

PATROCÍNIOS ESPORTIVOS

PROGRAMA PETROBRAS ESPORTIVO



HISTÓRICO

A ferramenta de Patrocínio Esportivo vem sendo utilizada pela Petrobras praticamente desde a sua fundação. O primeiro patrocínio registrado é o das Mil Milhas de Interlagos, em 1956.

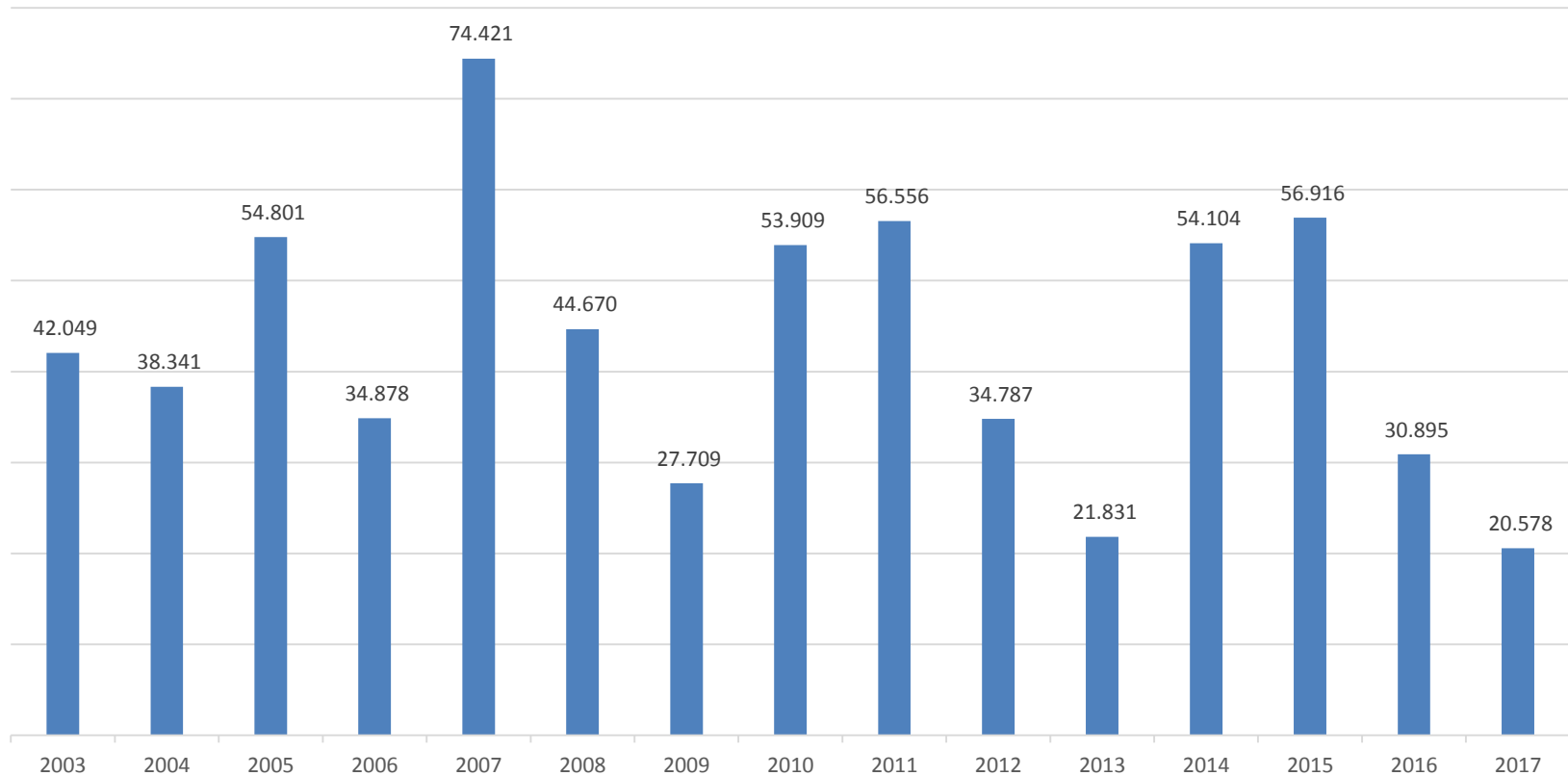
Ao longo dos anos, a Petrobras esteve presente em várias modalidades esportivas, com destaque para os esportes olímpicos e também para o esporte motor, em função da afinidade com os negócios da empresa, estando presente na Fórmula 1, desenvolvendo e fornecendo produtos de alta tecnologia.

