



PATROCÍNIOS DA COMUNICAÇÃO E MARCAS

Abril de 2019



“O patrocínio cria percepção de marca, posicionando-a no mercado e capitalizando atributos emocionais”

BrandAnalytics

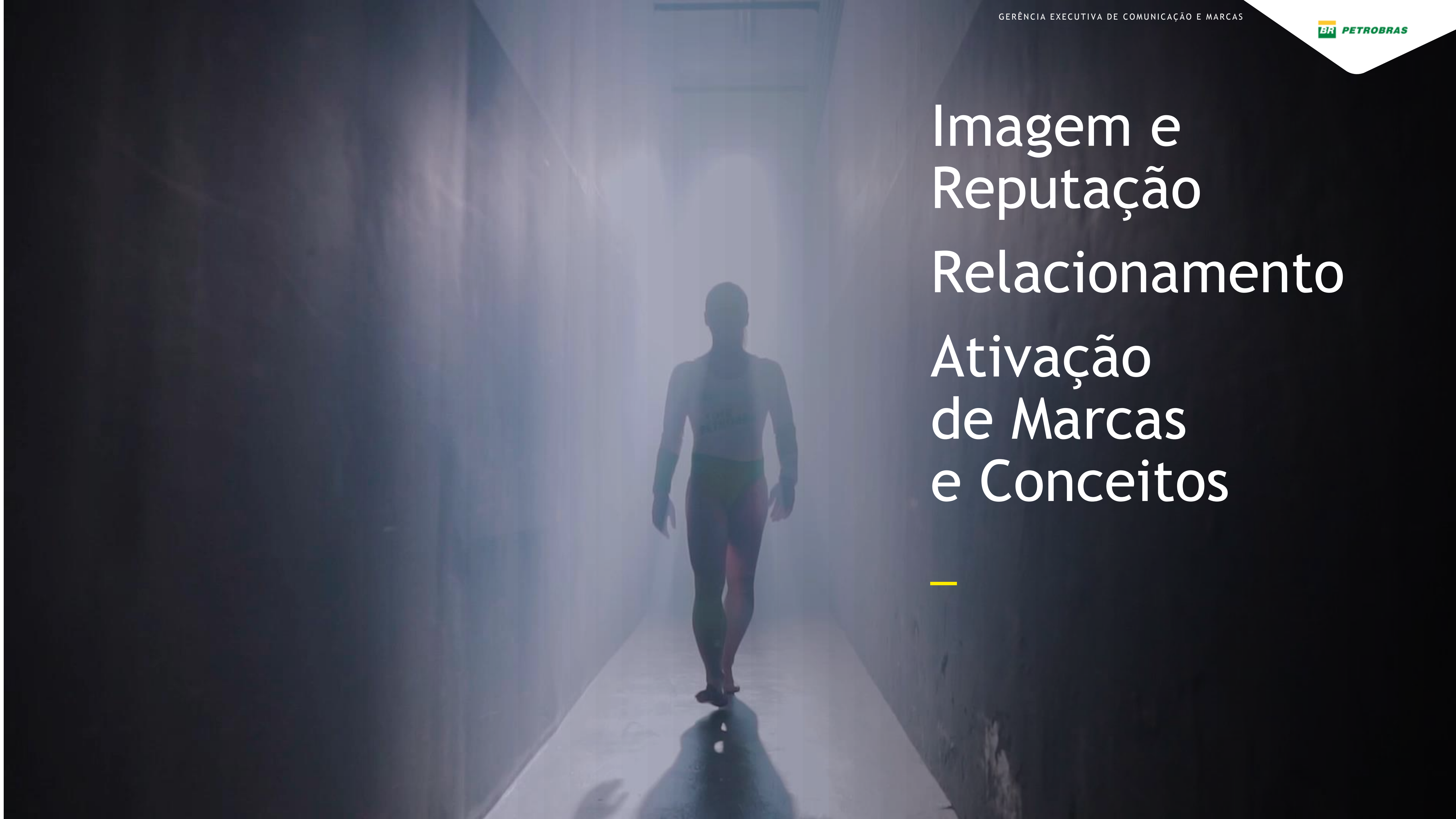


Imagem e Reputação

Relacionamento

Ativação de Marcas e Conceitos



orquestra
PETROBRAS
sinfônica



O patrocínio insere a marca e seus valores no repertório de mundo das pessoas.

A reconexão da Petrobras com os brasileiros passa pela relação íntima entre marca e identidade brasileira contida em muitos patrocínios.



