

Apresentação FSB | *FSB Presentation*
Relatório Anual 2012 | *Annual Report 2012*



03 Mensagem do Sócio-fundador
Message from the Founding Partner

04 A FSB
FSB

08 Principais destaques
Main features

12 Crise nas redes sociais, e agora?
Crisis in social networks, what now?

14 Linha do tempo
Timeline

16 Reestruturação
Restructuring

18 Oferta completa
Complete offer

20 Cases de sucesso
Successful business cases

26 Escritório de Brasília
Brasília office

28 Perspectivas
Perspectives



Na vida, quase todas as coisas que conquistamos são fruto de muito trabalho e esforço. E essa foi a marca da FSB Comunicações em seus 33 anos de história. Nossa filosofia de ação é simples: dedicação total para permanentemente tentar oferecer mais do que o cliente espera da agência.

O crescimento de nosso negócio foi uma consequência dessa filosofia. Hoje contamos com uma equipe de mais de 550 profissionais. Estamos posicionados nos principais mercados do Brasil – Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte –, com capacidade de atendimento em todo o território nacional e no exterior.

Em 2012, mantivemos nossa trajetória de crescimento. Um fato extremamente relevante foi a inauguração de nosso 5º escritório – o segundo no Rio. Contando com o que existe de mais moderno em arquitetura e tecnologia, o novo escritório fica localizado no Centro da cidade e permitirá a expansão de nossas operações no mercado carioca.

Outro marco importante foi a escolha da FSB como Agência Latino-Americana do Ano pelo portal The Holmes Report, o mais importante do mundo na área de Comunicação Corporativa. Trata-se de um reconhecimento internacional à excelência do trabalho que prestamos a nossos clientes.

Além de detalhar os destaques de 2012, este relatório traça um panorama do nosso desenvolvimento nos últimos anos e descreve o que a FSB tem capacidade de oferecer para sua organização. Espero que a leitura seja muito produtiva!

In life, almost everything we achieve is the result of a lot of work and effort. This has been FSB Comunicações hallmark throughout its 33 years of existence. Our philosophy is simple: total dedication to constantly attempt to exceed clients' expectations.

Our growth has been a consequence of such philosophy. We now count on a team comprised of more than 550 professionals. We have offices in the major Brazilian markets – Rio, São Paulo, Brasília and Belo Horizonte – and are prepared to help clients nationwide and abroad.

In 2012, our business continued to grow. An extremely relevant fact was the launch of our 5th office – the 2nd in Rio. Another important landmark was the choice of FSB as the Latin American Agency of the Year by The Holmes Report.

In addition to detailing all highlights from 2012, this report outlines what FSB can offer your company. May your reading be productive!

Francisco Soares Brandão
Sócio-fundador da FSB Comunicações
Founding partner of FSB Comunicações

MESSAGE FROM THE FOUNDING PARTNER

MENSAGEM
DO SÓCIO-FUNDADOR

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

*FSB is ranked
side by side
with the most
important
communications
agencies in
the world*

**24^a AGÊNCIA
DO MUNDO**

TheHolmesReport

A especialidade da FSB é construir e executar estratégias de comunicação que ajudem os clientes a atingir seus objetivos e, desta forma, encurtar o caminho para o sucesso. É fazer, enfim, comunicação de resultado.

Para isso, o trabalho da FSB se baseia no entendimento profundo dos desafios de cada cliente. A partir daí, inicia-se um processo detalhado de identificação de públicos-alvo, definição de mensagens-chave, seleção de ferramentas de comunicação, detalhamento de estratégias e cronogramas de ação.

Os objetivos são fazer com que o cliente se comunique e se relacione de forma adequada com a sociedade e com seus públicos-alvo, atinja suas metas estratégicas e seja capaz de construir, fortalecer e proteger sua reputação e imagem pública.

Este processo representa um importante desafio para organizações de todos os tipos, que, cada vez mais, têm de enfrentar o escrutínio da sociedade organizada, da imprensa, de seus consumidores, da opinião pública etc. Além disso, ganha complexidade adicional com o fortalecimento dos meios digitais e das redes sociais, com sua instantaneidade e capacidade de multiplicação da informação.



Marcos Trindade, Flávio Castro, Tom Camargo e Magno Trindade

Fundada há 33 anos, a FSB é a parceira ideal para ajudar sua organização a enfrentar esses desafios. A empresa é hoje a maior agência de Comunicação Corporativa e Relações Públicas do Brasil e a 24^a maior do mundo, de acordo com o portal The Holmes Report.

Com escritórios nos principais mercados nacionais – Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte –, a FSB possui uma equipe formada por mais de 550 profissionais das mais diversas especialidades, com experiência no desenvolvimento de estratégias de comunicação e relacionamento para grupos privados, instituições financeiras, órgãos públicos, associações setoriais, políticos, partidos e organizações não governamentais, entre outros.

Construir e implementar estratégia de comunicação para atingir os objetivos dos nossos clientes

Build and implement communication strategies to achieve our clients' goals

FSB's expertise is to create and carry out communication strategies for our clients, enabling them to achieve their goals and therefore shorten their road to success. It is ultimately about providing result oriented communication services.

FSB's work is based on a deep understanding of each of our clients' challenges. The goal is to enable clients to adequately communicate and interact with their public and with society as whole, as well as achieving their strategic objectives and being able to build, strengthen and protect their reputation and public image.