A Petrobras foi pioneira no uso da Lei de Incentivo ao Esporte, quando patrocinou a preparação da delegação brasileira para os Jogos de Pequim, em 2008 e lançou, em 2010, o Programa Petrobras Esporte & Cidadania, com projetos da LIE nos segmentos de rendimento, educacional e de participação.

A Petrobras foi, também, patrocinadora dos Jogos Panamericanos de 2007 e dos Jogos Paralímpicos do Rio de Janeiro, em 2016.

HISTÓRICO

Valores consolidados dos patrocínios esportivos (milhões R\$)



HISTÓRICO

Valores por esportes olímpicos nos últimos ciclos:

Esporte & Cidadania (Período 2011 - 2016)

- Boxe - R\$ 16.256.841,18
- Esgrima - R\$ 10.964.824,30
- Levantamento de peso - R\$ 9.413.100,19
- Remo - R\$ 12.508.554,78
- Taekwondo - R\$ 12.185.249,14

Plano Brasil Medalhas (Período 2013-2016)

- Judô - R\$ 20.000.000,00

Time Petrobras - R\$ 2.996.000,00 (Período 2015-2016)

HISTÓRICO

Principais contrapartidas dos contratos:

Esporte & Cidadania (Período 2011 - 2016)

- Foco na preparação dos atletas
- Uso de Lei de Incentivo (nos exercícios em que lucro)
- Contrapartidas de visibilidade nos uniformes das confederações
- Participação dos atletas em eventos Petrobras

Judô (Período 2013-2016)

- Direitos sobre o Mundial de Judô do Rio de Janeiro (2013)
- Participação dos atletas em eventos Petrobras
- Exposição de marca nos uniformes e espaços da Confederação

Time Petrobras - R\$ 2.996.000,00 (Período 2015-2016)

- Presença de marca nos uniformes dos atletas
- Participação dos atletas em eventos Petrobras
- Direitos de imagem para uso publicitário

PREMISSAS PARA PATROCÍNIOS PETROBRAS



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

OBJETIVOS

IMAGEM E REPUTAÇÃO

- Criar percepção de marca, capitalizando atributos emocionais
- Promover experiências de marca
- Fonte de conteúdos

RELACIONAMENTO

- Aumento à favorabilidade com a empresa
- Aproximação com públicos de interesse
- Campo para ações de comunicação dirigida e relacionamento

IMPULSO MERCADOLÓGICO

- Ativação de marcas de consumo e B2B
- Apoio à estratégia de produtos e serviços
- Reforço de posicionamento mercadológico

O PROGRAMA

PETROBRAS ESPORTIVO



LINHAS DE ATUAÇÃO



LINHAS DE ATUAÇÃO

Esporte Motor

Por meio do patrocínio às equipes e categorias do automobilismo, sempre vinculado ao desenvolvimento e fornecimento de produtos, reforçando a percepção de capacidade técnica pelos nossos públicos e o posicionamento da marca Petrobras, possibilitando a promoção da tecnologia relacionada aos nossos combustíveis e lubrificantes.



LINHAS DE ATUAÇÃO

Esporte de Rendimento

Congregando a energia do movimento e do mar por meio de apoio a projetos esportivos de rendimento, promovemos a volta da Petrobras às provas de participação popular como maratonas de revezamento e circuito de travessias aquáticas, além da manutenção do Time Petrobras como forma de dar continuidade ao apoio aos esportes olímpicos.



CARTEIRA DE PROJETOS DO PROGRAMA PETROBRAS ESPORTIVO

Dentro do Programa Petrobras Esportivo, a carteira atual se destaca pela manutenção dos principais projetos de esporte motor, em função do vínculo com os negócios da Companhia, além da continuidade do Time Petrobras, mantendo o apoio aos esportes olímpicos.

Como novidades, estão os projetos de participação popular dentro da linha de esporte de rendimento, selecionados por meio de Chamada Pública realizada no ano passado.

