



Conselho Nacional  
de Comandantes Gerais PM/CBM apresenta:



# chancela

O Congresso Internacional de Operações Policiais é orgulhosamente **apresentado** pelo **CNCG - Conselho Nacional de Comandantes Gerais.**



# O evento

*O I Congresso Internacional de Operações de Choque, realizado em dezembro de 2018 na cidade de Florianópolis, colocou Santa Catarina na rota dos grandes eventos sobre Segurança Pública.*

*Por três dias, o moderno Centro de Eventos Gov. Luiz Henrique da Silveira, localizado no balneário de Canasvieiras, no Norte da Ilha, **transformou-se em um templo da inovação na defesa do cidadão e do patrimônio público e privado.***





# *o evento* cont. 2/3

*Agentes de todos os estados da Federação e de outros países puderam trocar conhecimento e ter contato com o que de mais novo e eficiente está disponível no mercado.*

*Tamanho sucesso impôs o desafio de se fazer melhor este ano. Um evento mais abrangente, inclusivo, dinâmico, informativo, tecnológico e que aproxime ainda mais o cidadão de bem de quem o protege no dia-a-dia.*

***Em março de 2020, a Segurança Pública será debatida em campo aberto com a sociedade***  
*no Congresso Internacional de Operações Policiais - COP INTERNATIONAL.*



# O evento

*cont. 3/3*

*Um novo nome, um novo público, mas a mesma capacidade de integrar vozes distintas em prol da evolução de um tema tão sensível a todos. Será histórico. Será único.*



**II Edição - 17, 18 e 19 de Março de 2020**

*Centro de Eventos Gov. Luiz Henrique da Silveira  
Santa Catarina - SC*



*a cidade* —

**FLORIANÓPOLIS**  
*Capital de Santa Catarina*

# a cidade

**Florianópolis, a capital de Santa Catarina, será o palco do Congresso Internacional de Operações Policiais- COP INTERNATIONAL.**

**Reconhecida nacionalmente pelas belezas naturais e por seu polo tecnológico pujante, a cidade tem sido um dos principais destinos para a realização de eventos.**

*Segundo ranking da International Congress and Convention Association (ICCA), a Ilha de Santa Catarina fica lado a lado com São Paulo e Rio de Janeiro na realização de congressos internacionais.*

*Os baixos índices de criminalidade, a auto-eficiência policial, a excelente infraestrutura hoteleira e gastronômica e os centros de eventos amplos e sofisticados são alguns dos atrativos que fazem da cidade um campo fértil para a divulgação do conhecimento nas mais diferentes áreas.*





📍 o local

**CT. EVENTOS GOV. LUIZ HENRIQUE DA SILVEIRA**

Rod. José Carlos Daux - Canasvieiras  
Florianópolis - Santa Catarina



# o local



*Inaugurado em 2015, o **Centro de Eventos Governador Luiz Henrique da Silveira** possui uma infraestrutura privilegiada para a realização de eventos nacionais e internacionais.*

*A poucos metros do balneário de Canasvieiras, às margens da SC-401, o complexo possui um auditório principal para 3 mil pessoas, espaço de 5.200 m<sup>2</sup> para feiras e capacidade para 106 estandes com 23 m<sup>2</sup> de média.*

*O público conta ainda com a praticidade de um amplo estacionamento, com capacidade para 700 carros, além de praça de alimentação e cozinha industrial.*

*Trata-se de um espaço ideal para promover um evento do porte do COP INTERNATIONAL com o máximo de conforto possível para os congressistas.*



**5200m<sup>2</sup>**



**3000**



**700**



**106**

# cioc 2018

A primeira edição **em números.**

 **2000**  
**inscritos**

*Dos quatro cantos do país.*

 **11**  
**palestrantes**

*Do Brasil e do mundo.*

 **28**  
**expositores**

*Nacionais e internacionais.*

**assista**



*Cobertura  
Edição Anterior*



*Institucional  
CIOC 2018*



*Cobertura  
Completa Ao Vivo*

# cioc 2018

*cont. 2/2*

A primeira edição **em números**.

