



RELATÓRIO ANUAL 2008 // 2008 ANNUAL REPORT



RELAÇÕES COM A MÍDIA
GESTÃO ESTRATÉGICA
COMUNICAÇÃO DE GOVERNO
COMUNICAÇÃO INTERNA
CONSTRUÇÃO DE IMAGEM
DESIGN & CONTEÚDO

MEDIA RELATIONS
STRATEGIC MANAGEMENT
GOVERNMENT COMMUNICATIONS
INTERNAL COMMUNICATIONS
BRAND BUILDING
DESIGN & CONTENT



:: SUMÁRIO // INDEX

. O Ano de 2008 // 2008 Annual Report	03
. Ampliação da estrutura // Expansion of infrastructure	05
. Fortalecimento da equipe // Strengthening of team	07
. Consolidação do setor público // Consolidation of public sector	09
. Crescimento de BH // BH Growth	11
. O mundo digital // The digital world	12
. Nasce a FSB Pesquisas // FSB Research is born	13
. De cara nova // A new face	14
. Perspectivas para 2009 // Perspectives for 2009	14

:: O ANO DE 2008

O ano de 2008 foi muito produtivo para a FSB. Foi também, certamente, o período em que mais trabalhei na minha vida. E o fiz com muito prazer, com a segurança de estar colaborando para a construção de um projeto vencedor. Considero o ano produtivo porque tivemos a oportunidade de crescer em muitos aspectos. Um dos destaques que trataremos neste relatório foi a ampliação da infraestrutura de nossos escritórios, de forma que viabilizasse o potencial de desenvolvimento do negócio. Temos agora espaço suficiente, principalmente no Rio e em São Paulo, para fazer frente às necessidades de expansão dos próximos anos.

Fortalecemos também nossa equipe, o grande diferencial da FSB no mercado. Para isso, priorizamos a contratação de profissionais experientes – com passagens pelos principais veículos do país e também por alguns de nossos competidores – e a busca e identificação de jovens talentos. Contratamos o total de 86 novos colaboradores no último ano.

Tivemos ainda um bom período para os negócios. Ano a ano, a empresa tem conseguido manter a tradição de crescer com segurança e rentabilidade. Isso é resultado de nossa filosofia de que dinheiro é apenas consequência de um bom trabalho.

Como não bastasse, decidimos investir em mercados com total sinergia em relação ao nosso ramo de atuação. Duas novas unidades foram criadas – a FSB PR Digital e a FSB Pesquisa –, o que representa considerável movimento da empresa no sentido de oferecer aos clientes as mais importantes e modernas ferramentas de comunicação e de gerenciamento de sua reputação. É a FSB atualizando-se e consolidando-se como uma das mais completas consultorias de comunicação do Brasil.

Por tudo isso, 2008 foi um período estratégico para a FSB. Apesar da crise que atingiu a economia internacional nos últimos meses do ano, conseguimos crescer, fortalecer nossa equipe, desenvolver nossa infraestrutura e construir as bases de nosso crescimento futuro.

Francisco Soares Brandão
Sócio-diretor e Fundador



:: THE YEAR OF 2008

2008 was a very productive year for FSB. It was for sure the year of hardest work of my life. And this was done with a great deal of pleasure and the certainty of being contributing towards the construction of a winning project.

The year was productive because we had the opportunity to grow in many aspects. One of the highlights in this report was the expansion of the infrastructure of our offices in order to make feasible the business developing potential. Now we have enough space in Rio and São Paulo mainly to face the needs of expansion in the next few years.

We also strengthened our team, the FSB's great differential in the market. For that, we prioritize the engagement of experienced professionals – from major newspapers in the country and also from some of our competitors – and the search and identification of young talents. No less than 86 new hires joined FSB in 2008.

We also had a great period for business. Year by year the Company has kept its tradition of growth with security and profitability. This is a result of our philosophy that money is only a consequence of good and hard work.

As if this were not sufficient, we have decided to further invest in markets with full synergy in relation to our line of activity. Two new units were created – FSB PR Digital and FSB Research – representing a major move by the Company towards offering to its clients the most important and modern communication and management tools of its reputation. This is FSB being updated and consolidated as one of the most complete communication consultancy in Brazil.

