊNCIA E DOS COLABORADORES EM TODAS AS AÇÕES E NA INTERAÇÃO COM O PÚBLICO E NOSSOS CLIENTES, REFLETINDO NOSSA IDENTIDADE ÉTICA E CULTURAL.

MARCAS QUE AJUDAMOS A CONSTRUIR



A AGÊNCIA MAIS PREMIADA FORA DO EIXO RIO-SP

AGÊNCIAS NÃO POSSUEM ISO9001.
NOSSO CERTIFICADO DE QUALIDADE
SÃO OS PRÊMIOS. E NELES,
NÓS VAMOS MUITO BEM,
OBRIGADO.

CANNES LIONS

Shortlist em Promo e Design

THE ONE SHOW

Bronze Pencil, Merit Interactive,
Merit Design, Merit Press

LÜERZER'S ARCHIVE

23 campanhas publicadas

NEW YORK FESTIVALS

Bronze World Medal

EL OJO DE IBEROAMÉRICA

Interactive Shortlist

PRÊMIO OCTO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Grand Prix e 2 Ouros

PROFISSIONAIS DO ANO REDE GLOBO (PPA)

Vencedora NACIONAL em 2019 e 4
vezes vencedora da Região Central

CLUBE DE CRIAÇÃO DE SÃO PAULO

Outdoor, Imprensa (2 medalhas
de prata), Online Branded Content,
Estrela Verde.

Shortlist na categoria Pôster

PRÊMIO ABRIL REGIÃO CENTRAL

23 campanhas publicadas

SHOW UP MEIO & MENSAGEM

3 vezes agência mais premiada

PRÊMIO MINAS DE COMUNICAÇÃO

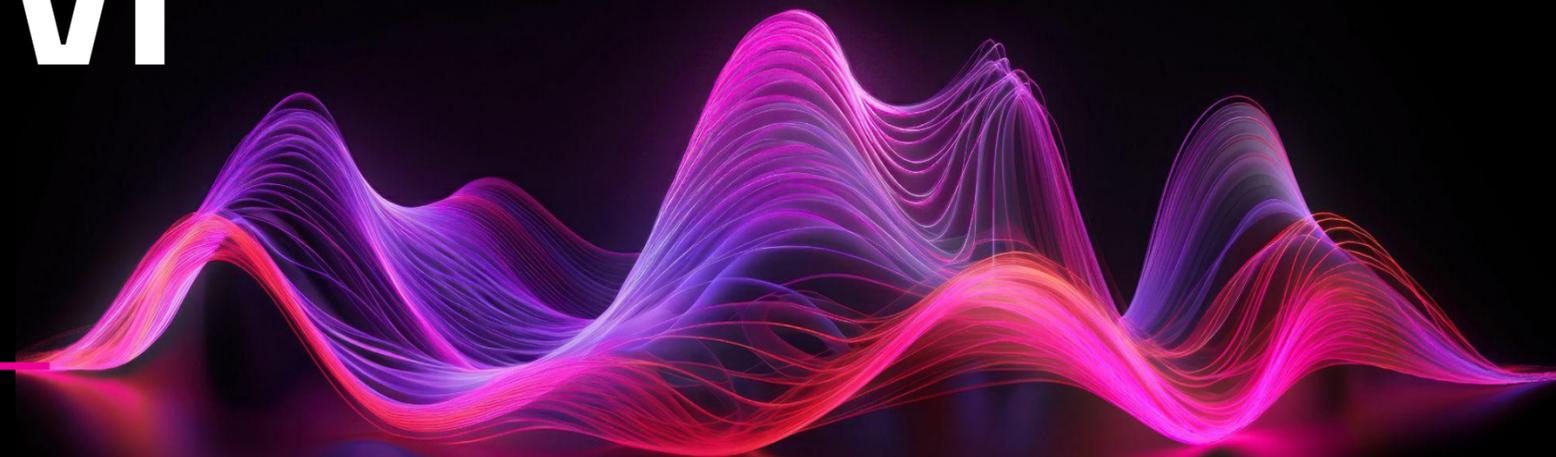
5 vezes agência campeã

PORTFÓLIO



MELHOR QUE CONTAR É MOSTRAR

IDEIAS
QUE PARAM
À ROLAGEM
DO FEED.



PERFORMANCE COM *BOROGODÓ*



SUPERFRANGO E LEONARDO: UMA PARCERIA DE ENCHER O PEITO



DESAFIO

O Grupo SSA é um dos principais produtores de frango do país, distribuindo produtos in natura e processados no Brasil e no exterior. Nossa missão para a marca é aumentar o awareness, o engajamento nas redes e a venda dos produtos SuperFrango ao público final.