 **2000**  
**pessoas**

*Por dia, em média.*



## **comitivas**

**de todos os estados da federação** de vários  
órgãos da segurança pública e representantes  
das forças públicas de diversos países da  
**América Latina e Europa.**

# O congresso

**O evento visa colocar em evidência a atividade policial, nas diferentes esferas, abordando temas relevantes da Segurança Pública.**

*Palestrantes nacionais e estrangeiros irão compartilhar lições, estratégias e aspectos legais que permeiam o cotidiano de quem tem como missão manter a ordem e executar a Lei.*

*Entre um painel e outro, o público terá contato com o que de mais moderno há na defesa do cidadão e do patrimônio em uma feira com as principais empresas do setor.*

*Será, sobretudo, um evento que aproxima a atividade policial da sociedade civil e uma oportunidade para que profissionais de Segurança Pública possam se aprimorar.*





# 📍 temas de interesse

- 01. Operações de Choque;*
- 02. Operações Especiais;*
- 03. Operações Aéreas;*
- 04. Operações com emprego de animais (Cavalos, Cachorros, Búfalos, entre outros);*
- 05. Patrulhamento Tático Motorizado (02 e 04 Rodas);*
- 06. Operações de Inteligência;*
- 07. Operações Integradas (GAECO);*
- 08. Tecnologia aplicada a operações policiais;*
- 09. Licitações Internacionais;*
- 10. Operações Policiais em outros países.*



# público alvo

*Policiais Militares, Civis, Federais, Rodoviários Federais,  
Guardas Municipais, Agentes Penitenciários, Militares do  
Exército, Marinha, Aeronáutica e demais membros do  
Judiciário, do Ministério Público e Defensoria Pública.*

 **expectativa de**  
**4000**  
**pessoas**

*Por dia, em média.*

# espaço ABOPESP

As unidades de operações especiais terão **um espaço exclusivo para proporcionar trocas e aproximar doutrinas** entre agentes das diferentes esferas e membros da segurança pública.

A Associação Brasileira de Operações Especiais (ABOPESP) vai disponibilizar um estande no anfiteatro do Centro de Eventos Luiz Henrique da Silveira, com uma programação de clínicas e workshops para quem leva a atividade policial como um ofício de excelência.



**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE  
OPERAÇÕES ESPECIAIS**



# social

*Arrecadação e doação de alimentos não perecíveis para instituições filantrópicas atuantes na cidade-sede do evento.*



**4 ton**  
*meta de*  
**de alimentos**

*instituições  
atendidas*



# programação

Ter.17.Mar

Qua.18.Mar

Qui.19.Mar

07:30 - 08:30H . *Credenciamento;*

08:30 - 09:00H . *Abertura dos Trabalhos;*

09:00 - 11:00H . **Palestra Magna;**

11:00 - 13:30H . *Almoço e Exposição;*

13:30 - 15:00H . **2<sup>a</sup> Palestra;**

15:00 - 16:00H . *Intervalo;*

16:00 - 17:30H . **3<sup>a</sup> Palestra;**

*Exposição*

# programação

Ter.17.Mar

Qua.18.Mar

Qui.19.Mar

08:30 - 10:00H . **4<sup>a</sup> Palestra;**

10:00 - 10:30H . *Intervalo;*

10:30 - 12:00H . **5<sup>a</sup> Palestra;**

12:00 - 13:30H . *Almoço;*

13:30 - 15:00H . **6<sup>a</sup> Palestra;**

15:00 - 16:00H . *Intervalo;*

16:00 - 17:30H . **7<sup>a</sup> Palestra;**

**Exposição**



# programação

Ter.17.Mar

Qua.18.Mar

Qui.19.Mar

- 
- 08:30 - 10:00H . **8<sup>a</sup> Palestra;**  
10:00 - 10:30H . *Intervalo;*  
10:30 - 12:00H . **9<sup>a</sup> Palestra;**  
12:00 - 13:30H . *Almoço;*  
13:30 - 15:00H . **10<sup>a</sup> Palestra;**  
15:00 - 16:00H . *Intervalo;*  
16:00 - 17:30H . **Palestra de Encerramento;**

