



resultado
result

competência
competence

comprometimento
commitment

criatividade
creativity

determinação
determination

princípios
principles

desafio
challenge

eficiência
efficiency

Relatório Anual 2011

Um ano contado por quem fez

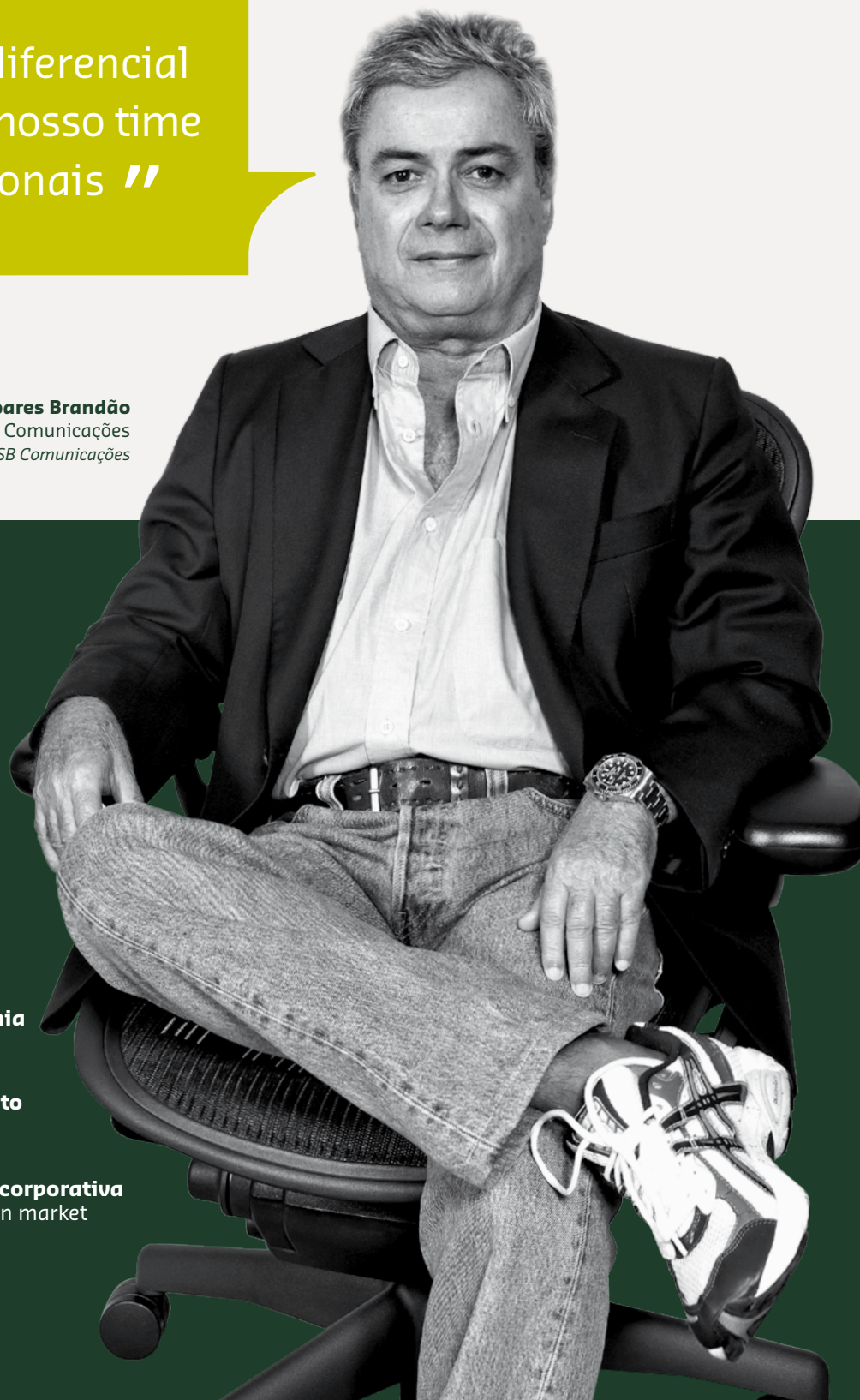
Annual Report 2011 | A year told by those who made it happen



"What really distinguishes FSB is our team of professionals."

"O grande diferencial da FSB é o nosso time de profissionais"

Francisco Soares Brandão
Sócio-Fundador da FSB Comunicações
Founding Partner of FSB Comunicações



- 04** **Um player internacional**
An international player
- 06** **Gente é o nosso grande diferencial**
People are what distinguish us
- 10** **Os princípios nossos de cada dia**
Our day-to-day principles
- 14** **Nosso primeiro Leão de Cannes**
Our first Cannes Lion
- 18** **Uma homenagem ao jornalismo**
A tribute to journalism
- 20** **De olho no crescimento da economia**
An eye on the economy's growth
- 24** **Nova marca para um novo momento**
New brand for a new moment
- 28** **Foco no mercado de comunicação corporativa**
Focus on the corporate communication market
- 30** **Preparando o futuro**
Preparing the future

The year of 2011

Since the start of FSB over 30 years ago, I always had the objective of developing the best communication agency in the country. This almost personal obsession helped to keep my focus and coherence in these three decades. The result is that we have built a leading company in the market, whose success is a consequence of the quality of its partners and professionals. Thus, we decided to honor and give voice to our team in this report.

