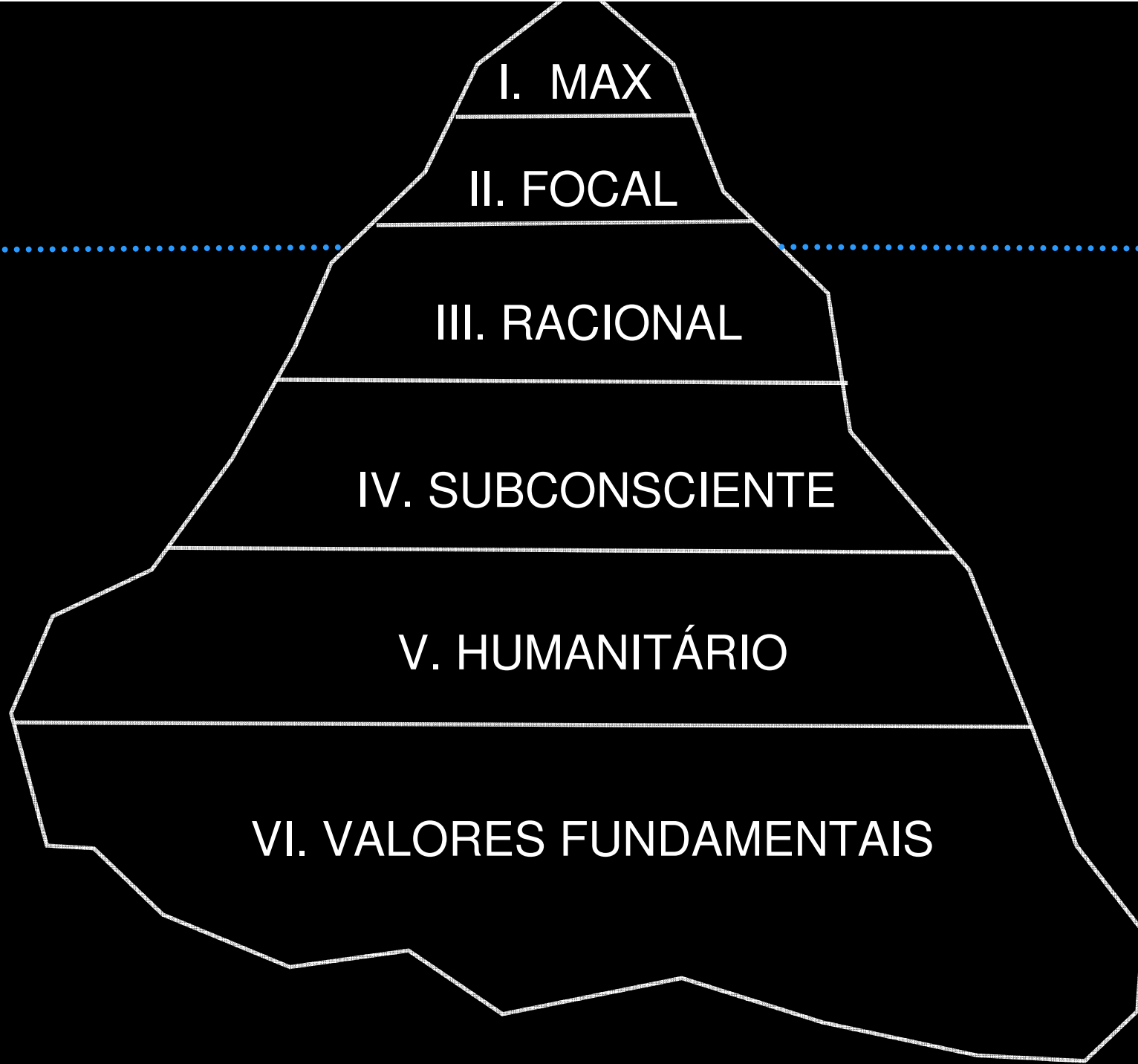


ICEBERG DO RELACIONAMENTO CLUBE-CONSUMIDOR

LUIS PAULO ROSENBERG





Iceberg do Relacionamento Clube-Consumi

