



Criamos histórias,
entregamos **valor.**

No dia 23 de outubro de 1984, começamos a nossa história.

Depois de **40 anos de pura transformação**, olhamos para o passado com muito orgulho e para o futuro com entusiasmo. São quatro décadas de dedicação, criatividade e resultados excepcionais que moldaram a nossa identidade.

Desde o início, nos consolidamos como uma **força impulsionadora** por criar campanhas publicitárias memoráveis, mas também por desafiar constantemente os limites do convencional. A palavra “transformação” não é apenas um lema, mas sim a bússola que nos guiou ao longo desse tempo.

Os **450 prêmios** que adornam nossas prateleiras são mais do que reconhecimentos: são testemunhos da **paixão e do comprometimento** que dedicamos a cada trabalho.

Porque cada ideia, cada estratégia e cada solução desenvolvida foi muito mais do que uma simples tarefa: foi um compromisso inabalável com a inovação, com a criatividade e com a **transformação**.



Recharging
the Future.

Campanha integrada

CCGL PELO BRASIL

CCGL

-
- A culinária tem o poder de criar conexões profundas entre as pessoas, sendo uma parte importante da identidade cultural de um povo.
 - Por isso, a CCGL apostou em uma nova campanha, focada em explorar a diversidade gastronômica brasileira, destacando receitas típicas de cada região do país, de um jeito único.
 - Além de um design atrativo, uma estratégia sólida foi traçada para isso, envolvendo muito conteúdo cativante que se conecta com o público através do reconhecimento na diversidade cultural do nosso país.

CCGL PELO BRASIL

O SEGREDO DO SABOR DAS
RECEITAS DE VERDADE







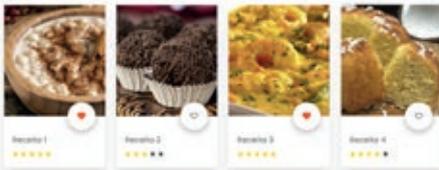


RECEITAS

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam, porta et amet nulla venenatis. Quam et enim ipsum et amet, consectetur adipiscing elit.



RECEITAS POPULARES



ENVIE SUA RECEITA

RECEITA DA GALERA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam, porta et amet nulla venenatis. Quam et enim ipsum et amet, consectetur adipiscing elit.



BAIXE O LIVRO

CLIQUE AQUI



Campanha integrada

PRODUTOS GAÚCHOS

CONSEVITIS-RS

- A recuperação do Rio Grande do Sul após as enchentes que devastaram o estado em maio de 2024 dependia do apoio e união de todo país. Precisávamos movimentar a economia regional e reconstruir as áreas afetadas.
- Escolher produtos gaúchos é uma forma direta de apoiar a economia. Ao incentivar o consumo de vinhos e espumantes locais, preservam-se os empregos e mantêm a renda de muitas famílias que dependem dessa indústria.
- A campanha criou um selo de identificação para as marcas gaúchas, destacando os produtos locais nas prateleiras. Além disso, produzimos um filme publicitário com a música “Querência Amada” de Teixeira, que reforça a mensagem de união e amor pelo Rio Grande do Sul, inspirando os consumidores a participar dessa causa.

Querência amada dos parreirais



DA UVA VEM



O VINHO



DO POVO VEM



O CARINHO

Bondade nunca é demais



Compre produtos gaúchos
e ajude a escrever mais um
verso dessa história

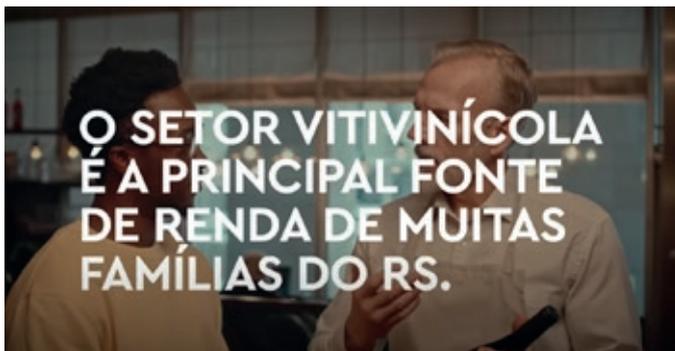
[▶ ASSISTA O VÍDEO](#)



Termo de Colaboração - FPE nº 4837/2022



COM O POVO
BRASILEIRO AO NOSSO
LADO, SABEMOS QUE
O MELHOR AINDA ESTÁ
POR VIR.



O SETOR VITIVINÍCOLA
É A PRINCIPAL FONTE
DE RENDA DE MUITAS
FAMÍLIAS DO RS.

BESA COM MODERAÇÃO.



Porque precisamos do povo brasileiro.

A chuva devastou o nosso estado. As semanas estão sendo difíceis. Feridas marcam a pele e o coração do povo gaúcho. Mas nós estamos gratos. No momento mais crítico da história do Rio Grande do Sul, o país inteiro demonstrou voluntários vindos de todos os estados. Doações em dinheiro, voluntários vindos de todos os estados, apoio com mantimentos, água potável, barcos, jet skis e muita solidariedade. Nada disso será esquecido. Estamos empenhados em reconstruir o lar em que vivemos e apoiar o coração reconhecer que o povo brasileiro está ao nosso lado. Sabemos que essa força irá permanecer. Para continuar nos ajudando a escrever novos versos em nossa história, siga consumindo produtos aqui do sul. Somos reconhecidos nacional e internacionalmente pela qualidade dos nossos vinhos, sucos e demais derivados de uva. Essa reputação é fruto de séculos de tradição, investimento em tecnologia e, principalmente, do cuidado e dedicação dos nossos produtores. O setor vitivinícola gaúcho gera milhares de empregos diretos e indiretos, movimentando a economia e sendo a principal fonte de renda de muitas famílias. Vamos seguir unidos e fortes. Com o povo brasileiro ao nosso lado, sabemos que o melhor ainda está por vir.

Com todo o coração, *Produtores Gaúchos*
Setor Vitivinícola do Rio Grande do Sul
COPSE-VITIS-RS



Campanha integrada

VAI DE VINHO BRASILEIRO

CONSEVITIS-RS

- A campanha foi criada para promover o consumo do Vinho Brasileiro, buscando remover o estigma do vira-latismo e elevar a percepção do produto. O principal objetivo foi incentivar as pessoas a experimentarem esses vinhos, mostrando o valor do que é produzido no Brasil.
- Para atrair novos consumidores, descomplicamos o universo do vinho, falando a língua do público e inserindo a bebida em situações cotidianas. A ideia é tornar o vinho brasileiro uma escolha acessível e agradável, que possa ser apreciada em qualquer momento.
- A mensagem central da campanha é clara: tudo fica melhor quando a gente escolhe o vinho brasileiro. A intenção é aproximar o consumidor do vinho nacional, quebrando barreiras e mostrando que essa escolha também é sinônimo de qualidade e sabor.

DEU MATCH?



**VAI DE
VINHO
BRASILEIRO**



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL

SECRETARIA DA AGRICULTURA,
PECUÁRIA, PRODUÇÃO
SUSTENTÁVEL E IRRIGAÇÃO

Termo de Colaboração - TFC nº 4537/2022

**vinho
brasileiro**









Campanha integrada

PODE SER AGORA

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI

- O último trimestre do ano é o período áureo para vendas e consumo de espumantes. Ainda com movimentos para diminuir a sazonalidade, 60% das vendas da Cooperativa Vinícola Garibaldi ocorrem de outubro a dezembro.
- Tendo isso em vista, a Campanha proposta para a marca visou potencializar essas vendas e alcançar a meta de crescimento de 10% na categoria espumantes neste período em 2023.
- A estratégia focada no novo consumidor, buscou destacar a popularização e desburocratização do consumo de espumantes, mostrando que não existem regras e não há hora certa para aproveitar as ocasiões cotidianas: Pode ser Agora.