After all, in 2011, more than ever, the result was clear. FSB became the first Brazilian company to be listed in the important ranking of portal The Holmes Report, in which it figures as one of the 25 largest communication agencies in the world.

Another international recognition took place in June, when FSB was awarded with the Silver Lion at the Cannes Festival for the work in social media, carried out for the government of Rio de Janeiro. The award is inedited for a Brazilian corporate communication company and reflects the investment made by FSB to structure its digital area.

To mark the passage of its 30th anniversary, FSB also developed important projects. The first one was the modernization of its visual identity. The other was launching of the book "E a Vida Continua – a Trajetória Profissional de Wilson Figueiredo" (Life Goes On – the Personal Trajectory of Wilson Figueiredo), biography of one of the most important Brazilian journalists and a colleague at FSB. Finally, FSB disclosed its Code of Principles, a script of the conducts already assumed by all professionals at the agency on a daily basis.

In 2011 we had the opportunity to strengthen our team even more. FSB finished the year with a total of 450 professionals, which represented a growth of 20% in comparison to 2010. We are very proud of this team, comprised of professionals from different backgrounds such as journalists, publicists, marketing specialists, social scientists, attorneys, designers, programmers, etc.

Thus, FSB strengthens and prepares to better face the challenge of continuing to provide high quality services to its clients. In this sense, nothing has changed over the past 30 years.

O ano de 2011

Desde o início da FSB, há mais de 30 anos, sempre tive o objetivo de desenvolver a melhor agência de comunicação do País. Esta quase obsessão pessoal me ajudou a manter o foco e a coerência nessas três décadas. O resultado é que construímos uma empresa líder no mercado, cujo sucesso é consequência da qualidade de seus sócios e profissionais. Por isso, decidimos homenagear e dar voz à nossa equipe neste relatório.

Afinal, em 2011, mais do que nunca, o resultado ficou claro. A FSB se tornou a primeira empresa brasileira a figurar no importante ranking do portal The Holmes Report, no qual aparece como uma das 25 maiores agências de comunicação do mundo.

Outro reconhecimento internacional aconteceu em junho, quando a FSB recebeu o Leão de Prata no Festival de Cannes pelo trabalho de mídias sociais realizado para o Governo do Rio de Janeiro. A premiação é inédita para uma agência de comunicação corporativa brasileira e reflete o investimento feito pela FSB para se estruturar na área digital.

Para marcar a passagem de seu 30º aniversário, a FSB desenvolveu também importantes projetos. O primeiro foi a modernização de sua identidade visual. O outro foi o lançamento do livro "E a Vida Continua – a Trajetória Profissional de Wilson Figueiredo", biografia de um dos homens de imprensa mais importantes da história do País e nosso companheiro na empresa. Por fim, a FSB divulgou seu Código de Princípios, um roteiro de condutas já assumidas por todos os profissionais da agência em seu dia a dia.

Tivemos em 2011 a oportunidade de fortalecer ainda mais nossa equipe. A FSB fechou o ano com um total de 450 profissionais, o que representou um crescimento de 20% em relação a 2010. Temos muito orgulho dessa equipe, formada por profissionais de diferentes formações, como jornalistas, publicitários, especialistas em marketing, cientistas sociais, advogados, designers, programadores etc.

Assim, a FSB se fortalece e se prepara para enfrentar o desafio de continuar a prestar serviços de alta qualidade a seus clientes. Nesse sentido, nada mudou nos últimos 30 anos.

Francisco Soares Brandão
Sócio-Fundador da FSB Comunicações
Founding Partner of FSB Comunicações

Um player internacional

A FSB garantiu, em 2011, lugar de destaque entre as mais importantes agências de comunicação corporativa e relações públicas do mundo. Foi a primeira da América Latina a figurar no ranking The Holmes Report, principal portal independente especializado na cobertura internacional do mercado de comunicação corporativa. A FSB ocupa a 24ª posição entre as 250 empresas da lista, que leva em conta a relevância no mercado e as operações desenvolvidas.

Por meio de uma rede de parceiros que inclui a Edelman, a maior empresa de comunicação corporativa e relações públicas do mundo, a FSB está estruturada para prestar serviços altamente especializados em mais de 60 países. Além disso, a FSB é a agência brasileira com maior experiência na formulação e execução de estratégias de comunicação internacional, com trabalhos reconhecidos no exterior para clientes como Embratur, Ministério do Esporte, Andrade Gutierrez, Petrobras e Vale.

Para uma agência de comunicação que tem como objetivo ser a melhor do Brasil, estar entre as maiores do mundo é uma conquista importante, que reforça a filosofia de trabalhar sempre com os melhores profissionais e parceiros para poder oferecer serviços da mais alta qualidade. Para os clientes, a classificação se traduz na segurança de lidar com uma empresa com capacidade de entrega e padrão de atendimento equivalentes aos dos principais competidores mundiais.

O site da FSB – www.fsb.com.br – está disponível em português, inglês, espanhol e chinês (mandarim).