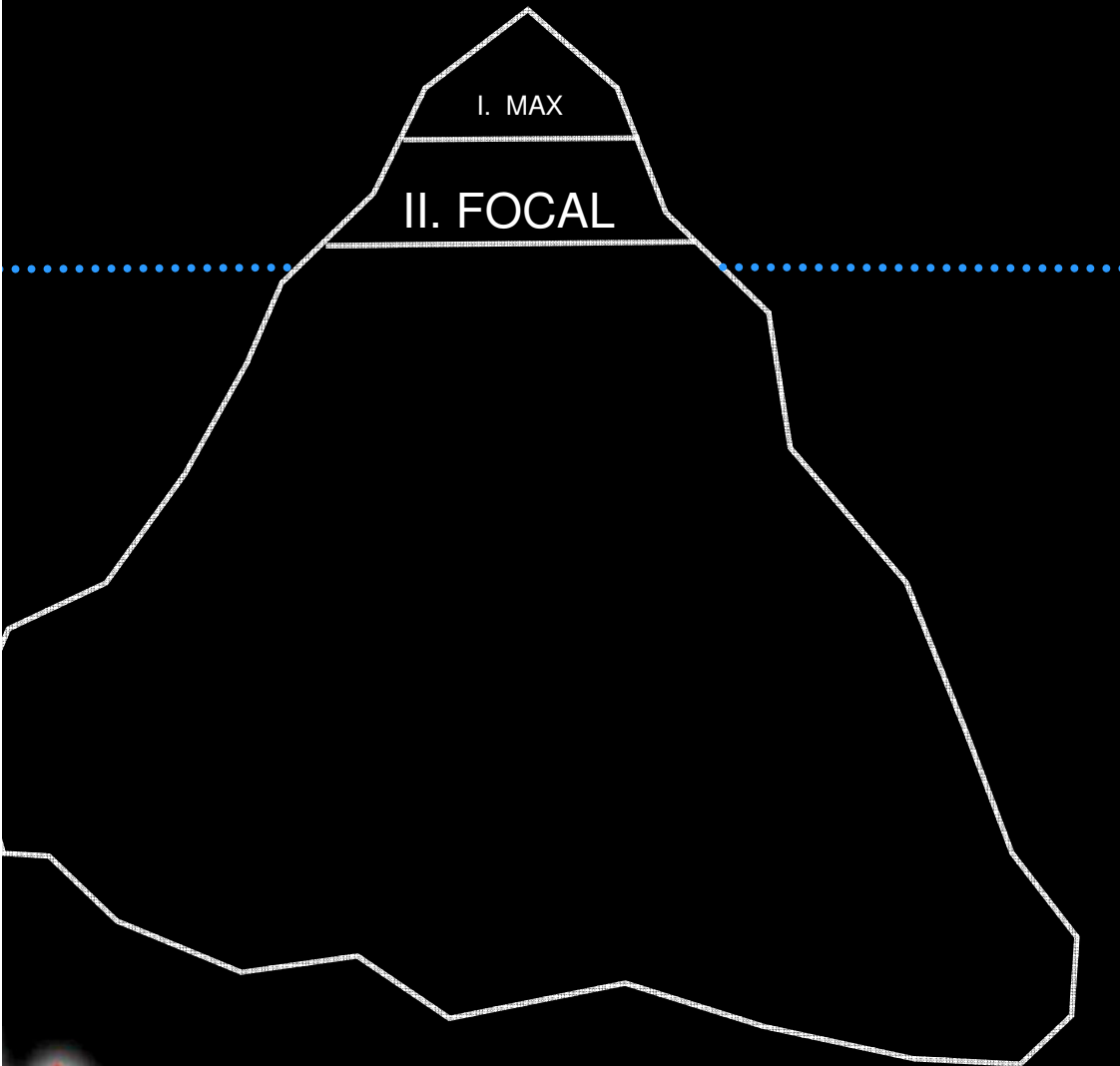
Ganhar Títulos



- Esquadrão Competitivo
- Infraestrutura Primorosa
- Grupo Profissional Blindado