ESPORTE MOTOR

- Equipe McLaren de Fórmula 1
- Campeonato Brasileiro de Stock Car
- Petrobras Rally Team
- Seletiva Petrobras de Kart
- SAE Baja & Fórmula SAE
- Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1

ESPORTE DE RENDIMENTO

- Time Petrobras
- Maratona Petrobras de Revezamento
- Circuito Petrobras Rei & Rainha do Mar
- Circuito Petrobras Aqua

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS



Metricom

Ajuda | Eduardo Cordeiro da Hora | **BR PETROBRAS**

Cadastrar | Consultar | Relatórios | Gerenciar Questionário | Painel de Acompanhamento | Administração

RESUMO

| | |
|------------------------------|---|
| Mensagens | 1 |
| Ações com ANÁLISE pendente | 0 |
| Ações com AVALIAÇÃO pendente | 0 |

PERCENTUAL DE UTILIZAÇÃO

N/A

CUSTO POR MIL

N/A

Mensagens

| Prioridade | Data | Título | Mensagem | Ações |
|------------|------------|--------------------|--|-------|
| | 12/03/2018 | Análise Finalizada | O usuário Eduardo Cordeiro da Hora concluiu a Análise da ação Eventos ABA 2017 em 12/03/2018 | |

Página 1 de 1

O método adotado pela ferramenta é a ponderação de algumas métricas relacionadas ao projeto tais como: público atingido, custo por mil, grau de ativação e grau de aderência aos objetivos de comunicação da Petrobras.

Retorno de mídia espontânea - patrocínios

(RELATÓRIO MARÇO 2018)

PATROCÍNIO

Número de notícias: 86

VN Médio: 2,91 ("Bom")

- O resultado da editoria manteve a avaliação "Bom" (VN 2,91), mantida desde janeiro. O número de notícias captadas continua caindo, indo de 109 (em fevereiro) para 86.
- Além de apresentar projetos relevantes no tocante à preservação ambiental, a Petrobras foi uma das principais patrocinadoras do 8º Fórum Mundial da Água, sendo uma das maiores responsáveis pela realização do evento. O tema foi citado 17 vezes ao longo da cobertura, representando 20% do total de matérias captadas na editoria.
- Pode fim, podemos citar como destaque negativo a retirada do patrocínio oferecido ao festival "É Tudo Verdade", que chegará à sua 23ª edição em abril. Com a perda do patrocínio de grandes instituições (além da Petrobras, o BNDES também removeu sua participação), o evento alcançou apenas dois terços da arrecadação prevista. O Itaú Cultural e o Sesc assumiram como novos incentivadores. O tema foi mencionado oito vezes, representando 9% das publicações no período.