“A FSB está entre as mais importantes agências de comunicação do mundo”

“FSB is among the most important communication agencies in the world”

Marcos Trindade
Sócio-Diretor
Partner



60
países

Serviços altamente especializados em mais de 60 países

Highly specialized services in over 60 countries

24ª
posição entre as
250

do ranking The Holmes Report

24th position among the 250 companies listed

An international player

In 2011 FSB assured a standout position among the most important corporate communication and public relations agencies in the world. It was the first one in Latin America to figure in the ranking of The Holmes Report, the main independent portal specialized on international corporate communication coverage. FSB occupies the 24th position among the 250 companies in the list, which considers the market relevance and operations developed.

Through a network of partners that include Edelman, the largest corporate communication and public relations company in the world, FSB is structured to render specialized services in over 60 countries. In addition, FSB is the Brazilian agency with most experience upon formulation and execution of international communication strategies, with work acknowledged overseas for clients such as Embratur, Ministry of Sports, Andrade Gutierrez, Petrobras, and Vale.

For a communication agency that aims at being the best in Brazil, being among the largest in the world is an important achievement that reinforces the philosophy of always working with the best professionals and partners to be able to offer services of the highest quality. For clients, the classification translates into security upon dealing with a company with capacity for delivery and service standard equivalent to the world's main competitors.

FSB's site – www.fsb.com.br – is available in Portuguese, English, Spanish, and Chinese (Mandarin).

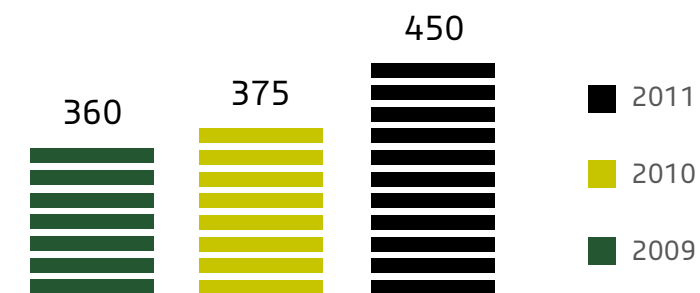


"FSB's team has the right combination of experience and youth"

"A equipe da FSB tem a combinação certa de experiência e juventude"

Tom Camargo
Sócio-Diretor
Partner

Crescimento de colaboradores em 2011 *Collaborators growth in 2011*



Gente é o nosso grande diferencial

O ano de 2011 foi um período de grandes investimentos da FSB em sua equipe. Saltamos de um total de 375 para mais de 450 profissionais por conta do crescimento da demanda e da sofisticação e desenvolvimento da oferta de serviços a nossos clientes.

A equipe da FSB é composta hoje por uma combinação de profissionais seniores com grande experiência no mercado – muitos com passagens pelos principais veículos brasileiros e por corporações nacionais e multinacionais – e jovens ligados nas últimas tendências de comunicação. Essa mescla é o que garante consistência, atualidade e agilidade ao trabalho desenvolvido pela agência para os clientes.

"Governments demand, ever more, professionals with specific education"

"Governos demandam, cada vez mais, profissionais com formação específica"

People are what distinguish us

2011 was a period of important investments for FSB in its team. We leaped from a total of 375 professionals to over 450 due to the growth in demand and sophistication and development of the services offer to our clients.

FSB's team is currently comprised by a combination of senior professionals with ample market knowledge – many with experience in the main Brazilian media and national and multinational corporations – and young people in touch with the latest communication trends. This mix is what guarantees consistency, freshness and speed to the work developed by our agency to clients.

Moisés Gomes
Sócio-Diretor
Partner



“O foco da FSB é construir e proteger a reputação de nossos clientes”

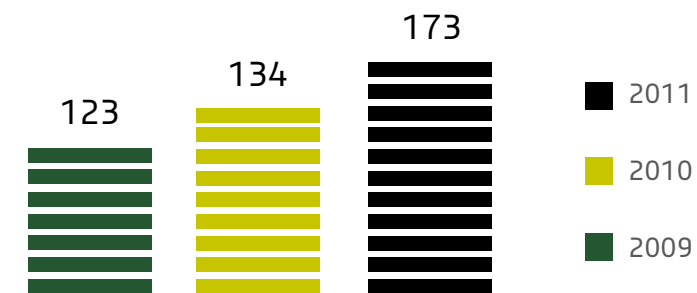
“FSB’s focus is to build and protect our clients’ reputation”

Flavio Castro
Sócio-Diretor
Partner



Crescimento de clientes em 2011

Clients growth in 2011



Os bons resultados são claros. A FSB fechou 2011 com um total de 173 clientes em seus quatro escritórios – Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte –, incluindo empresas de origem brasileira e multinacionais de diversos setores, associações empresariais e profissionais, organizações não-governamentais, órgãos do Governo Federal, estados e municípios.

The good results are clear. FSB ended 2011 with a total of 173 clients at its four offices – Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, and Belo Horizonte –, including Brazilian and multinational companies from several sectors, trade and professional associations, non-governmental organizations, federal, state, and municipal government entities.

