

TOP DOGS

CAMPUS12
MARCELO Y CAIO

+

BER
LINN



PROPÓSITO

O Torneio Campus 12 nasce da vontade de contribuir e promover a **Inclusão social** através do **esporte**. O intuito é influenciar positivamente a realidade de jovens moradores de comunidades no Rio de Janeiro. Acreditamos que é possível aumentar a autoestima dos mesmos, promover senso de pertencimento, propagar cultura e, principalmente, **ressignificar** e **integrar** as comunidades de forma lúdica.

"Dedicamos a vida de corpo e alma pois é isso que deve ser feito quando existe amor"
Caio e Marcelo

TOCA
AQUI



16 FOR MA- TO.

Vamos produzir um torneio de futebol misto entre **12 comunidades do Rio de Janeiro** com duração de **2 dias**. Os vencedores terão a oportunidade de **viajar para Madrid** e treinar durante 10 dias no **Campus 12**; experiência futebolística com metodologia própria desenvolvida por Marcelo Vieira, jogador do Real Madrid, e Caio Alves, ex-jogador do FS Valdepenas. Essa mescla atividades em diferentes modalidades como futebol de campo, futsal e futebol de areia.

É não paramos por aí. Faz parte da nossa missão captar todo projeto em audiovisual para, no futuro, produzir o **documentário** em formato websérie do Toca 12. Acreditamos que a influência positiva na vida da comunidade deixará um **legado**.

LINHA — DO TEMPO TEMPO TEMPO

NOVEMBRO 2020

Definir indicadores
Mapear comunidades
Engajar público

FEVEREIRO 2021

Peneiras dos times
Definir chaveamento
Oficina de criatividade

MAIO 2021

Realizar o campeonato
Premiar as categorias
Capacitar ONG vencedora

JULHO 2021

Campus Experience em Madrid



JUNHO 2021

Regularizar documentação
Acompanhamento Psicológico
Preparar a Viagem

SETEMBRO 2021

Acompanhamento pós viagem
Pré-estréia do Documentário
Incentivo da ONG Vencedora

ESPORTE

Contaremos com de mais de **1100 jovens e 336 técnicos** nas peneiras até formarmos os 32 times mistos (cada time obrigatoriamente deve conter, no mínimo, 1 menina) para o torneio.

Serão 32 times mistos de 09 integrantes, sendo 07 atletas, entre 12 e 14 anos de idade, e 01 equipe técnica, composta de 02 integrantes, de comunidades do Rio de Janeiro. Esses terão, ainda, a oportunidade de **personalizar seus escudos** por meio de **oficinas de criatividade**.



A ideia é iniciar o projeto com o auxílio da agência e consultoria de impacto social **Trade Social** junto às comunidades desde as peneiras até o torneio final.

- 1- Definir indicadores e critérios
- 2- Mapear Comunidades
- 3- Convocar as peneiras
- 4- Realizar peneiras
- 5- Realizar campeonato

LEGADO



O objetivo do projeto é promover a **Inclusão social** através do esporte, influenciando positivamente a realidade de **jovens brasileiros**. Uma oportunidade de **integrar comunidades, ressignificar o território** e **fortalecer a autoestima** da juventude das favelas.

A comunidade vencedora receberá um **treinamento** da equipe Campus 12 para incentivar a **escolinha local** com base na **metodologia autoral**.

6.156

Pessoas impactadas
indiretamente



Principais ODS da Agenda 2030
da ONU impactados pelo projeto

VIAGEM

O melhor time do campeonato ganhará **passagem e hospedagem** para Madrid, **10 dias de treinamento** no Campus 12 além do Tour ao estádio Santiago Bernabéu.

DATAS

1 a 10 de Julho

TREINOS

8h às 15h30

TOCA
AQUI



Dia 1
Boas-vindas

Dia 2
Treinamento + Visita ao Getafe

Dia 3
Parque do Retiro + Atividades Esportivas

Dia 4
Parque Madrid Rio + Atividades Esportivas

Dia 5
Treinamento + Recreação na Piscina

Dia 6
Treinamento + Tour Bernabéu

Dia 7
Treinamento + Passeio cultural

Dia 8
Treinamento + City Tour Madrid

Dia 9
Treinamento + Despedida

Dia 10
Dia Livre + Retorno ao Brasil

ROTEIRO PREVISTO

DOCUMENTÁRIO

Nossa missão não para por aí, precisamos ir além. O documentário contará, em formato de websérie, a história do projeto visando deixar um **legado social positivo, aumento da autoestima, senso de pertencimento e estímulo da cultura das comunidades.**

SINOPSE

A websérie acompanhará o campeonato de Fut7 misto Toca 12. A série irá contar o projeto em si, o torneio e fazer um paralelo com a carreira dos jogadores Marcelo e Caio. A ideia é mostrar a jornada das equipes participantes nas comunidades, a viagem dos campeões à Madrid e o **legado positivo** que o esporte terá sobre a vida dos participantes.

