



MINEIRÃO **RP1** Comunicação

AÇÕES CRIATIVAS E PIONEIRAS PROMOVIDAS PELO MINEIRÃO E TRABALHADAS PELA RP1:



Case Comunicação Integrada:

ARCÃO BANCADA



Case Inclusivo:

CASAMENTO COLETIVO LGBT

Objetivo: Fugir do lugar comum, humanizar a imagem e fortalecer o posicionamento de que o Mineirão é muito mais do que futebol.

Desafio: Mostrar que o estádio é um celeiro de notícias e oportunidades de ações de PR, que sedia não somente os mais importantes jogos dos campeonatos de futebol nacional e internacionais, mas também eventos de todos os portes e públicos, além de iniciativas e ações pioneiras que celebram a igualdade e a união de todas as tribos.

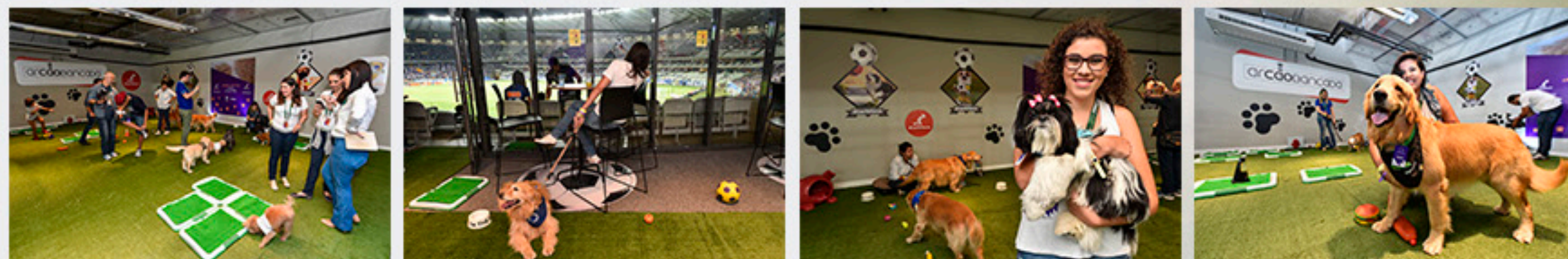
Estratégia: Desenvolver ações e planos de comunicação que atinjam os diversos públicos e tragam exposição nacional e internacional para o Mineirão.

ARCÃO BANCADA

O primeiro espaço instalado em um estádio que permite que os torcedores entrem acompanhados de seus fiéis mascotes enquanto torcem para seus times do coração.

A ação, realizada em parceria com a Copa Continental do Brasil, procurou unir duas paixões: **o futebol e os cachorros**. No camarote dedicado à iniciativa, os buffets servidos atendiam aos donos e aos pets, com cardápio especial desenvolvido para a ocasião, cenografia e ambientação temática. Além do jogo inaugural, o espaço permanece no estádio em todos os outros jogos ocorridos no local.

Com a ação, foi possível fazer com que o estádio ocupasse espaços na mídia nunca antes imaginados, como blogs e páginas dedicadas aos pets, propaganda & marketing, comportamento e entretenimento.