“Desenvolvemos no Rio uma equipe especializada na área de energia e petróleo”

“We developed a team specialized in the power and oil segment in Rio”

Lúcia Martins
Sócia-Diretora, Rio de Janeiro
Partner in Rio de Janeiro





“A FSB trabalha de maneira ética, independente e apartidária”

“FSB works in an ethical, independent, and nonpartisan manner”

Luiz Rila
Sócio-Diretor, Brasília
Partner in Brasília

Os princípios nossos de cada dia

Criada há mais de 30 anos, a FSB foi uma das precursoras do mercado de comunicação corporativa no Brasil e ajudou a criar o padrão de qualidade do setor. No entanto, o crescimento e a sofisticação de nosso negócio e da própria área de comunicação trazem diariamente novos desafios a nossos profissionais. Esse movimento estimulou a FSB a desenvolver seu Código de Princípios, um projeto que envolveu os mais experientes profissionais de seus quatro escritórios.

Trata-se de um roteiro de condutas já praticadas por sócios e colaboradores da FSB, mas que agora são formalizadas e tornadas públicas em um documento. O objetivo é reforçar o compromisso da empresa com a ética nos relacionamentos, a transparência nos negócios e a excelência do serviço que prestamos aos clientes.

Our day-to-day principles

Established over 30 years ago FSB was one of the pioneers of the corporate communication market in Brazil and helped to establish the segment's quality standard. Nonetheless, the growth and sophistication of our business and of the communication sector bring new daily challenges to our professionals. This trend stimulated FSB to develop its Code of Principles, a project that involved the most experienced professionals at its four offices.

The code is a script of conducts already practiced by the partners and collaborators of FSB, but which are now formalized and made public in a document. The objective is to reinforce the company's commitment with ethics upon relationships, transparency in business, and excellence in services that we provide to our clients.

OS 10 PRINCÍPIOS DA FSB

FSB's 10 principles



<< 01 • IMAGEM E REPUTAÇÃO >> “A FSB acredita que toda pessoa ou instituição tem o direito de avaliar e compreender sua imagem pública e de se comunicar adequadamente com a sociedade para zelar por sua reputação.”

<< 01 • IMAGE AND REPUTATION >> “FSB believes that every person or institution has the right to assess and understand his/her/its public image and to adequately communicate with society to look after his/her/its reputation.”



<< 02 • RESULTADOS >> “A FSB acredita que a comunicação é um instrumento vital para pessoas e organizações e que, quando desenvolvida de forma profissional, traz excelentes resultados.”

<< 02 • RESULTS >> “FSB believes that communication is a vital instrument for people and organizations and, when developed in a professional manner, brings excellent results.”



<< 03 • ÉTICA >> “A FSB atua de forma ética e afirmativa e não realiza trabalhos cuja finalidade seja destruir reputações. A FSB é, no entanto, firme na defesa dos interesses legítimos de seus clientes e da própria agência.”

<< 03 • ETHICS >> “FSB works in an ethical and affirmative manner and does not perform actions whose purpose is to destroy reputations. FSB is, nonetheless, firm in the defense of legitimate interests of its clients and the agency itself.”



<< 04 • ISENÇÃO >> “A FSB acredita no valor da informação isenta, e seu trabalho junto à mídia e aos formadores de opinião é pautado no respeito e na correção.”

<< 04 • EXEMPTION >> “FSB believes in the value of exempt information, and its work with the media and opinion leaders is based on respect and correction.”



<< 05 • REMUNERAÇÃO COMPATÍVEL >> “A FSB tem o compromisso de oferecer o melhor resultado a seus clientes e como meta entregar sempre mais do que ele espera. E assim ser remunerada de forma compatível com seu trabalho, de acordo com valores praticados pelo mercado.”

<< 05 • COMPATIBLE REMUNERATION >> “FSB bears the commitment of offering the best result to clients and as goal to deliver more than expected. And this way to be compensated in a compatible manner with its work, in accordance with values practiced on the market.”



<< 06 • **RELAÇÃO COM OS CLIENTES** >> “A FSB está sempre atenta para não representar simultaneamente clientes que tenham conflitos de interesse. Só o faz com o conhecimento das partes e sua prévia autorização.”

<< 06 • **RELATIONSHIP WITH CLIENTS** >> *FSB is always alert to not simultaneously represent clients that have conflicts of interest. It only does so upon awareness and previous authorization of the parties.”*



<< 07 • **SIGILO** >> “A FSB coloca sob sigilo e dentro das regras de confidencialidade todas as informações obtidas na relação com os clientes e na execução de seus trabalhos.”

<< 07 • **CONFIDENTIALITY** >> *“FSB places under confidentiality all information obtained in relation to clients and upon execution of its works.”*



<< 08 • **INDEPENDENTE E APARTIDÁRIA** >> “A FSB é pluralista e apartidária e escolhe seus clientes com base no convencimento de que pode realizar um trabalho correto, ético e de qualidade.”

<< 08 • **INDEPENDENT AND NONPARTISAN** >> *“FSB is pluralist and nonpartisan and selects its clients based on its conviction that it can execute a correct, ethical, and qualified work.”*



<< 09 • **TECNOLOGIA** >> “A FSB investe fortemente em novas tecnologias para oferecer a eficiência e celeridade que seu trabalho exige. Mas a FSB acredita que nenhuma tecnologia substitui o conhecimento, a inventividade e a criatividade humanas.”