Founded 33 years ago, FSB, with offices in all major markets in the country and a team of more than 550 professionals, is the ideal partner to help your organization overcome these challenges.

A FSB

A equipe de profissionais é o grande diferencial da FSB Comunicações

FSB's team of professionals is our most distinguishing feature

É possível descrever a FSB Comunicações de diferentes formas. A agência de comunicação integrada líder em seu mercado. A mais premiada. Que definiu o conceito de comunicação de resultados. Que há mais de 30 anos trabalha pela boa reputação de seus clientes. Mas uma definição talvez seja a ideal: a agência que acredita em gente. A empresa de escritórios modernos nunca teve dúvida de que gente é seu maior patrimônio.

Por isso, não há investimento mais prioritário na FSB do que em sua equipe. Chegamos ao final de 2012 com mais de 550 profissionais, um número que reflete o crescimento da demanda e a sofisticação da oferta de serviços aos nossos clientes. Mas, como tudo na vida, o que importa não é a quantidade, é a qualidade desses profissionais.



Carlos Grandin, Lucia Martins, André Duarte, Betina Bernardes, Gabriela Wolthers, Gabriela Athias, Mariana Pinheiro, Ana Tahan, Isabela Abdala, Rodrigo Camarão, Valéria Blanc, Lydia Medeiros, Gustavo Pinheiro, Luciana Martinusso e Ricardo Miranda

Sejam prata da casa ou recrutados entre os melhores do mercado, os profissionais que formam nosso time refletem a complexidade do trabalho oferecido. Muitos deles experientes, com passagens pelos principais veículos brasileiros e corporações nacionais e multinacionais. Outros, jovens ligados nas últimas tendências de comunicação. Uma mescla que garante consistência, atualidade e diversidade ao trabalho desenvolvido pela agência. Gente trabalhando para gente.

Princípios – Precursora no mercado de comunicação corporativa no Brasil, a FSB ajudou a criar o padrão de qualidade do setor. O crescimento e a sofisticação do negócio, porém, trouxeram novos desafios e estimularam a agência a desenvolver um Código de Princípios. Um roteiro de condutas já praticadas por sócios e colaboradores da FSB, mas que agora estão formalizadas em um documento.

We can describe FSB Comunicações in several different ways. Leading integrated communications agency in the market. Most award-winning agency. The agency that established the concept of resulted oriented communications. The agency that has been working on behalf of its clients' reputation for over 30 years. But there is one definition that is probably the most ideal: the agency that believes in people.

For that reason, there is no higher investment priority at FSB than that aimed at our staff, of more than 550 employees.

Regardless of being home-grown employees or selected from the best in the market, these talents reflect the complexity of the services offered by FSB. And the blend FSB has created ensures that the work developed by the agency is always consistent, up to date and diverse. It is about people working for people.



Novo escritório no Rio

A inauguração do quinto escritório da FSB Comunicações foi um marco do processo de expansão da empresa em 2012.

Localizada no Centro do Rio de Janeiro, que voltou a ser o principal polo de desenvolvimento e negócios da cidade, a nova unidade da FSB reúne equipe especializada em setores estratégicos para as economias carioca e fluminense, como Infraestrutura, Energia, Óleo e Gás, Mineração e Construção. Funciona de forma integrada à sede da empresa, em Ipanema, com áreas de análise de mídia, comunicação digital, design, mídia e produção de vídeo.

Projetado pelo arquiteto Maurício Nóbrega, o escritório próprio ocupa uma área de 400 m² e já é considerado o mais moderno da FSB. Dispõe de estrutura tecnológica de ponta, incluindo servidor de elevada capacidade de armazenamento e sistema de vídeoconferência, entre outros equipamentos.

A abertura de um novo escritório foi decorrência natural do crescimento alcançado pela FSB nos últimos anos. Um crescimento que reflete os resultados de um trabalho que tem por filosofia entregar sempre mais do que o cliente espera.

Essa tem sido a política da empresa, que vê na expansão para o Centro do Rio a oportunidade de oferecer um trabalho de qualidade ainda maior. Porque o objetivo da FSB, definido por seu fundador, Francisco Soares Brandão, é ser a melhor agência de comunicação do Brasil.

New office in Rio

The launch of FSB Comunicações fifth office was a landmark in the company expansion process in 2012.

Located in Rio de Janeiro city center, which regained the status as the most important hub for development and business in town, FSB's new unit counts on a team that specializes in strategic industries for the local and regional economy, including Infrastructure, Power Supply, Oil and Gas, Mining and Construction. All of its activities are integrated with the head office, located in Ipanema, and include departments of media analysis, digital communication, design, media and video production.

Designed by architect Maurício Nóbrega, it occupies a 400 m² area owned by FSB and is already thought to be the company's most modern office. It relies on state-of-the-art technological structure, including a high storage capacity server, video conference system and other equipment.

Opening a new branch was a natural response to the growth experienced by FSB in recent years, a growth that reflects the result of services provided under the philosophy of always delivering more than the client expects.

This has been the ruling policy in the company, which sees the expansion to the city center as an opportunity to offer even higher quality services. That is because FSB's objective, as set by its founder Francisco Soares Brandão, is to be the best communications agency in Brazil.

