



*Praia
boa
é Praia
limpa*

"Vi o polvo, vi a lula conversando..."

VERÃO RIC

O Grupo RIC aproveita todas as suas ferramentas para transformar os projetos de verão em uma plataforma crossmedia de envolvimento com o público:

MEIO

- TELEVISÃO

CONTEÚDO

- CONSCIÊNCIA AMBIENTAL

FORMATO

- COBERTURA EDITORIAL

ATIVACÃO

- ENTREGAS DE BRINDES
- AÇÕES EM CAMPO



...Que respeite a natureza, e que economize...

O Projeto

O projeto Praia Boa é Praia Limpa consiste na realização de uma campanha de mídia combinada com ações de campo com o objetivo de orientar os turistas e moradores para os cuidados do destino final do lixo utilizado nas praias.

Motivos para participar do projeto:

- Consumidores preferem empresas reconhecidas por preservarem o meio ambiente;¹
- Projeto consolidado que engaja turistas e moradores em prol do meio ambiente;
- Entrega de sacolas biodegradáveis, com logo do patrocinador, em praias da região.



¹ PORTAL DO CONSUMIDOR 2015

“Vi o polvo, vi a lula conversando...”

Ativação

Além da repercussão editorial, o Praia Boa É Praia Limpa irá realizar, em janeiro, 2 ações nas praias da região da emissora de Itajaí e entregar **SACOLAS BIODEGRADÁVEIS** aos turistas e moradores presentes nas praias.

- Também será realizada uma ação de limpeza de uma praia da região, onde voluntários e patrocinadores poderão participar.



... É preciso consciência pra poder mudar"
Lenine

Estrutura da ação

- Uniforme;
- 2 promotores;
- Supervisor;
- Cinegrafista;



Praia a ser definida.





MÍDIA

Veículo	Formato	Determinação	Aproveitamento	Nº Inserções
RICTV Record Itajaí	Chamadas de Envolvimento	Rotativo	5"	60
Record News				60
RIC Mais	Super Banner Projeto	Indeterminado	Logo	50.000

E ainda:

- Uniforme da equipe (logo);
- Entrega de sacolas biodegradáveis;
- Entrega de brindes (fornecidos pelo patrocinador).

... É preciso consciência pra poder mudar"
Lenine

Investimento



Valor Total Tabela: R\$ 41.963,60

Tabela de Preços: Outubro 2018 | Fechamento Comercial: 01/11/18

MÁXIMO DE 02 COTAS

Alcance: Número de pessoas que foram alcançadas pelo menos 1 minuto pela mídia

Impactos: Número de vezes que a campanha do projeto foi percebida pelo público, podendo ser várias pelo mesmo indivíduo.

