O Banco do Brasil divulgou o edital do Programa de Patrocínios 2013, que teve a abertura das inscrições no dia 2 de julho de 2012 e o encerramento será no dia 31.07.2012, pelo site www.bb.com.br/patrocinios
.
O objetivo do Programa é definir projetos a serem apoiados pelo Banco do Brasil em 2013, por intermédio de chamada pública, com inscrições pela Internet, análise por Comissões de Seleção Internas, aprovação pelo Conselho Diretor do Banco do Brasil e validação pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Após o período de inscrição, haverá três fases de análise dos pedidos de patrocínio:

a) 1º Fase: Análise: Triagem dos projetos quanto às regras previstas no Edital e seleção dos patrocínios com aderência aos critérios de avaliação. Os projetos pré-selecionados estarão divulgados no site do BB no menu “Resultado da Pré-Seleção”;

b) 2ª Fase: Habilitação. Análise da documentação e da situação cadastral do Proponente (Idealizador/Realizador e/ou Promotor/Captador). Os Proponentes dos projetos classificados na 1ª Fase deverão enviar a documentação, listada no item 4.2.2 do Edital, para o endereço que estará indicado no site do Banco, no menu “Resultado da Pré-Seleção”. O prazo será de até 60 (sessenta) dias corridos, a partir da data de publicação do resultado; e

c) 3ª Fase: Negociação. Representantes do Banco do Brasil entrarão em contato com os proponentes dos projetos classificados na 2ª Fase para negociar o valor do aporte do BB e as contrapartidas oferecidas, bem como demais aspectos relativos ao projeto que, sob a ótica do Banco do Brasil, demandem ajustes.

**Projetos que o Banco Prioriza**

O Banco do Brasil realiza projetos aderentes aos seguintes critérios/atributos:

a) visibilidade – percepção da marca Banco do Brasil pelo público, proporcionada pelas ações de comunicação compreendidas no escopo do projeto;
b) fortalecimento da marca BB – colaboração do projeto para potencializar o reconhecimento da marca Banco do Brasil ou marcar seu posicionamento junto a segmentos específicos de públicos ou à sociedade em geral, a curto, médio e longo prazos;
c) potencial de relacionamento – capacidade do projeto de proporcionar oportunidade de aprofundar o relacionamento institucional e negocial do Banco do Brasil com seus clientes efetivos e potenciais;
d) relevância das contrapartidas – qualidade e efetividade das propriedades oferecidas pelo projeto frente à cota de patrocínio solicitada;
e) potencial mercadológico – contribuição do projeto para a geração de negócios para o Banco do Brasil;
f) brasilidade – presença, no projeto, de premissas que contribuam para a preservação da identidade nacional e que enalteçam e divulguem valores culturais genuinamente brasileiros;
g) inovação – colaboração do projeto para a construção e divulgação de iniciativas inovadoras para as comunidades locais e o País;
h) sustentabilidade – aderência do projeto às melhores práticas de sustentabilidade, com ênfase às que priorizem a preservação dos recursos hídricos nacionais;
i) responsabilidade social – promoção do desenvolvimento humano e ações de orientação social;
j) democratização – igualdade de oportunidade e acesso a produtos e serviços resultantes da implementação dos projetos patrocinados;
k) distribuição geográfica – distribuição dos projetos pelo território nacional que valorizem a comunicação regionalizada;
l) promoção da cidadania – colaboração do projeto para a promoção da cidadania, do respeito à igualdade e as questões raciais, de gênero e de orientação sexual;
m) desdobramento educacional – desdobramentos educacionais e/ou de capacitação técnica proporcionados pelo projeto;
n) acessibilidade – previsão de acesso especial para pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência física, sensorial ou cognitiva, de forma segura e autônoma, aos espaços onde se realizam os eventos ou aos produtos e serviços oriundos dos patrocínios;
o) aderência à estratégia de atuação do Banco do Brasil – alinhamento à estratégia de atuação mercadológica e institucional do Banco do Brasil;
p) oportunidade – projetos que explorem o cenário de oportunidades criado no Brasil pelos grandes eventos esportivos, como o mundial de futebol e os jogos olímpicos, principalmente nas respectivas cidades-sede, bem como, projetos que tenham projeção nacional ou que estejam aderentes a temas objeto de relevante debate público.

**Projetos que o Banco não apoia**

É vedada a inscrição de projetos:

a) culturais destinados a integrar a programação dos Centros Culturais Banco do Brasil, por serem objeto de Edital específico (mais informações estão disponíveis na Internet, no endereço www.bb.com.br/cultura );
b) sociais que se enquadrem nos programas e ações da Fundação Banco do Brasil – FBB (mais informações estão disponíveis na Internet, no endereço www.fbb.org.br );
c) específicos de edição e publicações em geral; produção de obras musicais (gravações de CD e DVD), audiovisuais em geral; criação ou manutenção de sites na Internet e de softwares;
d) que gozem de má reputação, falta de integridade, que atentem contra a ordem pública ou que prejudiquem a imagem do BB;
e) que infrinjam o Código de Defesa do Consumidor ou qualquer outra Lei ou Norma Jurídica vigente;
f) que causem, ou possam vir a causar, impacto negativo à saúde ou ao meio ambiente;
g) que façam apologia ao uso de bebidas alcoólicas, cigarro ou outras drogas;
h) que sejam ligados a jogos de azar ou especulativos, salvo se regulamentados em legislação específica;
i) cujo Proponente, organizadores e/ou promotores não desfrutem de bom conceito junto à comunidade, estejam com restrição cadastral, impedidos de operar ou em litígio com o Banco; que explorem trabalho infantil, degradante ou escravo;
j) que violem direitos de terceiros, incluídos os de propriedade intelectual;
k) que evidenciem discriminação de raça, credo, orientação sexual ou preconceito de qualquer natureza;
l) de caráter político-eleitoral ou de entidades religiosas;
m) que façam uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
n) por Proponente pessoa física, funcionários do Banco do Brasil da ativa e seus parentes de primeiro grau;
o) por Proponente pessoa jurídica que detenha, entre seus diretores, funcionários e/ou parentes de funcionários do Banco do Brasil até o primeiro grau;
p) por Proponente pessoa jurídica que detenha, entre seus Diretores, parentes de integrantes da Diretoria Executiva do Banco do Brasil até o segundo grau;
q) que envolvam maus tratos a animais;
r) de restauração de prédios, edificações, obras, restauros e manutenção de acervos;
s) referentes a conteúdos exclusivos de treinamentos e cursos.

Fonte:Com informações de Sávio Rodrigues, Assessor de Imprensa do BB