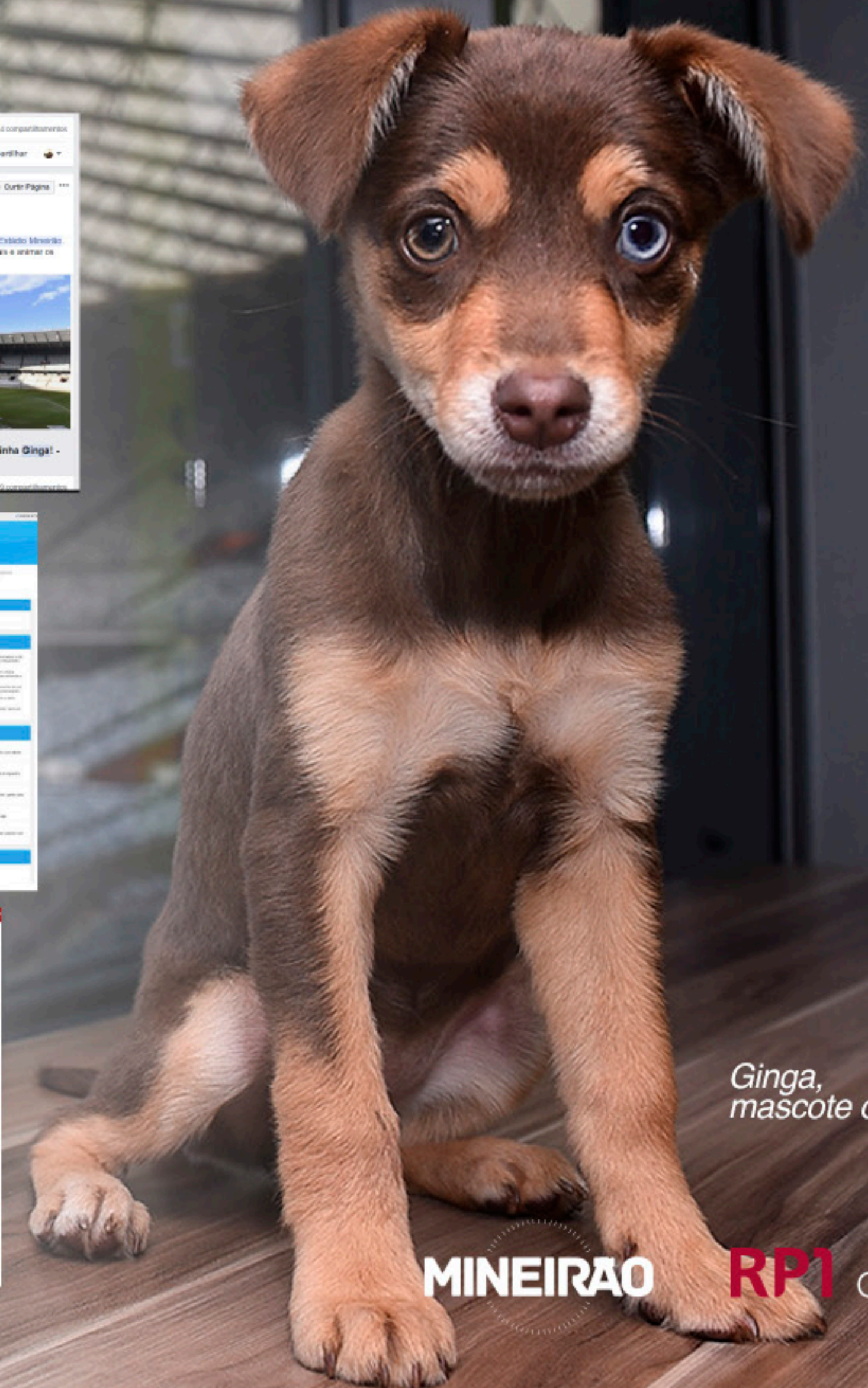
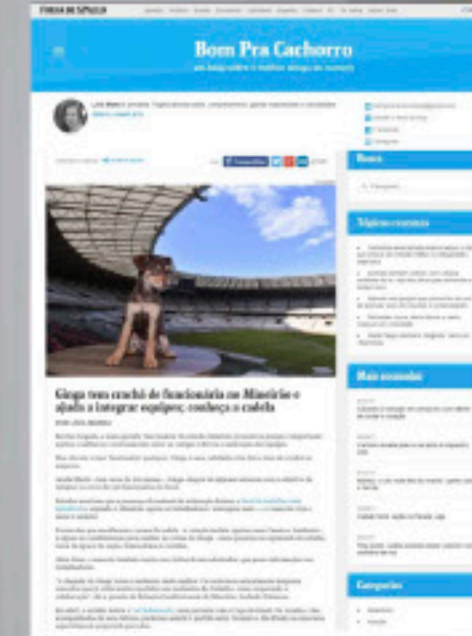
MINEIRAO

RP1 Comunicação

A iniciativa foi tão bem sucedida que ganhou um desdobramento: a **adoção da mascote Ginga, uma simpática vira-lata**. A ação promoveu a integração dos funcionários do estádio que passaram a cuidar da cadelinha em conjunto.

