



# REPERTÓRIO

LUN



Handwritten signature or mark in the bottom right corner.



## SUMÁRIO

<b>Peça 1</b> – Cliente: COHAPAR – Filme: Lego.....	2
<b>Peça 2</b> – Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo – Instagram Stories: Não Seja Frio.....	3
<b>Peça 3</b> – Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo – Filme 30" para TV: Virada Cultural.....	4
<b>Peça 4</b> – Cliente: Governo do Paraná – Filme 30": Paraná Força Máxima.....	5
<b>Peça 5</b> – Cliente: Departamento de Trânsito do Paraná – Filme 30" para TV: Detran Operação Verão Moto.....	6
<b>Peça 6</b> – Cliente: Portos do Paraná – Filme 30" para TV: Portos Barquinho.....	7
<b>Peça 7</b> – Cliente: Copel – Mobiliário urbano: Acreditar.....	8
<b>Peça 8</b> – Cliente: Governo do Paraná: Filme 60" para TV: Sementes da responsabilidade.....	10
<b>Peça 9</b> – Cliente: Kiss FM – Anúncio de jornal: Ozzy Osbourne. Cadê Você?.....	11
<b>Peça 10</b> – Cliente: Vitacon – Anúncio de jornal: Viva o Novo.....	14



J

Ⓟ



## Peça 1 – Filme Lego

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** COHAPAR

**Título:** Lego

**Duração da peça:** 60"

**Data de produção:** 19/10/2023

**Período de veiculação:** 20 a 31/10/2023

**Veículo de comunicação:** Globo/RPC, Band, Record/RIC, SBT/Rede Massa, CNT e Rede TV

### **Problema que se propôs a resolver:**

Com o mote "O sonho virou realidade", o filme utilizou maquetes feitas de peças de Lego se transformando em casas reais dos programas habitacionais do Paraná. Essa abordagem criou uma conexão emocional entre o sonho de infância e a conquista da moradia na vida adulta, gerando mais qualidade de vida aos beneficiários dos programas. As peças foram estreladas por personagens da vida real. Não eram modelos nem atores. Eram pessoas que realmente conquistaram as casas próprias com o apoio do governo do estado. Uma abordagem que colocou a verdade como um dos pilares da nossa comunicação, trazendo mais engajamento para os programas e gerando confiança dos paranaenses na divulgação dos números do programa.

A campanha do governo do estado demonstrou as ações na área de moradia e habitação. Divulgou dados atuais e incentivou a entrega de mais recursos e ações na área. No estado do Paraná, mais de 63 mil famílias já tiveram acesso à moradia por meio dos programas.



## **Peça 2 – Stories Não Seja Frio**

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de São Paulo

**Título:** Não Seja Frio

**Dimensões da peça:** 1.080 px x 1.920 px

**Data de produção:** 19/06/2019

**Período de veiculação:** 25/06 a 6/09/2019

**Veículo de comunicação:** Instagram

### **Problema que se propôs a resolver:**

Com o objetivo de despertar a solidariedade ativa do paulistano, criamos campanha que buscou comover a população por meio do olhar de compaixão das pessoas em situação de vulnerabilidade. Para isso, selecionamos quatro moradores de rua da cidade de São Paulo e os fotografamos em close, sem recursos de figurino e maquiagem, para preservar o realismo da situação em que viviam. As fotos dos nossos protagonistas foram animadas em uma vinheta de 15”, com trilha marcante, apoiada por lettering com o conceito “Não seja frio neste inverno”, sempre acompanhado do comando “Baixe o app 156 se encontrar alguém dormindo na rua”. Nas mídias digitais mobile, estimulamos que a solicitação do acolhimento fosse feita pelo aplicativo 156.