IDEIA

Para dar visibilidade a uma linha de produtos em sua maioria commodities, escolhemos o incancelável Leonardo como embaixador da marca. Com seu bom humor e seu carisma, Leonardo lidera as campanhas on e offline na marca.

TOP OF MIND

PELA 4ª VEZ CONSECUTIVA, A MARCA MAIS LEMBRADA DE GOIÁS (POP LIST 2024)

+ DE 50% DE SHARE

DE MERCADO EM GOIÁS

IMPRESSÕES + DE 185 MILHÕES

ALCANCE + DE 34 MILHÕES

REAÇÕES + DE 135 MILHÕES

THRUPLAYS + DE 15 MILHÕES

TV IMPACTOS + DE 20 MILHÕES

VIEWS ORGÂNICOS + DE 52 MILHÕES

 5X MAIS SEGUIDORES

 20X MAIS SEGUIDORES

**Dados extraídos durante o período de veiculação das campanhas, veiculadas somente na região Centro-Oeste.*



AMIGO OCULTO



FESTAS



SEGREDO



NÃO TEM IGUAL

2021



ERROS

2022



COMPOSITORES

2023



HORÁRIOS

2024



AIRFRYER



LEOZAP



O Filme ERROS foi finalista no prêmio profissionais do Ano.



2021

Assista
ao filme
VIDA
SIMPLES.

PORTIFÓLIO

2021

Assista
ao filme
ERROS.





2022

Assista
ao filme
HORÁRIOS.



2023

Assista
ao filme
TEMPERO.

PORTIFÓLIO

F



2024

Assista
ao filme
VIDA
SIMPLES.

PORTIFÓLIO

F

PARA MARCAS
COM CORAGEM,
AMBIÇÃO
E VONTADE DE
IR MAIS LONGE.

DESAFIO

Uma marca de 26 anos, consumida por tiosões nos botecos de bairro e considerada um produto de segunda categoria. Como reposicionar a Catuaba Selvagem?

INSIGHT

Identificamos um novo perfil de consumidores em potencial: os CATULOVERS. Jovens que não gostavam de seguir padrões e faziam suas próprias escolhas. Reosicionamos Selvagem e direcionamos nossa mensagem a eles, como uma bebida que expressa um modo autêntico de ser, perfeita para quem é LOVER - amante da vida, da diversão e da sensualidade.

RESULTADO

Com uma campanha brasileira, divertida e sensual, fizemos a maior virada da história da marca. A Catuaba Selvagem conquistou o coração de milhares de brasileiros. O sucesso foi tanto que ultrapassou comunicação, dando origem a novas linhas de produto: Catuaba com Açaí e Catuaba Piña Colada.



DE MARCA ENVELHECIDA A LOVEMARK.

8,1 MILHÕES
ALCANCE ORGÂNICO

TRENDING TOPICS
#TRUELOVE
26K MENÇÕES NO TWITTER

VENDAS
VOLUME EM LITROS **163%**
RECEITA BRUTA **195%**



Assista
ao filme
**PECADO É
NÃO SER
FELIZ.**



O FÁCIL DE MEDIR
NEM SEMPRE
É MAIS *EFETIVO*.

O MAIS EFETIVO
NEM SEMPRE
É *FÁCIL DE MEDIR*.



DESAFIO

Aposentados, servidores públicos e pensionistas do INSS são alvo fácil das financeiras que oferecem empréstimos consignados. O problema é que quase ninguém sabe a diferença entre crédito consignado e cartão de crédito consignado. Isso gera endividamento, inadimplência, e ainda ameaça a saúde financeira das pessoas.

IDEIA

Para educar nosso público, escolhemos Ary Fontoura, o muso da internet. Criamos uma campanha crossmedia: offline para os mais velhos, online para seus filhos e netos, onde nosso embaixador convidava para esclarecer todas as dúvidas na plataforma de todas as idades: O WhatsApp. Nele, um bot respondia como o Ary - interagindo, esclarecendo dúvidas, enviando vídeos, áudios, cartilhas e até figurinhas.



CHAMA NO ZAP DO ARY.

UMA CAMPANHA DIGITAL FIRST PRA QUEM É DIGITAL LAST.