**Exposição**

# piso superior

## **expositores**

01 - Quartzo Engenharia

02- Sindesp

03 - SOS Sul Defender

04 - Taser

05 - 5.11 Tactical

06 - DITEC

07 - Dahua / Coringa

08 - Condor

09 - Fab Defense

10 - Glock

11 - Invictus

12 - CBC / Taurus

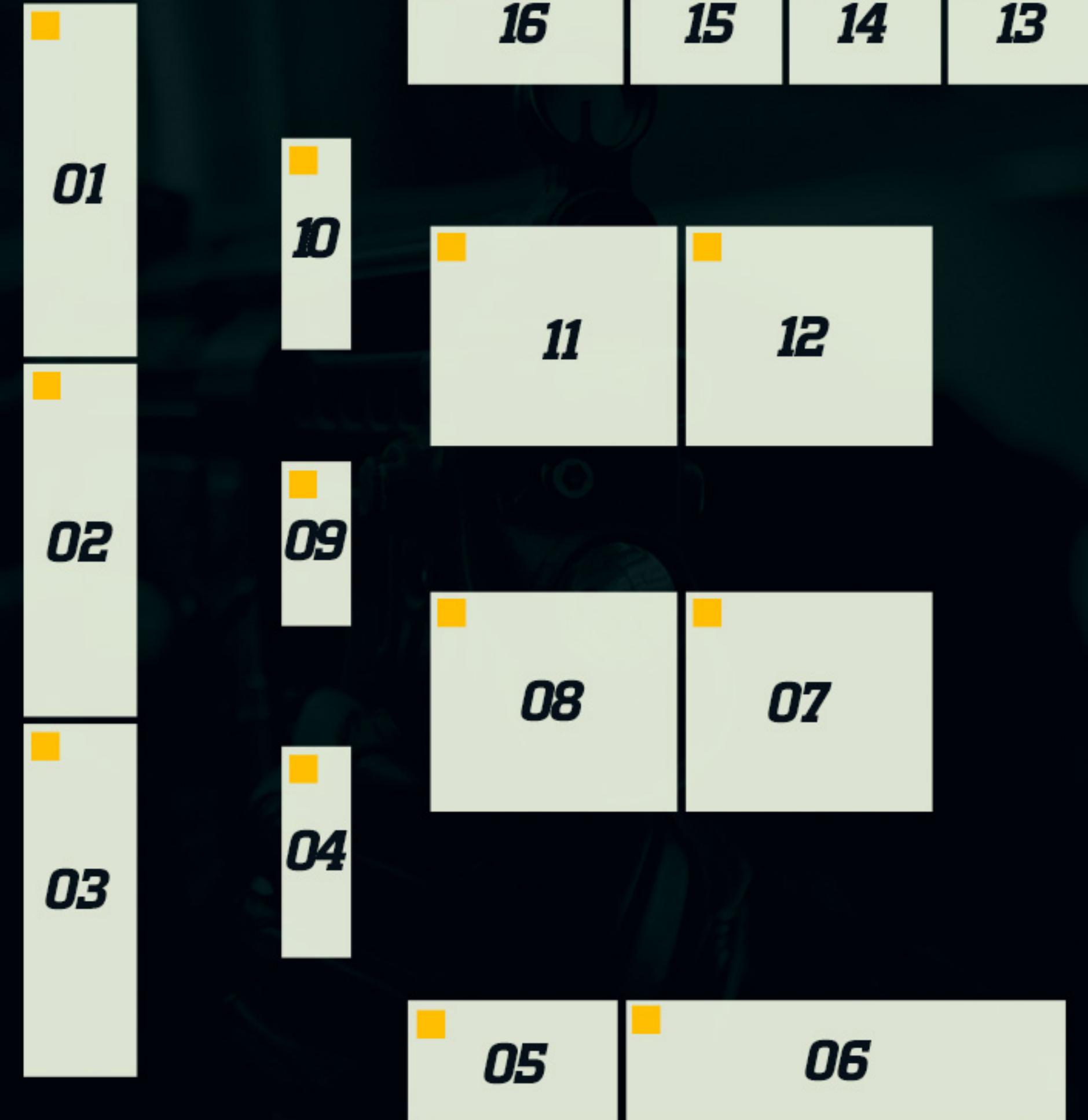
13 - Sig Sauer

14 - Benelli

15 - Springfield Armory

16 - ArmaLite

## **mapa**



**espaços** DIAMANTE [72m<sup>2</sup>] - GOLD [36m<sup>2</sup>] - PRATA [28m<sup>2</sup>] - BRONZE [16m<sup>2</sup>]

# piso térreo

## expositores

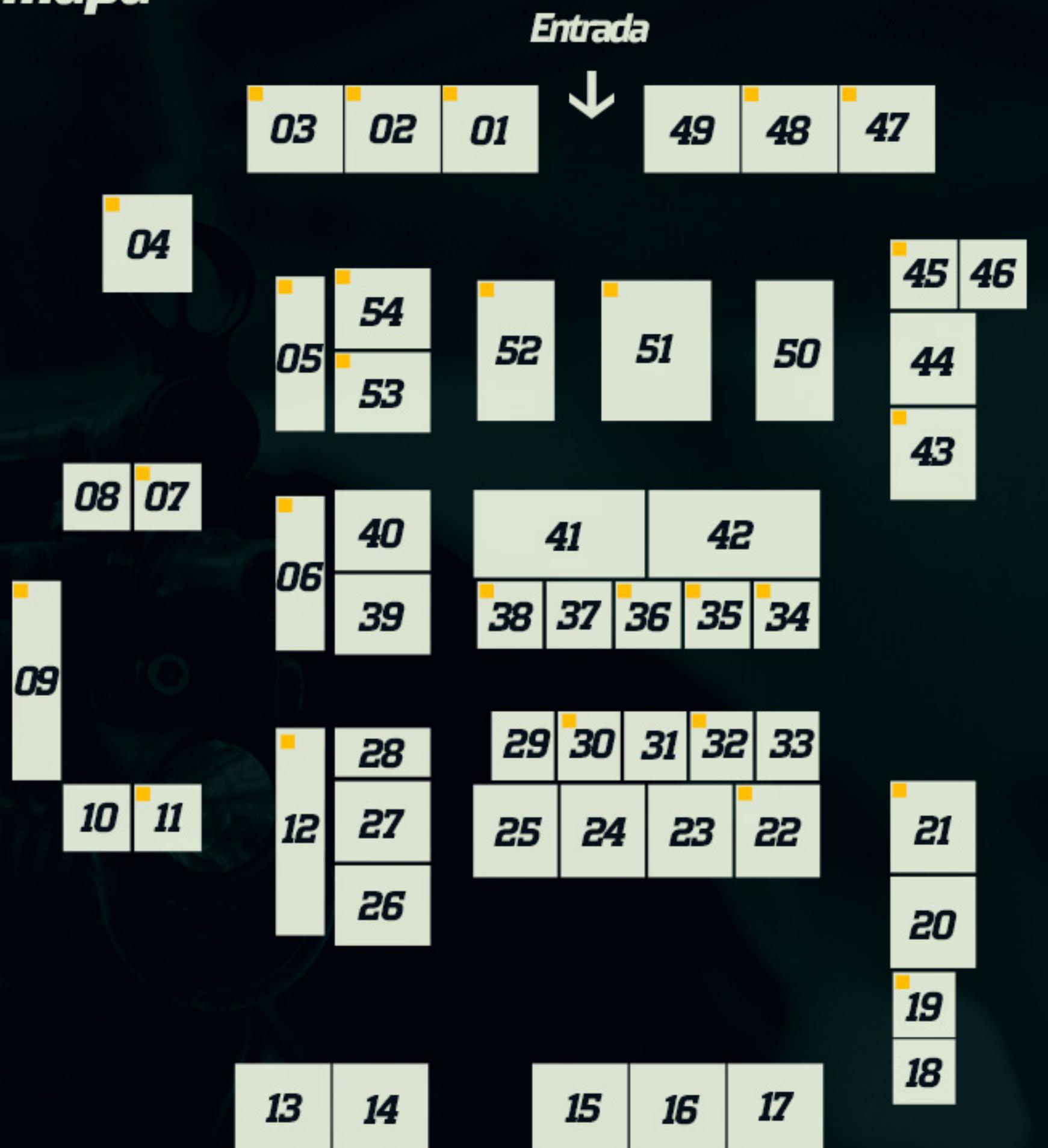
- 01 - CZ Arms
- 02 - Brasimpex
- 03 - Brasimpex
- 04 - Bombeiros SC
- 05 - GMF
- 06 - CORE
- 07 - Pirata Produções
- 09 - Canil PMSC
- 11 - DEAP
- 12 - PRF
- 19 - Crosster / WD40
- 21 - Ghost Internacional
- 22 - Davnar
- 30 - C.B. de Tiro Prático
- 32 - Algemas Brasil
- 34 - ToCoin
- 35 - Patola Cases
- 36 - Botas Vennto
- 38 - Mag 44 / Guns&Coffee
- 43 - Cobra Tactical
- 45 - Steyr Arms
- 47 - LaLo Tactical
- 48 - LaLo Tactical
- 51 - PMSC