<< 09 • **TECHNOLOGY** >> *“FSB permanently invests in new technologies to offer the efficiency and celerity that its work demands. Nevertheless FSB believes that no technology replaces human knowledge, inventiveness, and creativity.”*



<< 10 • **GENTE** >> “A FSB acredita na importância do mérito e da iniciativa, assim como na evolução e realização profissional das pessoas. Para isso, garante a todos remuneração justa. Afinal, o maior patrimônio da FSB é o seu corpo de sócios, funcionários e colaboradores, que trabalham dentro dos princípios citados neste documento.”

<< 10 • **PEOPLE** >> *“FSB believes in the importance of merit and initiative, as well as in the evolution and professional fulfilment of people. For that, it ensures fair remuneration to all. After all, the greatest asset of FSB is its body of partners, employees, and collaborators, that work within the principles referred in this document.”*

Nesse processo, a FSB desenvolveu também a definição de sua missão: “Ser a melhor agência de comunicação do Brasil, reconhecida pela excelência do trabalho, pelo retorno dado a clientes, parceiros, fornecedores e colaboradores, e pela atuação ética e responsável.”

“Tornar públicos a missão e os princípios que orientam nossa atuação é uma decisão estratégica da FSB e faz parte da política de transparência que sempre procuramos adotar”, explica o sócio-fundador da FSB, Francisco Soares Brandão.

In this process, FSB also developed the definition of its mission: “To be the best communication agency in Brazil, acknowledged for its work excellence, results given to clients, partners, suppliers, and collaborators, and for the ethical and responsible behaviour.”

“Turning public the mission and principles that guide our work is a strategic decision of FSB and is part of the transparency policy that we always seek to adopt”, says the founding partner of FSB, Francisco Soares Brandão.



“Estes princípios são a base de nossa forma de atuar”

“These principles are the base of our manner of engagement”

Érica Benute
Sócia-Diretora, São Paulo
Partner in São Paulo

"Social networks are currently key to any communication strategy"

"As redes sociais hoje são chave para qualquer estratégia de comunicação"



Rizzo Miranda
Sócia-Diretora da FSB PR Digital
Partner of FSB PR Digital

Comunicação de governo + PR Digital = **Reconhecimento Internacional**

*Government Communication + PR Digital
= International Acknowledgment*

Nosso primeiro Leão de Cannes

A FSB fez história em 2011 e tornou-se a primeira empresa de comunicação corporativa do Brasil a ganhar um Leão no Festival de Cannes, a principal premiação internacional das áreas de publicidade e relações públicas. O prêmio – um Leão de Prata na categoria “Melhor uso de Mídia Social” – foi um reconhecimento ao sucesso do trabalho desenvolvido para o Governo do Estado do Rio de Janeiro, na retomada do Complexo do Alemão.



CANNES LIONS 2011
PRÊMIO INÉDITO NA
CATEGORIA PR LIONS

"Awards are important, but people and ideas are fundamental"

"Prêmios são importantes, mas pessoas e ideias são fundamentais"



Maria Claudia
Sócia-Diretora da FSB PR Digital
Partner of FSB PR Digital



“A comunicação de governos precisa ser feita de forma profissional”

“The communication of governments needs to be done in a professional manner”

Isabela Abdala
Sócia-Diretora, Rio de Janeiro
Partner in Rio de Janeiro

“No Ministério da Saúde, o trabalho digital trouxe excelente resultado”

“The digital work brought excellent results for the Ministry of Health”

Gabriela Wolthers
Sócia-Diretora, Rio de Janeiro
Partner in Rio de Janeiro



Apesar de prêmios serem importantes, a FSB sabe que seu principal ativo são pessoas e ideias. Em 2011, o braço digital da empresa fortaleceu sua equipe e consolidou-se com o intenso uso de estratégias em mídias e redes digitais para clientes como o Governo do Rio de Janeiro, Ministério da Saúde, Microsoft, Ipiranga, Oi, Cielo e Vale, entre outros.

A Digital deu vida, por exemplo, ao portal da Copa do Mundo, feito em tempo recorde, garantindo transparência e agilidade à comunicação do Ministério do Esporte. Tudo isso para dar o melhor ao cliente num mundo novo onde a explosão das redes sociais e o crescimento dos social games são algumas das estrelas de um irreversível boom digital. Compreender a potencialidade da web e transformá-la em resultados foi, em 2011, uma das competências da equipe da FSB PR Digital.

O uso de plataformas e tecnologias, combinado com a capacidade das pessoas de compreenderem e aplicarem estratégias, diferencia essa equipe, que alia jovens talentos e uma gerência experiente e segura. Porque, no final, é tudo sobre gente.

Our first Cannes Lion

FSB made history in 2011 and became the first corporate communication company in Brazil to be awarded a Lion at the Cannes Festival, the main international award in the advertising and public relations market. The award – a Silver Lion in the “Best Use of Social Media” category – was an acknowledgment to the success of the work developed for Rio de Janeiro state government, upon the operation to occupy the Complexo do Alemão community.

Despite awards being important FSB is aware that its main assets are people and ideas. In 2011, the company’s digital arm strengthened its team and consolidated with the intense use of strategies in digital media and social networks for clients such as the government of Rio de Janeiro, Ministry of Health, Microsoft, Ipiranga, Oi, Cielo, and Vale, among others.