VIDEO . ADS. REDES SOCIAIS

1,1 MILHÕES

VISUALIZAÇÕES DO VIDEO COMPLETO

+ DE **18 MILHÕES**
IMPRESSÕES

6 MILHÕES
CLIQUE NO CLIQUE

CHAT BOT

+ DE **81.000**
MENSAGENS

LANDING PAGE

+ DE **117.000**
VISUALIZAÇÕES

+ DE **97.000**
USUÁRIOS

WHATSAPP

100.000
90% DE ABERTURA

+ DE **33.000**
ACESSOS EM UM ÚNICO DIA



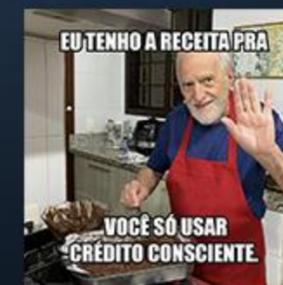
Chama no Zap que eu explico: na TV e nas redes sociais, convidamos o público a esclarecer as dúvidas pelo WhatsApp.



No Programa Encontro, aproveitamos uma pauta sobre o assunto endividamento para reforçar a campanha e divulgar o Zap do Ary.

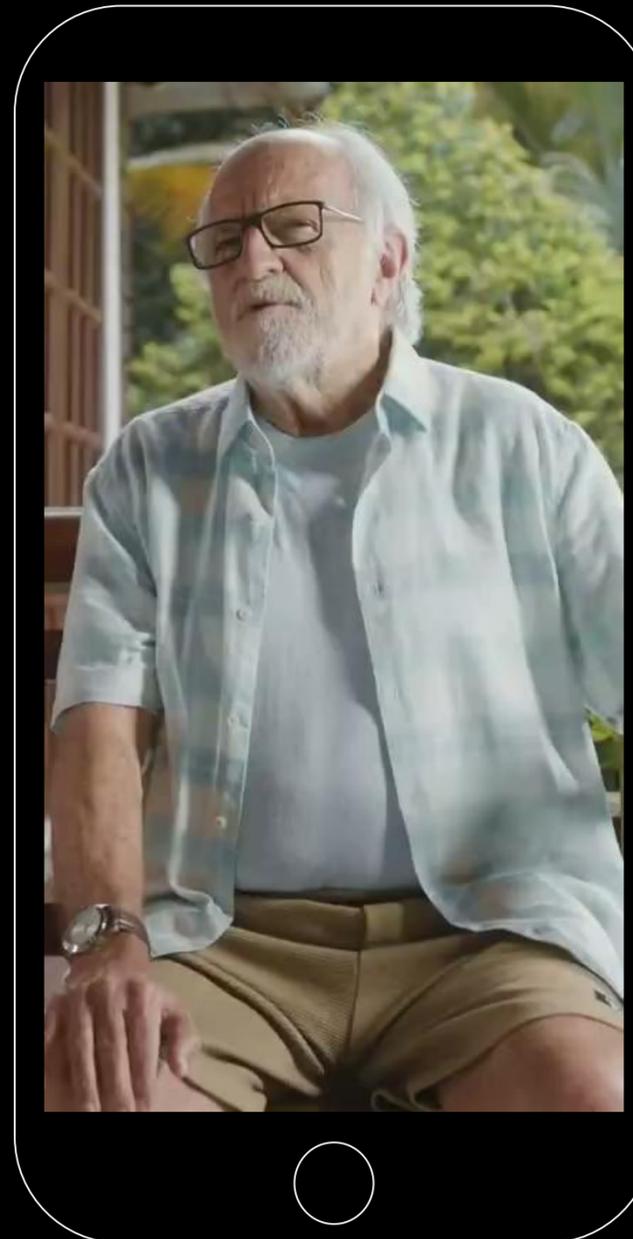
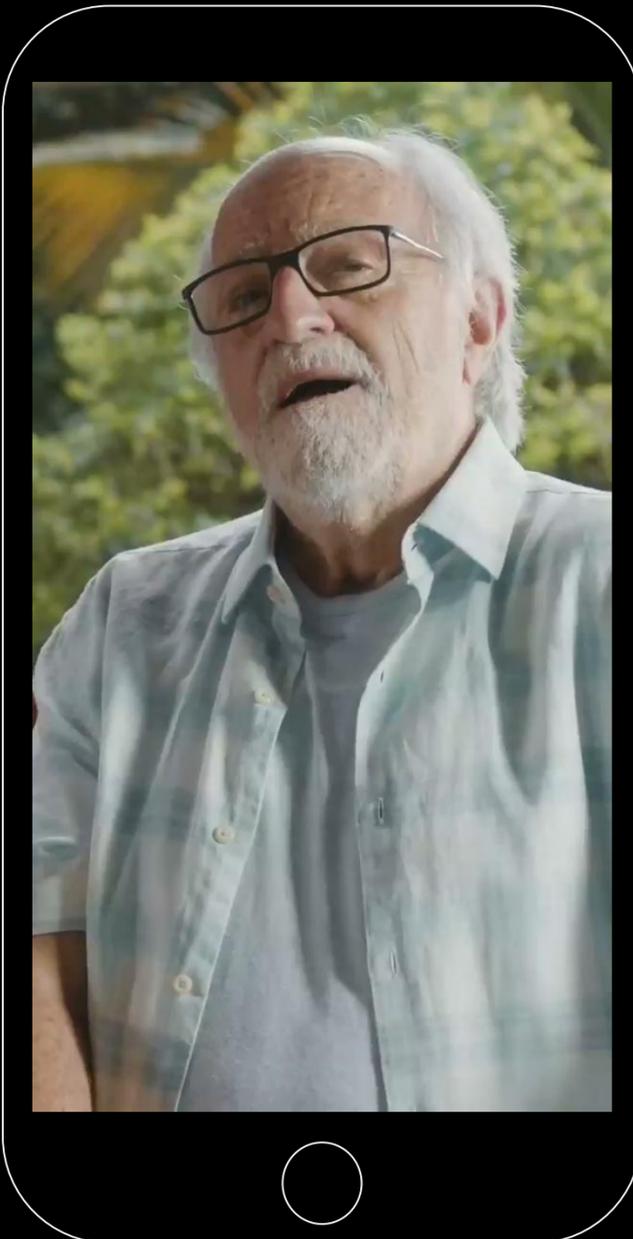


