



REPERTÓRIO



**TRADE**  
comunicação  
& marketing



## REPERTÓRIO

Concorrência Presencial nº 001/2025 | Câmara Municipal de Foz do Iguaçu



# 1. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Autismo.
Material:	Vídeo.
Formato:	45".
Data de produção	Junho e julho de 2024.
Período de veiculação:	27 a 30/06 e 01 a 21/07 de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC (Globo), SBT, Band, RIC, CNT, CATVE.
Problema de comunicação:	A Assembleia precisava de um filme que demonstrasse a preocupação e o empenho dos deputados na criação do Código Estadual da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista no Brasil, além de divulgar o respeito e a inclusão. O filme utiliza a metáfora do quebra-cabeça, cuja peça é o símbolo do autismo, para representar a inclusão das pessoas com autismo na sociedade e o trabalho da Assembleia para tornar isso possível.

Obs.: Material no pen drive.



## 2. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara de São José dos Pinhais.
Título:	Inclusão tem nome.
Material:	Vídeo.
Formato:	34".
Data de produção	Março de 2023.
Período de veiculação:	Março e abril de 2023.
Praça:	São José dos Pinhais.
Veículo:	TV Euro News, Programa Empodera Mulher (TV Massa), São José News, São Jose Alerta.
Problema de comunicação:	A Câmara Municipal de São José dos Pinhais abriu vagas para estagiários com deficiências e precisava divulgar as vagas para essas pessoas, por isso o material todo acessível.
Obs.: Material no pen drive.	



### 3. FICHA TÉCNICA TV

---

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Secretaria de Estado de Turismo - SETU.
Título:	Turismo de inverno.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Abril de 2025.
Período de veiculação:	24 a 30 de abril de 2025.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Globo, SBT, RIC, Band, TVCI, TV Evangelizar, Rede TV! Paraná, TV UP Umuarama.
Problema de comunicação:	A Secretaria de Turismo do Estado do Paraná realizou uma pesquisa que revelou que, apesar de seu grande potencial, o Paraná é pouco considerado como destino turístico pelos próprios paranaenses. O inverno, por sua vez, é uma estação em que o estado oferece muitas opções de turismo — especialmente por abrigar a capital mais fria do Brasil. Diante disso, foi lançada uma campanha para divulgar os principais destinos paranaenses e atrair mais visitantes.

Obs.: Material no pen drive.



## 4. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	CREA-PR 90 anos.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Junho de 2024.
Período de veiculação:	11 a 17 de junho de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Globo, SBT e RIC.
Problema de comunicação:	O Crea-PR completou, em 2024, 90 anos de existência, e uma dificuldade que sempre enfrentou é mostrar para a sociedade que as engenharias, agronomia e geociências estão presentes no dia a dia das pessoas, dos pequenos aos grandes detalhes. E os 90 anos, que precisava ser exaltado pelo marco, foi a forma de mostrar, por meio da campanha de aniversário, que nesses anos, o CREA-PR, seus profissionais e as profissões, estavam presentes na sociedade e nas soluções que passam despercebidas no dia a dia.

Obs.: Material no pen drive.



## 5. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Paranaguá.
Título:	Cruzeiros.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Maio de 2024.
Período de veiculação:	Junho de 2024.
Praça:	Curitiba e Litoral do Paraná.
Veículo:	Band TV.
Problema de comunicação:	O vídeo foi produzido para a Prefeitura de Paranaguá com o objetivo de explicar a importância da chegada dos cruzeiros, destacando os benefícios para a economia local. Antes, havia um problema de comunicação sobre como essa atividade impactava não apenas o comércio, mas também a qualidade dos serviços essenciais para a população, como saúde e educação. O material foi criado para esclarecer esses pontos, mostrando que a movimentação econômica gerada pelos cruzeiros melhora a vida de todos os moradores, tornando os benefícios mais visíveis e compreensíveis para a comunidade.

Obs.: Material no pen drive.



6. FICHA TÉCNICA ONLINE – PORTAIS

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Secretaria de Estado de Turismo - SETU.
Título:	Turismo de Inverno.
Material:	Envelopamento de site e intervenção na home.
Formato:	Envelopamento da home.
Data de produção	Abril de 2025.
Período de veiculação:	Maio de 2025.
Praça:	Curitiba.
Veículo:	Portal XV Curitiba, Blog Politicamente, Site Curitiba Cult.
Problema de comunicação:	A Secretaria de Turismo do Estado do Paraná realizou uma pesquisa que revelou que, apesar de seu grande potencial, o Paraná é pouco considerado como destino turístico pelos próprios paranaenses. O inverno, por sua vez, é uma estação em que o estado oferece muitas opções de turismo — especialmente por abrigar a capital mais fria do Brasil. Diante disso, foi lançada uma campanha para divulgar os principais destinos paranaenses e atrair mais visitantes.