FSB PR Digital gave life, for example, to the World Cup portal, prepared in record time, ensuring transparency and speed for the Ministry of Sports communication. All this aimed at offering the best to clients in a new world where the explosion of social networks and social games are some of the stars in an irreversible digital boom. Understanding the potentialities of the web and turning this into results was one of the competences in 2011 for FSB PR Digital’s team.

The use of platforms and technologies, combined with the capacity of people to understand and apply strategies, distinguishes this team that allies young talents with an experienced management. Because, at the end, it’s all about people.

“Na FSB, trabalhamos numa empresa que respira o futuro”

“At FSB, we work at a company that breathes the future”

Wilson Figueiredo
Consultor Sênior
Senior Consultant

“A trajetória do Wilson é uma inspiração para toda a equipe”

“Wilson’s trajectory is an inspiration for the entire team”

Carlos Grandin
Sócio-Diretor, Rio de Janeiro
Partner in Rio de Janeiro

Uma homenagem ao jornalismo

Um dos pontos altos de 2011 para a FSB foi o lançamento do livro “E a Vida Continua – A Trajetória Profissional de Wilson Figueiredo”, a biografia de nosso companheiro Wilson, um dos mais importantes jornalistas brasileiros. O livro foi editado como parte das comemorações pelo 30º aniversário da empresa e foi recebido com destaque pela imprensa nacional, com matérias em veículos como *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *GloboNews*, *Correio Braziliense*, *Rádio CBN*, *Veja Rio*, *O Estado de Minas* e *Zero Hora*.

A ideia de homenagear Wilson, que trabalha na FSB desde 2003, surgiu num almoço entre os sócios da empresa e o jornalista Ancelmo Góis. Isso porque, como repórter, editor, editorialista e cronista, Wilson Figueiredo chegou aos 87 anos como testemunha privilegiada dos principais acontecimentos da História do Brasil desde o final da primeira metade do século passado, quando, ainda jovem, cobria o Estado Novo para a imprensa mineira.

Após mais de um ano de trabalho, o livro foi lançado no dia 1º de dezembro, numa festa que reuniu centenas de amigos e admiradores na Livraria Argumento, no Leblon. A coordenação-geral do projeto foi feita por Beth Ritto, enquanto sua conceituação editorial foi de responsabilidade de Ana Luísa e Laura Escorel, da Editora Ouro sobre Azul.

A tribute to journalism

One of the highlights of 2011 for FSB was the publishing of the book “E a Vida Continua – A Trajetória Profissional de Wilson Figueiredo”, the biography of our colleague Wilson, one of the most important journalists in Brazil. The book was edited as part of the celebrations for the company’s 30th anniversary and was on the spotlight of the national press, with articles in O Globo, Folha de S. Paulo, GloboNews, Correio Braziliense, Rádio CBN, Veja Rio, O Estado de Minas and Zero Hora.

The idea to honor Wilson, who works at FSB since 2003, came up during a lunch between company partners and journalist Ancelmo Góis. This is because, as a reporter, editor, editorialist, and columnist, Wilson Figueiredo reached the age of 87 as a privileged witness of the main events in the Brazilian history since the end of the first half of the past century, when still in his youth, he covered the Estado Novo for the press of Minas Gerais.

After more than one year of work the book was launched on December 1st at an event that gathered hundreds of friends and admirers at Argumento bookstore, in Leblon neighborhood. The project’s overall coordination was carried out by Beth Ritto, while the editorial conceptualization was done by Ana Luísa and Laura Escorel, of Editora Ouro sobre Azul.



De olho no crescimento da economia



*"FSB has global capacity,
without losing the local focus"*

**"A FSB tem
capacidade
global, sem
perder o
olhar local"**

Tábhata Almeida
Sócia-Diretora, Belo Horizonte
Partner in Belo Horizonte

Com uma posição de liderança no mercado brasileiro, a FSB tem se beneficiado com o crescimento da economia e o bom desempenho de setores estratégicos. Isso ocorre porque a agência é a única do mercado de comunicação corporativa a estar posicionada, com operações próprias, nos quatro principais polos de desenvolvimento do País: Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte.

Em São Paulo, os profissionais da FSB deram consultoria a clientes envolvidos em algumas das principais disputas societárias do mercado e desenvolveram estratégias de comunicação para grupos dos mais diversos setores, como tecnologia, indústria, publicidade e finanças.

An eye on the economy's growth

With a leading position in the Brazilian market FSB has benefited from the economy's growth and good performance of strategic segments. This occurs because the agency is the only one in the corporate communication market positioned with operations in the country's four main development hubs: Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, and Belo Horizonte.

In São Paulo, FSB's professionals performed consulting for clients involved in some of the main corporate disputes on the market and developed communication strategies for groups of the most diverse segments such as technology, industry, advertisement, and finance.





“Participamos das disputas societárias de maior repercussão do mercado”

“We participate in the most important corporate disputes of the market”

Marcelo Aguiar
Sócio-Diretor, São Paulo
Partner in São Paulo



“Procuramos fortalecer permanentemente nossa estrutura financeira e administrativa”

“We permanently seek to strengthen our financial and administrative structure”

Magno Trindade
Sócio-Diretor, Rio de Janeiro
Partner in Rio de Janeiro

No Rio, a FSB é líder incontestável do mercado há décadas. A empresa se destacou em 2011 no atendimento a clientes de setores em franca expansão no estado, que vive um momento de boom econômico por conta dos grandes eventos esportivos (Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016), pela descoberta de reservas do pré-sal e pelo inédito afluxo de investimentos. Os destaques são empresas das áreas de energia, petróleo, telecomunicações, construção pesada, mercado imobiliário e esportes. A FSB foi vencedora também da licitação para a conta do Governo do Estado do Rio de Janeiro.