MAIN FEATURES

PRINCIPAIS DESTAQUES

FSB: AGÊNCIA DO ANO NA AMÉRICA LATINA

TheHolmesReport

CANNES LIONS 2011
PRÊMIO INÉDITO NA
CATEGORIA PR LIONS



Primeira agência de comunicação brasileira a figurar no ranking das maiores do mercado mundial, a FSB Comunicações reforçou sua representatividade internacional com a conquista, em 2012, do prêmio de Agência Latino-Americana do Ano.

Concedido pelo The Holmes Report, o principal portal do mundo na área de Relações Públicas e Comunicação Corporativa, o

First Brazilian agency to be ranked among the largest in the world, FSB Comunicações reinforced its international presence in 2012, when it was awarded as the Latin American Agency of the Year.

Offered by The Holmes Report, the most important portal worldwide in the Public Relations and Corporate Communications industries, the award was the recognition of FSB's serious work and commitment,



prêmio foi um reconhecimento ao trabalho sério e comprometido que a FSB realiza, sempre em busca de garantir que a comunicação traga resultados concretos para os negócios dos seus clientes.

O The Holmes Report já havia apontado a FSB como a 24ª maior do mundo e 7ª entre as agências independentes. Ser escolhida a Agência Latino-Americana do Ano só aumenta o compromisso com uma filosofia de trabalho que tem dado certo nos últimos 33 anos: procurar ter sempre os melhores profissionais para oferecer o melhor serviço a quem contrata a empresa.

Este é o segredo do sucesso da FSB.

which always seeks to ensure that communications bestow concrete results to our clients businesses.

The Holmes Report had previously ranked FSB as the 24th largest in the world and the 7th best among independent agencies. Having been chosen as the Latin American Agency of the Year only increases our commitment to a work philosophy that has been successful for the last 33 years: aiming to always have the best professionals in order to offer the best services to our clients.

This is the secret of success at FSB.

Crise nas redes sociais, e agora?

Crisis in social networks, what now?

O que fazer quando o internauta expõe publicamente os defeitos de seu produto, uma falha no serviço, ou sua descrença na gestão pública, munido apenas de um acesso à internet? Com os recursos da chamada “social era”, onde qualquer pessoa é capaz de produzir conteúdo e torná-lo público, lidar de forma apropriada com esse cenário pode ser crucial para um negócio, uma marca ou para a reputação de uma instituição. É o momento em que a imagem construída durante anos, com duro trabalho, pode ser implodida e erodida em poucos minutos no meio digital.

Essas características, nunca 100% controláveis, costumam assustar gestores. Pesquisa recente da consultoria Maksen mostra que 40% dos empresários não acreditam que estar nas redes pode ser bom para seu negócio. Na contramão, pesquisa do site CEO.com afirma que 77% dos usuários de mídia social acreditam que a presença do CEO melhora o desempenho comercial da empresa.

Enquanto a empresa se esquivava de olhar para o ecossistema digital, o próprio cidadão conectado trata de jogar a reputação das marcas nas redes. À sua maneira.

Na FSB Digital, lidamos diariamente com todas essas situações. Trata-se de unir expertise de comunicação com o entendimento da dinâmica do diálogo e relacionamento digital.

É necessário entender como dialogar com o cidadão comprometido apenas consigo mesmo e com sua comunidade, disposto a causar confusão de qualquer forma (conhecidos como troll) e com o consumidor ciente de seus direitos. Foi nesse ambiente que a FSB Digital conseguiu engajar cidadãos fluminenses durante a Tomada do Alemão – case #paznorio – e trouxe para o Brasil um inédito Leão em Cannes 2011.

Hoje muitas crises de imagem nascem no ambiente digital. Reações desastrosas como censura e pouca transparência podem se voltar contra a marca de forma avassaladora.

É preciso reagir com eficiência e profissionalismo. Deve-se monitorar atentamente para antecipar problemas e ter a reação adequada no tempo certo. E este não é, necessariamente, o tempo real.

No momento extremo da crise vale o diálogo, a transparência e a capacidade de entender – no tempo do clique – o que é fogo e o que é fumaça.

Aprendemos incessantemente com esse ambiente. A cada segundo transformamos esses achados em projetos de credibilidade que ajudam a desenvolver e preservar a imagem e reputação de nossos clientes na era do compartilhamento digital.



Maria Cláudia Bacci,
Marcelo Morales e
Risoletta Miranda

What to do when Internet users publicly expose failures in your product or service, or the lack of credibility in your management? With the resources available in this “social era”, when anyone can create content and make it public, dealing with this type of scenario accordingly may be crucial to a business, brand or reputation.

These never completely manageable characteristics tend to alarm managers. A research carried out by Marsken consulting showed that 40% of entrepreneurs do not believe that being in the social networks may be beneficial for their business. In the opposite direction, a research conducted by CEO.com states that 77% of social media users believe that the online presence of CEOs improves company performance.

At FSB Digital, we deal with these situations on a daily basis. It is about putting together communication expertise and understanding how to dialog with individuals who are willing to cause confusion at any cost and with consumers who are aware of their rights.

It was in this scenario that FSB Digital managed to engage citizens during the takeover by Police of one of the most dangerous slums in Rio – case #paznorio (peace in Rio) – scoring its first Lion, in Cannes 2011.