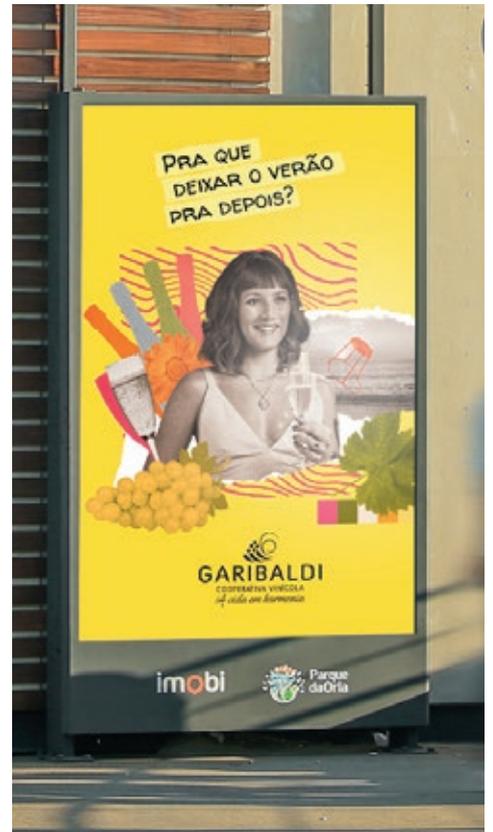
PRA QUE
DEIXAR O CARINHO
PRA DEPOIS?

PODE
SER
AGORA




GARIBALDI
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia







PRA QUE DEIXAR
AS CELEBRAÇÕES
PRA DEPOIS?

PODE SER AGORA

VOCÊ NÃO PRECISA ESPERAR O ANO
VIRAR PRA COMEMORAR.
A SUA ALEGRIA ESTÁ AO SEU ALCANCE.
ENTÃO, ESTOURA UM ESPUMANTE
GARIBALDI E VEM CURTIR A VIDA!

GARIBALDI
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia

Campanha integrada

EXPERIMENTE GARIBALDI

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI

- Localizada na Região da Uva e Vinho na Serra Gaúcha, Garibaldi é a Capital do Espumante e oferece uma experiência única de enoturismo, onde os visitantes podem explorar vinícolas, degustar vinhos e espumantes de alta qualidade, e aproveitar a hospitalidade local.
- Pensando nisso, a campanha aproveita a ambiguidade do nome “Garibaldi” para falar simultaneamente da cidade e da vinícola, criando uma conexão entre a marca e o destino. O principal objetivo é posicionar o Complexo Enoturístico da Cooperativa Vinícola Garibaldi como uma parada obrigatória na rota turística.
- E para facilitar o planejamento da viagem, foi desenvolvido um hotsite que reúne todas as informações necessárias para que os turistas possam programar sua visita a Garibaldi. Este hub digital direciona os visitantes para conhecerem as principais atrações da cidade e da vinícola.



GARIBALDI
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia

EXPERIMENTE GARIBALDI



EXPERIMENTE GARIBALDI  **GARIBALDI**
 COOPERATIVA VINÍCOLA
of vida em harmonia

experimentegaribaldi.com.br

BEBA COM MODERAÇÃO



OUVIR HISTÓRIAS
 QUE ESTIMULAM
**A AUDIÇÃO
 E O PALADAR**



EXPERIMENTE GARIBALDI  **GARIBALDI**
 COOPERATIVA VINÍCOLA
of vida em harmonia

experimentegaribaldi.com.br

BEBA COM MODERAÇÃO





SABE O QUE TODOS OS SUPERMERCADISTAS TÊM EM COMUM? **BOM GOSTO.**

Beba com moderação

Somos uma das marcas preferidas dos supermercadistas em todo o Brasil. De acordo com a Pesquisa Nacional de Preferência de Marcas, da SA+ Varejo, não estamos apenas nas prateleiras dos melhores supermercados, mas também na mente de empreendedores varejistas como uma marca de qualidade e confiança.

Agradecemos a todos os supermercadistas a lembrança e a preferência.