For all that, 2008 was a strategic period for FSB. Despite the crisis which hit the world economy at the end of last year we managed to grow, strengthen our team, improve our infrastructure and build the bases of our future growth.

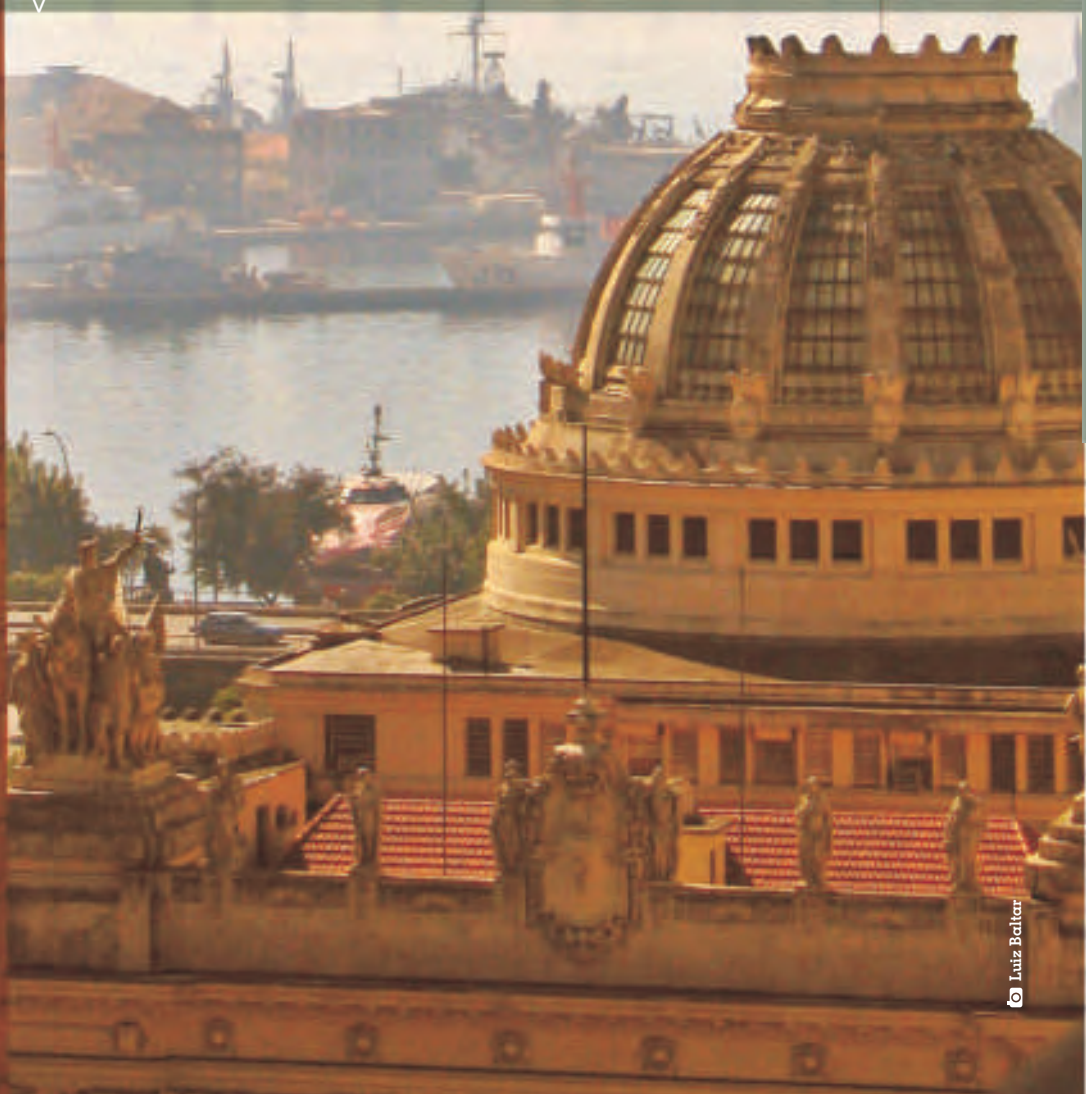
Francisco Soares Brandão
Managing director and Founder

:: RIO DE JANEIRO
021



Localizado numa das melhores áreas da cidade, bem na esquina das ruas Visconde de Pirajá e Aníbal de Mendonça, em Ipanema, o escritório carioca ocupa agora o 3º andar completo do edifício, permitindo à empresa se estruturar ainda melhor para o atendimento aos clientes.