It is essential to respond efficiently and with professionalism. Monitoring must be carefully carried out to anticipate problems and provide timely and appropriate responses, helping develop and preserve our customers’ image and reputation in the era of digital sharing.

1980 Criação da empresa, ainda com o nome Promoshow, por Francisco Soares Brandão, no Rio de Janeiro

Establishment of the company, then called Promoshow, by Francisco Soares Brandão, in Rio de Janeiro.

1983 Conquista dos primeiros clientes: Chandon, Chase Manhattan e Gomes de Almeida Fernandes (atual Gafisa)

First clients are acquired: Chandon, Chase Manhattan and Gomes de Almeida Fernandes (present time Gafisa)

1986 Mudança da marca para FSB

Brand change to FSB

1995 Início das operações do escritório de São Paulo

Beginning of São Paulo's office operations

2000 Início das operações do escritório de Brasília e lançamento da nova marca FSB

Beginning of office operations in Brasília and launch of FSB new logo

2005 Criação da FSB Design

Establishment of FSB Design

2006 Entrada no mercado mineiro: início das operações do escritório de Belo Horizonte

Entry into the Minas Gerais market: Beginning of office operations in Belo Horizonte

2009 Entrada no mundo digital com a criação da FSB PR Digital

Entry into the digital world through the creation of FSB PR Digital

Nasce o Instituto FSB Pesquisa

FSB Research Institute is born

2010 Criação do Núcleo Imagem & Mídia

Creation of the Image & Media Center

2011 Prêmio inédito no festival de Cannes pelo trabalho desenvolvido para o Governo do Estado do Rio de Janeiro

First Lions award received in Cannes for the job commissioned by Rio de Janeiro State

FSB entra no ranking do Portal The Holmes Report como a 24ª maior agência de comunicação do mundo

FSB is ranked by The Holmes Report as the 24th largest communications agency in the world

2012 FSB é eleita a "Agência do Ano" na América Latina pelo Portal The Holmes Report

FSB is awarded as Latin American Agency of the Year by The Holmes Report

Inauguração da FSB Centro, o segundo escritório no Rio de Janeiro

Launch of FSB Centro, the company's second office in Rio de Janeiro

A FSB investe em governança, gestão e recursos humanos

FSB invests in governance, management and human resources

A FSB implementou em 2012 uma série de mudanças em sua área de governança, gestão e RH. O objetivo foi fortalecer ainda mais a estrutura da empresa, além de prepará-la para o processo de crescimento.

Um destaque foi a criação do Conselho Consultivo – formado por Francisco Soares Brandão, Marcos Trindade e Tom Camargo –, responsável pelo direcionamento estratégico da empresa. Suas funções serão complementadas pelo também recém-criado Comitê Executivo, a ser estruturado este ano.

Na frente societária, Magno Trindade se tornou sócio do capital da empresa. Especialista na área financeira, Magno assumiu as funções antes exercidas por Moisés Gomes, que, após 15 anos de relevantes contribuições, deixou a FSB.

“O objetivo é ser cada vez mais competitiva e ágil, para continuarmos sendo a melhor empresa de comunicação do Brasil”, sintetiza Francisco.

In 2012, FSB implemented a series of changes to the governance and HR areas. The goal was to strengthen the company structure and to prepare it for the process of growth.

One highlight was the establishment of the Advisory Board, responsible for the company strategic direction.

Also last year, Magno Trindade became a capital partner to FSB, taking over the role previously under the responsibility of Moisés Gomes.



Francisco Soares Brandão
Sócio-fundador
Founding Partner



Marcos Trindade
Sócio-diretor
Directing Partner



Tom Camargo
Sócio-diretor
Directing Partner



Flávio Castro
Sócio-diretor
Directing Partner



Magno Trindade
Sócio-diretor
Directing Partner

Relações com a mídia
Gerenciamento de crise
Comunicação Digital
Relações com comunidades
Relações com investidores
Comunicação interna
Comunicação de Governo
Análise de mídia
Pesquisa
Design & conteúdo

*Media Relations
Crisis Management
Digital Communications
Community Relations
Investor Relations
Internal Communications
Government Relations
Media Analysis
Research
Design & Content*

Uma agência de comunicação integrada. A real compreensão desse conceito deve levar em conta uma premissa que a FSB Comunicações considera indispensável: entender a necessidade do cliente e oferecer a ele soluções múltiplas, criativas e eficazes para que seus objetivos e metas sejam alcançados.

Por isso, ao longo de seus mais de 30 anos, a FSB não cresceu apenas em suas dimensões externas. Evoluiu, principalmente, em sua capacidade de entrega. Fruto de um pesado investimento em gente e novas tecnologias, mas também na especialização em produtos e serviços customizados como Relações com a Mídia – a clássica assessoria de imprensa –, Análise de Mídia, Comunicação Digital, Gerenciamento de Crise, Pesquisa, Design & conteúdo, Comunicação Interna, Organização de Feiras e Eventos, Comunicação com a Comunidade, Comunicação com Investidores, Comunicação de Governo.

An integrated communications agency. To truly comprehend this concept, one must first take into account that, for FSB Comunicações, it is essential to understand clients' needs and offer multiple, creative and effective solutions to them so their objectives and goals can be achieved.

