

# dcS.



## MERCADO

A publicidade brasileira situa-se entre as mais respeitadas e criativas do mundo, e gera uma atividade econômica que, considerada apenas no segmento dos investimentos em mídia, em 2007 movimentou quantia superior a R\$ 19 bilhões.



Com a maior estrutura em serviços de comunicação da Região Sul do país, a DCS já aparece na 31ª posição do ranking das maiores agências brasileiras. Tem sede em Porto Alegre e escritórios também em Brasília e Florianópolis. Para

atender seus mais de quarenta clientes, emprega atualmente 150 colaboradores das mais diversas áreas.

Desde o ano 2000, tem como sócio minoritário o grupo WPP, uma dos maiores conglomerados do mercado mundial da comunicação, hoje composto por 91 mil profissionais alocados em aproximadamente 2 mil escritórios, distribuídos por mais de 100 países.

Essa parceria abre à DCS o acesso a um completo sistema de informações, as mais modernas tecnologias de gestão, a um acervo internacional de informação sobre o mercado da comunicação, bem como ao mais sofisticado know how da publicidade mundial.

## CONQUISTAS

A DCS acredita que cliente satisfeito é seu melhor prêmio. Mas também vê nas premiações da atividade publicitária o justo reconhecimento por produtos e serviços de qualidade que oferece ao mercado.

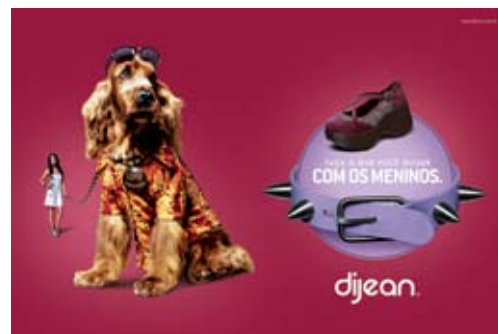
Já contabilizou mais de 500 prêmios nacionais e internacionais, com destaque para Clio Awards, Cannes (Short List) e London Advertising Festival.

No Brasil, em 2003, foi indicada para o Caboré - o mais prestigiado prêmio da publicidade nacional - juntamente com grandes agências de pre-

sença nacional (há mais de 20 anos, uma agência situada fora do eixo Rio-São Paulo não recebia tal distinção).

A lista de seus prêmios inclui também o New York Festivals em 2001 (Ouro para case do cliente Claro), New York Festivals em 2002 (Prata para o case do cliente Olympikus), New York Festivals em 2005 (Ouro para o case do cliente Tramontina), além dos prêmios Abril de Publicidade e do Profissionais do Ano no Rio Grande do Sul.

Teve ainda marcas de cinco de seus clientes consideradas 'Top of Mind' pelo Instituto Segmento/Revista Amanhã. Qualificou-se como Agência do Ano no Salão da Propaganda Gaúcha em 2005, 2006 e 2007. Na última edição desse evento - o mais importante da publicidade do Rio Grande do Sul - conquistou os principais prêmios em criação, planejamento, mídia, atendimento, estúdio, produção, web, design e ponto-de-venda.



## HISTÓRIA

A DCS foi criada no dia 2 de dezembro de 1985, em Porto Alegre, por Antônio D'Alessandro e Roberto Callage. Ambos são, até hoje, os principais líderes da agência: D'Alessandro é Presidente, Callage atua como Vice-Presidente e Diretor de Criação.

Quando nasceu, era uma agência pequena, com apenas seis funcionários e um único cliente: Calçados Azaléia. Durante toda a sua trajetória, a DCS fez questão de inovar e criar soluções diversificadas. Já na década de 80, quando se falava quase que exclusivamente em comerciais e anúncios, inaugurou um núcleo especializado em propaganda para o ponto-de-venda, identidade visual e design gráfico. E a partir daí, passou a disponibilizar para seus clientes projetos envolvendo múltiplas ações de comunicação, além da propaganda tradicional.

## PRODUTOS E SERVIÇOS

Desde a sua criação, a DCS posicionou-se como agência ágil e com forte poder criativo, apoiada na concepção do talento como base para a inovação. Sua equipe é formada por profissionais premiados e diferenciados, que participam dos principais festivais internacionais de comunicação e recebem treinamento contínuo.

Estruturada para atender a todos os segmentos de produtos e serviços, teve sempre com seus clientes uma relação de total envolvimento e parceria. Posiciona-se como uma agência full service, fundamentando sua operação no conceito de comunicação integrada de marketing.

Mantém uma diretoria específica para congregar as diversas ferramentas dessa integração: marketing de relacionamento e internet, promoções, design, trabalho de ponto-de-venda e eventos, entre outras.

Seus serviços são elaborados em um ambiente de total entrosamento com os clientes, parceiros em um contínuo trabalho a quatro mãos.



Para a DCS, o relacionamento de longo prazo com seus clientes é mais que um objetivo, mas uma necessidade vital para a realização de um trabalho de excelência.

## EVOLUÇÕES RECENTES

A posição de liderança da DCS no sul do país consolidou-se ainda mais no final de 2007, com a inauguração de um escritório no promissor mercado de Santa Catarina (a empresa mantém escritórios também em Porto Alegre e em Brasília).

## COMUNICAÇÃO

A marca DCS fortalece-se principalmente pela qualidade dos projetos desenvolvidos para seus clientes e pelos resultados que gera.

A agência atende atualmente mais de 40 clientes, dos principais segmentos da economia nacional: financeiro, automobilístico, alimentos, varejo, mídia, telecomunicações, moda, ferramentas, utilidades domésticas e governo, entre outros.

Na comunicação desenvolvida para qualquer um de-

les, coloca o mesmo empenho e oferece a mesma qualidade com a qual colocou-se como a principal agência da região sul, uma das maiores do Brasil.

## VALORES DA MARCA

A DCS é uma agência de idéias que despertam a atenção, geram atitude, estimulam o desejo. É uma agência de idéias que vendem.

A DCS utiliza as técnicas mais inovadoras do mercado da comunicação e do marketing. Suas estratégias de planejamento permanecem em contínuo movimento e em constante busca por informações capazes de acompanhar o pensamento em mutação dos consumidores.

Como meta final de tudo que faz, a DCS coloca os resultados de seus clientes, expressos em marcas fortes e rentáveis, construídas a partir de uma conduta extremamente profissional e ética.

Essa conduta socialmente responsável não se reflete apenas nos projetos desenvolvidos para seus clientes: a própria DCS desenvolve, voluntariamente, campanhas destinadas a divulgar ações e entidades dedicadas a causas de interesse de toda a sociedade.

Exemplo dessa atitude cidadã é a campanha criada no primeiro semestre deste ano para a entidade gaúcha Instituto Vonpar, que desenvolve programas de inclusão social via financiamento de projetos para reciclagem de materiais reaproveitáveis..

## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A DCS

• Pesquisa realizada pelo instituto QualiBest revelou que a campanha 'Conspiração Pequim', desenvolvida pela DCS para a Olimpikus, por ocasião dos Jogos Olímpicos, foi a mais lembrada pelos usuários de internet. A Olimpikus foi também destacada por esse público como a principal apoiadora desse evento.

• Projetos desenvolvidos pela DCS espalham-se hoje para além das fronteiras do Brasil. Caso, por exemplo, do filme criado para a Azaléia e veiculado, a partir de julho de 2008, no Chile, Colômbia, Bolívia, Equador, Uruguai e Argentina.

• Antônio D'Alessandro, presidente da DCS, é presidente também do capítulo Rio Grande do Sul da ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade).