### Peça 3 – Filme Virada Cultural

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de São Paulo

**Título:** Virada Cultural

**Duração da peça:** 30"

**Data de produção:** 10/05/2022

**Período de veiculação:** 17 a 27/05/2022

**Veículos de comunicação:** TV Globo, RedeTV!, Rede Record, SBT, TV Band, TV Cultura, TV Gazeta, GloboNews, BandNews, Rede Brasil, TV Gospel, TV Boa Vontade, Mega TV, TV Mundial, TV Aberta SP e TV Canção Nova

#### **Problema que se propôs a resolver:**

As ruas de São Paulo voltaram a respirar arte! Após dois anos pausada por conta da pandemia, a Virada Cultural retornou nos dias 28 e 29 de maio de 2022. O festival e a campanha trouxeram a periferia para o protagonismo dos palcos e defenderam a descentralização da cultura e pluralidade das linguagens artísticas. O filme de 30" trouxe uma interação entre ilustrações e imagens reais, mostrando São Paulo como um grande palco. As ilustrações eram forma de figuras humanas, gigantescas, supercoloridas, que, apesar de retratar o público e a realidade paulistana, pareciam ter saído do universo lúdico do filme Yellow Submarine, dos Beatles.



## Peça 4 – Filme Força Máxima

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Governo do Estado do Paraná

**Título:** Paraná Força Máxima Investimentos

**Dimensões da Peça:** 30"

**Data da produção:** 17/03/2024

**Período de veiculação:** 21 a 31/03/2024

**Veículos de comunicação:** Globo/RPC, Band, Record/RIC, SBT/Rede Massa, CNT e Rede TV

### **Problema que se propôs a resolver:**

"Paraná Força Máxima" foi o conceito que criamos para destacar o estado como um dos mais seguros do Brasil, líder em investimentos em inteligência e tecnologia, e com excelentes índices de desempenho na segurança pública. Nossa campanha foi além das palavras, trazendo esse filme com uma linguagem cinematográfica de ação policial. Nele mostramos todas as forças policiais em ação, desde os bombeiros até as tropas especiais, os peritos científicos e os cães farejadores. Essa abordagem cinematográfica não apenas visou entreter, mas também fortalecer o vínculo emocional, o orgulho e o sentimento de valorização das forças de segurança. Ao mesmo tempo, destacamos, por meio de números e resultados concretos, o compromisso do governo em proteger e servir a população. A campanha foi veiculada em diversos meios, buscando alcançar paranaenses de todas as idades e regiões do estado, reforçando a mensagem de que o Paraná é, de fato, uma Força Máxima na segurança pública. Assim, mostrou que é um estado seguro, uma das áreas que mais preocupantes no Brasil.

Reconhecimento: esta campanha foi ganhadora do prêmio The Napolitan Victory Awards 2024, na categoria Campanha Audiovisual Governamental do Ano. A premiação é conhecida como o "Oscar" da comunicação política.



## Peça 5 – Filme Operação Verão Moto

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Detran/PR – Departamento de Trânsito do Paraná

**Título:** Detran Operação Verão Moto

**Duração da peça:** 30"

**Data de produção:** 19/12/2022

**Período de veiculação:** 22/12/2022 a 16/01/2023

**Veículos de comunicação:** Globo/RPC, Band, Record/RIC, SBT/Rede Massa, CNT Curitiba e Londrina e Rede TV

### **Problema que se propôs a resolver:**

Para a criação da campanha de Operação Verão, levamos em consideração que na teoria, as pessoas tem conhecimento sobre como agir no trânsito. O nosso grande desafio foi alertar para os cuidados no trânsito, principalmente no período das férias.

Com bom humor e informação, conseguimos atrair a atenção, gerando consciência e, conseqüentemente, a correta atitude no trânsito. Para isso, personificamos a imprudência com a figura do Babau, símbolo de azar, erro, incômodo, infelicidade e imprudência.