For that reason, in over 30 years, FSB has grown beyond the limits of its walls. The company developed, most notably, its ability to deliver results. This was a result of heavy investment in people and new technologies, but

Refletindo a própria realidade do país, onde o crescimento da demanda e a sofisticação e desenvolvimento da oferta de serviços exigem que todos estejam preparados para os novos tempos, a FSB Comunicações se destacou, ao longo de 2012, no atendimento a clientes de setores em franca expansão.

Sediada no Rio de Janeiro, cidade que alcançou um novo patamar de desenvolvimento, diante do desafio de receber grandes eventos esportivos – Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016 –, além da descoberta de reservas do pré-sal, a FSB se especializou em áreas como energia, petróleo, telecomunicações, construção pesada, mercado imobiliário, saúde e esportes, além de política.

Uma empresa múltipla para tempos complexos.

also in specialization and customized products and services. Areas covered by the investment included Media Relations, Media Analysis, Digital Communications, Crisis Management, Research, Design & Content, Internal Communications, Fairs & Events Management, Community Relations, Investor Relations, and Government Relations.

Reflecting the scenario seen nationwide, where increasing demand and service sophistication and development have been requiring everyone to prepare for the new era, FSB Comunicações stood out in 2012 by helping clients in rapidly growing industries.

Headquartered in Rio de Janeiro, a city enjoying new development stages due to the challenge of hosting major sporting events — 2014 FIFA World Cup and 2016 Olympic Games — as well as the discovery of the pre-salt reserves, FSB specialized in areas such as power supply, oil, telecommunications, heavy construction, real estate, health and sports, and politics.

We are a multiple company for complex times.



Tábhata Almeida,
Flávio Castro e
Thiago Leão

COMPLETE OFFER
OFERTA COMPLETA



Magno Trindade, Vera Imakuma, Marcos Trindade, Flávio Castro e Erica Benute (sentados)

Paula Fontenelle, Marcelo Aguiar, Tom Camargo, Marcelo Montenegro, Rafael Faro, Tatiana Chiari e Flávia de Leon (em pé)

Já em seu primeiro princípio, a FSB Comunicações se preocupa em frisar a questão que está ligada à própria gênese do seu negócio: o zelo pela imagem e reputação de seus clientes. “A FSB acredita que toda pessoa ou instituição tem o direito de avaliar e compreender sua imagem pública e de se comunicar com a sociedade para zelar por sua reputação.”

É o que chamamos de comunicação de resultados, em que a promoção e defesa da imagem e reputação dos clientes é a maior prioridade. Dessa forma, o desenho da oferta de produtos e serviços da FSB é hoje o resultado da integração de disciplinas e ferramentas de comunicação com estratégias de negócios de seus clientes. Uma maratona de tarefas que combina o diagnóstico correto de comunicação, planejamento realista e execução esmerada dentro dos prazos combinados.

Foi a partir desse dogma que a FSB se construiu e consolidou. Moldando, sempre de forma ética e transparente, percepções e comportamentos que permitem o desenvolvimento sustentado dos negócios do cliente.

Since its early days, FSB Comunicações has always stressed the importance surrounding the core of its own business: caring for clients' image and reputation. “FSB believes that each person or institution has the right to assess and understand their own public image and to communicate with society in order to safeguard their reputation.”

That is what we call result oriented communications, in which promoting and defending the client's image and reputation is of the highest priority. That way, FSB service and product range is the result of the integration between communication disciplines and tools and our clients' business strategies. It is a marathon of processes that combine communications accurate diagnosis, realistic planning and careful execution within the arranged deadline.

It was based on those principles that FSB was created and consolidated its position. That was done by tailoring, always in an ethical manner, perceptions and behaviors that allowed for the sustainable development of our client businesses.

SUCCESSFUL BUSINESS CASES

CASES DE
SUCESSO

CASINO Liderança no varejo

A conclusão de uma das principais disputas empresariais do Brasil em 2012 teve participação estratégica da FSB no desenvolvimento de sua comunicação. Controlador do Grupo Pão de Açúcar (GPA), líder do varejo no país, o Grupo Casino no Brasil foi surpreendido por uma proposta pública de fusão do GPA com seu concorrente Carrefour. Apresentada por um dos controladores do GPA, a medida violaria o acordo de acionistas e desviaria o Casino de sua estratégia de crescimento.

A comunicação baseada no princípio de respeito aos contratos e às instituições vigentes no Brasil deu ampla visibilidade ao Casino na mídia econômica brasileira e também repercussão internacional. A percepção da opinião pública ajudou a preservar as condições originais do contrato e, como previsto, o Casino tornou-se em 22 de junho de 2012 o único controlador do GPA.

Atualmente, a FSB desenvolve e executa a comunicação institucional do Grupo Casino no Brasil.

CASINO Leadership in Retail

In 2012, FSB played a strategic role in the most important corporate dispute in Brazil. Controlling shareholder of Grupo Pão de Açúcar (GPA), retail leader nationwide, the Casino Group was taken by surprise with the public offer for the merger between GPA and competitor Carrefour. The measure would violate the shareholder agreement and take Casino off the course of its growth strategy.

The communication plan gave Casino high visibility in the Brazilian business media and generated international repercussion, influenced public opinion and helped to preserve the contract conditions.

FSB is now responsible for Casino Group's institutional communications in Brazil.