- EP 1 Objetivo do projeto e peneiras
- EP 2 Apresentação comunidades e equipes
- EP 3 Início do torneio com highlights e resultados
- EP 4 Torneio até a final
- EP 5 Grande Final e pódios
- EP 6 Rotina pré-viagem com vencedores e família
- EP 7 Viagem a Madrid, experiências dos atletas vencedores na cidade e nas instalações do campus e Real Madrid.



POR QUE INVESTIR?

IMPACTO SOCIAL

Investimentos com esse tipo de impacto abrem portas para empresas se tornarem **mais conscientes** sobre os **problemas comunitários** e o **impacto positivo** gerado por elas. Os números mostrados por ações desse tipo são notáveis. Percebemos que **87% dos brasileiros** afirmam preferir comprar produtos ou serviços de empresas com **responsabilidade social reconhecida**.

Porque Investir no Esporte

A cada **R\$1 investido** em esporte, existe uma **economia de R\$3** na saúde. Pelo lado social, crianças que praticam esporte no contraturno escolar, possuem **63%** menos chance de envolvimento com tráfico de drogas. (OMS 2014)



FORÇA DE MARCA

O Torneio traz grandes ganhos para marcas em diversos aspectos. É comprovado que marcas que investem em patrocínio possuem aumento de vendas, além de uma série de benefícios como reconhecimento, aumento da força de marca e prestígio. Em paralelo a isso, o futebol é uma das **paixões nacionais** e gera muita empatia com o público em geral.

Nos dias de hoje, experiência possui um **diferencial competitivo** maior do que preço, não é à toa que empresas que investem nessa estratégia crescem **247 vezes mais** do que concorrentes que não investem (PWC, 2018). Queremos proporcionar uma **experiência única** para sua marca.

Nosso objetivo é inserir as marcas através de **conteúdos qualificados** e **experiências personalizadas** possibilitando a criação de leads, alcance e valor de marca.





EMBAIXADORES

Marcelo é um dos jogadores mais renomados do mundo, começou sua carreira no Fluminense, ainda com 18 anos garantiu sua transferência para o Real Madrid, na Espanha. Marcelo joga como **segundo capitão do RMCF** e é o estrangeiro com **mais aparições** na camisa branca mais respeitada do futebol. É o **quarto brasileiro mais seguido do mundo no Instagram** e está na lista das **30 personalidades mais influentes do mundo**. Além disso, Marcelo possui um **histórico de ações filantrópicas**, um dos motivos pelo qual se engajou em participar do projeto.

Fifa Best World: 6 vezes melhor lateral esquerdo do mundo

Real Madrid: Lateral Esquerdo, Capitão e 4 Uefa Champions League

Seleção Brasileira: +50 partidas como titular e 2 copas do mundo disputadas

Instagram

45.4M

Twitter

11.9M

YouTube

1.25M

TikTok

3.8M

visto em setembro 2020

EMBAIXADORES

Caio Alves, criado na base do Flamengo e Fluminense, chega a Espanha com 17 anos para se aventurar na considerada **a melhor liga de Futsal do mundo**, a LNFS.

Atuou durante 13 temporadas nos principais clubes do país. Entre eles: PSG Móstoles, Leganés FS, Zaragoza, Valdepenas FS e Talavera FS. Conhecido por sua luta, experiência, habilidade e por sua camisa número 12 que sempre o acompanhou. O ex-jogador sempre foi **o mais destacado dos times** e assim ganhou **grande reconhecimento** por onde passou".

Instagram

94k



PLANO DE MÍDIA

Assessoria de Imprensa

Serviço contratado para divulgação do projeto em grandes mídias tradicionais como televisão, rádios, jornais, revistas, blogs e sites com grande fluxo de leitores e alcance.

Divulgação OOH e engajamento nas comunidades

Materiais de divulgação distribuídos em todas as 12 comunidades do projeto, com o objetivo de impactar de forma local todos os envolvidos nessa primeira fase do projeto. Para isso, contaremos com as ONGs, líderes locais, rádios comunitárias, panfletagem e outros materiais impressos.

Product Placement

Introdução natural da marca e seus produtos, em conteúdos audiovisuais do projeto. Objetivo de realizar a divulgação ao mesmo tempo que gera um vínculo de confiança com o público em uma estratégia de branded content.