✓ PALÁCIO TIRADENTES // CENTRO - RIO DE JANEIRO



:: AMPLIAÇÃO DA ESTRUTURA

Um dos avanços mais relevantes para a FSB em 2008 foi o crescimento de sua estrutura física. Com investimentos de porte, a empresa aumentou seu escritório no Rio de Janeiro e finalizou o processo de ampliação e reforma das instalações de São Paulo, iniciado em 2007.

Com a ampliação, a FSB passa a totalizar 780 m² no Rio, o que representa um crescimento de 100%



desde 2006. Localizado numa das melhores áreas da cidade, bem na esquina das ruas Visconde de Pirajá e Aníbal de Mendonça, em Ipanema, o escritório carioca ocupa agora o 3º andar completo do edifício, permitindo à empresa se estruturar ainda melhor para o atendimento aos clientes. A FSB conta ainda com cerca de 30 vagas de garagem no local. Em São Paulo, o escritório possui 600 m², no bairro do Itaim Bibi.

O ano foi marcado também pelo envolvimento das equipes do Rio de Janeiro e de São Paulo no apoio a algumas das principais operações de fusão e aquisição ocorridas no país. A FSB possui liderança histórica nesse mercado e estruturou uma equipe especializada no desenvolvimento de estratégias de comunicação e gerenciamento de crises para grandes negócios, com a participação de jornalistas com passagens pelas mais importantes redações brasileiras e de profissionais de marketing, direito, publicidade e design.

A FSB se destacou ainda pelo trabalho com foco no desenvolvimento de estratégias de comunicação e imprensa para campanhas eleitorais. A empresa prestou serviços para candidatos em algumas das principais cidades do país na última eleição municipal, consolidando sua *expertise* em processos eleitorais em estados e municípios. Os seminários de preparação dos candidatos para o contato com a imprensa, incluindo os chamados *media trainings*, foram outro destaque.

:: EXPANSION OF STRUCTURE

One of the major improvements for FSB in 2008 was the expansion of its physical structure. With sizable investments the Company increased its offices in Rio de Janeiro and completed the process of expansion and renovation of São Paulo facilities that started in 2007.

With the expansion FSB has a total of 780 m² in Rio representing a 100% growth in the area since 2006. The Rio office – located in a prime area of the city, right on the corner of Visconde de Pirajá and Aníbal de Mendonça Streets in Ipanema – now occupies the entire 3rd floor of the building which enabled the Company to have a still better structure to serve its clients. The Company also has 30 parking spaces available. In São Paulo, the FSB office has 600 m² in Itaim Bibi District.

The year was also marked by the engagement of Rio de Janeiro and São Paulo teams in the support to some of major operations of mergers and acquisitions occurred in the country. FSB has a history of leadership in this market and built up a specialized team in the development of communication strategies and crisis management with participation of journalists from major Brazilian media and marketing, law, publicity and design professionals.

FSB also stood out by its work focused in the development of communication and press strategies for electoral campaigns. The Company provided services to candidates in some of the major cities in the country in the last city elections by consolidating its expertise in electoral processes in states and cities. The seminars of preparation of candidates to deal with the press, the so-called media training were another highlight.



Em São Paulo, com o crescimento de nossa base de clientes, o fortalecimento da equipe foi um dos focos principais de 2008. A FSB agregou ao seu time paulista alguns dos mais preparados profissionais do mercado de comunicação corporativa.

PARQUE DO IBIRAPUERA // IBIRAPUERA - SÃO PAULO



:: FORTALECIMENTO DA EQUIPE

Gente é o principal diferencial oferecido pela FSB aos clientes. A empresa investe na formação de seus profissionais e procura agregar à equipe os melhores quadros do mercado. Em virtude do crescimento de suas operações, a FSB reforçou o time em 2008 e fechou o ano com um total de 290 profissionais.