ACESSE O CATALOGO VIRTUAL



catalogogaribaldi.com.br



EXPERIMENTE GARIBALDI

GARIBALDI
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia

somos **coop**

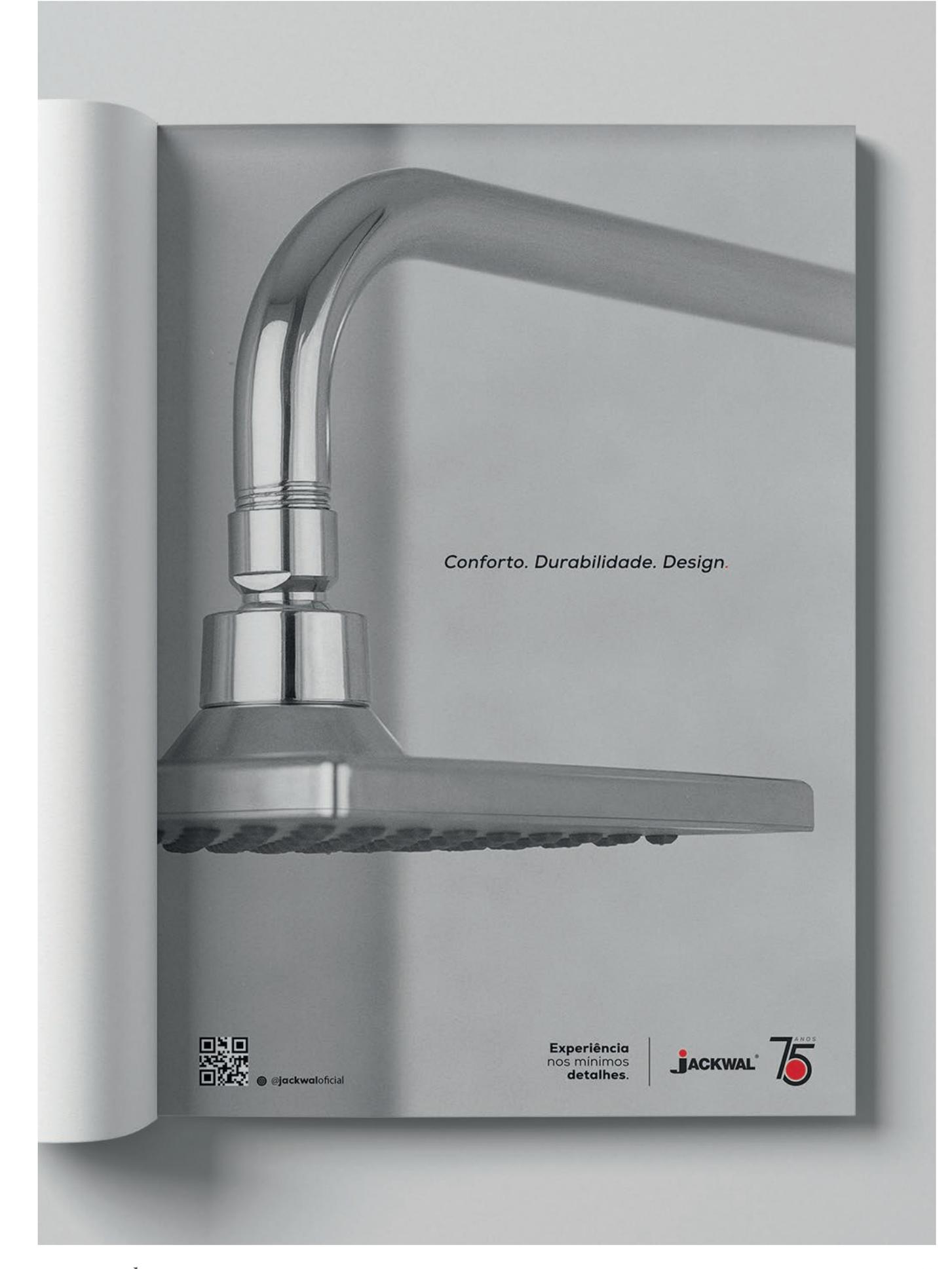


Campanha integrada

EXPERIÊNCIA NOS MÍNIMOS DETALHES

JACKWAL

- A Jackwal é uma empresa de soluções para gás e metais para banheiros que ao celebrar seus 75 anos de história encarou o desafio de se lançar nas redes sociais, buscando aumentar sua visibilidade e fortalecer a marca em um cenário digital.
- Com a sua entrada tardia nas plataformas, precisávamos de uma estratégia impactante. Para isso, desenvolvemos uma comunicação 360°, com foco em conteúdo relevante, uma nova apresentação de seus produtos e uma identidade visual que refletisse todo o valor da marca.
- O conceito “Experiência nos Mínimos Detalhes” foi criado para enfatizar como cada produto é cuidadosamente pensado para oferecer uma experiência que combina segurança, bem-estar e qualidade superior. Além disso, um selo de 75 anos foi criado, utilizando o círculo vermelho, um elemento icônico presente no logo da Jackwal.



Conforto. Durabilidade. Design.



© @jackwaloficial

Experiência
nos mínimos
detalhes.

JACKWAL 75^{ANOS}





Campanha integrada

A ESCOLHA NÚMERO 1 DOS MARCENEIROS

FIBRAPLAC

- A Fibraplac se destaca no mercado como uma referência em qualidade e inovação, oferecendo produtos que atendem às necessidades dos marceneiros mais exigentes. A mensagem central da campanha é clara: a Fibraplac é a melhor opção para quem busca eficiência, precisão e resultados superiores em cada projeto.
- Essa abordagem também utiliza o princípio da “Prova Social”, um gatilho mental que, neste caso, tem por intuito demonstrar como a preferência dos marceneiros serve como um forte indicativo da excelência dos produtos para outros potenciais clientes.
- No centro de toda comunicação está o marceneiro, cuja experiência com os produtos foi transformada em uma websérie. Este profissional, ao aparecer em grande parte dos materiais promocionais, se tornou o rosto da campanha, mostrando de maneira autêntica e tangível como os painéis de MDF Fibraplac são a melhor opção para a marcenaria.

É um facto estabelecido
de que um leitor é dis-
trahido pelo conteúdo le-
gível de uma página
quando analisa a sua
mensagem gráfica.

É UM FACTO
ESTABELECIDO
DE QUE UM
LEITOR

**PAINÉIS
DE MDF
FIBRAPLAC:**
A ESCOLHA
NÚMERO 1
DOS MARCENEIROS.

Mais que um portefólio com inúmeras possibilidades
para seus projetos de arquitetura, a Fibraplac
oferece painéis de MDF com a melhor
aproveitamento do mercado e é por isso que
os profissionais de marcenaria recomendam.



Acesse a grade



fibraplac





Campanha integrada

JUNTOS SOMOS MELHORES. SOMOS QUINTANA.

ESCOLA MARIO QUINTANA

- O ano de 2023 foi muito importante para a Escola Mario Quintana, de renovação. Com um foco contínuo em melhorias estruturais e na qualidade da experiência diária dos alunos, a escola está comprometida em oferecer um ambiente cada vez mais enriquecedor e acolhedor.
- Refletindo este compromisso com o acompanhamento dos alunos ao longo de suas jornadas, o conceito guarda-chuva “Juntos Somos Melhores. Somos Quintana” envolve e comunica todo o poder de transformar vidas, destacando o papel fundamental da escola no desenvolvimento de seus estudantes.
- A campanha contou uma estética moderna e vibrante, alinhando-se à nova identidade institucional da Escola Mario Quintana. Já as imagens capturam o orgulho e a confiança dos alunos, através de enquadramentos criativos com a estrutura da escola como pano de fundo.

QUANDO VOCE ESTUDA NA MARIO QUINTANA,
**ENGLISH IS A BIG PART
OF YOUR LIFE.**



**MATRÍCULAS
ABERTAS**
2024

**50%
DAS AULAS
EM INGLÊS**

Faça a matrícula na escola referência em
educação bilíngue and your kid will live,
learn and speak in a **bilingual world!**



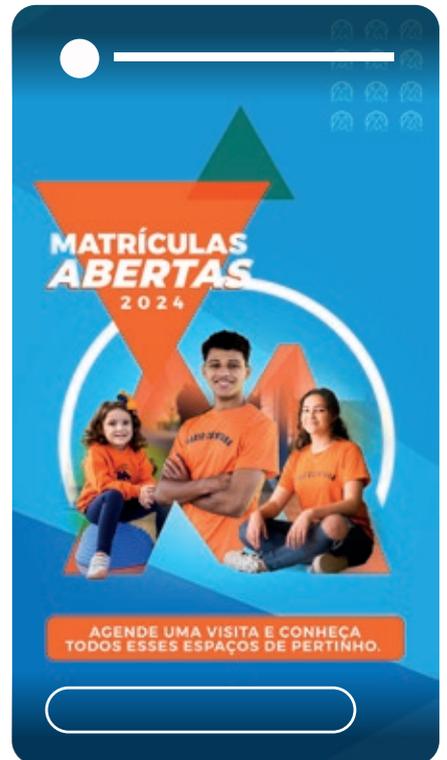
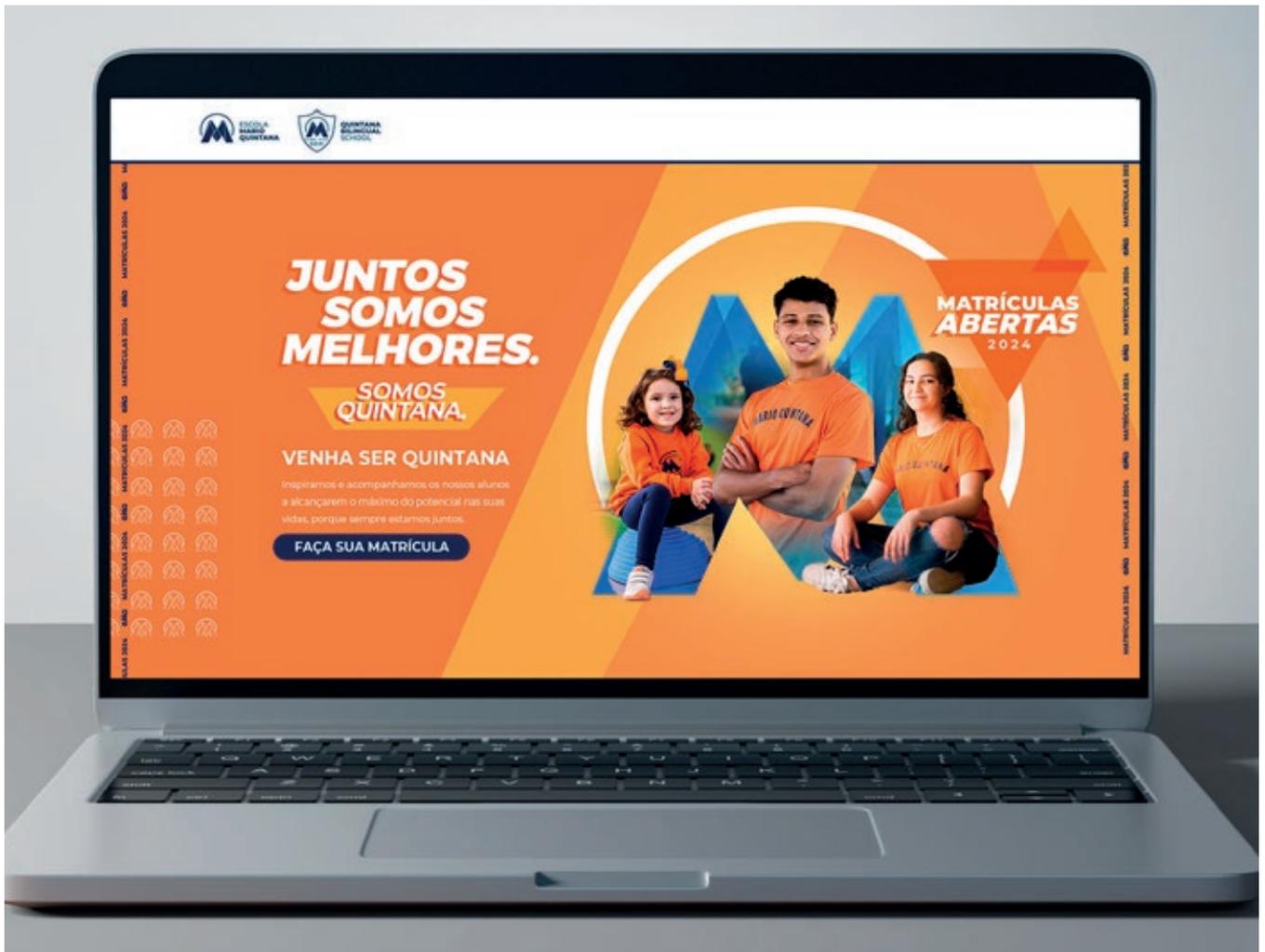
ACESSE o QR Code
e faça a matrícula na escola
referência em Pelotas.