O trabalho em Brasília é focado em clientes do Governo Federal, para os quais a FSB adota a filosofia de desenvolver produtos e serviços de alta qualidade, com o mesmo padrão do setor privado. Já na capital mineira, a FSB se consolidou como uma das maiores agência do mercado, trabalhando para clientes do setor público e privado, incluindo segmentos como mineração, construção pesada, finanças e saúde.

In Rio, FSB has been the undisputed market leader for decades. The company stood out in 2011 for client service in sectors in strong expansion in the state, which is undergoing an economic boom moment due to the large-scale sports events (2014 World Cup, and 2016 Olympics), discovery of pre-salt reserves and the inedited inflow of investments. The company's highlights are in the areas of energy, oil, telecommunications, heavy construction, real estate market, and sports. FSB also won the bid for the account of the Rio de Janeiro state government.

The work in Brasília is focused on clients of the federal government for which FSB adopts the philosophy of developing high quality products and services, with the same standards as the private sector. At the capital of Minas Gerais, FSB is consolidated as one of the largest agencies on the market, working for clients in the public and private sector, including areas such as mining, heavy construction, finance, and health.

“FSB's presence on the country's main markets is a differential for our clients”

“A presença da FSB nos principais mercados do País é um diferencial para os clientes”

Vera Imakuma
Sócia-Diretora, São Paulo
Partner in São Paulo





"FSB's visual identity reflects the market's evolution and development"

"A identidade visual da FSB reflete a evolução e o desenvolvimento do mercado"

Dora Mendonça
Sócia-Diretora da FSB Design
Partner of FSB Design



"Nossa especialidade é traduzir a necessidade do cliente em conceitos e imagens"

"Our expertise is to translate the client's needs into concepts and images"

Bruno Bastos
Sócio-Diretor da FSB Publicidade
Partner of FSB Advertising

Nova marca para um novo momento



A FSB mudou sua marca institucional em 2011 para que sua identidade visual acompanhasse e refletisse com mais clareza a evolução dos negócios.

Mais forte, moderna e impactante, a nova marca reforça o sentido de crescimento, solidez e maturidade alcançado pela FSB. Permite a padronização da imagem das diferentes áreas e serviços da empresa, como Design, Digital, Imagem & Mídia, Publicidade e Pesquisa e deixa ainda mais caracterizado o sentimento de empresa integrada, que oferece soluções criativas e eficazes a seus clientes.



New brand for a new moment

FSB changed the agency brand in 2011 so that it's visual identity could follow up and reflect the progression of the market.

Stronger, modern, and impacting, the new brand reflects the sense of growth, solidity, and maturity reached by FSB. It allows the standardization of the image of different areas and services of the company, such as Design, Digital, Image & Media, Advertising and Research. It deepens the characterization of an integrated company that offers creative and efficient solutions to its clients.





1



2



3



4

1 - AG Jovem - Site da Andrade Gutierrez desenvolvido para os programas de trainees, estagiários e universitários
1- AG Jovem - Andrade Gutierrez web site developed for trainee, intern and university student programs.

2 - Relatório Anual Pirelli
2- Annual Report Pirelli

3 - Embalagens para linha de produtos Chef Frescatto
3- Packaging for Chef Frescatto line of products

4 - Livro de ações sociais da Ampla
4 - Ampla's book of social actions

A nova marca foi desenvolvida pela equipe da FSB Design, especializada em entender as necessidades de cada cliente e traduzi-las em conceitos e imagens, transmitindo mensagens de forma clara e transparente, com conteúdo inovador e garantia de qualidade.

Já a FSB Publicidade (www.fsbpublicidade.com.br), criada há sete anos, está estruturada para atender nossos clientes em suas demandas por soluções em publicidade institucional, incluindo a criação e a veiculação de campanhas, publiceditoriais, comunicados institucionais, balanços financeiros e sociais etc.

Além da área de design e publicidade, a FSB tem grande experiência no desenvolvimento de análises e relatórios para apoiar os clientes em seu processo de comunicação. Por meio do núcleo Imagem & Mídia, a agência produz um cardápio variado de boletins, termômetros de imagem e publicações, com informação atualizada e contextualizada, para clientes dos mais diversos setores da sociedade.

The new brand was developed by the team at FSB Design, which has ample experience in meeting the needs of each client and translating them into concepts and images, transmitting messages in a clear and transparent manner, with innovating contents and quality assurance.

As for FSB Advertising (www.fsbpublicidade.com.br), created seven years ago, it is organized to meet our clients' demands for institutional advertisement solutions, including campaign creation and dissemination, advertorials, tombstones, financial and social balances etc.

Furthermore, FSB has large experience in developing analyses and reports to support clients in their communication processes. Through our Image & Media department, the agency produces an assorted menu of bulletins, image and publication indicators, with updated and contextualized information to clients from different sectors.