Ao definir uma nova tendência de mercado, a FSB buscou diversificar o perfil da equipe. Além de jornalistas, que tradicionalmente compõem o mercado de comunicação corporativa no Brasil, a empresa contratou profissionais das áreas de publicidade, marketing, direito, ciências sociais e política.

Em São Paulo, com o crescimento de nossa base de clientes, o fortalecimento da equipe foi um dos focos

:: STRENGTHENING OF TEAM

People are the major differential offered by FSB to its clients. The Company invests in developing its professionals and attempts to add the best staff in the market to its team. Due to the growth of its operations, FSB reinforced its team in 2008 and closed the year with a total of 290 professionals.

Defining a new market trend, FSB attempted to diversify the team's profile. In addition to journalists who have traditionally formed the corporate communication market in Brazil, the Company had its staff added of professionals from advertising, marketing, law, social sciences and politics areas.



principais de 2008. A FSB agregou ao seu time paulista alguns dos mais preparados profissionais do mercado de comunicação corporativa, todos com passagens por veículos como Gazeta Mercantil, Veja, O Estado de São Paulo e Valor Econômico e com experiência no desenvolvimento de estratégias para grandes corporações, instituições financeiras, entidades empresariais e órgãos públicos.

Nos últimos anos, a FSB se envolveu, em São Paulo, em trabalhos de consultoria de comunicação para algumas das principais operações de fusão e aquisição do mercado, além de ter apoiado clientes no gerenciamento de crises de imagem. Na área de crises, a empresa desenvolveu metodologia própria para controle e redução de impacto na reputação das empresas, com importantes resultados registrados em 2008.

In São Paulo, together with the growth of our client base, the strengthening of the team was one of the major focuses of 2008. São Paulo has just hired some of the best prepared professionals in the corporate communication market, all from major media such as Gazeta Mercantil, Veja Magazine, Estado de São Paulo and Valor Econômico and highly experienced in the development of strategies for major corporations, financial institutions, business entities and public bodies.

Recently, FSB in São Paulo has been working as a communication consultancy in some of the major operations of mergers and acquisitions besides having supported its clients in image crisis management. In the crisis area the Company has developed its own methodology for control and reduction of impact to the companies' reputation with important results recorded in 2008.



A empresa estruturou uma equipe com grande experiência na capital federal e, com o permanente envolvimento dos sócios, desenvolve e implementa planejamentos de comunicação, assessoria de imprensa e relações públicas para órgãos do governo, associações empresariais e empresas no Distrito Federal.

∨ CATEDRAL METROPOLITANA NOSSA SENHORA APARECIDA // BRASÍLIA

:: CONSOLIDAÇÃO DO SETOR PÚBLICO

A Apesar de seu foco original no desenvolvimento de trabalhos para a iniciativa privada, a FSB se consolidou como uma das principais prestadoras de



serviços de comunicação para o setor público. E a filosofia de trabalho da empresa é clara: o objetivo da FSB é oferecer ao governo o mesmo padrão de qualidade e eficiência que pratica para empresas privadas desde sua fundação, em 1980.

Essa filosofia é a base do crescimento das operações da FSB em Brasília. A empresa estruturou uma equipe com grande experiência na capital federal e, com o permanente envolvimento dos sócios, desenvolve e implementa planejamentos de comunicação, assessoria de imprensa e relações públicas para órgãos do governo, associações empresariais e empresas no Distrito Federal.

Hoje a empresa é responsável por alguns dos trabalhos mais sofisticados do país em termos de comunicação de governo. Os resultados da parceria da FSB com a Embratur, por exemplo, foram premiados pelo Conselho Federal de Relações Públicas (Conferp). O trabalho – de promoção do Brasil como destino turístico no exterior – ficou em primeiro lugar em nível nacional na 28ª edição do Prêmio Nacional de Relações Públicas, além de ter recebido premiações regionais.

A FSB desenvolveu também importante *expertise* no trabalho de consultoria e planejamento estratégico para estados e municípios. Com foco em processos de atração de investimentos e promoção turística, divulgação de projetos e resultados, e prestação de contas à população, a empresa atua hoje em diversas regiões do país, com importantes resultados para seus clientes.