Obs.: Material no pen drive.



## 7. FICHA TÉCNICA RÁDIO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	170 anos.
Material:	Jingle.
Formato:	60".
Data de produção	Março/abril de 2024.
Período de veiculação:	Abril a junho de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Rádios Cidade Pato Branco, Club Palmas, Continental Francisco Beltrão, Mais Paranavaí, Mix Curitiba.
Problema de comunicação:	O objetivo é criar uma conexão emocional e identitária com a população paranaense. O jingle busca reforçar a presença e a atuação da Assembleia Legislativa do Paraná em todas as regiões do estado, destacando sua história, seu compromisso com o desenvolvimento e sua proximidade com os cidadãos.

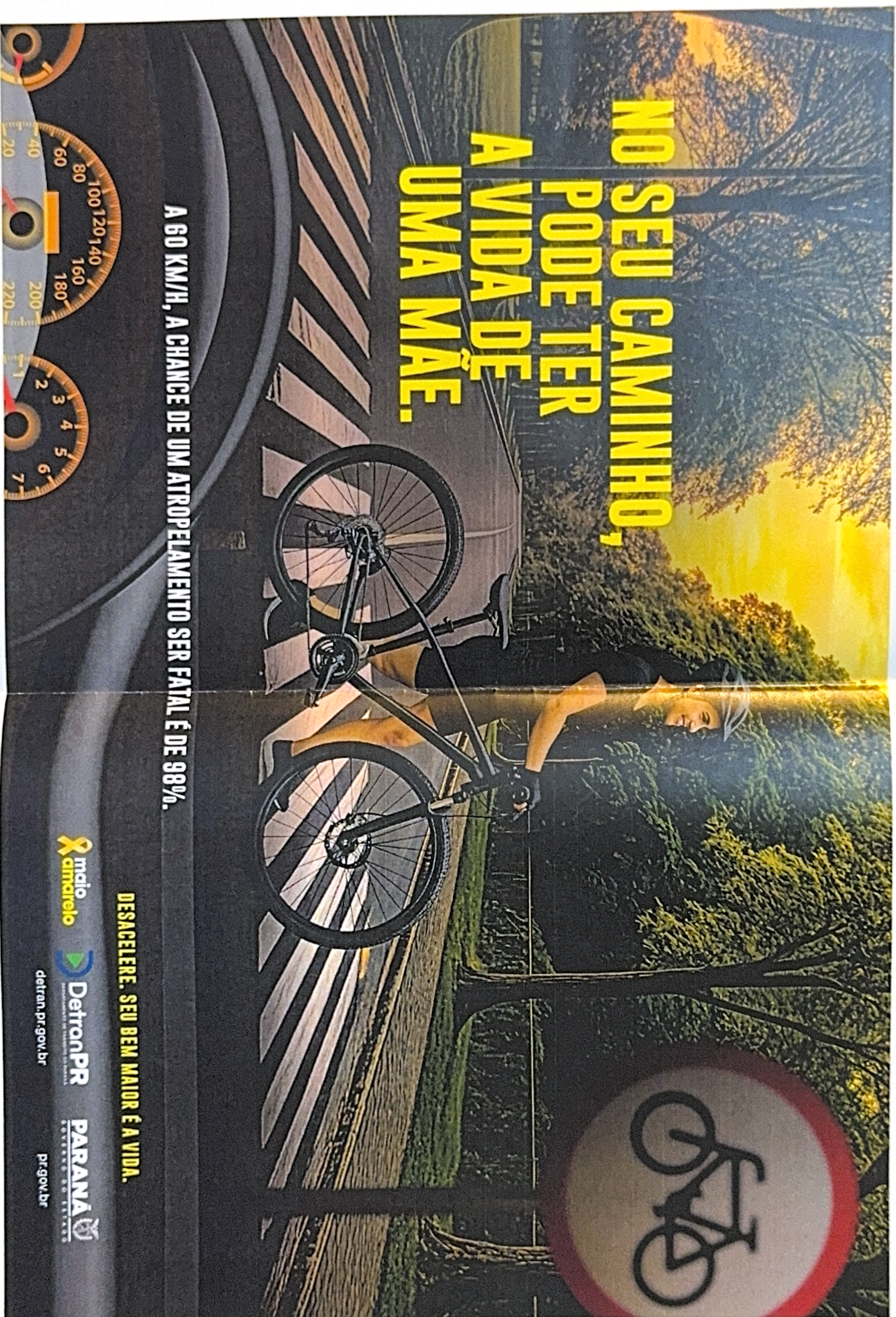
Obs.: Material no pen drive.