MICROSOFT O lançamento do Windows 8

A FSB foi a responsável no Brasil por comunicar para a imprensa o lançamento da nova versão do sistema operacional usado por cerca de 90% dos PCs do mundo. Para o lançamento do Windows 8 no País, foi montada uma estratégia de relacionamento com o objetivo de aproveitar a oportunidade única de fortalecer a imagem de uma Microsoft inovadora.

Press trips internacionais, apresentações técnicas do produto e experimentação foram algumas das ações realizadas com a mídia antes do anúncio. No pré-lançamento, mais de 350 matérias foram publicadas no Brasil.

No lançamento, simultâneo ao de outros 140 países, o desafio era reforçar a mensagem de que o Windows 8 marca uma nova era para a Microsoft: a transição de uma empresa de software para uma empresa de serviços, oferecidos pelos mais diversos dispositivos conectados na rede. A coletiva de imprensa reuniu 145 jornalistas.

MICROSOFT Windows 8 Launch

In Brazil, FSB was the agency in charge of announcing to the media the launch of the new version of the operating system used on about 90% of PCs. For the launch of Windows 8, a relationship strategy was created to make the most of a unique opportunity to strengthen the image of an innovative Microsoft.

International press trips, product presentations and testing were a few of the actions offered to the media before the official announcement. During prelaunch, more than 350 news reports were published in Brazil.

During the launch, the challenge was to reinforce the message that Windows 8 represents a new era for Microsoft: the transition from a software company to a service company, offered through several network connected devices. The press conference gathered 145 journalists.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO Choque de Paz

A FSB desenvolveu com o Governo do Rio a estratégia de comunicação para a instalação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) em diversas comunidades da capital fluminense. O programa já é considerado o mais bem-sucedido na área de segurança pública do País e contou com um importante apoio: o dos internautas.

A FSB Digital traçou uma estratégia on line centrada na prestação de serviços e na garantia de transparência das ações implementadas. O objetivo era informar a população, combater boatos e garantir a sensação de tranquilidade na cidade.

Durante a ocupação da Rocinha, uma das principais comunidades do Rio, mais de 24 milhões de internautas utilizaram as hashtags #choquedepaz e #rocinha, garantindo 800 milhões de repetições das mensagens. Foram usadas ainda diversas outras ferramentas, como vídeos no YouTube, Google Maps e atualização permanente das redes oficiais.

RIO DE JANEIRO STATE Peace Clash

FSB developed, alongside Rio de Janeiro State, a communication strategy for the implementation of the Pacifying Police Units (UPPs) in several communities in the state's capital city. The program counted on an important ally: Internet users.

For that to be achieved, FSB Digital developed an online strategy focused on the services provided and on transparency. The goal was to inform the population, fight rumors and ensure a sense of tranquility in the city.

During the occupation of Rocinha, one of Rio's most notorious communities, more than 24 million Internet users shared the hashtags created, giving rise to 800 million repetitions of the official messages. Several other tools were also used, such as Youtube videos and Google Maps.



Renato Cirne, Otávio Ventura, Eduardo Correia, Pedro Lane, Vitor Conceição e Renato Salles

EMBRATUR Ação no coração de NY

A FSB é uma das responsáveis pela promoção turística do Brasil no mundo desde 2006. A serviço do Ministério do Turismo e da Embratur – e utilizando sua rede internacional de parceiros – a empresa já implementou ações nos principais mercados mundiais, como Estados Unidos, China, Alemanha, México, África do Sul e Inglaterra. O trabalho inclui relações com a imprensa e formadores de opinião, organização de eventos e monitoramento da cobertura sobre o Brasil, entre outras atividades.

Em 2012, uma ação de grande repercussão foi o lançamento do game Brasil Quest em Nova York. Para aumentar a visibilidade do evento e garantir uma excelente cobertura de imprensa, a decisão foi realizá-lo em plena Times Square, a área de maior movimento da cidade.

Por meio de um grande telão na praça, milhares de pessoas conheceram o alienígena Yep, que decide visitar o Brasil e percorrer as 12 cidades-sede da Copa do Mundo de 2014. A ação ganhou ainda visibilidade internacional, ao ser coberta por veículos de diversos países.

EMBRATUR Promotional initiatives in the heart of NYC

FSB is one of the agencies in charge of promoting tourism in Brazil since 2006. Using an international network of partners, FSB has carried out activities in some of the most important markets in the world.

In 2012, the launch of the game Brasil Quest in the middle of Times Square, in New York, was one of the main activities developed.

Through a huge display, thousands of people got to know Yep, an alien who decides to visit the 12 host-cities for the 2014 FIFA World Cup. The campaign gained international repercussion, with coverage in several countries.

BELO MONTE A maior obra do PAC

A construção da terceira maior hidrelétrica do mundo – e a mais importante obra do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal – conta com assessoria permanente da FSB. A empresa foi contratada pelo consórcio responsável pela obra (liderado pela construtora Andrade Gutierrez) para desenvolver e executar uma estratégia de comunicação com foco nas comunidades locais e na imprensa nacional e internacional.

Como a obra é foco de polêmicas desde a década de 80, os objetivos do trabalho são garantir transparência às atividades realizadas pelo consórcio, combater a disseminação de informações equivocadas e promover os diversos pontos positivos relacionados à obra, como a oferta de empregos diretos a 23 mil trabalhadores e a geração de renda e oportunidades numa região majoritariamente pouco desenvolvida.