:: CONSOLIDATION OF PUBLIC SECTOR

Despite its original focus in the development of works for the private sector, FSB has consolidated today as one of the major providers of communication services for the public sector. And the Company work philosophy is crystal clear: FSB purpose is to offer to the Government the same standard of quality and effectiveness it has been offering to private companies since its foundation in 1980.

Such philosophy is responsible for the growth of FSB operations in Brasília. The Company built up a vastly experienced team in the Federal Capital and with the partners' constant involvement, develops and implements communication planning, press advisory and public relations for Government bodies, business associations and companies in the Federal District.

Today the Company is responsible for some of the most sophisticated jobs in the country in terms of Government Communications. The results from the partnership between FSB and Embratur, for example, have been awarded by the Conferp – Federal Council of Public Relations. The work – promotion of Brazil as touristic destination abroad – ranked 1st nationally in the 28th edition of the National Public Relations Award besides having received regional awards.

FSB has also developed an important expertise in the consultancy and strategic planning work for states and cities. Focused on processes of investment attraction and tourism promotion, publicizing of projects and results and accountability to the population the Company today operates in different regions of the country with important results for its clients.

:: BELO HORIZONTE

031



A FSB estruturou em Belo Horizonte um núcleo especializado nas indústrias de mineração e metalurgia, dois dos setores mais dinâmicos da economia mineira. Com profissionais experientes, o núcleo já realiza trabalhos de assessoria de imprensa, produção de publicações, eventos e comunicação interna para diversas empresas nessas áreas.

SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA // PRAÇA DA LIBERDADE - BELO HORIZONTE

:: CRESCIMENTO DE BH

O crescimento da FSB em Belo Horizonte foi um dos destaques de 2008. Iniciadas no segundo semestre de 2006 e consolidadas em 2007, as operações da empresa na cidade fecharam o ano com um incremento de 89% em suas receitas e uma carteira de 12 clientes fixos. A FSB – cujo escritório fica situado na região da Savassi – realizou também diversos jobs durante o período, apoiando as empresas locais em suas estratégias de comunicação e promoção.

O resultado é consequência direta do investimento da FSB no mercado mineiro. A empresa aposta no Estado como um dos principais polos de crescimento e desenvolvimento do país. Essa tendência faz com que cada vez mais empresas mineiras tenham a necessidade de implementar estratégias nacionais de comunicação corporativa e busquem a FSB para apoiá-las. É a economia de Minas se abrindo para o Brasil.

Para isso, a FSB estruturou em Belo Horizonte um núcleo especializado nas indústrias de mineração e metalurgia, dois dos setores mais dinâmicos da economia mineira. Com profissionais experientes, o núcleo já realiza trabalhos de assessoria de imprensa,

:: BH GROWTH

The FSB growth in Belo Horizonte was one of the highlights of 2008. Starting in the second half of 2006 and consolidated in 2007, the Company operations in the city closed the year with an 89% increase in its revenues and a portfolio of 12 fixed clients. FSB – whose office is located in the Savassi region – has also carried out several jobs in that period by supporting local companies in their communication and promotion strategies.

The result is the direct consequence of FSB investment in the Minas Gerais market. The Company is waging in the State as one of the country's major poles of growth and development. Such trend is increasingly making the Minas companies aware of their need to implement national corporate communication strategies and go to FSB to support them. This is Minas Gerais' economy opening up to Brazil.

For that purpose, FSB has built up in Belo Horizonte a specialized nucleus in mining and metallurgy industries, two



produção de publicações, eventos e comunicação interna para diversas empresas nessas áreas, com cases de sucesso e de repercussão nacional.

No mercado mineiro, a FSB atua também em desenvolvimento de estratégias de comunicação para o setor público. A empresa levou para Minas Gerais sua experiência – descrita com mais detalhes na página 9 – na prestação de serviço para órgãos do Governo Federal e para estados e municípios.

of the most dynamic sectors of the Minas economy. With experienced staff the nucleus is already performing press advisory works, production of publications, events and in-house communication for several companies in these areas, with successful and national repercussion cases.

In the Minas Gerais market FSB also operates in the development of communication strategies for the public sector. The Company brought its experience to Minas Gerais – described in detail on page 9 – in the provision of services to the Federal Government bodies, states and cities.