MATRÍCULAS ABERTAS
2024
AGENDE SUA VISITA





Campanha integrada

LEITE DE VERDADE É CCGL

CCGL

- A maior campanha já feita pela CCGL contou com uma personalidade popular e querida pelos brasileiros, a cantora Claudia Leitte, que carrega valores de simplicidade e simpatia, alinhados de forma congruente com a marca.
- Adotando um tom criativo e leve, a campanha usou o humor como elemento-chave, pois a palavra “leite” já está no nome da cantora, o que, de forma muito descontraída, fazia dela uma especialista no assunto.
- Além disso, era importante que a campanha transmitisse a qualidade dos seus produtos, a pureza dos processos e a atenção aos detalhes na produção. Para isso, escolhemos um visual clean, moderno e diferenciado das campanhas tradicionais.

Confira o filme
no QR Code.





Aponte seu celular aqui
e acompanhe em
nossas redes sociais.

Leite de verdade é CCGL. E de leite, eu posso falar.

e21

Os produtos CCGL vêm de produção familiar e sustentável,
feitos com muito carinho, respeito e comprometimento com as pessoas.
Coloque você também essa qualidade no seu ponto de venda.



CLAUDIA LEITE

"O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA
INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS".

CCGL
leite de verdade

*O BENEFÍCIO DA SAÚDE DEPENDE DO CONSUMO REGULAR DIÁRIO DE LEITE E DA POSIÇÃO E ALTIMURA E É RECOMENDADO POR OS LÍDEES POR DE SAÚDE DA ANVISA

Leite de verdade é CCGL.
E de leite, eu posso falar.

CCGL
leite de verdade

CLAUDIA LEITTE



Leite de verdade é CCGL.
E de leite, eu posso falar.

CCGL
leite de verdade

CLAUDIA LEITTE



*O BENEFÍCIO DA SAÚDE DEPENDE DO CONSUMO REGULAR DIÁRIO DE LEITE E DA POSIÇÃO E ALTIMURA E É RECOMENDADO POR OS LÍDEES POR DE SAÚDE DA ANVISA



Campanha integrada

ESCOLHA SER UM AGRICULTOR DE VALOR

CROPLIFE

- Estudos apontam que 25% do agro brasileiro é composto por produtos ilegais. O uso destes produtos no campo causa prejuízos sociais, ambientais e até econômicos. Para mudar esse cenário, a Croplife, em parceria com a e21, desenvolveu um movimento em 2021: a campanha “Agricultor de Valor”.
- Em 2023 a campanha ganhou uma nova cara e ainda mais força no seu propósito, ampliando o tom de voz para o agricultor que faz o certo, que se preocupa com as boas práticas agronômicas e que pensa no setor como um todo.
- As campanhas de causa possuem alto engajamento, pois conseguem tocar as pessoas pela identificação e pela verdade. O resultado disso? o aumento de 10 vezes mais nas apreensões de produtos não certificados.



**TRABALHAR
COM
PRODUTOS
ILEGAIS.**



**OFERECER O
MELHOR
PARA MEUS
CLIENTES.**

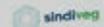
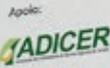
**Escolha certo.
Escolha ser um comerciante de valor.**

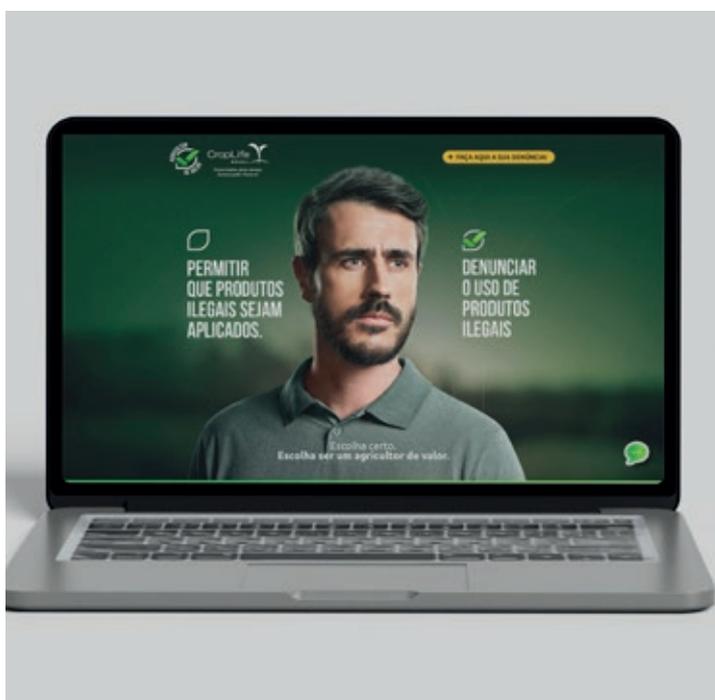
Quem escolhe comercializar produtos legais e certificados, conquista a confiança dos seus clientes, além de contribuir com a preservação dos recursos naturais. Faça a escolha certa, denuncie insumos ilegais no campo.

FAÇA SUA DENÚNCIA!