- 52 - Grupo Inbra
- 53 - Honeywell
- 54 - Invictus

- Estacionamento:*
- Maynards
  - Belica Militar

- Sem número:*
- Shopping Beira Mar
  - AlfaCom

## mapa



Praça de Alimentação

**espaços** DIAMANTE [72m<sup>2</sup>] - GOLD [36m<sup>2</sup>] - PRATA [28m<sup>2</sup>] - BRONZE [16m<sup>2</sup>]

cotas de  
patrocínio

**Diamante**  
**Ouro**  
**Prata**  
**Bronze**



# cota **diamante**

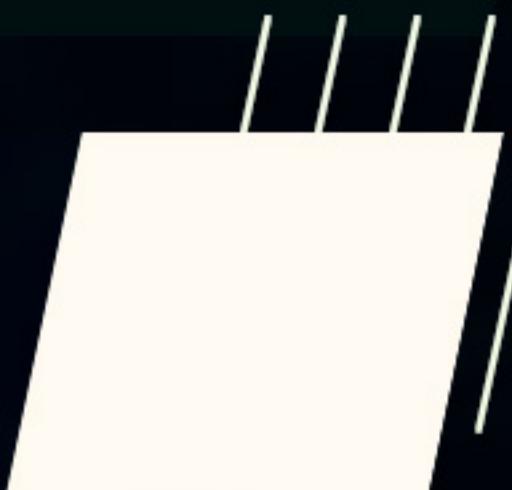
R\$100mil

## **ESTANDE**

*Espaço privilegiado com 72 m<sup>2</sup> em área de exposição no piso superior;  
Prioridade de escolha por ordem na assinatura do contrato;  
Sinalização do espaço em destaque no mapa do evento (backdrop e impresso);*

## **RETORNO DE MÍDIA - OFFLINE**

*Assinatura da marca em outdoors e/ou busdoors na cidade de Florianópolis e região;  
Assinatura da marca na contracapa da revista virtual COP INTERNATIONAL;  
Revista virtual COP INTERNATIONAL - (02) duas páginas disponíveis para divulgação da marca;  
Assinatura da marca nos cartazes distribuídos em órgãos da Segurança Pública, Judiciário, Ministério Público, Defensoria Pública e universidades;  
Assinatura da marca nas credenciais entregues aos congressistas;  
Assinatura da marca nos kits entregues aos convidados vips;  
Assinatura da marca nos certificados virtuais e/ou impressos entregues aos palestrantes e congressistas;*



# cota diamante cont. 1

## **RETORNO DE MÍDIA - ONLINE**

*Assinatura da marca no front end do site como patrocinador DIAMANTE;*

*Direcionamento para o site da marca via site do evento;*

*Assinatura da marca para 70.000 (setenta mil) e-mails segmentados.*

*Assinatura da marca nos e-mails automáticos para os inscritos no congresso;*

*Postagens na página oficial do congresso no Instagram e no Facebook até a data do evento com o logo;*

*Assinatura da marca na capa principal da página oficial do evento no Facebook.*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - ESTACIONAMENTO**