“Desenvolvemos conteúdos e análises diferenciados para nossos clientes”

“We develop unique analysis and content for our clients”

Ricardo Miranda
Sócio-Diretor da FSB Imagem & Mídia
Partner of FSB Imagem & Mídia



Foco no mercado de comunicação corporativa

No ano passado, o Instituto FSB Pesquisa – braço da FSB na área de levantamentos de opinião e diagnósticos de imagem – realizou a principal e mais ampla pesquisa do País sobre Comunicação Corporativa e Organizacional. O Mapa da Comunicação Brasileira 2011 é resultado de um estudo aprofundado com gestores de comunicação de 70 das 1.000 maiores empresas que operam no Brasil (nacionais e multinacionais) e de 30 dos 100 principais órgãos públicos.

Realizado a cada dois anos, o estudo se transformou no mais importante benchmark do mercado brasileiro de comunicação e se consolidou como um dos principais produtos oferecidos pelo Instituto FSB Pesquisa.

O Instituto, com base em Brasília, concentra sua atuação em análise política, desenho de cenários, diagnósticos de imagem e pesquisas de opinião (eleitorais e com grupos de interesse, como parlamentares, jornalistas etc.), sempre com o objetivo de embasar as decisões estratégicas de seus clientes. Para isso, investe permanentemente em inovação, buscando novas ideias, objetos de pesquisa, metodologias e técnicas de interpretação e comunicação de dados.

“Informação é a base de qualquer processo de tomada de decisão”

“Information is the foundation of any decision making process”

Wladimir Gramacho
Sócio-Diretor do Instituto FSB Pesquisa
Partner of Instituto FSB Pesquisa



Focus on the corporate communication market

Last year Instituto FSB Pesquisa (research institute) – FSB’s arms in the opinion polling and image diagnostics area – carried out the main and most ample research in the country about Corporate and organizational Communication. The 2011 Brazilian Communication Map is the result of a detailed study with communications managers from 70 of the 1000 largest companies that operate in Brazil (local and multinational) and 30 of the 100 main public entities.

Carried out every two years, the study became the most important benchmark for the Brazilian communication market and consolidated as one of the main products offered by Instituto FSB Pesquisa.

The Institute, based in Brasília, concentrates its activities in political analysis, design of scenarios, image diagnostics and opinion polling (electoral and with groups of interest such as members of the parliament, journalists, etc.), always aiming at basing the client’s strategic decisions. In order to do so, it permanently invests in innovation, seeking new ideas, research objects, methodologies, and data interpretation techniques.



Preparando o futuro

A FSB acredita na força do mercado brasileiro e investe permanentemente para ser a melhor agência de comunicação do País. Para isso, conta com equipe multidisciplinar, com experiência no desenvolvimento de estratégias de comunicação em nível nacional e internacional; a mais completa rede de escritórios próprios e parceiros; e áreas de negócio especializadas, como a FSB PR Digital e o Instituto FSB Pesquisa.

Para 2012, a meta da empresa é continuar investindo no fortalecimento de sua equipe e no desenvolvimento de novas soluções para os clientes. A FSB irá também aprimorar sua infraestrutura e modernizar as áreas de apoio ao negócio.

Preparing the future

FSB believes in the power of the Brazilian market and permanently invests to be the best communication agency in the country. For this, it counts on a multidisciplinary team with experience in the development of communication strategies at national and international level; the most complete network of offices and partners; and specialized business areas such as FSB PR Digital and Instituto FSB Pesquisa.

For 2012, the company's goal is to continue to invest in strengthening the team and developing new solutions for clients. FSB will also enhance its infrastructure and modernize the business support areas.

Outra prioridade é a ampliação das instalações da empresa. No ano passado, Brasília foi o foco, por conta do crescimento da demanda no setor público: o escritório na capital federal aumentou sua área em quase 50%. Agora é a vez do Rio. No final de dezembro de 2011, a empresa adquiriu um andar em um prédio do Centro carioca, região que passa por forte processo de revitalização, e já a partir de meados deste ano irá contar com uma segunda estrutura de atendimento na cidade.

A empresa está preparada também para crescer na área política, por conta de sua experiência em eleições. A FSB está capacitada para planejar, coordenar e implementar a comunicação de campanhas nas eleições municipais. Conta hoje com equipes especializadas no setor, formadas por profissionais com participação em campanhas nacionais e regionais.

Another priority is the expansion of the company's offices. Last year, Brasília was the focus due to the growth in demand of the public sector: the office at the Federal Capital increased its area in almost 50%. Now it is Rio's turn. At the end of December 2011 the company purchased an entire pavement in downtown Rio, a region that is undergoing a strong revitalization process, to develop a second service structure in the city.

The company is prepared to grow in the politics area due to its experience in elections. FSB is empowered to plan, coordinate, and implement the communication of campaigns in municipal elections. It currently counts with teams specialized in the segment, comprised by professionals with experience in national and regional campaigns.



RIO DE JANEIRO

Rua 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, 8º e 11º andares
Itaim Bibi
CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147
conj. 1101/1102/1104 Savassi
CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001

Projeto Gráfico | Graphic Design:
FSB Design

Redação | Content:
Carlos Grandin e Flavio Castro

Fotos | Photographs:
Andre Maceira, Mauro Nery,
João Batista e Daniel Mansur

WWW.FSB.COM.BR