WORLD LAB
PETROBRAS

RETORNO DE MÍDIA ESPONTÂNEA AMPLA E POSITIVA

Grande Prêmio – 14/11



Sette Câmara foca em “fazer tudo certo” na McLaren e espera encontrar “estrutura muito mais complexa”

Sérgio Sette Câmara está chegando na McLaren para sentir um gostinho da F1. O piloto mineiro já sabe que vai passar por muitas horas no simulador na McLaren no ano que vem, e se acertar tudo, a pista é possível



“A Petrobras é uma das maiores petrolíferas do mundo. Já participou da F1 antes e é uma empresa respeitada no paddock. Eu, como piloto brasileiro, estar numa equipe de peso, como a McLaren, e com uma empresa brasileira de peso também é uma situação muito boa. Eu me sinto confortável”
Sette Câmara, sobre o apoio da Petrobras.

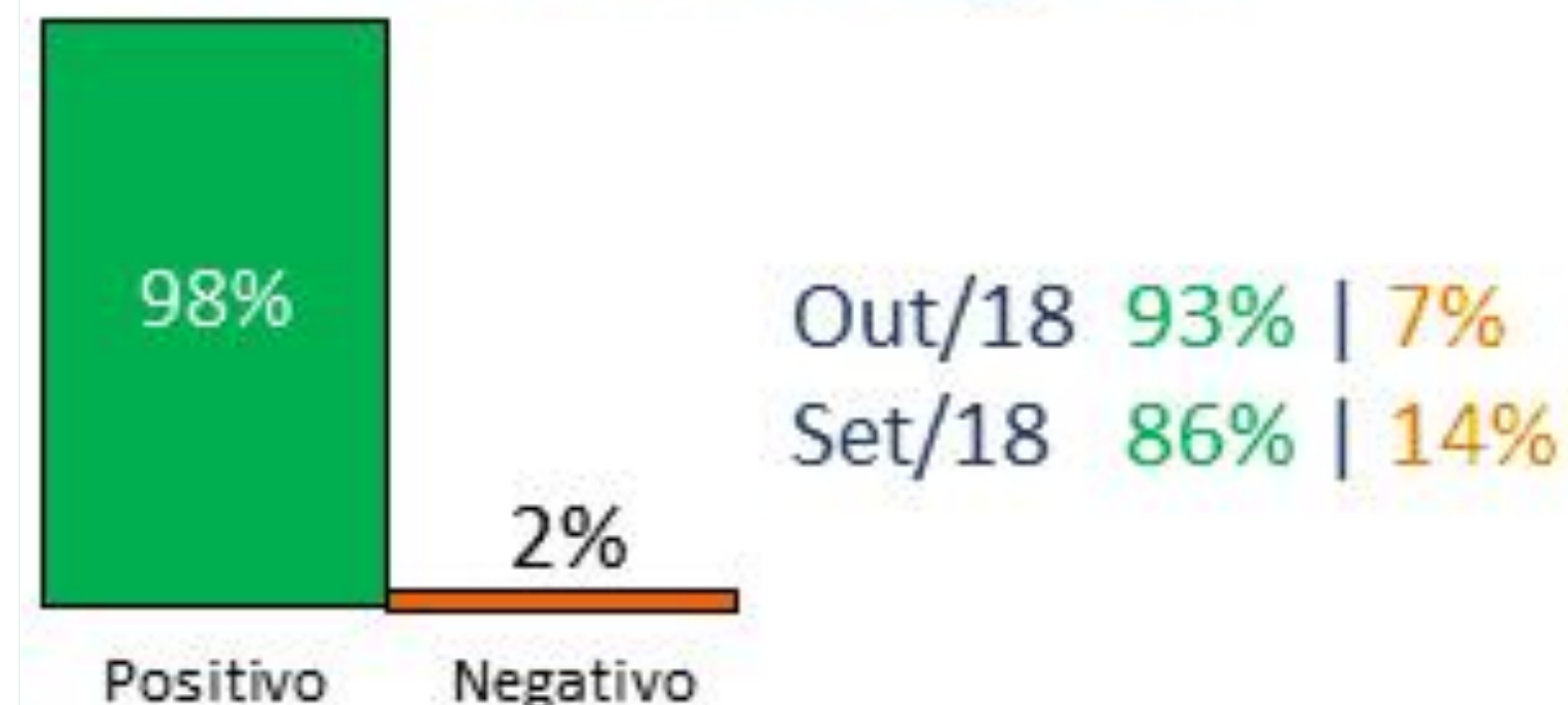
VN* **3,98** Muito Bom

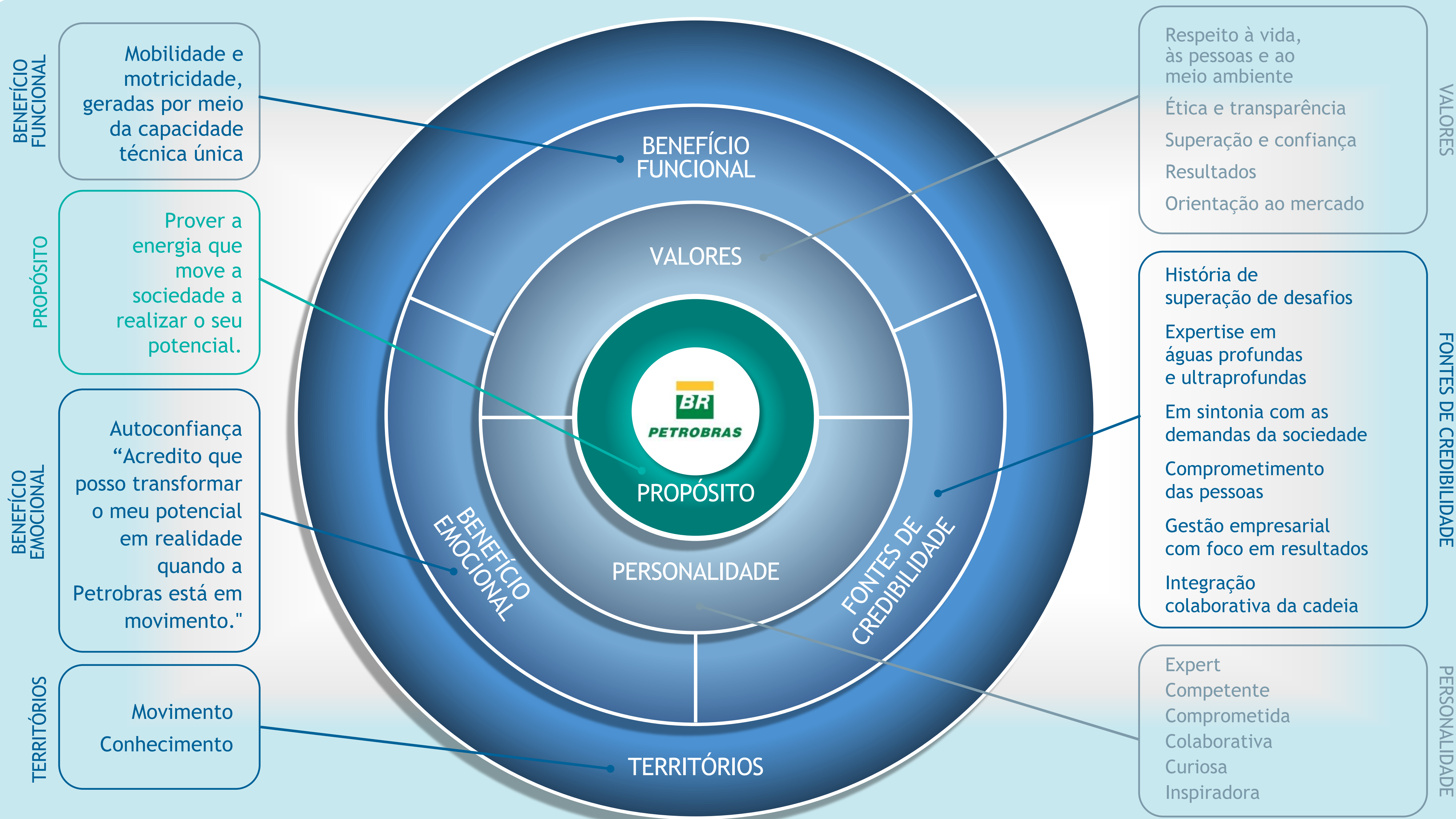
Outubro 2018 3,75
Setembro 2018 3,4

Total **276** notícias

Outubro 2018 175 notícias
Setembro 2018 212 notícias

Classificação





Territórios da marca Petrobras

MOVIMENTO



CONHECIMENTO



PREMISSAS DE PATROCÍNIOS

ALINHAMENTO AO PROPÓSITO DA ORGANIZAÇÃO

Prover a energia que move a sociedade a realizar o seu potencial.