O case de comunicação interna despertou a atenção de públicos diferentes do universo esportivo, como RH, comportamento e, claro, pets. Por isso, a divulgação foi focada em múltiplos canais.

As ações pet friendly do Mineirão não param por aí. Na partida entre Cruzeiro e São Paulo pelo Campeonato Brasileiro, realizada dia 29 de julho, uma iniciativa do Mineirão, do Cruzeiro, a *Agência Popcorn Comunicação* e a *Cão Viver* promoveu a **Invasão do Bem**, que consistiu na invasão de um cachorro no campo do jogo para incentivar a adoção de animais por meio do futebol.



Ginga,
mascote do Mineirão

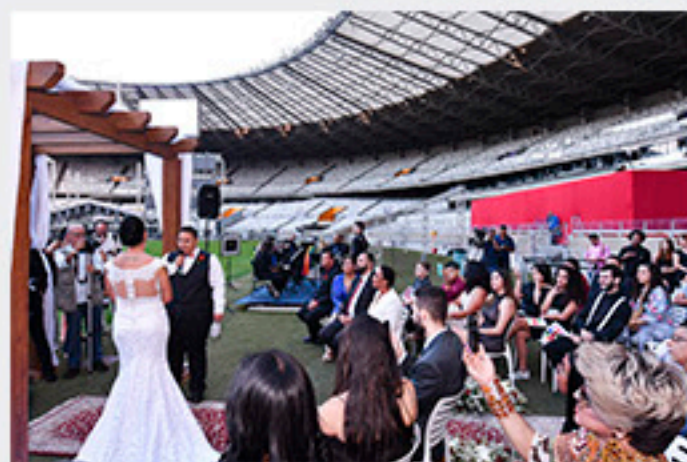
MINEIRÃO

RP1 Comunicação

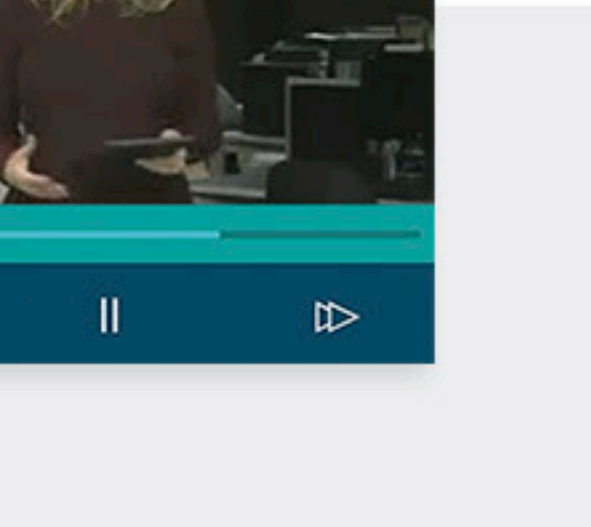
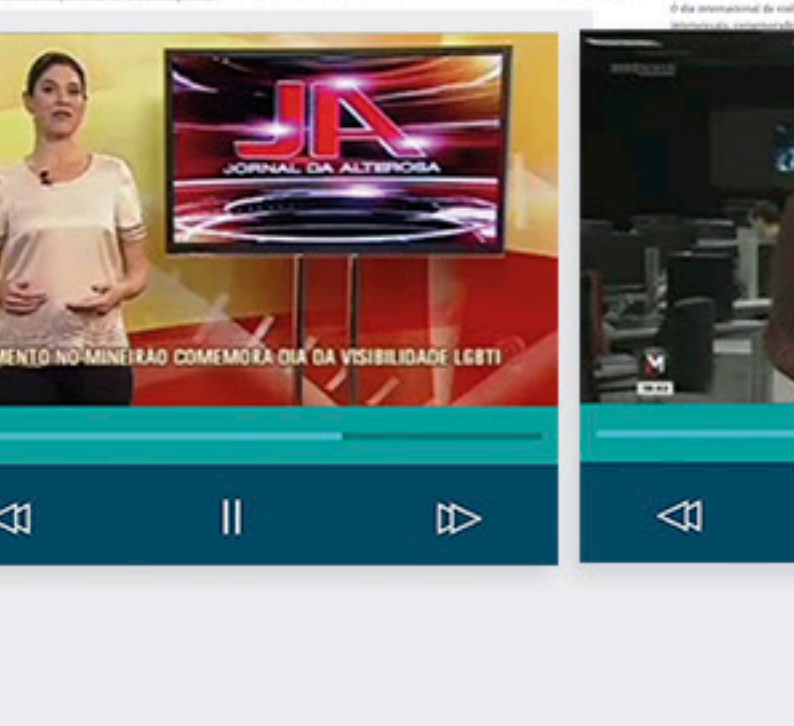
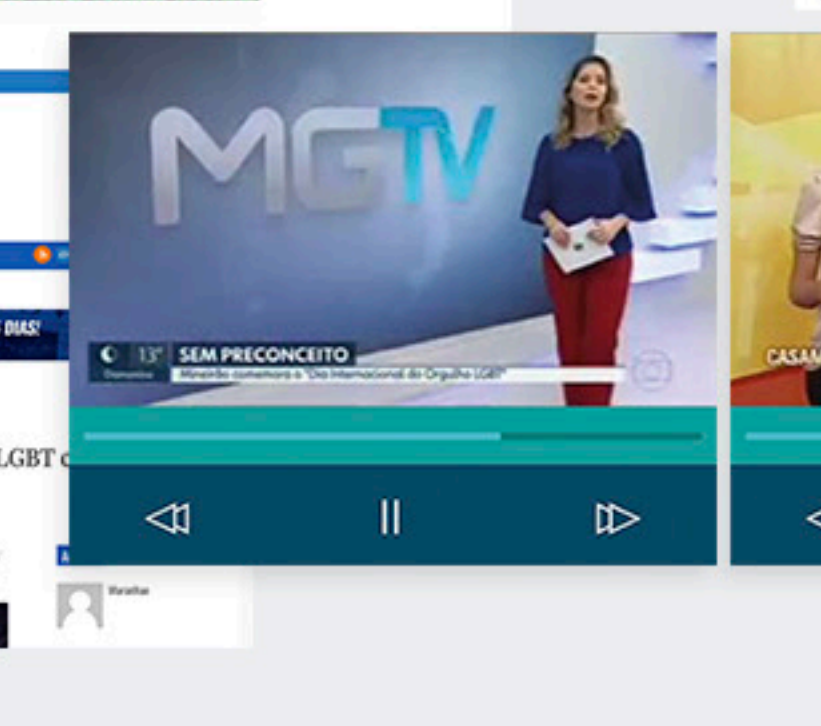
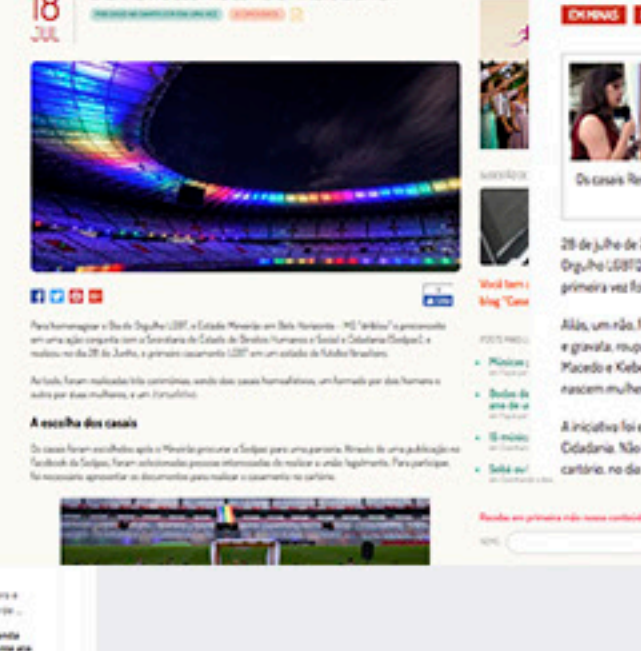
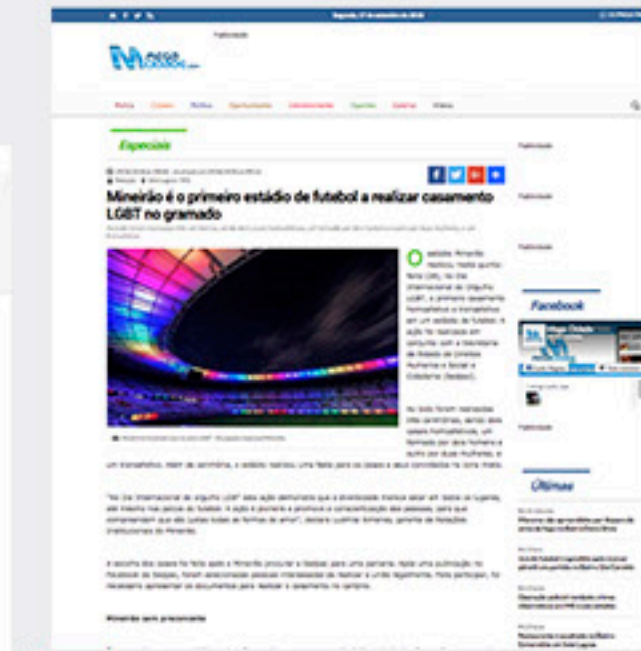
CASAMENTO LGBT