AGRICULTORDEVALOR.ORG.BR







Websérie

APAIXONADOS POR MATE

BALDO

- A websérie “Apaixonados por Mate” da marca Baldo contou com a participação especial de Antonio El Topador, desvendando o significado do mate como mais do que apenas uma bebida, mas um verdadeiro ritual.
- Em cada capítulo exploramos a trajetória da erva-mate, mas para além disso, a paixão por essa folha é revelada através de uma narrativa envolvente, que destaca não apenas os processos de produção, mas também as histórias pessoais e memórias afetivas.
- Através desse projeto, de forma tão autêntica, a Baldo pode oferecer ao seu público uma experiência imersiva e encantadora pela cultura da erva-mate.



Lançamento de produto

0,0% ÁLCOOL. 100% DE CHANCES DE MOMENTOS MEMORÁVEIS.

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI

- O Moscatel Garibaldi 0,0% álcool foi um dos lançamentos da Cooperativa Vinícola Garibaldi em 2023.
- Com uma abordagem perspicaz, a campanha traz o produto como uma opção para quem quer aproveitar o sabor de um bom espumante, mas sem se preocupar com as consequências do álcool.
- O trabalho da e21 foi publicado no portal de criatividade mais importante do mundo: o Ads of The World.



HOJE VOU BEBER

NOVO MOSCATEL **0,0% ALCOL**
100% DE CHANCES DE MOMENTOS MEMORÁVEIS



HOJE VOU VOLTAR DIRIGINDO

NOVO MOSCATEL **0,0% ALCOL**
100% DE CHANCES DE MOMENTOS MEMORÁVEIS



Lançamento de produto

LEVE NO SABOR. LEVE NA CONSCIÊNCIA.

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI

- A Vinícola Garibaldi inovou no mercado lançando o primeiro Prosecco Zero Álcool do Brasil. Para divulgar esta novidade precisávamos de uma comunicação moderna, que conversasse com a Gen Z, sem deixar de lado os consumidores habituais da marca.
- Segundo pesquisas, o público recompensa marcas que utilizam humor. 92% das pessoas são mais propensas a se lembrarem dos anúncios engraçados. Com o conceito “Leve no sabor. Leve na consciência.”, buscamos dar um tom descontraído à campanha, a fim de criar memórias duradouras e positivas entre os espectadores.



CHEGOU O

1º

PROSECCO
ZERO ÁLCOOL
DO BRASIL

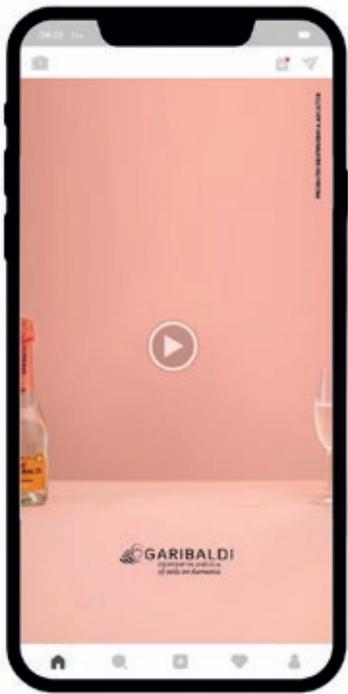
LEVE NO
SABOR.

LEVE NA
CONSCIÊNCIA.



 **GARIBALDI**
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia





Lançamento de produto

A FORÇA DO LEITE DE VERDADE

CCGL

- O lançamento do novo leite proteico da CCGL dá destaque para seus principais benefícios de forma alinhada a um estilo de vida saudável. A mensagem busca conectar o poder nutricional do produto à tradição da CCGL em oferecer qualidade, reforçando a identidade da marca “Leite de Verdade” que seus consumidores já conhecem e confiam.
- O conceito central se transforma para diferentes públicos: para os atletas e entusiastas do fitness, o foco é no aumento da proteína. Para aqueles com um estilo de vida ativo, a ênfase está na manutenção da energia. Já para o público que valoriza a vitalidade e o bem-estar a longo prazo, a abordagem apresenta o produto como um aliado para uma vida saudável e plena.

SAÚDE MUSCULAR

Desnatado

ALTO TEOR DE PROTEÍNAS
Rico em Cálcio, Vitaminas C e D
Fonte de vitaminas B1, B2, B6, B12 e niacina

12g DE PROTEÍNAS

CCGL

LEITE EM PÓ DESNATADO ENRIQUECIDO COM VITAMINAS E MINERAIS

270 g

ENERGIA

CADA EMBALAGEM RENDE 9 COPOS
de 12 gramas por copo

CLEAN LABEL
SEM AROMAS, CORANTES, LÍQUIDA E ESTABILIZANTES, SEM ADIATIVOS

MAIS FORÇA, MAIS VITALIDADE E MAIS ENERGIA. ISSO É MUITO CCGL.

SAÚDE ÓSSEA

CCGL
leite de verdade

1º LEITE EM PÓ RICO EM PROTEÍNA NO BRASIL É DA CCGL

O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS.



Lançamento de produto

ARTE PARA O PALADAR

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI

-
- O Alvarinho é apresentado nesta peça com um visual que remete a estética portuguesa, manifestando-se como “Arte para o Paladar”, uma abordagem poética que destaca a delicadeza e singularidade deste produto de maneira elegante e criativa.

ARTE PARA O PALADAR



O aroma de frutas maduras como damasco, pêssigo e nectarina, com notas levemente tostadas, faz do VG Alvarinho a companhia perfeita para pratos que levam peixes e frutos do mar. Com origem portuguesa, seu paladar de acidez equilibrada é fresco e persistente, marcante como uma singular obra de arte.