Exemplos de momentos:

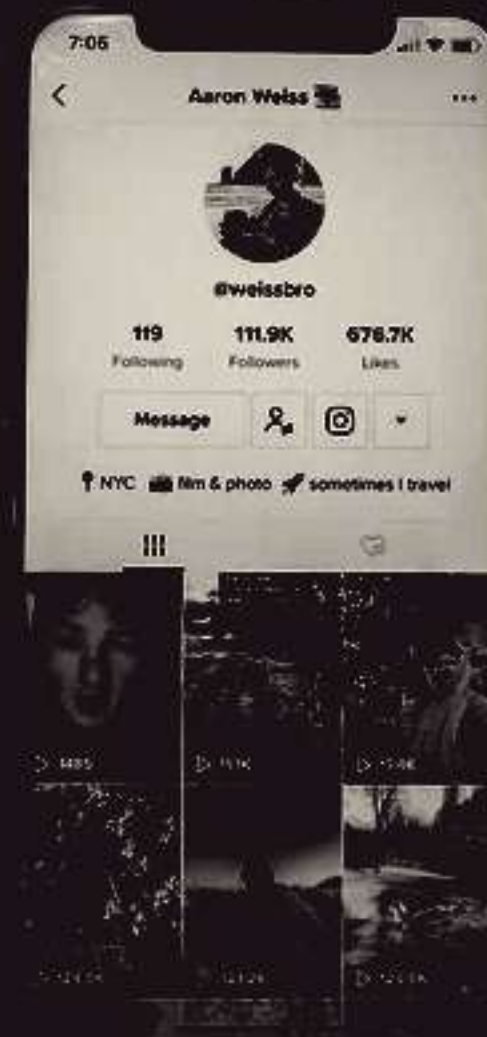
Experiências patrocinadas pelas marcas, Inserção da logo marca em momentos chaves como: envelopamento da van que levará o time campeão ao aeroporto e nas malas, necessaires e porta passaportes, uso dos produtos pelos atletas junto a comentários positivos.

PRESENÇA DIGITAL

Cobertura total do projeto pelas rede sociais do Torneio Campus 12. Teremos um **canal no Instagram** com conteúdos do projeto que possuem **inserção da logomarca, product placement e campanhas patrocinadas**, além de **vídeos de marca** para todos os momentos de ativação.

Nossa ideia é criar um canal com conteúdo de **entretimento**. Além de um cronograma semanal de postagens teremos um hub com **todas as campanhas** e informações sobre o projeto.

Outros usuários que falarão sobre:
@campus_12
@marcelotwelve
@caio_alves12
+ influenciadores convidados



ATIVACÕES

Momento 1 - Pré Campeonato: Inscrições, peneiras e oficina de criatividade.

Momento 2 - Campeonato

Momento 3 - Experiências, viagem e documentário

O plano de mídia contempla os três momentos.



MOMENTO 1

A peneira é o primeiro ponto de contato físico das marcas no projeto. Com forte exposição da marca em diversas comunidades pelo Rio de Janeiro, são uma porta de entrada para criar memória afetiva em todos os jogadores e espectadores dessa etapa do projeto.

Ouro

- Envelopamento da área de check in
- Envelopamento da área de hidratação
- Envelopamento do pódio para os times vencedores
- Material de torcida personalizado da marca

Prata

- Banner da marca nas laterais do campo
- Presença da logo no painel das chaves
- Presença da logomarca nas camisas e uniformes das peneiras
- Presença nos kits através de distribuição de brindes (produtos fornecidos pelas marcas)

Bronze

- Banner da marca nas áreas de torcida
- Banner na oficina de criatividade
- Presença da logo no copo personalizado do campeonato
- Presença da logomarca no backdrop para fotografia dos times
- Presença da logomarca nos materiais de divulgação do campeonato

MOMENTO 2

O campeonato é o grande marco do projeto, além de simbolizar um grande dia para os 2000 presentes também é uma ótima oportunidade para gerar conteúdo para sua marca. Nosso objetivo é entregar uma experiência memorável, através de ativações personalizadas, cenografia única e grande alcance midiático.

Ouro

- Ambiente instagramável com a taça do torneio
- Animador de torcida e marching band
- Área de recreação com Futmesa personalizado
- Área dos atletas com profissionais de fisioterapia, alimentos e bebidas para recuperação
- Ativação de chute ao alvo com brindes exclusivos
- Cabine de streaming com entrevistas
- Envelopamento do pódio para os times vencedores
- Lounge de marca personalizado para público
- Naming rights das premiações: time vencedor, melhor jogador, artilheiro, gol mais bonito e goleiro menos vazado

Prata

- Curadoria musical: djs + show de encerramento
- Ativação dos vestiários dos atletas
- Banner da marca nas laterais do campo
- Envelopamento da área 12
- Envelopamento da área de alimentação
- Envelopamento da área de hidratação
- Material de torcida personalizado da marca
- Presença da logomarca nos uniformes
- Presença da logomarca nos elementos de cenografia
- Presença nos kits através de distribuição de brindes (produtos fornecidos pelas marcas)

Bronze

- Banner da marca nas áreas de torcida
- Parede de lambe-lambe com presença das marcas
- Presença da logomarca no backdrop para fotografia dos times
- Presença da logomarca no copo personalizado do campeonato
- Presença da logomarca no painel das chaves
- Presença da logomarca no pórtico de entrada
- Presença da logomarca nos materiais de divulgação do campeonato

MAPA DO MOMENTO 2

TOGA
DOZE



MOMENTO 3

Essas ativações são de posse exclusiva. A marca patrocinadora terá presença única nas suas realizações.