*Assinatura da marca nas bandeirolas espalhadas na fachada do estacionamento;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - FACHADA E CHECK-IN**

*Assinatura da marca no layout de recorte na estrutura frontal do prédio;*

*Assinatura da marca no backdrop no portal do evento (c/ cobertura fotográfica)*

*Assinatura da marca no backdrop do mapa em grande escala do evento;*

*Assinatura da marca no portal do evento.*



# cota diamante



*cont. 2*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - ÁREA DA FEIRA**

*Assinatura da marca em placas de sinalização do evento;  
Assinatura da marca nos espaços coletivos para reuniões;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - ÁREA DO CONGRESSO**

*01 (um) banner 5x2m posicionado na área lateral das palestras;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - MÍDIA ESPONTÂNEA**

*Divulgação em parceiros de mídia;  
Assessoria de imprensa nacional – Repórter Ricardo Macuco;  
Clipping final digitalizado entregue aos patrocinadores.*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - AÇÕES DE RELACIONAMENTO**

*04 (quatro) convites para acesso à SALA VIP;  
Reserva do espaço da SALA VIP para ação comercial ou de relacionamento com os convidados da área VIP;  
Distribuição de brindes do patrocinador aos congressistas e convidados VIP.*

# cota **diamante** cont. 3

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - VÍDEO MARKETING**

*Assinatura da marca no vídeo de pré-lançamento do evento;*

*Assinatura da marca no vídeo individual de cada palestrante;*

*Assinatura da marca no vídeo institucional do evento (produção e roteiro por cineasta);*

*Exposição do vídeo institucional da marca na abertura do evento (Duração: 60s);*

*Exposição do vídeo institucional da marca nas redes sociais do evento (Duração: 60s);*

*Assinatura da marca no vídeo final de cobertura do evento.*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - APRESENTAÇÃO COMERCIAL**

*O PATROCINADOR terá 10 (dez) minutos para apresentação da sua marca antes da palestra na plenária.*

# cota **ouro**

R\$50mil

## **ESTANDE**

*Espaço privilegiado com 36 m<sup>2</sup> em área de exposição no piso superior ou inferior;  
Prioridade de escolha por ordem na assinatura do contrato;*

## **RETORNO DE MÍDIA - OFFLINE**

*Assinatura da marca na contracapa interna da revista virtual COP INTERNATIONAL 2019;  
01 (uma) página para matéria da marca disponível na revista virtual COP INTERNATIONAL;  
Assinatura da marca nos cartazes distribuídos em órgãos da Segurança Pública, Judiciário, Ministério  
Público, Defensoria Pública e universidades;  
Assinatura da marca nas credenciais entregues ao público;*



# cota **ouro** cont. 1

## **RETORNO DE MÍDIA - ONLINE**

*Assinatura da marca no rodapé do site como patrocinador OURO;*

*Direcionamento para o site da marca via site do evento;*

*Assinatura da marca em 70mil e-mails segmentados;*

*Assinatura da marca nos e-mails automáticos para os inscritos no congresso;*

*Postagem quinzenal no Instagram até a data do evento com conteúdo da marca;*

*Postagens na página oficial do congresso no Instagram e no Facebook até a data do evento com o logo;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - FACHADA E CHECK-IN**

*Assinatura da marca no backdrop no portal do evento (c/ Cobertura Fotográfica);*

*Assinatura da marca no backdrop do mapa em grande escala do evento;*

*Assinatura da marca no portal do evento;*



# cota **ouro** cont. 2

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - ÁREA DA FEIRA**

*Assinatura da marca nos espaços coletivos para reuniões;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - MÍDIA ESPONTÂNEA**

*Divulgação em parceiros de mídia;*

*Assessoria de imprensa nacional – Repórter Ricardo Macuco;*

*Clipping final digitalizado entregue aos patrocinadores.*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - AÇÕES DE RELACIONAMENTO**

*02 (dois) convites para acesso à SALA VIP;*

*Distribuição de brindes do patrocinador aos congressistas e convidados VIP.*

---

# cota **ouro** cont. 3

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - VÍDEO MARKETING**

*Assinatura da marca no vídeo de pré-lançamento do evento. (Agrupado com patrocinadores OURO);*