Bom
VN 2,91



PROJETO DEEPDIVE QUARTERLY TRACKER 2016-2018



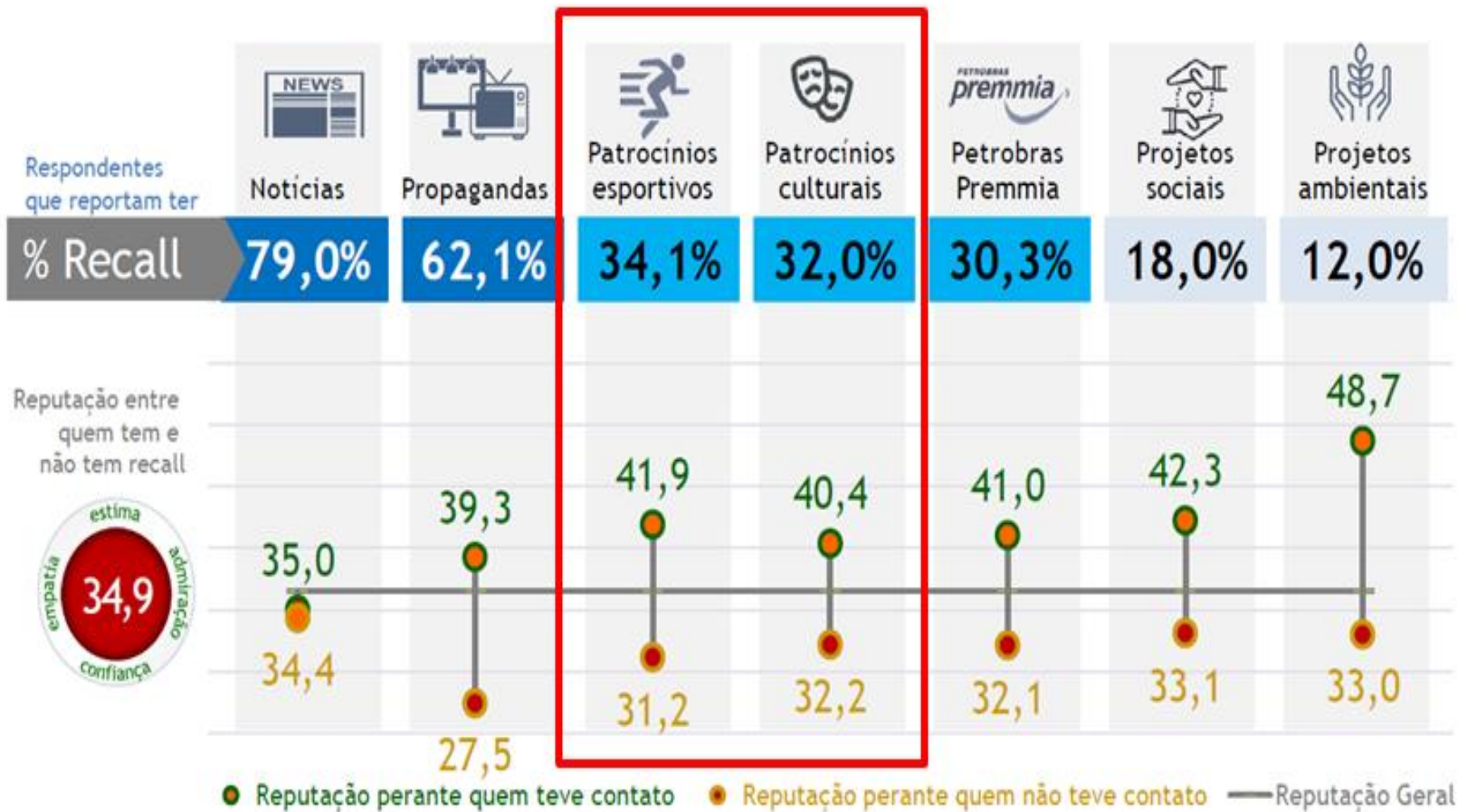
Objetivos

Monitorar a reputação da Petrobras com o público geral das 15 maiores regiões metropolitanas mensalmente, gerando diagnósticos trimestrais aprofundados dos fatores que explicam a reputação da empresa a partir de 28 atributos customizados para a companhia.

Semestralmente, dados segmentados sobre a reputação da organização e sobre o recall em relação a iniciativas de comunicação da empresa também são analisados.

Esse relatório apresenta os resultados da coleta de dados realizada entre **6 de abril de 2016 e 16 de dezembro de 2017**.

Recall de iniciativas e influência na reputação



PESQUISA DE IMAGEM

Metodologia

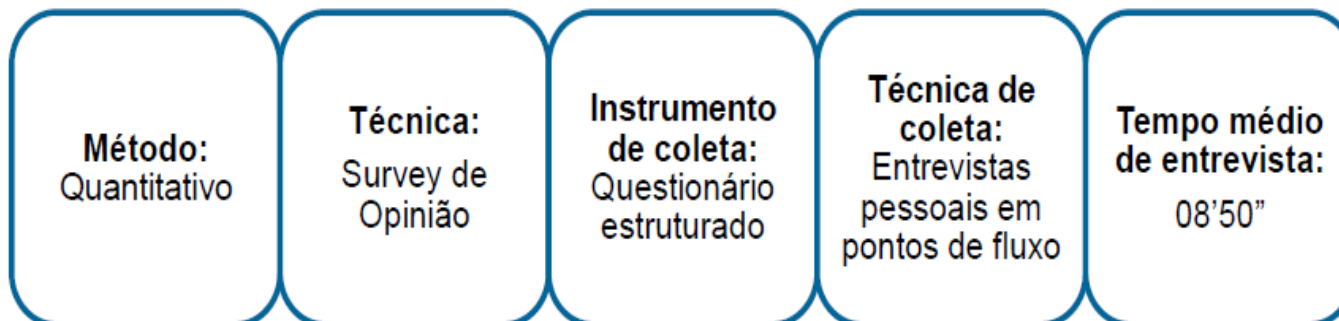


✓ Objetivo

- A Petrobras realiza, desde 2014, pesquisa junto à opinião pública brasileira com o objetivo de avaliar a imagem da Petrobras, principalmente no que se refere aos efeitos das denúncias envolvendo a companhia.