## 8. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Departamento de Trânsito do Paraná – DETRAN.
Título:	No seu caminho, pode ter a vida de uma mãe.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	26x19cm.
Data de produção	Maio de 2025.
Período de veiculação:	15 e 16/05/25.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Jornal Bem Paraná (Curitiba), Jornal Diário dos Campos (Ponta Grossa), Jornal Gdia (Foz do Iguaçu), Jornal O Popular do Paraná Araucária)
Problema de comunicação:	Importância da segurança no trânsito. O objetivo é estimular a adoção de atitudes responsáveis, como uso do cinto de segurança, respeito aos limites de velocidade e não usar o celular ao dirigir/pilotar, gerando impacto com apelo emocional abordando o tema mãe/família.





**NO SEU CAMINHO,  
PODE TER  
A VIDA DE  
UMA MÃE.**

**A 60 KM/H, A CHANCE DE UM ATROPELAMENTO SER FATAL É DE 98%.**

**DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.**

**meio  
amarelo**

**DetranPR**  
DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO PARANÁ  
detran.pr.gov.br

**PARANÁ**  
GOVERNO DO PARANÁ  
pr.gov.br

Anúncio jornal (26 x 19cm)



## 9. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Londrina.
Título:	Londrina. A cidade mais sustentável e inovadora do Paraná.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	½ página (24,6x19cm).
Data de produção	Julho de 2023.
Período de veiculação:	22, 26 e 29/08/23.
Praça:	Londrina – PR.
Veículo:	Folha de Londrina.
Problema de comunicação:	Londrina cumpriu a sua missão de se tornar uma cidade cada vez mais dinâmica e sustentável do ponto de vista econômico. O Ranking Cidades Sustentáveis 2023, desenvolvido pela plataforma Bright Cities, classificou a cidade em primeiro lugar no Paraná, em segundo lugar no Sul do país e em nono em sustentabilidade no Brasil, e para que essa conquista possa ser reconhecida e fortalecida, fez-se necessário apresentação dos dados para a população.





**PREFEITURA DE LONDRINA**  
#DaNossaCidadeAGenteCuida  
[www.londrina.pr.gov.br](http://www.londrina.pr.gov.br)  
Acesse nossas redes sociais  
f @ v

# Londrina

Essa conquista é um reconhecimento à força da nossa economia, dos nossos projetos socioambientais e dos cuidados com cada pessoa. Aqui, presente e futuro caminham juntos.

**A cidade mais sustentável e inovadora do Paraná.**  
**1ª no Paraná.**  
**2ª do sul.**  
**9ª do Brasil.**

Ranking Cidades Sustentáveis 2023 desenvolvido pela plataforma Bright Cities, entre os municípios com mais de 100 mil habitantes.



Anúncio Jornal (24,6 x 19 cm)



## 10. FICHA TÉCNICA OUTDOOR

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura Municipal de Campo Largo.
Título:	Fabio.
Material:	Outdoor com aplique.
Formato:	9x3 m.
Data de produção	Junho/2023.
Período de veiculação:	Bi 24 (05 a 18/06/23).
Praça:	Campo Largo – PR.
Exibidora:	Plannus Outdoor.
Problema de comunicação:	O mês de junho foi destacado para conscientizar e incentivar a população sobre a importância de ser um doador de sangue, pois devido aos períodos de outono e inverno, épocas em que há um aumento das infecções respiratórias, as doações ficam em baixa. Daí a necessidade do estímulo às doações para que permaneçam em todas as épocas do ano. Durante todo o mês de junho, a Secretaria da Saúde (Sesa), chama atenção para a campanha Junho Vermelho, com destaque para a importância dessa ação solidária que pode ser realizada de forma rápida e segura.



TRADE



**FABIO**

VOCÊ É O TIPO DE ALGUÉM.  
DOE SANGUE E  
SALVE ATÉ 4 VIDAS.