Para driblar o preconceito presente em meio a um ambiente majoritariamente dominado por homens e que, conseqüentemente, esbarra em conceitos machistas e homofóbicos, o Mineirão promoveu o primeiro casamento LGBT dentro de um estádio de futebol. Foram reunidos três casais: dois homoafetivos (formados por dois homens e duas mulheres) e um transafetivo, todos apaixonados por futebol. As três cerimônias aconteceram no gramado, no dia 28 de junho, quando é comemorado o Dia Internacional do Orgulho LGBT. O estádio já celebra a data iluminando a sua fachada com as cores da bandeira do movimento, o que desperta a atenção da mídia, da população e de quem acompanha as novidades do Gigante da Pampulha.

Para mostrar que no Mineirão todos são bem-vindos e que o estádio combate todo o tipo de preconceito e apoia a diversidade, a RP1 elaborou um plano de ação que contemplou cobertura in loco, divulgação no dia e após o evento, explorando canais e espaços que conversam com a comunidade LGBT e, também, com os amantes de esportes.



CLIPPING



OUTRAS AÇÕES INCLUSIVAS FAZEM PARTE DO DIA A DIA DO GIGANTE DA PAMPULHA:

Para incentivar a frequência das mulheres nos estádios, o Gigante da Pampulha cobrou metade do valor do ingresso para que o público feminino lotasse a partida realizada entre Cruzeiro e URT, pelo Campeonato Mineiro. Na ocasião, mais de 11 mil torcedoras, metade do público presente, fizeram a festa nas arquibancadas.



No dia 8 de abril, no clássico entre Cruzeiro e Atlético, o Mineirão engrossou o coro da campanha #DeixaElaTrabalhar, idealizada por jornalistas esportivas de todo o país contra os assédios sofridos pelas profissionais. A tribuna do estádio ganhou a hashtag da campanha e o vídeo produzido pelas jornalistas foi veiculado antes e no intervalo da partida.

Para o Mineirão, a luta pelo empoderamento feminino e pela igualdade de gênero deve acontecer todos os dias, e não somente no mês de março, quando é comemorado o Dia Internacional da Mulher.



274
PUBLICAÇÕES



R\$ 2.705.407,85
EM EQUIVALÊNCIA
PUBLICITÁRIA



195 MILHÕES
DE IMPACTOS CAUSADOS
(IMPRESSA E MÍDIAS SOCIAIS)

Os bons resultados em mídia reforçam o Mineirão como um lugar inclusivo, que recebe bem todos os públicos, independente de padrões como classe social, cor da pele, identidade de gênero e/ou sexual, ou qualquer outro tipo de definição. O fato de ser destaque em veículos que cobrem outros assuntos que não somente futebol e esportes de maneira geral aumenta a percepção positiva do público e corrobora para que o Gigante da Pampulha seja um grande catalisador de iniciativas pioneiras que fazem a diferença.

OBRIGADO

MINEIRÃO

RP1

Comunicação