Match Day

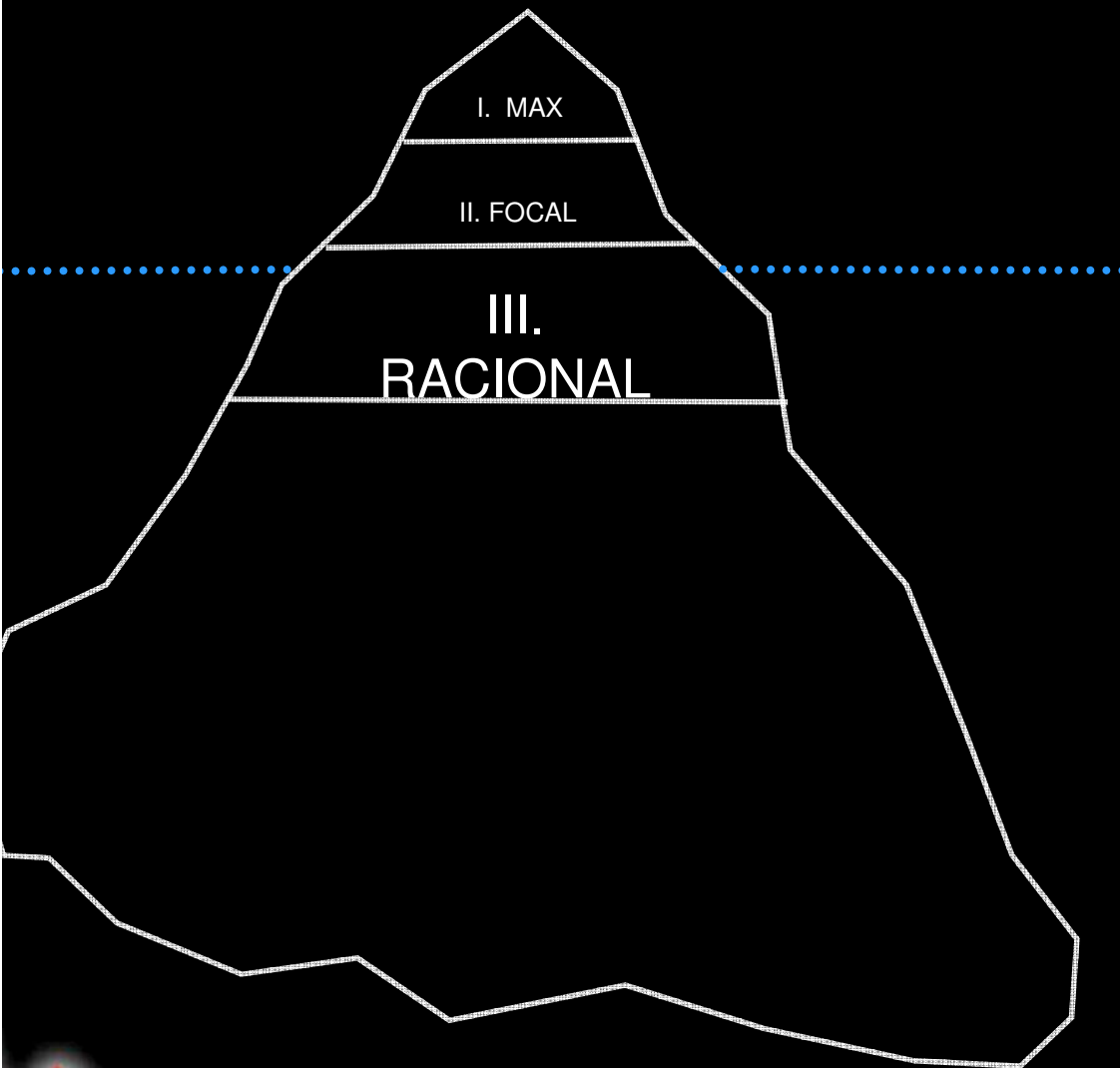


- Acesso Facilitado
- Estádio Confortável
- Evento Completo