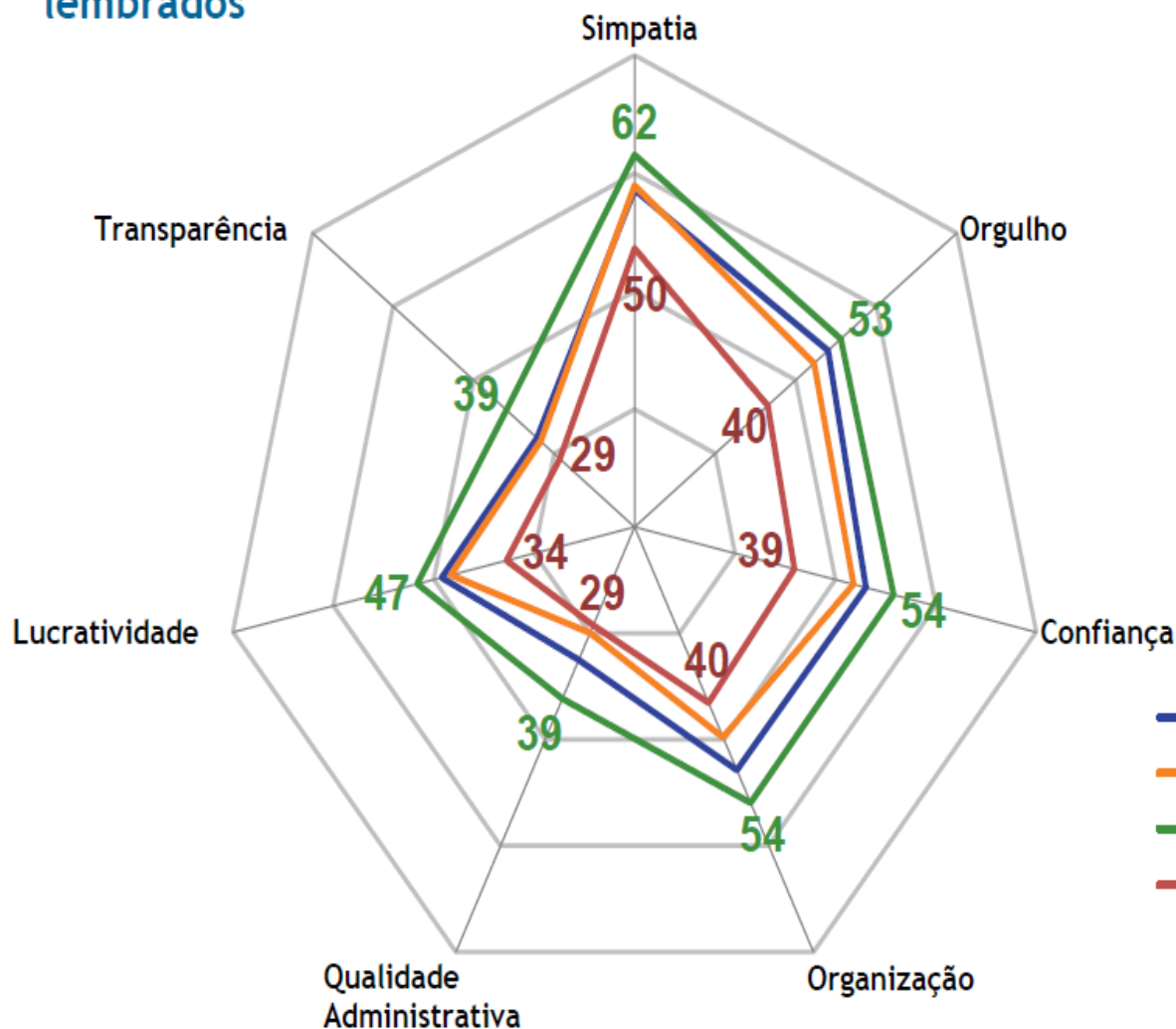
✓ Universo

- Homens e mulheres com 18 anos ou mais, pertencentes às classes sociais A, B, C e D/E e residentes em 8 capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Recife, Curitiba e Porto Alegre.



Avaliação de Imagem

- ✓ Comparativo da pontuação dos indicadores entre os tipos de patrocínios e projetos lembrados



Aqueles que não se lembram de patrocínios ou projetos da Petrobras avaliam pior a imagem da companhia.

Quem se lembra de projetos sociais e ambientais avalia melhor todos os atributos.

- Lembra de Patrocínios Culturais
- Lembra de Patrocínios Esportivos
- Lembra de Projetos Sociais e Ambientais
- Não lembra de nenhum tipo de projeto

OBRIGADO

