



Marketing Esportivo

Todas as **ações** de Marketing do Banco do Brasil deverão estar **alinhadas** ao seu **Propósito** e **Posicionamento** Institucional.



Construção de Marca, apoio a negócios e contribuir na renovação da base de clientes.





Na seleção dos patrocínios esportivos, deve ser priorizado:

- Modalidades que tenham **grande visibilidade** por meio de transmissão em TV aberta ou fechada - canais de esporte - e que sejam destaques na mídia especializada;
- Modalidades, atletas, clubes, eventos esportivos e competições que não sejam patrocinadas por outras instituições financeiras e que permitam a realização de **ações de relacionamento** com público de interesse do Banco;
- Projetos de patrocínio individual ou coletivo (seleções) com **performance** de destaque nas competições mais relevantes da modalidade;
- **Confederações e atletas** que gozem de **imagem positiva** junto à sociedade, não tendo sido objeto de denúncias por práticas não condizentes com a atividade desportiva ou crime de qualquer natureza;
- Confederações que adotem princípios de gestão baseados nos melhores princípios de **governança corporativa** como transparência, prestação de contas, equidade e responsabilidade corporativa;
- Projetos que possam ser patrocinados por meio da **Lei de Incentivo** ao Esporte;
- Projetos de representação nacional que reforcem **atributos valorizados na Essência BB**;
- Projetos de entidades sem fins lucrativos componentes do Sistema Nacional do Desporto, que atendam as exigências contidas no art. 18-A da Lei 9.615 de 24.03.1998.



Durante mais de 27 anos de iniciativas relacionadas ao esporte, destacam-se o patrocínio ao tênis e o tricampeão de Roland Garros, Gustavo Kuerten, o Guga (2004 a 2015), ao futsal (2005 a 2014) e ao principal atleta da seleção brasileira, o ala Falcão, ao ciclismo (2009 a 2011), ao automobilismo, com o piloto Felipe Nasr e escuderias de Fórmula 1 e GP2 (2012 a 2016), além de atletas de diversas modalidades como campeões mundiais e medalhistas olímpicos do vôlei de quadra e praia.





Modalidades patrocinadas

Vôlei de Quadra

Vôlei de Praia

Corrida de Rua

Atletas patrocinados

11 Embaixadores

Robert Scheidt

Bernardinho

Felipe Nasr

Alisson

Bruno

Modalidades que já foram patrocinadas

Ciclismo

Handebol

Futsal

Tênis

Automobilismo

De forma pontual modalidades como natação, maratona aquática, surf (2016) e skate (2013/14).



Vôlei de Quadra

Desde 1991 o BB é o patrocinador oficial do voleibol brasileiro. O patrocínio fez com que a seleção passasse de coadjuvante a protagonista nas principais competições da modalidade.

Desde então, as seleções feminina e masculina mantêm-se entre as melhores do mundo.



Vôlei de Praia

No mesmo ano, o Banco do Brasil ajudou o País a conquistar três medalhas de ouro, sete de prata e três de bronze em Olimpíadas, além de dezenas de títulos do Circuito Mundial.

Nos patrocínios específicos às duplas, o BB já apoiou os atletas Emanuel e Ricardo (2005 a 2016), Maria Elisa (2009 a 2016) e Juliana (2013 a 2016), e os atletas Alison Cerutti (desde 2011) e Bruno Schmidt (desde 2016), ouro nas Olimpíadas Rio 2016.



27 anos de
parceria

141 mil

público pagante em
36 eventos
de vôlei em 2017

850% média de
retorno de mídia
em 2017

Em 2017, o Banco do Brasil deu início ao Circuito BB de Corrida de Rua, com percursos de 5km e 10km para adultos e 1km para crianças, além de atividades físicas voltadas para toda a família. Percorreu 8 capitais em todas as regiões do país: Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA) e São Paulo (SP). Atraiu quase 30 mil pessoas, entre corredores inscritos e acompanhantes. Em 2018, o projeto dobrou a quantidade de etapas, levando o Circuito para 16 cidades de norte a sul do país.

O patrocínio ao projeto pretende transmitir a mensagem de um banco que incentiva o esporte, a qualidade de vida e proporciona a experiência de praticar atividade física com toda a família, além de reforçar o posicionamento do BB como empresa inovadora e que contribui na experiência positiva de seus clientes e *prospects*.





em 2017

1^a edição

8 etapas

24 mil inscritos

30 mil participantes

Ferramenta de **marketing de relacionamento** com clientes e parceiros do BB.

Criado em 2003 o projeto patrocina campeões olímpicos que se tornaram representantes do BB e tem como objetivo a exposição e o fortalecimento da marca, bem como a prospecção e manutenção de parcerias negociais e financeiras, por meio da realização de ações promocionais e de relacionamento, tais como: participação dos atletas e ex-atletas em visitas a clientes e público de interesse negocial; em ações sociais, nas clínicas de vôlei, oficinas de esporte para crianças carentes, em palestras para público externo e na participação em eventos do Banco e/ou de seus parceiros.



Embaixadores

Marcelo Negrão, Maurício Lima, Nalbert, Sandra Pires, Virna, André Heller, Fofão, Gustavo Endres, Fabizinha, Emanuel e Sheilla Castro.