III. CONSUMO RACIONAL - Licenciar e

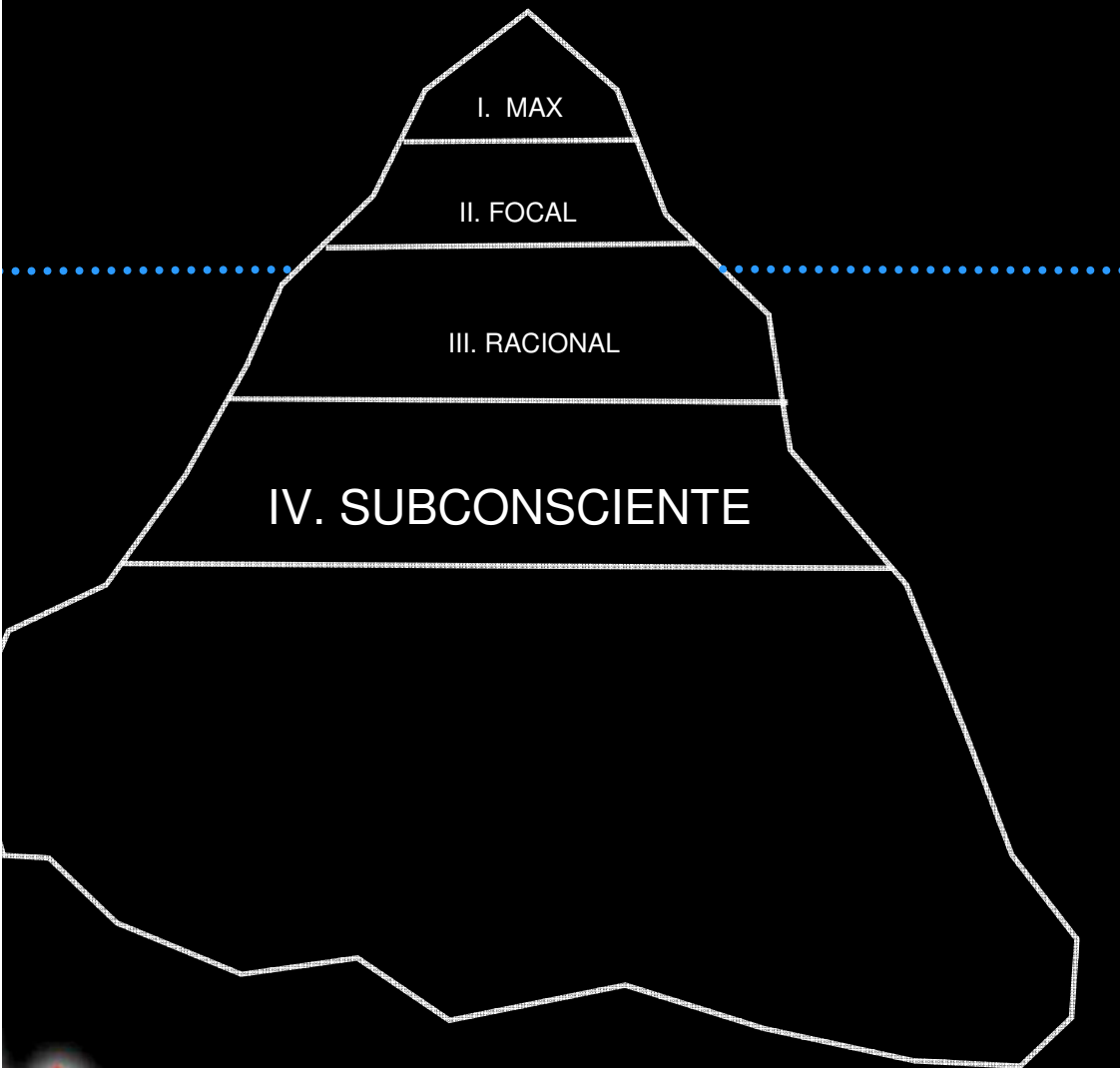
disponibilizar Produtos e Serviços desejados ou que o venham a ser



