PREFEITURA DE ARACAJU
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

IPTU 2008
Briefing

Com o início do período de pagamento do Imposto Predial e Territorial Urbano, a Prefeitura de Aracaju entra no seu principal momento de arrecadação. O IPTU é um dos principais impostos cobrado diretamente pela Prefeitura, e é a origem de grande parte dos recursos próprios a serem investidos.

Por isso, a campanha do IPTU é uma das mais importantes de todo o calendário da Prefeitura de Aracaju.

É ainda mais importante quando se leva em consideração o fato de que o IPTU tem sido a espinha dorsal de boa parte da política administrativa da Prefeitura. Nos últimos anos, a Prefeitura tem se notabilizado pelo excepcional bom uso dos recursos gerados pela arrecadação do IPTU.

Pode-se dizer que o IPTU é o grande avalista de uma administração que prioriza os mais pobres e se empenha em criar a cidade de todos.

I - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Tradicionalmente, o IPTU é vendido como um imposto que é devolvido ao povo transformado em benefícios para a cidade. E implica um acordo tácito: quando o cidadão paga o IPTU recebe em troca mais obras, mais serviços — em suma, uma cidade melhor.

As campanhas publicitárias do IPTU, de modo geral, abarcam esse conceito como motivação para que o cidadão pague o seu imposto. O pagamento é o ponto de partida para a realização das obras que vêm mudando para melhor a relação do aracajuano com a sua cidade, um processo pelo qual a Prefeitura de Aracaju tem responsabilidade fundamental.

O que queremos mostrar agora está um passo adiante desse conceito. Queremos mostrar que em Aracaju o IPTU não é uma promessa vaga, um contrato em que o cidadão paga antes e recebe o benefício depois.

Vamos mostrar que o IPTU já se transformou em obras e serviços concretos, de importância fundamental para a cidade. **O IPTU é um investimento feito por todos os cidadãos, e que já está dando resultados para todos.**

Isso é ainda mais importante quando se lembra que Aracaju atravessa um momento singular em sua história, em meio ao maior ciclo de desenvolvimento já vivenciado pela cidade. O cidadão aracajuano percebe esse momento especial, e o resultado é um alto grau de satisfação em relação à administração municipal. De modo geral, ele está satisfeito com os serviços prestados pela Prefeitura – uma cidade limpa, bem cuidada, que realiza obras que fazem diferença para a cidade, que se esforça para oferecer melhores serviços de educação e saúde e que tem como princípios orientadores a ética e a inversão de prioridades.

É preciso captar essa satisfação popular e projetá-la na campanha, ao mesmo tempo em que se credita. E essa projeção deve ser feito ao mesmo tempo em que se credencia esse ciclo de desenvolvimento à correta aplicação dos recursos do IPTU.

Esse raciocínio tem a sua concretização na série de obras realizadas pela Prefeitura nos últimos 2 anos:

- Viaduto do DIA
- Três novas escolas de alto padrão, nos bairros mais carentes da cidade
- Enfermaria do Hospital Nestor Piva
- Mais de 50 quilômetros de ruas recapeadas
- Unidade de saúde da família do Augusto Franco
- Circuito Arte em Toda Parte
- 926 novas residências do PAR em 5 conjuntos residenciais.
- Mais de 200 mil atendimentos do SAMU e novas ambulâncias
- Bilhetagem eletrônica
- Terminal Leonel Brizola
- Limpeza dos canais e prevenção de alagamentos
- 404 casas no Santa Maria

A campanha deve lembrar ainda que **aqueles que optarem pelo pagamento em parcela única têm descontos de até 10%**. É a Prefeitura incentivando ao máximo o pagamento do IPTU.

II – PEÇAS

A Prefeitura de Aracaju sugere, como patamar inicial, as peças mencionadas abaixo.

- VT
- Spot
- Anúncio de jornal
- Cartaz
- Outdoor
- Busdoor
- Banner internet

As agências têm toda a liberdade para sugerir outras peças.

III – DETALHES TÉCNICOS

A campanha será escolhida por meio de concorrência informal.

O presente documento está sendo enviado ao Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Sergipe, estando também disponível online na página da Prefeitura Municipal de Aracaju: http://www.aracaju.se.gov.br.

A Prefeitura de Aracaju se reserva o direito de aceitar ou não uma das campanhas apresentadas como vitoriosa.

Quaisquer dúvidas e maiores informações poderão ser esclarecidas na Diretoria de Marketing e Multimeios da Secretaria Municipal de Comunicação, no Centro Administrativo da Prefeitura de Aracaju, através dos telefones (79) 3218-7849 e 3218-7828, ou através do e-mail marketing@aracaju.se.gov.br.

IV - PRAZOS

As campanhas deverão ser apresentadas na Secretaria Municipal de Comunicação, à rua Frei Luiz Canolo de Noronha, 42, Ponto Novo, no dia 14 de janeiro de 2008, a partir das 09:00 horas. As agências farão suas apresentações por ordem de chegada.

O resultado da concorrência informal será anunciado através de aviso publicado no site da Prefeitura de Aracaju (http://www.aracaju.se.gov.br) e comunicação direta à agência vencedora.