Madrid en Rio

Essa experiência será após o campeonato, e engloba a participação do time do Campus12 no Rio de Janeiro. Durante uma semana as crianças terão o primeiro contato com a equipe técnica Madrid, vamos desenvolver uma série de atividades lúdicas para a realização em conjunto, culminando em uma visita guiada ao Maracanã, importante para desenvolver laços entre as partes antes da viagem e tornar a adaptação das crianças ainda mais fácil.

Hola, que tal?

Com a viagem para Madrid com data marcada, uma marca será responsável por aulas de espanhol para compreensão durante a sua estadia na Espanha. Uma ação que mudará não só a experiência das crianças durante a viagem, mas para toda sua vida.

Tour Madrid / atividades personalizadas

Um tour completo pelos pontos turísticos mais famosos da cidade será uma das atividades no cronograma da viagem. Porém, podemos incrementar ainda mais essa experiência, com atividades personalizadas que tenham fit com o storytelling da marca patrocinadora.



COMO INVESTIR?



COTA MASTER

800k

Investimento

Momento 01

02 ativações ouro
04 ativações prata
05 ativações bronze

Momento 02

03 ativações ouro
04 ativações prata
07 ativações bronze
25 convites para área 12 em cada
dia de campeonato

Momento 03

02 exclusivas

Product Placement

01 por episódio (totalizando 06)

Mídia kit

Vídeo do projeto exclusivo para a marca
Relatório de impacto e percepção de marca
Anúncio na programação 12
Presença da marca todos os materiais de divulgação
Inclusão integral no plano de mídia

Lei de Incentivo

O projeto Toca Doze é incentivado e está em aprovação junto a lei de ICMS. Com isso, 100% do valor investido poderá ser abatido do ICMS a recolher, respeitando o limite anual previamente definido.

COTA OURO

500k
Investimento

Momento 01

- 01 ativação ouro
- 03 ativações prata
- 04 ativações bronze

Momento 02

- 02 ativações ouro
- 03 ativações prata
- 06 ativações bronze
- 15 convites para área 12 em cada dia de campeonato

Momento 03

- 01 exclusiva

Product Placement

- 01 a cada 02 episódios (totalizando 03)

Mídia kit

- Vídeo do projeto exclusivo para a marca
- Relatório de impacto e percepção de marca
- Anúncio na programação 12
- Presença da marca todos os materiais de divulgação
- Inclusão integral no plano de mídia

Lei de Incentivo

O projeto Toca Doze é incentivado e está em aprovação junto a lei de ICMS. Com isso, 100% do valor investido poderá ser abatido do ICMS a recolher, respeitando o limite anual previamente definido.

COTA PRATA

250k

Investimento

Momento 01

- 01 ativação ouro
- 02 ativações prata
- 02 ativações bronze

Momento 02

- 01 ativações ouro
- 02 ativações prata
- 05 ativações bronze
- 10 convites para área 12 em cada dia de campeonato

Product Placement

- 01 a cada 03 episódio (totalizando 02)

Mídia kit

- Vídeo do projeto exclusivo para a marca
- Relatório de impacto e percepção de marca
- Anúncio na programação 12
- Presença da marca todos os materiais de divulgação
- Inclusão parcial no plano de mídia

Lei de Incentivo

O projeto Toca Doze é incentivado e está em aprovação junto a lei de ICMS. Com isso, 100% do valor investido poderá ser abatido do ICMS a recolher, respeitando o limite anual previamente definido.

COTA APOIO

50k
Investimento

Momento 01

- 01 ativação prata
- 02 ativações bronze

Momento 02

- 01 ativação prata
- 03 ativações bronze
- 10 convites para área 12 em cada dia de campeonato

Mídia Kit

- Vídeo do projeto exclusivo para a marca
- Anúncio na programação 12
- Inclusão parcial no plano de mídia

Lei de Incentivo

O projeto Toca Doze é incentivado e está em aprovação junto a lei de ICMS. Com isso, 100% do valor investido poderá ser abatido do ICMS a recolher, respeitando o limite anual previamente definido.

CONTATO

Fábio Zibenberg

fabio@berlinn.com.br
(21) 99809-4252

Pedro H. Jasmin

pedro@berlinn.com.br
(21) 97236-3672

CAMPUS12
MARCELO Y CAIO

+

**BER
LINN**

TOCA
AQUI