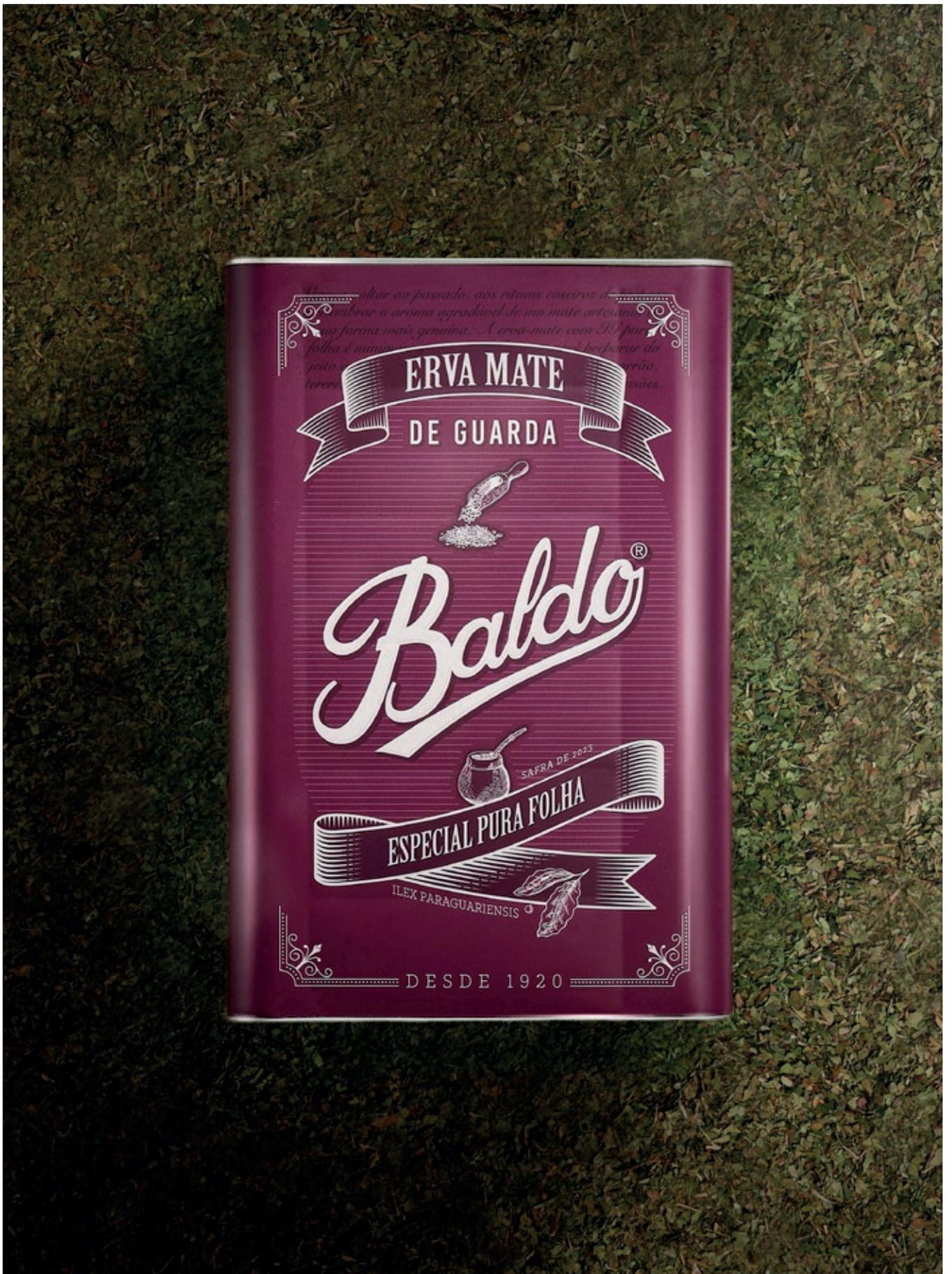


Embalagem

ERVA-MATE DE GUARDA

BALDO

- A Erva-mate de Guarda com Indicação Geográfica de São Matheus é um produto especial para a marca Baldo, pois representa uma região distinta, reconhecida pelo cultivo excepcional da especiaria, o que agrega ainda mais valor para os verdadeiros apreciadores do mate.
- A lata que armazena o produto traz consigo uma história que reflete a diferenciação deste para os demais. Nesta sua terceira edição, o desafio foi encontrar a melhor forma de contar essa história através de um novo visual.
- Para impressionar os colecionadores, optamos, então, por um design refinado, que não apenas celebra a singularidade do produto, mas também ressalta a rica narrativa que ele carrega.



...do passado, aos rituais caseiros de preparar a erva-mate com a forma mais genuína. A erva-mate com Baldo é feita com a melhor seleção de folhas e ramos, para proporcionar o melhor sabor e tereré.

**ERVA MATE
DE GUARDA**



Baldo®



SAFRA DE 2023

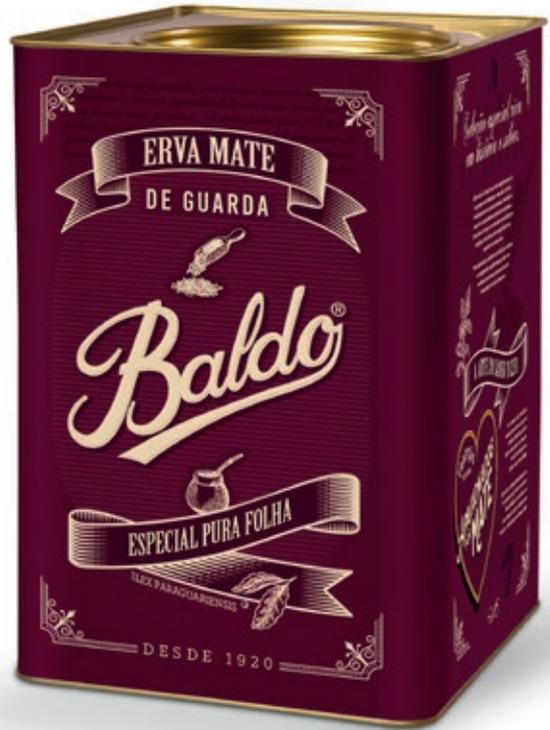
ESPECIAL PURA FOLHA

ILEX PARAGUARIENSIS



DESDE 1920





Rebranding

PARA PROTEGER O FUTURO, AGORA.

TAURA

- Para se destacar em um mercado de baixa diferenciação de produtos, a resposta está em uma proposta de valor que vai além do preço. Através de um rebranding completo da marca que completava 15 anos, vimos o Grupo Taura se reposicionar como um novo player no mercado.
- Adicione um visual moderno e criativo a um modelo de negócios consistente, que não só oferece qualidade, mas também proporciona uma gama abrangente de serviços complementares, capazes de fortalecer toda uma comunicação, e veja o resultado.
- A estratégia envolve uma visão 360, que mostrou que é possível uma marca como a Taura se destacar pela inovação. Essa abordagem cria um padrão diferenciado para a marca dentro do seu segmento, expressando de forma clara e atrativa os seus diferenciais.

TAURA.
PARA PROTEGER
*O FUTURO, **AGORA.***



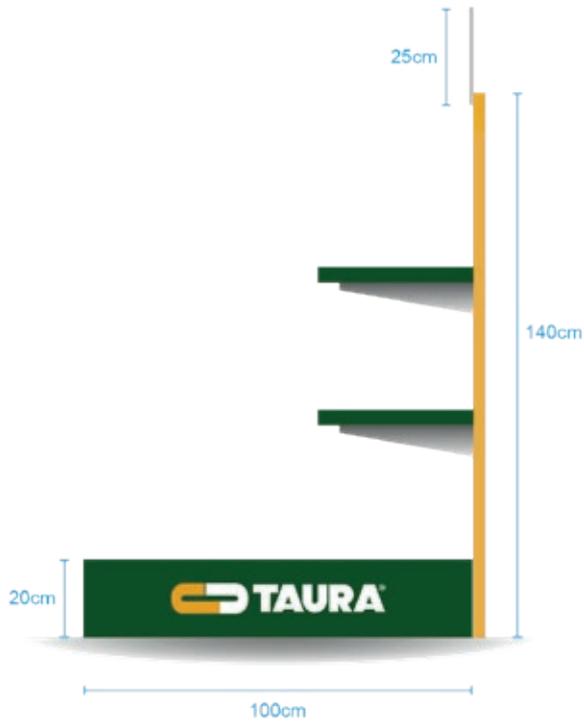








VISTA LATERAL



EXPOSITOR COM PRATELEIRAS



Branding

ÚNICA COMO VOCÊ

DONMARIO

- A agricultura está em constante evolução, com tecnologias e inovações emergindo diariamente. À medida que mais profissionais especializados se dedicam a acompanhar as atualizações do setor, comunicar-se com esse público pode ser desafiador.
- No entanto, provamos que com muito suporte teórico, estudos e pesquisas aprofundadas sobre o conteúdo destinado a esse público, é possível obter êxito, inclusive nas redes sociais.
- Para aproximar a DONMARIO do seu público-alvo, exploramos o universo do melhoramento genético de semente entregando não apenas informações técnicas valiosas, mas também fortalecendo o reconhecimento de marca.