:: O MUNDO DIGITAL

Quando se analisa o mundo digital, um ano é muito tempo. Em 2008 assistimos à consolidação das chamadas mídias sociais, que deram voz ao cidadão (ou seja, ao consumidor, ao eleitor, ao contribuinte etc.) transformando-o em fonte de informação – positiva ou negativa – a respeito de produtos, serviços, candidatos e propostas. Surge então um novo tipo de formador de opinião, que se torna ainda mais estratégico para a comunicação das organizações.

A FSB PR Digital acompanha de perto essa evolução. Em 2008, esta área de negócios focou a sua atuação em relacionamento, traduzindo as ferramentas tradicionais de comunicação para a internet. Em respeito às especificidades do meio, criou produtos como o Press Release Interativo, uma espécie de *site* no qual o jornalista navega para obter informações detalhadas e completas (vídeos, *podcasts*, informações, *links*, fotos etc.) sobre um determinado produto ou empresa, e o Webcomm, plataforma de relacio-

:: THE DIGITAL WORLD

When you analyse the digital world, one year is a long time. In 2008 we saw the consolidation of the so-called social media which gave voice to the citizens (that is, consumers, voters, taxpayers etc.) by transforming them into a negative or positive source of information about products, services, candidates and proposals. A new type of opinion maker and trend setter appears then who becomes increasingly more strategic for the organizations' communication.

FSB PR Digital closely follows up such evolution. In 2008, this business area focused its activity in relationship by translating the traditional communication tools into the

Internet. Respecting the (world) web's specificity, it created products such as the Interactive Press Release, a type of site where the journalist browses to obtain full and detailed information (videos, podcasts, information, links, photos etc.) on a certain product or company and the Webcomm, a platform of relationship and management of the organizations' communication content.

One of 2008 highlights was the work carried out for Datasul. For the launching of fully interactive and customizable software FSB developed a campaign within the 2.0 concept which enabled the users to choose, among other things, how they would like to know the product. The results of this campaign for the client were quite expressive and measurable.

FSB PR Digital brings concrete results to its clients by associating the potential offered by the web with FSB's almost 30 years of experience in communication and relationship.

namento e gestão do conteúdo de comunicação das organizações.

Um destaque de 2008 foi o trabalho realizado para a Datasul. Para o lançamento de um software totalmente interativo e customizável, a FSB desenvolveu uma campanha dentro do conceito 2.0, que permitiu aos usuários escolher, entre outras, a forma como gostaria de conhecer o produto. Os resultados desta campanha para o cliente foram expressivos e mensuráveis.

A FSB PR Digital oferece resultados concretos para os clientes, aliando o potencial que a web proporciona aos quase 30 anos de experiência em comunicação e relacionamento da FSB.

:: NASCE A FSB PESQUISAS

Se é verdade que quem tem informação tem poder, então quem tem informação exclusiva e de qualidade tem muito mais. Com base nessa premissa e com o objetivo de sempre oferecer melhores serviços aos seus clientes, a FSB decidiu, em dezembro de 2008, lançar uma nova empresa – a FSB Pesquisa – dedicada a pesquisas de conteúdo e de opinião para fundamentar estratégias de comunicação.

A experiência recente da FSB no desenho de estratégias de comunicação para vários clientes mostrou a importância das pesquisas na construção de cenários e na calibragem da intervenção no espaço de debate público. Nesse trabalho, é fundamental contar com pesquisas não apenas de opinião (qualitativas e quantitativas), mas também com tomadores de decisão e formadores de opinião, além de outros instrumentos.

A FSB Pesquisa pretende oferecer serviços de pesquisa de conteúdo, pesquisa de opinião e métrica de resultados em comunicação, com o objetivo de respaldar a tomada de decisão dos clientes e possibilitar a otimização dos investimentos e qualificação das estratégias de comunicação.

:: FSB RESEARCH IS BORN

If it is true that information is power, then whoever has exclusive and quality information has much more power. Based on such assumption and aiming to always offer better services to its clients, FSB decided in December 2008 to launch a new company – FSB Research – dedicated to content research, polls and market surveys to ground communication strategies.