ALINHAMENTO AO NEGÓCIO

Observando PE/PNG, praças estratégicas e públicos de interesse da Petrobras

ALINHAMENTO À ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E MARCAS DA PETROBRAS

Segundo posicionamento da marca e planejamento de comunicação



LINHAS DE ATUAÇÃO

PATROCÍNIO CULTURAL

- Audiovisual
- Artes cênicas
- Música
- Múltiplas expressões de nosso movimento

PATROCÍNIO ESPORTIVO

- Esporte motor
- Esporte de rendimento
- Esporte e movimento

PATROCÍNIO A NEGÓCIO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

- Mercado
- Conhecimento



CICLO DO PROCESSO PATROCÍNIO



Entidades de controle: Auditoria Interna, Conformidade, CGU, TCU, Ministério Público

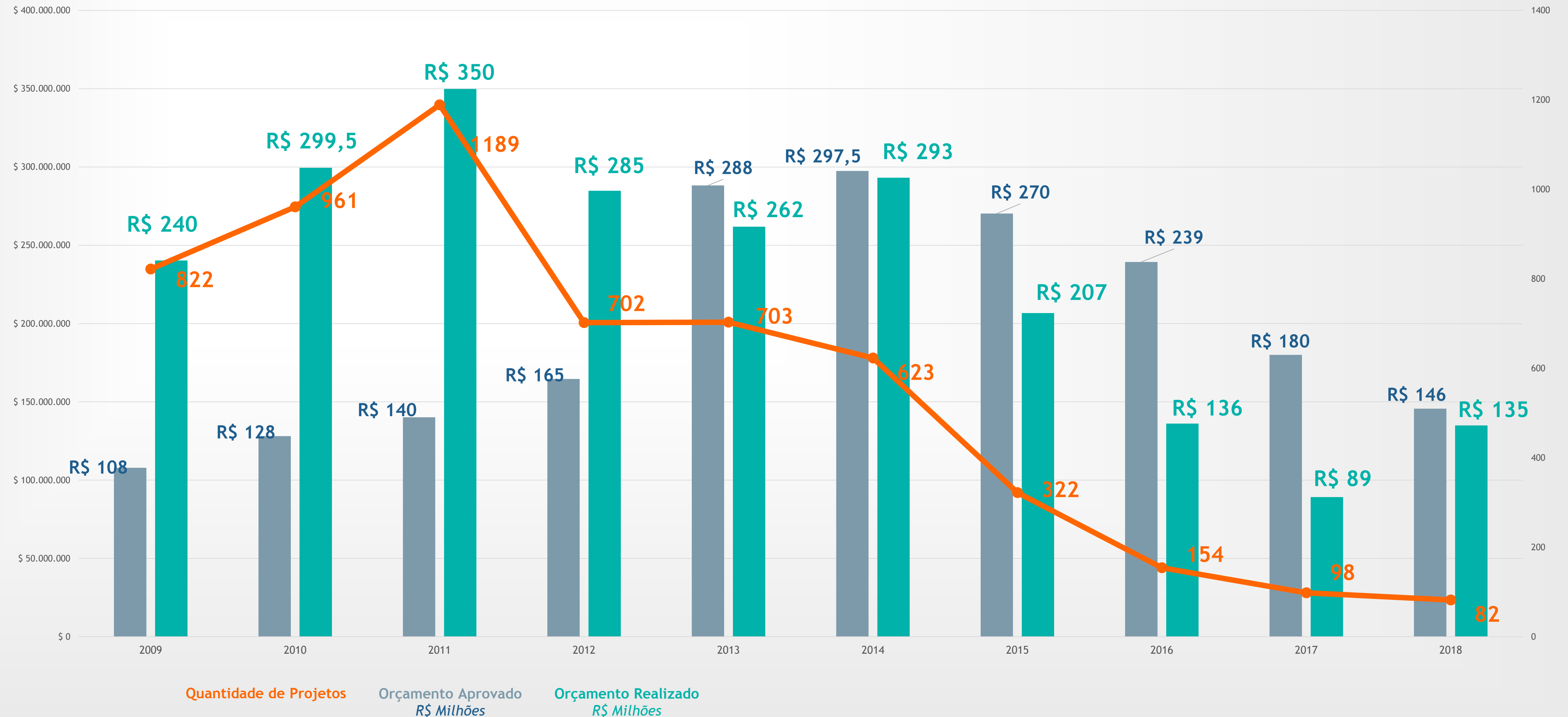
PROCESSO DE SELEÇÃO E CONTRATAÇÃO DE PATROCÍNIO



O processo de contratação ainda conta com a participação/aprovação das seguintes áreas:

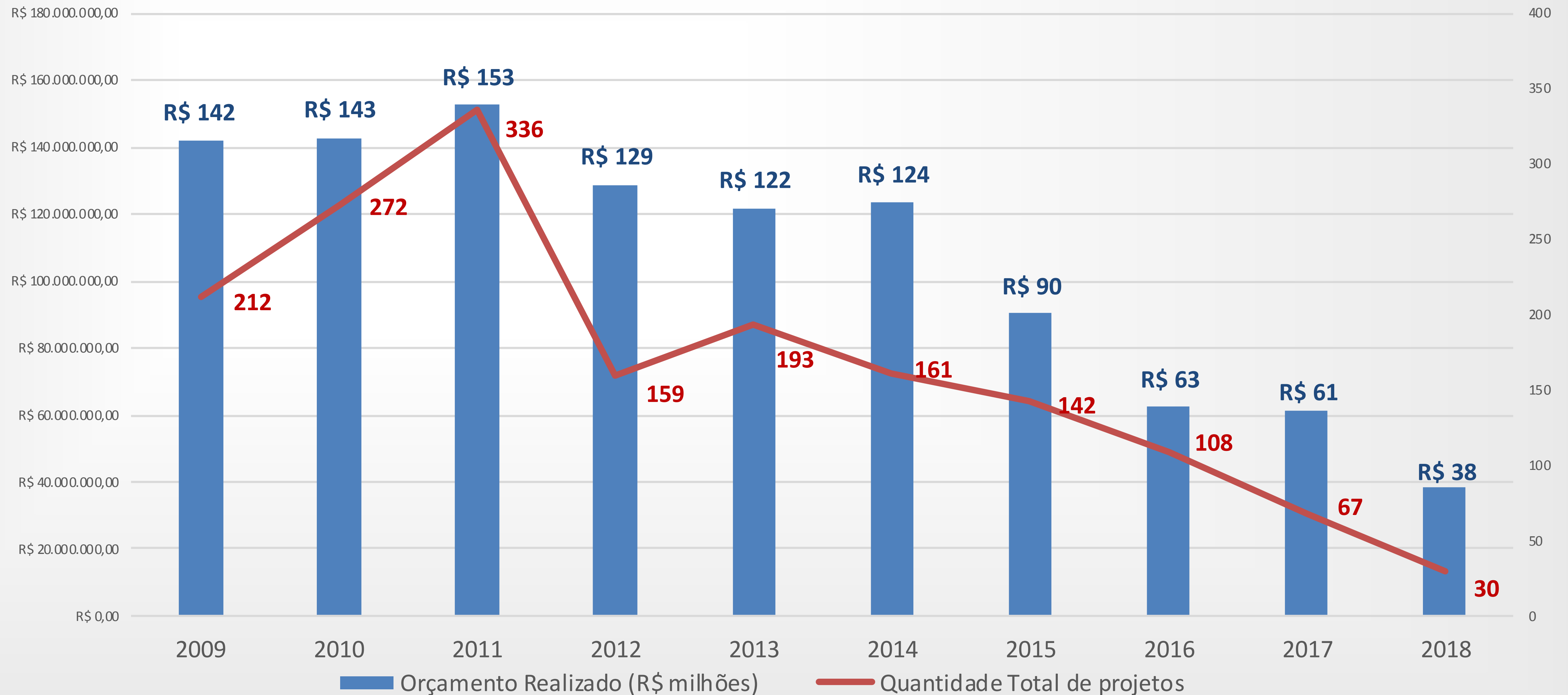
- Conformidade
- Jurídico
- SBS
- Comissão de Negociação
- SECOM

QUANTIDADE DE PROJETOS X ORÇAMENTO



CULTURA

REALIZAÇÃO X QUANTIDADE DE PROJETOS



DISTRIBUIÇÃO ORÇAMENTÁRIA 2019 - R\$ 128 milhões

Por segmentos de patrocínio



- Redirecionamento Estratégico da Alta Administração da Cia.
- Plano de Resiliência → Impactos no orçamento (redução de 30%) e carteira de patrocínios.
- Novas orientações para Política de Patrocínios. Início de estudos.

OBRIGADO.