



Presidência da República  
Secretaria de Comunicação e Publicidade - PR  
Departamento de Patrocínios

Banco de Dados - Contrapartidas

BRASÍLIA (DF)

JUNHO – 2016

A equipe do DEPAT, objetivando auxiliar as empresas estatais, integrantes do SICOM, numa melhor negociação de projetos de patrocínio, com o intuito de rentabilizar o investimento nessa área, por meio da adoção de um rol mínimo de contrapartidas que um bom projeto de patrocínio deve ofertar a seu possível patrocinador, disponibiliza a todos os usuários do SISAc este documento, contendo algumas sugestões de contrapartidas, divididas por categoria.

Conforme determinação expressa da Instrução Normativa SECOM-PR nº 09, de 19 de dezembro de 2014, a aplicação ou divulgação da logomarca do patrocinador, dissociada da iniciativa a ser patrocinada, não se traduz em contrapartida ao projeto de patrocínio.

Cabe ressaltar que a aplicação da logomarca do Governo Federal junto à marca do patrocinador é obrigatória em todas as ações de patrocínios, exceto nos casos em que contrariar normas ou dispositivos legais.

1 **Contrapartida de Imagem** – aplicação/divulgação da logomarca (símbolo ou marca) do patrocinador, de forma a associar esta à iniciativa a ser patrocinada.

1.1 A marca poderá ser aplicada/divulgada em:

- Adesivos;
- Backdrop de entrevistas;
- Bandeiras e Bandeirolas;
- Banners;
- Blimps;
- Blocos de anotação;
- Box Truss;
- Camisetas em geral;
- Canetas;
- Cartazes;
- Catálogos;

- Convites;
- Crachás de trabalho do staff;
- Credenciais;
- E-mail marketing;
- Envelopes;
- Estande;
- Faixas;
- Folders;
- Ingressos;
- Mídia de divulgação do evento (as contrapartidas de mídia deverão ser especificadas conforme as orientações divulgadas anteriormente pelo DEPAT);
- Mídia externa (outdoor, busdoor, mídia em aeroportos etc);
- Naming Right;
- Narração pelo locutor oficial do evento;
- Números de peito (competições esportivas);
- Painéis;
- Palcos;
- Panfletos;
- Pastas;
- Pen drives;
- Placas de sinalização;
- Pórticos de entrada;
- Press Kit;
- Programas e Programetes;
- Redes Sociais;
- Releases de divulgação à imprensa;
- Sacolas;
- Site;
- Telão;
- Testeiras (palco, estande etc);
- Totens;
- Troféus;
- Uniformes em geral;

- Veículos oficiais do evento;
- Vinhetas de abertura de encerramento dos eventos.

1.2 Alguns direitos ofertados ao patrocinador como forma direta de associação à iniciativa a ser patrocinada, também se configuram como contrapartidas de imagem, tais como:

- Citação do patrocinador na abertura e encerramento do projeto;
- Citação do patrocinador nos releases enviados à imprensa;
- Direito a colocação de banners do patrocinador;
- Direito a colocação de placas do patrocinador;
- Direito a exibição de filme institucional e/ou publicitário do patrocinador
- Direito a inclusão de material promocional e/ou publicitário do patrocinador nos kits do público alvo do projeto;
- Direito a instalação de balões blimps do patrocinador;
- Direito ao uso de imagens relativas ao projeto em campanhas de divulgação institucional e/ou publicitária do patrocinador, inclusive em seu site na internet.

2 **Contrapartida Negocial:** outras contrapartidas que não relacionem, diretamente, o patrocinador à iniciativa patrocinada, mas que se traduzam em ações de oportunidade que visem à aproximação direta da entidade com o cliente, prospect ou público alvo de interesse para divulgação de produtos ou serviços, tais como:

- Cessão de camisetas em geral;
- Cessão de convites, ingressos, inscrições e/ou cortesias;
- Cessão de direito para instalação de estande do patrocinador no local do evento;
- Cessão de espaço para realização de ações promocionais, pelo patrocinador;
- Cessão de livros, catálogos, CDs e outros materiais produzidos em decorrência do patrocínio;

- Cessão de mailing list dos participantes do evento;
- Cessão de uniformes em geral;
- Direito a indicar palestrante e/ou participante no evento (seminários, prêmios, debates etc);
- Direito ao patrocinador convidar atletas e/ou celebridades, que patrocina, para ações de relacionamento com o público alvo do projeto;
- Direito de utilização das dependências ou sede do patrocinado para realização de eventos do patrocinador;
- Realização de sessões extras/exclusivas para convidados do patrocinador (vedada quando houver recursos da Lei Rouanet);
- Realização de visitas guiadas para convidados do patrocinador.

3 **Contrapartida Social:** ações que visem inclusão social, tais como:

- Adesão/apoio de atletas e/ou celebridades a campanhas de utilidade pública (combate a violência doméstica, homofobia, racismo etc);
- Apoio a campanhas de utilidade pública (combate ao mosquito *Aedes aegypti*, por exemplo);
- Linguagem Brasileira de Sinais (para deficientes auditivos), Áudio Descrição e Braille (para deficientes visuais);
- Cessão de convites, ingressos, credenciais e/ou inscrições a pessoas carentes;
- Contratação de pessoas com deficiência;
- Doações a instituições de caridade;
- Gratuidade ou desconto nos ingressos para grupos da sociedade (idosos, estudantes, pessoas com necessidades especiais etc);
- Incentivo ao trabalho voluntariado;
- Ingressos a preços populares;
- Utilização de softwares de código aberto.

4 **Contrapartida Ambiental:** iniciativas que visem o desenvolvimento do meio ambiente e que remetam ao patrocinador a imagem de empresa socialmente responsável, tais como:

- Adoção de iniciativas para orientação do descarte consciente (de pilhas, material gráfico, material eletrônico etc);
- Coleta seletiva do lixo produzido pela realização do projeto;
- Compensação da “pegada” de carbono produzido pela realização do projeto;
- Confecção de material gráfico em papel certificado/reciclado;
- Distribuição de mudas para reflorestamento;
- Doações de material a instituições de reciclagem de material;
- Inserção de frase alusiva à preservação do meio ambiente no material de divulgação do projeto;
- Utilização de técnicas de captação e reaproveitamento da água da chuva;
- Utilização de técnicas de economia de energia.