## Peça 6 – Filme Portos Barquinho

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Portos do Paraná

**Título:** Portos Barquinho

**Duração da peça:** 30"

**Data de produção:** 02/12/2022

**Período de veiculação:** 05 a 31/12/2022 e 15 a 31/01/2023

**Veículo de comunicação:** TV Regional – TVCI

### **Problema que se propôs a resolver:**

O nosso principal desafio foi trabalhar uma campanha institucional atemporal, mas que, ao mesmo tempo, celebrasse o fim de ano com as conquistas dos Portos do Paraná e falasse de futuro com ar de orgulho e esperança. Seguindo o raciocínio de que o amanhã é resultado das ações que são feitas no dia a dia e os Portos trabalham com excelência para navegar para o futuro, mostramos que os sonhos são realizados com trabalho diário. De forma lúdica, revelamos isso no começo do filme, trazendo um barquinho de papel que se transformava em um grande navio.



## **Peça 7 – Mobiliário Urbano Acreditar**

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Copel – Companhia Paranaense de Energia

**Título:** Acreditar

**Dimensões da peça:** 120 cm x 180 cm

**Data de produção:** 06/05/2021

**Período de veiculação:** 10 a 23/05/2021

**Veículo de comunicação:** Clear Channel

### **Problema que se propôs a resolver:**

Em 2021, a Copel – Companhia Paranaense de Energia investiu R\$ 1,9 bilhão no sistema elétrico do Paraná, o maior investimento da história. A campanha “Acreditar” retratou a importância desse montante para a retomada da economia do estado, transformando sonhos em realidade. A peça mostrou um agente da companhia que trazia a seguinte mensagem: “Investimento recorde: R\$ 1,9 bilhão em 2021. A força do Paraná que acredita.”

*f*  
*e*

*B*

# LUN

sp  
rua fidência ramos, 195  
conjunto 126  
vila olimpica  
são paulo - sp  
04551-010  
tel.: 11 2344-1450

pr  
av. cândido de abreu, 776  
conjunto 1001  
centro cívico  
curitiba - pr  
80530-000  
tel.: 41 3015-4677

**INVESTIMENTO  
RECORDE:  
R\$ 1,9 BILHÃO EM 2021.  
A FORÇA DO PARANÁ QUE ACREDITA.**

[www.copel.com](http://www.copel.com)

**COPEL**  
*Para Energia*

**PARANÁ**  
GOVERNO DO ESTADO

Repertório - Peça 7  
Cliente: Copel  
Mobiliário urbano: Acreditar



A  
P



**Peça 8 – Filme 60”:** Sementes da responsabilidade

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Governo do Estado do Paraná

**Produto:** Institucional

**Peça:** Filme para TV

**Título:** Agro e sustentabilidade

**Duração da peça:** 60”

**Data de produção:** 14/11/2023

**Período de veiculação:** novembro de 2023

**Veículos de comunicação:** TV Globo, RedeTV!, Rede Record, SBT, TV Band, TV Cultura, TV Gazeta, GloboNews, BandNews

**Problema que se propôs a resolver:**

O Paraná é o Estado mais sustentável do Brasil por três anos seguidos, segundo o Raking dos Estados. E mesmo tendo a maior reserva de Mata Atlântica do país, o estado é o maior produtor de frango, tilápia, soja do Brasil, além de ter o maior número de produtores orgânicos do país. Para demonstrar para a população do estado que ele cultiva com sustentabilidade foi criado um filme mostrando que o agro do Paraná tem responsabilidade e cuidado com a natureza.



**Peça 9 – Anúncio Ozzy Osbourne. Cadê Você?**

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Kiss FM

**Título:** Ozzy Osbourne. Cadê Você?

**Dimensões da peça:** 49,2 x 40 cm e 54 x 33 cm

**Data de produção:** março/2012

**Período de veiculação:** março e abril/2012

**Veículos de comunicação:** Folha de São Paulo e Rolling Stones

**Problema que se propôs a resolver:**

Os anúncios com ilustração 3D convidaram o leitor a procurar as lendas do rock Ozzy Osbourne e Alice Cooper em um mundo infestado pelo hip-hop e por ídolos pop.