Única
como você







Rebranding

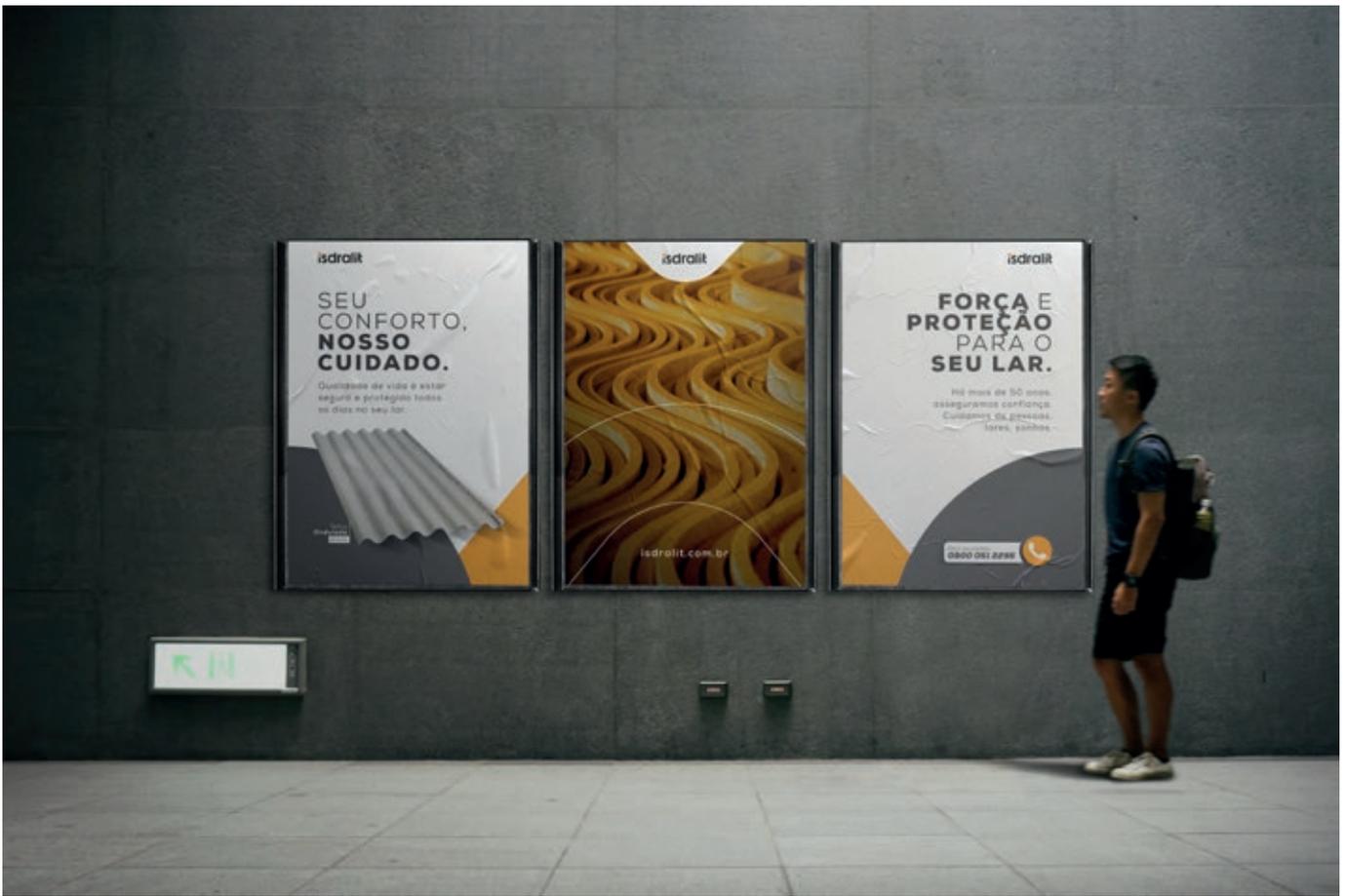
SEU CONFORTO. NOSSO CUIDADO.

ISDRALIT

- Com o objetivo de reposicionar a Isdralit no mercado, o trabalho de rebranding proposto pela e21 buscou consolidar a marca como referência por sua qualidade, além de agregar valor aos seus produtos no ponto de venda.
- O ponto de partida envolveu a definição dos três pilares fundamentais que sustentariam toda a comunicação ao longo da campanha. Foram eles: nos orgulhamos da nossa história, somos facilitadores e construímos confiança.
- Então, surgiu o conceito “Seu conforto. Nosso cuidado.”, que encapsulou os verdadeiros valores de uma marca experiente cujo principal propósito é proporcionar qualidade de vida, mas dessa vez com novos elementos proprietários e um design mais contemporâneo, que traz diferenciação para a marca no segmento.

SEU
CONFORTO,
**NOSSO
CUIDADO.**

 **isdralit**









Telhas e acessórios de fibrocimento para o seu telhado

A escolha certa pode fazer toda diferença na cobertura do seu lar!



Cumeira Normal Latéxterm

[SAIBA MAIS](#)



Espigão Normal

[SAIBA MAIS](#)



Espigão De Início

[SAIBA MAIS](#)

NOSSOS DIFERENCIAIS

-  Proteção na instalação
-  Economia
-  Resistência no fixado
-  Durabilidade
-  Resiliência



QUIA INSTALE FÁCIL ISDRAKIT

[SAIBA MAIS](#)



CALCULADORA DE TELHAS ISDRAKIT

[SAIBA MAIS](#)



CATALOGO ISDRAKIT

[SAIBA MAIS](#)

Deu na telha

Quando algo não funciona como deveria, o sistema de Manutenção Isdralit ajuda você a encontrar o melhor sistema possível, além das dicas de instalação, manutenção, limpeza e cuidado da telha.



Cuidado essencial no transporte de telhas

[SAIBA MAIS](#)



3 maneiras de tornar sua obra mais sustentável e ecológica

[SAIBA MAIS](#)



Como aumentar o valor da sua casa através da reforma

[SAIBA MAIS](#)



Atendimento ao cliente 24 horas

 [ENVIAR](#)

Escritório Central

Rua dos Arvoredo, 100, 4º andar
Centro, Porto Alegre/RS
CEP: 91020-007
+55 51 3276 6444
Ver no Mapa

Fábrica Curitiba

Rua Recreial (Bela Vista), 335
Curitiba/PR
CEP: 81.040-100
+55 41 2123.2123
Ver no Mapa

Pólice e Previdência

Trabalhe Conforto



Atendimento Comercial
0800 051 2295

1981 | 1981000 001

 GRUPO MOTA

Rebranding

CONVIDE A VIDA PARA ENTRAR

WEIKU

- O universo que transita a marca Weiku é de alto padrão e exigência, logo a sua comunicação e visual gráfico precisavam estar alinhados com os códigos de valor que a marca entrega nos seus produtos.
- Ao entender essa posição da empresa no mercado, com uma nova definição conceitual, o Branding teve como ponto de partida o redesign da identidade visual, trabalhando com uma estética minimalista e um estilo fotográfico que utiliza luz e sombra num visual preto e branco.
- Já o conceito “Convide a vida para entrar” captura de maneira inspiradora a experiência que a marca pode oferecer por meio de seus produtos, estabelecendo uma ligação entre o ambiente interno e a vida lá fora. Assim, todos os atributos da marca foram integrados a essa abordagem poética, refletindo o valor que a marca busca transmitir.



LOGO ANTIGO





Rebranding

APENAS SINTA

FRAHM

- A FRAHM é uma marca de áudio e sonorização de ambientes reconhecida por sua qualidade, tecnologia e inovação, logo, a sua comunicação precisava refletir esses conceitos e transmitir a sua personalidade.
- A proposta foi desenvolver uma identidade visual institucional padronizada e consistente, que fosse sofisticada e tecnológica, ao mesmo tempo que mantivesse uma estética clean, acessível e organizada.
- Incorporando elementos-chave que acentuam o conceito da marca “Apenas sinta”, este novo momento da FRAHM não só expressa a sua atmosfera moderna, mas também envolve o público e reforça a presença da marca.