FSB's recent experience in the design of communication strategies for several clients showed the importance of market surveys (qualitative and quantitative), with decision makers and trend setters and other instruments in the construction of scenarios and the gauging of the intervention in the public debate space.

FSB Research intends to offer services of content research, market survey and metrics of results in communication aiming to support the clients' decision-making and enable the optimization of investments and qualification of communication strategies.

Being an integral part of FSB Comunicações, specialized in integrated corporate communication, FSB

Por ser parte integrante da FSB Comunicações, especializada em comunicação corporativa integrada, a FSB Pesquisa apropria-se da *expertise* em comunicação e credencia-se não só pelos mais de 28 anos de experiência, mas pelo conhecimento e experiência de seus profissionais. A nova empresa terá como diretor executivo o jornalista e cientista político Wladimir Gramacho (PhD, U. Salamanca) e a direção de negócios a cargo de Maria Cláudia Bacci, jornalista e pós-graduada em marketing.

A nova empresa terá como pilares essenciais a excelência técnica (determinada pela equipe de profissionais, metodologia e tecnologia envolvidos), a independência (marcada pela isenção na condução do trabalho e na submissão à auditoria externa) e a visão científica (obtida com parcerias de pesquisa e educação no meio acadêmico).

Research uses the expertise in communication and is empowered not only by more than 28 years of experience but also by the knowledge and experience of its staff. The new company will have as Executive Director the journalist and political scientist Wladimir Gramacho (PhD, Salamanca University) and the business directorate will be under the responsibility of Maria Cláudia Bacci, journalist and post-graduated in marketing.

The essential pillars of the new company will be technical excellence (determined by the professional team, methodology and technology involved), independence (marked by freedom and impartialness in the conduct of work and submission to external audit) and scientific vision (secured with research and educational alliances in the academic environment).



:: DE CARA NOVA

O ano de 2008 foi bem movimentado e de consolidação para a FSB Design. E haja criatividade para dar conta de tudo. Criamos novos materiais, entre eles, balanços financeiros, publicações periódicas, relatórios anuais e de sustentabilidade, anúncios e revistas para os públicos de relacionamento dos nossos clientes. Alguns exemplos são Schincariol, Melhoramentos, Grupo Ultra, Unipar, Andrade Gutierrez, TecBan e Tecnisa, entre outros.

O site da FSB Design também foi totalmente reformulado (www.fsbdesign.com). Fácil de navegar, apresenta o resultado do esforço da equipe de pensar e propor estratégias de comunicação e de design cada vez mais criativas para os clientes.

:: A NEW FACE

2008 was quite busy and a year of consolidation for FSB Design. And we surely needed a lot of creativity to manage all that. We created new materials among financial balance sheets, periodic publications, annual reports and sustainability reports, advertisements and magazines for our clients' relationship publics. Some examples are Schincariol, Melhoramentos, Grupo Ultra, Unipar, Andrade Gutierrez, TecBan and Tecnisa, just to name a few.

The FSB Design website was also fully reformulated (www.fsbdesign.com). User-friendly, easy to navigate, it presents the result of the team's effort to think and propose communication and design strategies more and more creative for the clients.

:: PERSPECTIVAS PARA 2009

O cenário de incerteza mundial apresenta-se como um desafio e uma oportunidade para o mercado. Num período de crise, as organizações têm naturalmente a necessidade de reforçar sua comunicação institucional e corporativa, além de fortalecer o contato com os clientes. Desse modo, abre-se um horizonte de possibilidades e de crescimento para as empresas de comunicação corporativa, que terão a capacidade de remar no sentido contrário da crise.

A FSB manteve, nos últimos anos, um ritmo de expansão e consolidação no mercado que permitiu à empresa fincar bases sólidas para enfrentar os desafios que se avizinham.

Em 2009, para atender as necessidades de seus clientes, a FSB definiu como prioridades reforçar investimentos em tecnologia e, principalmente, em gente. O capital humano é o maior trunfo que a empresa pode apresentar e o maior responsável por um trabalho que supere as expectativas dos clientes – o que tem sido ao longo dos anos uma característica da FSB. É o caminho seguro para consolidar a posição de liderança da empresa nos principais mercados nacionais.