*Assinatura da marca no vídeo individual de cada palestrante. (Agrupado com patrocinadores OURO);*

*Assinatura da marca no vídeo institucional do evento (Produção e roteiro cineasta - Agrupado com patrocinadores OURO);*

*Exposição do vídeo da marca nas redes sociais do evento (Dentro da programação de direito da marca);*

*Assinatura da marca no vídeo final de cobertura do evento. (Agrupado com patrocinadores OURO).*

# cota **prata**

R\$25mil

## **ESTANDE**

*Espaço privilegiado com 28 m<sup>2</sup> em área de exposição no piso inferior;  
Prioridade de escolha por ordem na assinatura do contrato.*

## **RETORNO DE MÍDIA - OFFLINE**

*Divulgação da marca na revista virtual COP INTERNATIONAL (Agrupado com patrocinadores prata);  
Assinatura da marca nos cartazes distribuídos em órgãos da Segurança Pública, Judiciário, Ministério  
Público, Defensoria Pública e universidades;*

## **RETORNO DE MÍDIA - ONLINE**

*Assinatura da marca no rodapé do site como patrocinador PRATA;  
Direcionamento para o site da marca via site do evento;*

# cota **prata**

*cont. 1*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - FACHADA E CHECK-IN**

*Assinatura da marca no backdrop do mapa em grande escala do evento;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - ÁREA DA FEIRA**

*Assinatura da marca em um backdrop temático;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - MÍDIA ESPONTÂNEA**

*Divulgação em parceiros de mídia;*

*Assessoria de imprensa nacional - Repórter Ricardo Macuco*

*Clipping final digitalizado entregue aos patrocinadores.*

# cota **prata**

*cont. 2*

## **VÍDEO MARKETING**

*Assinatura da marca no vídeo individual de cada palestrante. (Agrupado com patrocinadores PRATA);*

*Assinatura da marca no vídeo institucional do evento (Produção e roteiro cineasta). (Agrupado com patrocinadores PRATA);*

*Exposição do vídeo da marca nas redes sociais do evento (Dentro da programação de direito da marca);*

*Assinatura da marca no vídeo final de cobertura do evento. (Agrupado com patrocinadores PRATA).*

## **AÇÕES DE RELACIONAMENTO**

*Distribuição de brindes do patrocinador aos congressistas. Restrito ao seu espaço de exposição.*



# cota **bronze**

R\$10mil

## **ESTANDE**

*Espaço privilegiado com 16m<sup>2</sup> em área de exposição no piso inferior;  
Prioridade de escolha por ordem na assinatura do contrato.*

## **OFF LINE**

*Divulgação da marca na revista virtual COP INTERNATIONAL (agrupado com patrocinadores BRONZE);*

## **ON LINE**

*Assinatura da marca no rodapé do site como patrocinador BRONZE;  
Direcionamento para o site da marca via site do evento;  
Postagens na página oficial, no Instagram e no Facebook do evento até a data do evento com o logo;*

---



# cota **bronze** cont. 1

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - FACHADA E CHECK-IN**

*Assinatura da marca no backdrop do mapa em grande escala do evento;*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - VÍDEO MARKETING**

*Assinatura da marca no vídeo institucional do evento (Produção e roteiro cineasta). (Agrupado com patrocinadores BRONZE);*

*Assinatura da marca no vídeo final de cobertura do evento. (Agrupado com patrocinadores BRONZE).*

## **ATIVAÇÃO DE MARCA - MÍDIA ESPONTÂNEA**

*Divulgação em parceiros de mídia;*

## **AÇÕES DE RELACIONAMENTO**

*Distribuição de brindes do patrocinador aos congressistas. Restrito ao seu espaço de exposição.*



**JOÃO SANSONE**  
*Diretor de Marketing e Desenvolvimento*  
Cel: +55 21 99550-9957  
E-mail: joao@sansone.com.br  
E-mail: mtk@copinternacional.com  
www.sansone.com.br



**OBRIGADO!**