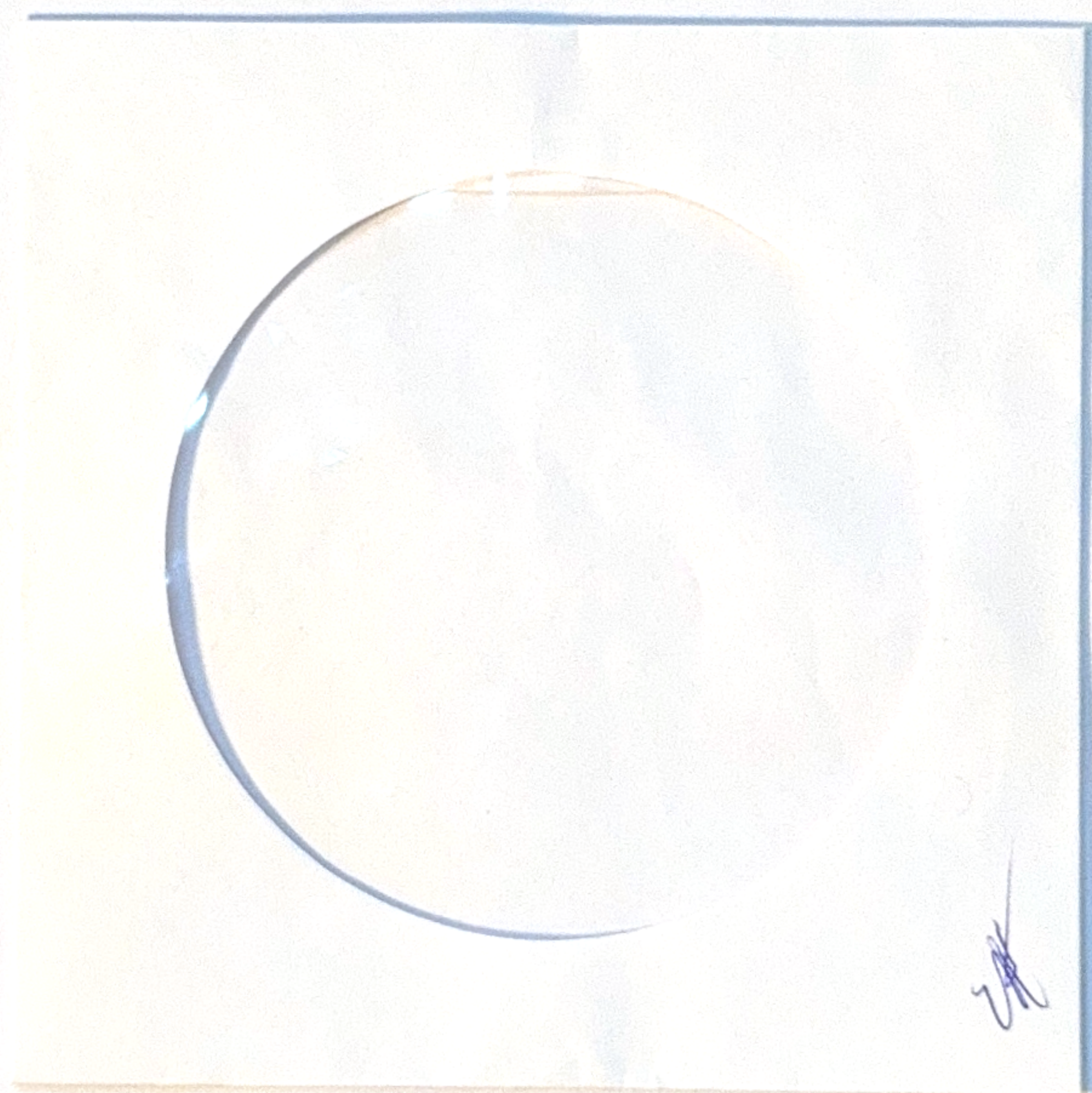


**CAMPO LARGO**  
PREFEITURA MUNICIPAL

Outdoor (9 x 3m)



PEÇAS PEN DRIVE



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*



Curitiba, 06 de agosto de 2025.

Esta página encerra o caderno Repertório, da Concorrência nº 001/2025 da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu.

  
Trade Comunicação e Marketing SS Ltda.  
Adalberto E. Diniz  
Diretor CEO





**TRADE**  
comunicação  
& marketing

[www.trademkt.com.br](http://www.trademkt.com.br)