- Rede de Lojas
- Natal da Fiel
- Cemitério Alvinegro



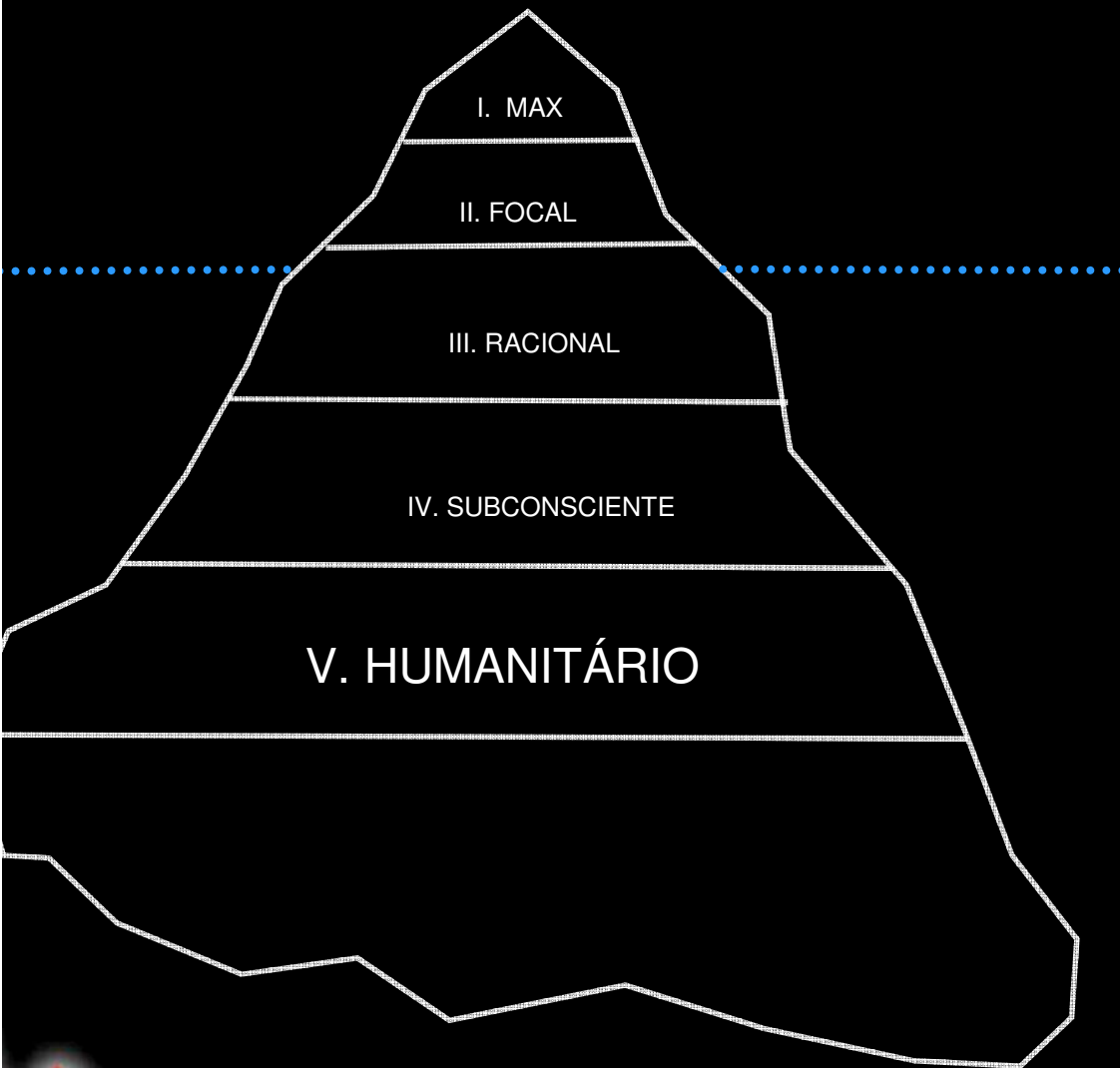
Multiplicar oportunidades do “Vai Corinthians!”