Reconhecimento: o anúncio, com o conceito "O Rock apanha, mas não morre", ganhou prêmio no maior festival de propaganda do mundo, o Cannes Lions.

pr av. cândido de abreu, 776  
conjunto 1001  
centro cívico  
curitiba - pr  
80530-000  
tel.: 41 3015-4677

sp rua fidêncio ramos, 195  
conjunto 126  
vila olímpia  
são paulo - sp  
04551-010  
tel.: 11 2344-1450

US



Repertório - Peça 9  
Cliente: Kiss

Anúncio de jornal: Ozzy Osbourne. Cadê Você?





**Peça 10 – Anúncio Viva o Novo**

**Identificação da licitante:** Lua Propaganda Ltda.

**Cliente:** Vitacon Participações S.A.

**Título:** Viva o Novo

**Dimensões da peça:** 29,7 x 26,0 cm

**Data de produção:** 19/02/2018

**Período de veiculação:** 20/02/2018

**Veículo de comunicação:** Jornal do Sindicato

**Problema que se propôs a resolver:**

A Vitacon é uma construtora diferente, ela desconstrói o tradicional e cria empreendimentos imobiliários focados no compartilhamento de espaços e mobilidade, para estimular que as pessoas morem perto do trabalho e possam conviver melhor com a cidade e entre si, gastando, assim, menos horas no trânsito e tendo mais tempo para o que realmente importa.

O objetivo deste anúncio foi posicionar o cliente como uma empresa ímpar no segmento, privilegiando o conceito gráfico e renunciando às usuais perspectivas ilustradas, tão comuns nesta categoria.

# UN

pr  
av. cândido de obreu, 776  
conjunto 1001  
centro cívico  
curitiba - pr  
80530000  
tel.: 41 3015-4677

sp  
rua fidêncio ramos, 195  
conjunto 126  
vila olímpia  
são paulo - sp  
04551-010  
tel.: 11 2344-1450



Todos os empreendimentos possuem registro do Memorial de Incorporação e estão devidamente regularizados. A comercialização será realizada por profissionais credenciados ao Creci. Imagens meramente ilustrativas e informações preliminares sujeitas a alteração sem aviso prévio. Intermediação: Cedro Branco Vendas LTDA. Av. Hélio Pellegrino, 1701, Vila Olímpia, São Paulo/SP. CRECI SP 30064J.

VITACON.COM.BR

AV. HÉLIO PELLEGRINO, 1701  
VILA OLÍMPIA

**VITACON**  
REINVENTE A CIDADE

# VITACON

viva o novo

**Uma construtora diferente.** Que desconstrói o tradicional e cria novos espaços. De compartilhamento. Com mais mobilidade. Para você morar perto do que precisa e conviver melhor com a cidade e as pessoas, e assim viver muito mais e ter mais tempo para o que realmente importa.

lva

Repertório - Peça 10  
Cliente: Vitacon  
Anúncio de jornal:  
Viva o Novo



Abaixo, a relação de peças eletrônicas do **ITEM REPERTÓRIO** gravadas em pendrive.

Peça 1 – Cliente: COHAPAR – Filme Lego

Peça 2 – Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo – Instagram Stories: Não Seja Frio

Peça 3 – Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo – Filme 30” para TV: Virada Cultural.

Peça 4 – Cliente: Governo do Paraná – Filme Força Máxima

Peça 5 – Cliente: Departamento de Trânsito do Paraná – Filme 30” para TV: Detran Operação Verão Moto

Peça 6 – Cliente: Portos do Paraná – Filme 30” para TV: Portos Barquinho

Peça 8 – Cliente: Governo do Paraná – Filme 60” para TV: Sementes da Sustentabilidade





Esta folha encerra o item Repertório da Proposta Técnica, com todas as páginas numeradas sequencialmente e rubricadas pelos representantes legais.

São Paulo, 11 de novembro de 2024.

*Rafaela Coradin*

---

Lua Propaganda Ltda  
CNPJ: 05.916.755/0001-54  
Rafaela Coradin  
Diretora de Operações  
Representante Legal  
RG nº 6.963.967-4  
CPF: 042.084.569-06





היטל