Para isso, a FSB conta com uma equipe dedicada ao empreendimento no município de Altamira (PA), coordenada pelo escritório do Rio de Janeiro. As ações realizadas já garantiram o esclarecimento de diversos pontos antes considerados polêmicos sobre a obra e a geração de cobertura positiva sobre o empreendimento.

BELO MONTE PAC largest project

The construction of the third largest hydroelectric power plant in the world relies on the advisory services provided by FSB. The company was hired by the construction consortium to create and implement its communications strategy.

The goals were to ensure transparency in all activities, to fight smear and to foster all positive points related to the construction.

For that, FSB counts on a team dedicated exclusively to that operation. The team is based in the municipality of Altamira (Pará state) and coordinated by the Rio de Janeiro office.

O VALOR DE UMA MARCA

A FSB Design faz design corporativo e estratégico. Desenvolvemos formatos sob medida que tornam as mensagens diretas, adequadas a diferentes públicos e, principalmente, mensagens que se transformam em resultados concretos para os negócios.

Usar o design corporativo significa visitar diferentes plataformas gráficas e digitais, ocupando-as com estruturas de criação organizadas e produtivas.

Já o design estratégico é parte de um esforço coordenado com outras especialidades de comunicação, formatando ideias e conceitos. A FSB Design é especializada em criar vínculos, fidelidade e admiração.

Em 2012, trabalhamos, entre outros, para Honda, Contax, Andrade Gutierrez, Grupo Ultra, Fundo Vale, Endesa, Cyrela, Ministério do Turismo, CNI, Frescatto, Grupo Queiroz Galvão, Banco Modal e TecBan.



Dora Mendonça,
Bruno Bastos e
Michelle Monteiro



BRAND VALUE

FSB Design is in charge of corporate and strategic design. We develop tailored formats which make direct mail appropriate for each public and messages that turn into concrete results for business.

Corporate design is about visiting different graphical and digital platforms, and using them with organized and productive creative structures.

Strategic design is about being part of a coordinated effort involving other communication areas of expertise, formatting ideas and concepts. FSB Design is specialized in creating bonds, loyalty and admiration.

In 2012, we worked with companies such as Honda, Contax, Andrade Gutierrez, Grupo Ultra, Fundo Vale, Endesa, Cyrela, Department of Tourism, CNI, Frescatto, Grupo Queiroz Galvão, Banco Modal and TecBan.

Os grandes eventos esportivos mobilizam o escritório da FSB em Brasília

Major sporting events mobilize FSB office in Brasília

Na capital federal, a FSB se consolida, ano a ano, como a principal referência em consultoria estratégica de comunicação. Em 2012, o escritório da FSB em Brasília apostou no fortalecimento de sua organização interna e de sua equipe, que cresceu 30% no período.

O crescimento acompanha a necessidade de preparação do País na área de comunicação para os megaeventos esportivos que ocorrerão nos próximos anos — Copa das Confederações, Copa do Mundo e Olimpíadas. Esses eventos são estratégicos para alguns de nossos principais clientes, como os ministérios do Esporte e do Turismo e a Embratur.

A FSB de Brasília também avançou no aprimoramento de sua capacidade de análise, monitoramento e produção de conteúdo estratégico para reforçar o trabalho do atendimento aos clientes públicos e privados.

In Brasília, FSB establishes itself, year after year, as the main reference in communication strategic advisory services. In 2012, FSB office in Brasília placed all bets into the strengthening of its internal organization and team, which grew 30% in the period.

This growth follows the need of getting Brazil ready in the communication field for the sporting mega events being held by the country in the next few years, namely: FIFA Confederations Cup, FIFA World Cup and Olympic Games. These events are strategic for some of our main clients, such as the Department of Sports and Tourism and Embratur.

FSB Brasília has also evolved its ability to analyze, monitor and create strategic content to support customer care to public and private clients.

INSTITUTO FSB PESQUISA

Baseado em Brasília, o Instituto FSB Pesquisa também se fortaleceu como um parceiro estratégico dos clientes da FSB em todo o País, realizando 52 estudos de comunicação corporativa, reputação e imagem e comunicação interna.

Formado por uma equipe de cientistas políticos e especialistas em análise de dados e comunicação, o Instituto tem foco em diagnósticos de imagem e desenho de cenários a partir de levantamentos com jornalistas, parlamentares e outros líderes de opinião, além do público interno e da sociedade em geral. O Instituto FSB Pesquisa produz periodicamente um painel descritivo preciso sobre a conjuntura política em Brasília, realizado por meio de análise de dezenas de indicadores.

FSB Research Institute

Based in Brasília, FSB Research Institute has also grown as a strategic partner to FSB clients nationwide, carrying out 52 studies on corporate communications, reputation & image and internal communications.

Formed by a team of political scientists and specialists in data and communication analysis, the Institute focuses on the visual diagnosis of scenarios based on surveys conducted with journalists, members of the parliament and other opinion leaders, as well as the internal public and society as a whole. FSB Research Center periodically produces a detailed statement on the political scenario in Brasília, and does so by analyzing dozens of indicators.



