

BRIEFING

■ MARKETING CULTURAL

Muito comum nos Estados Unidos e Europa, uma das boas opções de estratégias para as empresas nesta época do ano é promover ações voltadas para a comunidade, mas que façam referência ao período natalino. Nesta onda, a CSul Desenvolvimento Urbano aproveita para investir em iniciativas com visibilidade social, como proporcionar momentos de confraternização, lazer e cultura para toda a família. A empresa instalou um Ipê de Natal de oito metros de altura, iluminado e com 1,2 mil flores, na Logoa dos Ingleses. O ipê, árvore símbolo da região, eleita pelo foto popular, virou atração para as famílias. A empresa ainda vem promovendo apresentações com o Coral Canarinhos, de Itabirito, e com um auto de Natal adaptado do texto "Um menino que nos foi dado", de dom Marcos Barbosa. Para divulgar as ações, foram desenvolvidas, pela agência 18 Comunicação, diversas peças, como convite impresso e eletrônico, /save the date/, cartaz, anúncios para jornais, banner eletrônico e faixa.