Na Landing Page da campanha, uma verdadeira cartilha reforçava o crédito consciente e explicava todas as diferenças entre empréstimo consignado e cartão de crédito consignado.



Também falamos com os mais jovens no TikTok e nas redes, encorajando-os a repassar a campanha educativa para seus pais e avós.





Clique para assistir aos **STORIES**

PROBLEMA

A Prefeitura de Belo Horizonte precisava dar visibilidade a um grande volume de obras pela cidade em 2024. Normalmente, balanços anuais apresentam uma sequência grande de números e obras, dados frios e de difícil assimilação pela população.

IDEIA

Para aumentar o engajamento e dar “calor” a números frios, envolvemos os moradores da cidade na campanha. Criamos um personagem, o Repórter BH, que andava pelos bairros perguntando aos habitantes sobre as realizações e as melhorias da Prefeitura.



TRANSFORMANDO NÚMEROS FRIOS EM RECEPÇÃO CALOROSA

RESULTADOS

A mensagem da campanha repercutiu com sucesso na TV e internet. Pesquisas realizadas em maio e junho registraram o impacto positivo entre a população:

mais de 40% concordam que a PBH preveniu enchentes, modernizou o centro da cidade, melhorou a mobilidade urbana e deixou BH mais bonita, moderna e melhor para se viver.

A avaliação geral da Prefeitura teve seu maior índice positivo pela maioria dos entrevistados, o que se refletiu nas eleições de 2024, com a reeleição do prefeito Fuad Noman.

- 1 MILHÃO** DE VISUALIZAÇÕES
104% ACIMA DA META
- 124% ACIMA DO ESTIMADO
- 297% ACIMA DO ESTIMADO
- 80% DE REPRODUÇÕES TOTAIS



Os filmes da campanha foram finalistas no prêmio profissionais do Ano.



✓ CENÁRIO

Após a pandemia, uma parcela da população passou a sentir desconfiança em relação às vacinas, diminuindo drasticamente a cobertura vacinal. Para a campanha de multivacinação em 2023, o Governo de Minas convocou toda a população para vacinar as crianças contra Sarampo, Caxumba, Rubéola, Tétano, Coqueluche, Poliomielite, Febre Amarela e Hepatite A.

✓ PROBLEMA

Precisávamos sensibilizar pais e responsáveis a procurar as Unidades Básicas de Saúde em uma época de tanta desinformação e desconfiança na ciência, aumentando a cobertura vacinal.



MULTI VACINAÇÃO

Depois da pandemia, a confiança nas vacinas voltou a Minas Gerais

✓ IDEIA

Embalada pela canção "Amigos do Peito", do Balão Mágico, a campanha resgatou a memória afetiva dos adultos da geração 80 - **fatia da população mais inclinada ao movimento anti vacinas**. O conceito "Quem vacina amigo é. Faça por seus filhos o que seus pais fizeram por você" reforçou o sentimento de continuar a proteção dos filhos.