Rodrigo Ledo, Patrícia Santiago, Marcos Trindade, Alon Feuerwerker, Priscila Lambert e Fernando Teixeira

PARCEIROS EM
Partners in

60

PAÍSES
countries

Uma trajetória
de crescimento
sustentado no
Brasil e no exterior

*Sustainable growth
seen both in Brazil
and abroad*

MAIS DE
More than

550

COLABORADORES
employees

Como parte de seu movimento contínuo de crescimento, a FSB vai priorizar em 2013 os processos de reestruturação nas áreas de governança, gestão e recursos humanos e o fortalecimento de sua equipe de profissionais. O objetivo é tornar a empresa ainda mais ágil e moderna, com capacidade para atender as necessidades do mercado e prestar melhores serviços a seus clientes.

O primeiro desafio será estabelecer o Comitê Executivo de gestão, parte fundamental do processo de reestruturação da governança da empresa. O comitê será responsável pela formulação da estratégia da FSB e terá como membros os principais executivos dos quatro centros de negócios – Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte. Sua tarefa será apoiada pelo já criado Conselho Consultivo, formado pelos sócios Francisco Soares Brandão, Tom Camargo e Marcos Trindade.

“Estamos nos estruturando para dar um salto de qualidade em nossos processos de governança e gestão, uma iniciativa inédita no mercado de comunicação corporativa e que nos coloca mais uma vez numa posição de liderança”, afirma Francisco.

As part of an ongoing growth process, FSB will prioritize, in 2013, restructuring processes in governance, management and human resources, and the strengthening of our staff. Goal is to make our company even more modern and acute in order to respond to market needs and provide an even better service to our clients.

The first challenge will be to establish the management Executive Committee, an essential part of the company's governance restructuring process. The Committee will be responsible for the creation of FSB strategy and comprised of the main executives from our four business centers: Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília and Belo Horizonte. That task will have the support of the previously created Advisory Board, formed by the partners Francisco Soares Brandão, Tom Camargo and Marcos Trindade.

“We are structuring ourselves to have a leap in quality in our governance and management processes, a never before seen initiative in the corporate communications market and which places us once again in a leading position”, declares Francisco.

PERSPECTIVES

PERSPECTIVAS

Na área de gestão, o investimento se centrará na aplicação de novas tecnologias para agilizar procedimentos e decisões, além de garantir a preservação da memória da empresa. Um exemplo é o desenvolvimento do Centro de Documentação (Cedoc), responsável pelo gerenciamento de documentos administrativos-financeiros, e do processo de Gestão Eletrônica de Documentos (GED). Esta iniciativa colocará a FSB numa posição de ponta em relação à gestão do conhecimento, integrando e facilitando a preparação de projetos, planejamentos e propostas.

A área de recursos humanos, por sua vez, recebeu diversos investimentos em 2012 e está pronta para tornar-se cada vez mais estratégica para o desenvolvimento do time de profissionais da FSB. Esta é, aliás, uma prioridade permanente. Desde o início, a filosofia da FSB foi a de sempre contar com a melhor equipe do mercado, capaz de entregar ao cliente mais do que ele espera da empresa.

Novos mercados - Em 2013, uma das prioridades da FSB será o desenvolvimento de novos mercados. O primeiro investimento ocorrerá no interior de São Paulo, uma das áreas de negócios mais dinâmicas do País. A empresa irá estruturar uma equipe que terá foco específico na região.

In the management field, investment will be directed to the application of new technologies to speed up procedures and decisions, in addition to ensuring the preservation of the organizational memory. One example is the development of the Documentation Center (from Portuguese Cedoc), department in charge of managing administrative and financial documents, and of the Document Electronic Management (DEM) process. This initiative will place FSB in a leading position with regards to knowledge management, integrating and facilitating the preparation of projects, planning and proposals.

The human resources department received several investments in 2012 and is ready to become increasingly more strategical to the development of FSB staff. This is, by the way, a permanent priority. Since its early days, FSB philosophy has always been that of having the best team in the market, capable of delivering to clients more than what they expect.

New markets — *In 2013, one of FSB priorities will be the development of new markets. The first investment will happen in the countryside of São Paulo state, one of the most dynamic areas of business in the country. The company will structure a team with specific focus in the region.*

REDAÇÃO / CONTENT
Flávio Castro, Carlos Grandin
e Ricardo Miranda

PRODUÇÃO EDITORIAL / EDITORIAL PRODUCTION
André Duarte e Ana Carolina Marques

EDIÇÃO / EDITION
Flávio Castro e André Duarte

PROJETO GRÁFICO / GRAPHIC DESIGN
FSB Design

REVISÃO / REVIEW
Diogo Henriques

TRADUÇÃO / ENGLISH VERSION
Ccaps

FOTOS / PHOTOS
André Maceira

**AGÊNCIA DO ANO
NA AMÉRICA LATINA**
TheHolmesReport

AGENCY OF THE YEAR
IN LATIN AMERICA

**24^a AGÊNCIA
DO MUNDO**
TheHolmesReport

24TH AGENCY
OF THE WORLD



**CANNES LIONS 2011
PRÊMIO INÉDITO NA
CATEGORIA PR LIONS**

FIRST PRIZE IN THE
PR LIONS CATEGORY



WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

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

CENTRO

Rua São José, 70
8º andar CEP 20010-903
tel/fax 55 21 2217.6500

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