FRAHM III

APENAS SINTA.

DESDE 1961, TRANSFORMAMOS
O SOM EM **PURA EMOÇÃO.**





FRAHM III

APENAS SINTA.

CONCEPT EMBALAGENS

CATEGORIA PREMIUM



CATEGORIA ESSENTIAL

CATEGORIA PERFORMANCE



Rebranding

MAIS QUE UMA ESCOLA, UM MUNDO DE DESCOBERTAS.

ESCOLA MARIO QUINTANA

- Com o mote “Juntos somos melhores. Juntos somos Quintana.” permeando a campanha, a estratégia da e21 destacou a Escola Mario Quintana como mais do que uma instituição tradicional, enfatizando-a como um espaço de valorização de seus alunos.
- Neste novo momento, fez-se necessária a modernização completa da identidade visual da escola, adotando uma marca multifacetada que reflete a diversidade da oferta educacional e dos alunos. O resultado é um conjunto visual rico, dinâmico e adaptável.
- Além disso, a exploração dos diferenciais técnicos, incluindo o seu pioneirismo, a estrutura pedagógica e os espaços físicos planejados e acolhedores, foi essencial para uma redescoberta de valores e um resgate do amor em ser Mario Quintana.



Mais que uma escola,
um mundo de descobertas.



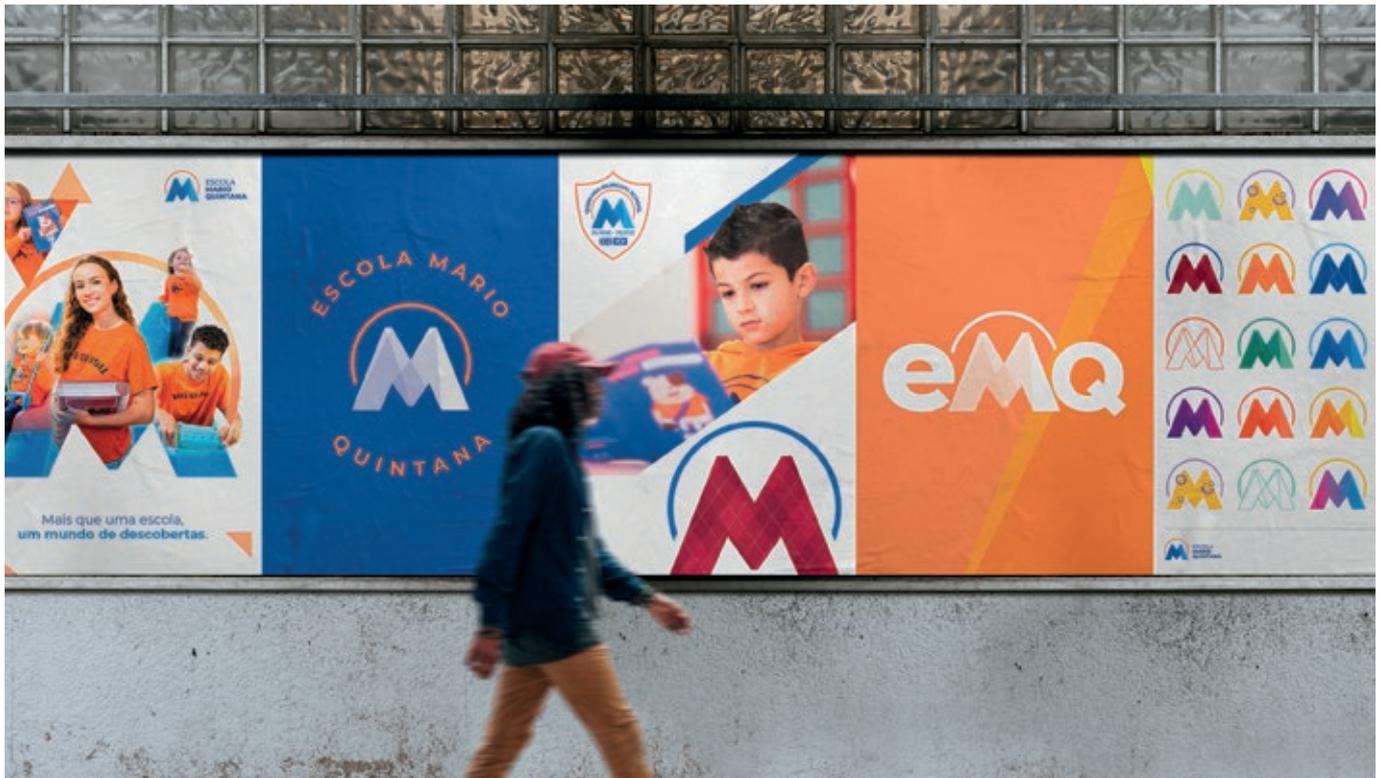
**ESCOLA
MARIO
QUINTANA**



MARCA ANTIGA



**ESCOLA
MARIO
QUINTANA**



Reposicionamento

A VIDA EM HARMONIA

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI

- Em 2023 a Cooperativa Vinícola Garibaldi enfrentou um momento desconfortável e a empresa buscou a e21 para restabelecer a conexão com seu público, visando reconstruir a imagem e superar as polêmicas.
- Com uma trajetória de 93 anos, a empresa sempre cultivou um profundo cuidado pelas pessoas que contribuíram para a construção de sua história, um compromisso que se reflete de maneira consistente ao longo do tempo.
- Para gerenciar essa situação de crise, a abordagem adotada foi resgatar materiais previamente desenvolvidos, evidenciando o comprometimento histórico da empresa com a valorização de seus colaboradores, como parte essencial de sua identidade empresarial.



O RECONHECIMENTO
É FRUTO DO RESPEITO
QUE TEMOS PELAS
PESSOAS.

 **GARIBALDI**
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia

O RECONHECIMENTO É FRUTO DO RESPEITO QUE TEMOS PELAS PESSOAS.

Siga nossas redes  

021



Somos destaque em
crescimento na categoria
espumantes nacionais.

Em 2022 crescemos 18%
na categoria de espumantes.

Este é mais um reconhecimento ao trabalho que começa no campo, com mais de 450 famílias de pequenos produtores rurais associadas. Mostrando o olhar da Cooperativa para a sustentabilidade do negócio, no cuidado com as pessoas e na excelência na produção de espumantes, vinhos e sucos.



Acesse nosso catálogo digital

 **GARIBALDI**
COOPERATIVA VINÍCOLA
A vida em harmonia



vitae proin sagittis nisi rhoncus. Viverra orci sagittis eu volutpat.

— The use of dosimeters in everyday life. Useful tips.

congue mauris rhoncus aenean vel elit. Commodo odio aenean sed adipiscing diam donec adipiscing tristique risus.

quam purus. Arcu cursus vitae congue mauris rhoncus aenean vel elit. Commodo odio aenean sed adipiscing diam donec adipi

EM CADA PRODUTO,
RESPEITO
PELAS PESSOAS.

Acesse o QR Code e saiba mais.



GARIBALDI
COOPERATIVA VINÍCOLA
de vida em harmonia

Procure por nós nas redes:

www.example.com

2

Since 1989





**Recharging
the Future.**

e21.com.br

Telefone: (51) 3092-7400

Av. Independência, 1299, sala 403 - Porto Alegre - RS