- Polo, Truck, Olímpicas
- Longas Metrage
- TV Corinthians
- Internacionalizaçã
da Marca



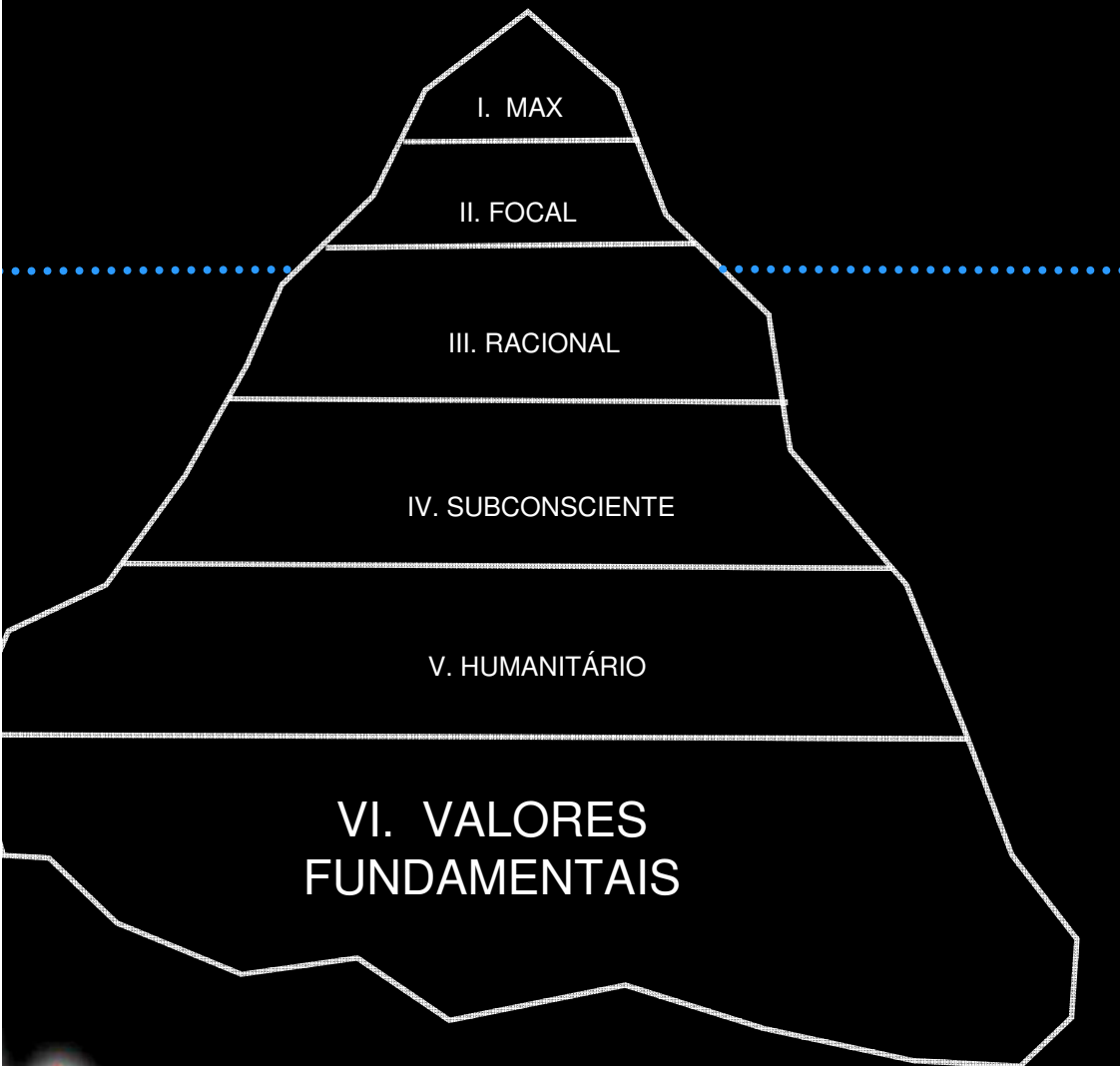
V. PARCERIAS HUMANITÁRIAS



- GRAAC, AACD
ABRINQ
- Realengo,
Japão
- Mulheres,
Ex-presidiários
- AfroReggae,
Coleta de
Sangue



VI. VALORES FUNDAMENTAIS



- **Solidariedade:**
G4, River, Vasco
- **Ética:**
respeito ao adversário
- **Coragem:**
implosão Clube 1
- **Brio:**
Morumbi



Sport Club

Corinthians Paulista



LUIZ PAULO
ROSENBERG