11 embaixadores

103 eventos
em 2017

32 mil pessoas

Ações em 14 estados
80 cidades no Brasil



16 anos de
parceria

Maior

medalhista olímpico
brasileiro

05 medalhas
olímpicas

374%

média de retorno de mídia*

jan 2013 a out 2017





Vôlei de Quadra

VivaVôlei é um programa de iniciação ao voleibol cuja diretriz é educar e socializar meninos e meninas de 7 a 14 anos através do esporte.

Iniciado em 1999 para educar e socializar e para a aprendizagem do voleibol, num método lúdico de iniciação adaptado às capacidades e necessidades das crianças. Em média são atendidas 1.000 crianças/ano. Em 2018 o número já chegou à **1.560**.



Vôlei de Praia

As **escolinhas de vôlei de praia** consistem no aprendizado do Voleibol por meio de métodos lúdicos e recreativos, junto a profissionais e monitores especializados na modalidade.

O programa contribui na melhoria da qualidade de vida dos jovens das localidades onde são realizadas as etapas do Circuito de Vôlei de Praia, com conceitos e valores que promovem educação, socialização e a inclusão. Cerca de **900** crianças são atendidas por ano.



Visando proteger a imagem do patrocinador e mitigar riscos, em janeiro de 2015, o Banco do Brasil acordou com a CBV a inclusão de cláusulas de governança corporativa nos patrocínios ao vôlei de quadra e praia. Foram incluídas cláusulas com melhores práticas de governança corporativa por parte da patrocinada, bem como o direcionamento de parte dos recursos de patrocínio por meio da Lei de Incentivo ao Esporte.

A CGU recomendou ao Banco estabelecer no contrato de patrocínio com a CBV padrões mínimos de governança corporativa. Em relação ao Banco, não foram encontradas responsabilidades objetivas nas irregularidades da gestão dos recursos pela CBV.





A CBV adotou medidas para reparar as irregularidades encontradas, visando manter o seu patrocínio com o BB e reduzir o risco de imagem de ambos, conforme abaixo:

- a) adotar as medidas administrativas e legais cabíveis para o ressarcimento dos gastos com serviços sem comprovação de execução, bem como a apuração da existência de outros serviços pagos e não executados para também providenciar a devolução desses recursos;
- b) criar regulamento para contratações que defina padrões de governança mínimos, como pesquisa de preços e impossibilidade de contratação de pessoas ligadas à CBV sem justificativa e autorização dos conselhos;
- c) publicação de todos os contratos na página da CBV na internet e a exigência de comprovação da capacidade operacional e da experiência antes da efetivação do contrato;
- d) instituir um comitê para apoio do conselho diretor na tomada de decisões de longo prazo e na elaboração do planejamento estratégico e dos planos anuais da entidade, bem como na avaliação da contratação de serviços e produtos. Este comitê será composto por representantes da comunidade do vôlei, incluindo atletas, comissão técnica e mídia especializada entre outros. As indicações dos integrantes devem ser aprovadas pelo Conselho Diretor e pela Assembleia Geral;
- e) adotar critérios de seleção para o Conselho Fiscal que fomente a independência e a multiplicidade de conhecimentos dos integrantes;
- f) criar uma Ouvidoria, ligada diretamente à presidência da CBV, gerenciada por profissional experiente e sem vínculo prévio com a entidade;
- g) publicar os pareceres das Auditorias Independentes contratadas para o Regulamento de Contratações e para as Demonstrações Financeiras.



O modelo de governança estabelecido entre o Banco e a CBV foi estendido para a CBHb e demais contratos de patrocínio do Banco.

O BB é signatário do Pacto pelo Esporte desde a sua criação e estimula as boas práticas de governança, exigindo das Patrocinadas a observância das orientações do Pacto e as notas mínimas estabelecidas pelo Rating Integra.

O **Pacto pelo Esporte** convida para o lançamento da ferramenta que integrará os esforços das entidades esportivas e das empresas patrocinadoras em busca de mais integridade, transparência e governança para o esporte brasileiro.

rating
Integra
GOVERNANÇA NO ESPORTE

Contando com a presença dos membros do Comitê Gestor do Integra:
Atletas pelo Brasil, Comitê Olímpico do Brasil, Comitê Paralímpico Brasileiro,
Comitê Brasileiro de Clubes e Instituto Ethos.

27 DE FEVEREIRO DE 2018 - HORÁRIO: 09h30

LOCAL: HANGAR DA GOL LINHAS AÉREAS NO AEROPORTO DE CONGONHAS.

ACESSO: PRAÇA COMANDANTE LINNEU GOMES, PORTÃO 3

CONFIRME SUA PRESENÇA PELO RSVP comunicacao@pactopelo esporte.org.br
CONTAMOS COM VOCÊ.



TOTAL	
2008	R\$ 43.632.851,99
2009	R\$ 54.348.011,30
2010	R\$ 55.072.851,52
2011	R\$ 55.375.254,27
2013	R\$ 89.836.701,60
2014	R\$ 110.758.267,79
2015	R\$ 141.921.144,22
2016	R\$ 149.355.977,62
TOTAL	R\$ 834.754.510,56



Diretoria Marketing e Comunicação