✓ RESULTADOS

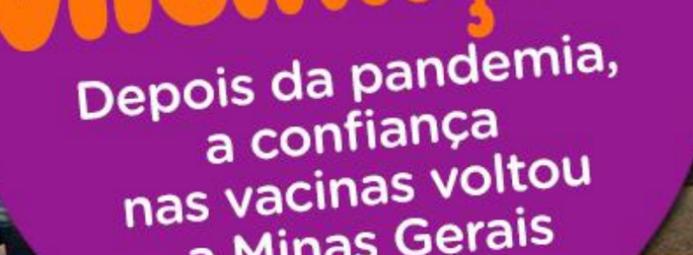
Minas Gerais registrou aumento na cobertura vacinal em seis dos oito imunizantes recomendados no calendário infantil.

mais de
Polio **6%**

Difteria, Tétano e Coqueluche **mais de 5,5%**

Febre Amarela **mais de 5%**

Crescimento da vacinação de Hepatite A, tríplice viral e pneumocócica





Somos amigos, amigos do peito...

PORTIFÓLIO

Assista
ao filme
MULTIVACINAÇÃO

**QUAL FOI A
ÚLTIMA VEZ
QUE SEUS
NÚMEROS
EMOCIONARAM?**

“Muito lindo, emocionante, cheio de vida!!!”
@Celso2212

“Lindo, difícil não emocionar!!!!”
@cassilageorgiamoratodesouza7506

“Eu devo a vida à este grande hospital”
@rosanarezende435

“Muito lindo, emocionante, cheio de vida!!!”
@Celso2212

“Muito lindo! Vocês fazem a diferença na vida de milhares de pessoas!! Parabéns!!”
@fabio.rodriguesdeoliveira.18

“Gente, me emocionei aqui. Que lindooooooooooooo! Chorei”
@nanda.fernandez

PROBLEMA

A Santa Casa BH é o maior hospital do Brasil em internações, com mais de 3,4 milhões de atendimentos por ano e 1000 leitos 100% SUS. Ao completar 125 anos, a instituição precisava celebrar a data e pedir doações para continuar oferecendo saúde de ponta a todos, mostrando sua importância para a sociedade. Entretanto, o orçamento da campanha era bem abaixo do suficiente para atingir nosso público.

IDEIA

Decidimos apostar na viralização orgânica. Produzimos um curta-metragem que mistura casos reais e ficção, contando a história de um sonho, que rejuvenesce a cada vida salva. Embalado pela canção “quem sabe isso quer dizer amor”, de Lô Borges e Marcio Borges, membros do Clube da Esquina, o filme viralizou no WhatsApp e redes sociais, alcançou milhões de pessoas, arrancou depoimentos emocionados e ajudou a Santa Casa BH a bater o recorde em doações para a instituição.



SANTA CASA BH 125 ANOS

CADA VIDA RENOVA UM SONHO

ENGAJAMENTOS
+ DE **1,3 MILHÕES**

THRUPLAYS
+ DE **2 MILHÕES**
VISUALIZAÇÕES DO VIDEO COMPLETO

ENGAJAMENTO
COM NÃO SEGUIDORES
+ DE **2800%**

COMENTÁRIOS POSITIVOS
100%

R\$ 14 MILHÕES EM DOAÇÕES



VENCEDOR
DA CATEGORIA
AUDIOVISUAL 2024

PPA | globo
PRÊMIO PROFISSIONAIS DO ANO
FINALISTA 2024

F





DISPOSIÇÕES FINAIS

PROTEÇÃO DE DADOS E CONFIDENCIALIDADE

Todas as relações que envolvam manipulação, armazenagem, coleta, transmissão e uso de dados respeitarão todas as regras de proteção impostas pela Lei nº 13.709/18 (Lei de Proteção de Dados Pessoais) e demais diplomas legais que venham a reger referida matéria, garantindo-se a integridade, a confidencialidade, o acesso e disponibilidade da informação a seu titular, bem como, evitando-se a perda, mal uso e o acesso não autorizado, a divulgação, a alteração ou destruição dos referidos dados.

É obrigatório manter absoluto sigilo e confidencialidade com relação informações verbais ou escritas, registradas ou não em qualquer meio físico, magnético e/ou virtual (papel, discos, cópias, originais, planos, estudos, concepção, fotos, amostras, etc), relacionadas ou não a essa Apresentação, em especial – mas não se restringindo – àquelas referentes a segredos ou informações estratégicas de negócios, métodos, valores, organização e/ou o funcionamento da Agência e/ou Fornecedores, comprometendo-se a não utilizá-las em benefício próprio ou de terceiros, direta ou indiretamente, e a não divulga-las a qualquer pessoa física ou jurídica a qualquer tempo, sob pena de responder civilmente por perdas e danos.