Uma nova fronteira, ainda pouco explorada no mercado de comunicação, está sendo traçada. É a fronteira digital. Com a FSB PR Digital, a empresa aposta no imenso potencial da internet, ao perceber como a rede mundial de computadores pode ser trabalhada de forma que se transforme numa importante ferramenta no processo de construção e fortalecimento da imagem pública das organizações.

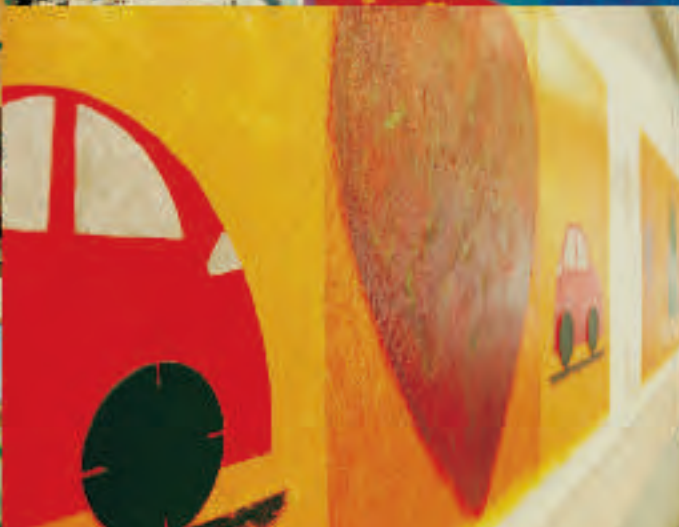
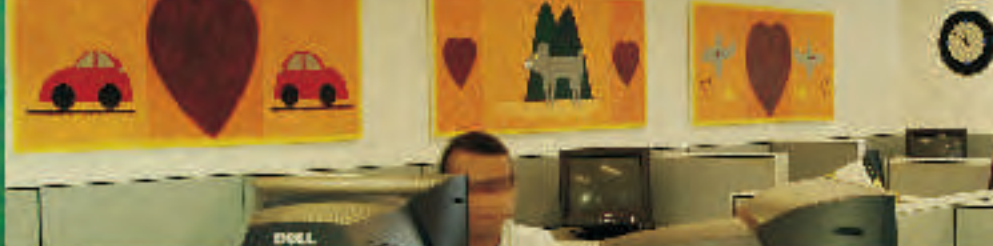
:: PERSPECTIVES FOR 2009

The world uncertainty scenario appears as a challenge and an opportunity to the market. In a period of crisis, organizations naturally have the need to reinforce their institutional and corporate communication besides strengthening the contact with their clients. Thus, a horizon of possibilities and growth is open for the corporate communication companies which will be able to sail forth against the crisis.

In the last few years, FSB has maintained a pace of expansion and consolidation in the market which enabled the Company to establish sound bases to face the upcoming challenges.

In 2009, aiming to meet its clients' needs, FSB defined as its priorities to reinforce its investments in technology and especially in people. Human capital is the biggest asset the Company can have and the main element responsible for works exceeding the clients' expectations – which has been a FSB's characteristics along the years. It is the safe way to consolidate the Company's leading position in major national markets.

A new frontier still little explored in the communication market is being outlined: the digital frontier. The Company is one of the pioneers with FSB PR Digital to realize the Internet huge potential and see how the Wide World Web can be worked in order to become a major tool in the process of construction and strengthening of the organizations' public images.



Rio de Janeiro

R. Visconde de Pirajá, 547 - 3º andar
Ipanema CEP 22410-900
tel. 55 21 3206.5050 fax 55 21 3206.5053

São Paulo

Rua Pedroso Alvarenga, 900
4º, 6º, 7º e 11º andares - Itaim Bibi CEP 04531-003
tel. / fax 55 11 3165.9596

Brasília

SHS Quadra 6, bloco E - conj. A, sala 713
Ed. Business Center Park CEP 70322-915
tel. 55 61 3323.1072 fax 55 61 3323.2404

Belo Horizonte

Rua Fernandes Tourinho, 147 - conj. 1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel. 55 31 3228.1000 fax 55 31 3228.1001



www.fsb.com.br