

Agências Empresa promove e contrata

b!ferraz realiza mudanças

A b!ferraz realizou uma reorganização de seu corpo diretivo. A agência promoveu três profissionais e contratou outros três, investindo em lideranças nas áreas de criação, planejamento, promoção e produção. As áreas de criação e planejamento agora têm uma direção só, exercida por Tatiana Palladino, que passa a responder como vice-presidente de ambas as áreas com o intuito de criar maior sinergia entre elas. Os coordena-

dores de criação Eduardo Viola e André Alcântara foram promovidos ao cargo de diretor de criação, ao lado de Wado Gonçalves, diretor de criação para eventos.

Na área de planejamento, a b!ferraz contratou Carolina Campos, que já trabalhou na agência, e passa a exercer o cargo de gerente de um núcleo formado para atender clientes com foco na Copa do Mundo e nas Olimpíadas, dividindo a responsabilidade com Juliana Schvartsman e Lorena Tomasini. Danielle Ferreira também retorna à agência e atuará na direção do núcleo de produção juntamente com Fabiana Lima. Por fim, Miúcha Benetti volta para liderar a área de promoção, trade e PDV.

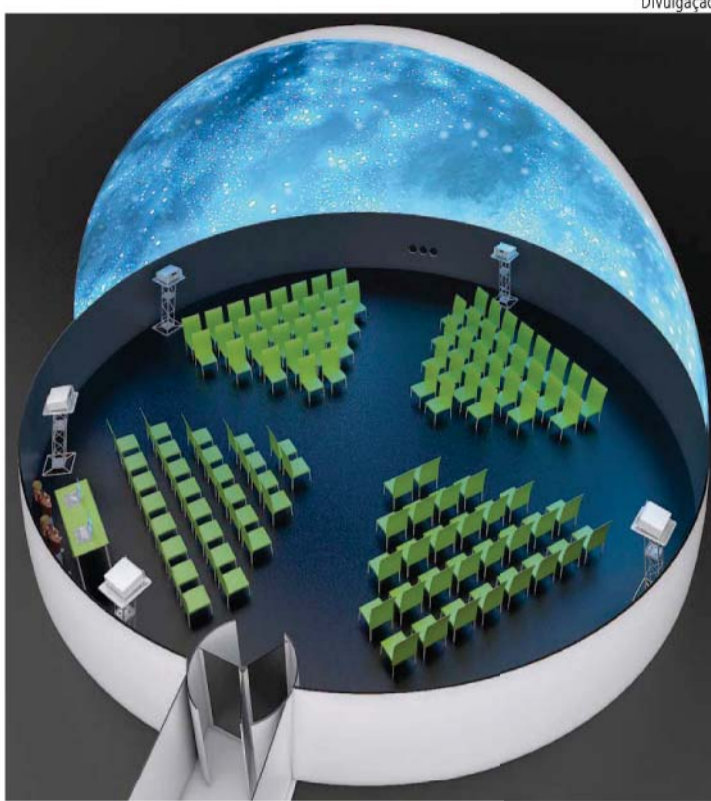
Segundo José Boralli, presidente da agência, todas essas mudanças são consequências do trabalho já realizado. "Temos mostrado para o mercado que não somos apenas executivos, nossa equipe participa dos projetos de forma mais estratégica e essas mudanças vem ao encontro a essa proposta." Para ele, a ideia é unificar algumas áreas, duplicar o poder de outras, além de aproximar as áreas-chaves.

Boralli:
consequência
do trabalho já
realizado pela
agência

Divulgação

Produtoras Fulldome promove imersão

Visualfarm investe em 'planetário'



O Visualdome comporta até 200 pessoas e tem 16 m de diâmetro

por Thaís Azevedo

A Visualfarm acaba de lançar seu novo produto audiovisual, o Visualdome. Com diâmetro de 16 metros e pé-direito de 8 metros, o fulldome da produtora é uma estrutura que comporta até 200 pessoas, é montada em 24 horas, possibilita projeções 360° em telas hemisféricas e tem caráter indoor e outdoor, com capacidade para se adaptar a diversos tipos de ambientes. "Este é um formato que sugere desafios, mas também abre grandes possibilidades artísticas. É uma solução muito prática e, sem dúvida, promove uma imersão muito maior do que a promovida por fotos e vídeos tradicionais", afirma Dudão Mele, diretor da produtora.

De olho nos eventos esportivos que começam a chegar

ao Brasil este ano, ele destaca: "Assistir a uma partida da Copa das Confederações dentro do Visualdome, por exemplo, é uma experiência incrível. Quem viveu a fase dos cinemas 180° talvez tenha mais facilidade para imaginar uma experiência como essa. É como se você visitasse um universo paralelo, o que faz desta uma ótima ferramenta para lançamento de produtos e ativações. Queremos promover espetáculos customizados, que contem histórias, e partir em turnê pelo país."

Na última semana, o fulldome esteve em exposição no antigo Cine Art-Palácio, em São Paulo. A Visualfarm pretende levá-lo à nova edição do Video Guerrilha, evento na região da Rua Augusta que projeta obras de artistas nos prédios, e à Virada Cultural, marcada para 18 de maio.

Anunciantes Africa está criando campanha

Wizard ensina inglês a lutador

Quando discutiam caminhos para a campanha publicitária de 2013 para a marca Wizard, as equipes da Africa e da escola de inglês Wizard depararam-se com uma entrevista do lutador Anderson Silva, na qual ele dizia que só apanhava mesmo do idioma inglês. Assim nasceu o maior investimento da escola no país. Em troca do patrocínio por um ano, o lutador de MMA Anderson Silva terá de aprender a falar inglês fluentemente. Um total de R\$ 20 milhões estão sendo investidos em marketing este ano, e o foco é 100% no patrocínio. Anderson estreará não só as campanhas da escola – a primeira, grande, entra no ar no final de abril e tem como mote o desafio do campeão para aprender a língua e como Wizard o ajudará a vencer –, todo

o seu processo de aprendizado será filmado e transformado em uma websérie para ser vista nos canais da escola no YouTube e no Facebook.

Alexandre Max, diretor de marketing da rede – que tem 1200 unidades franqueadas no Brasil, em 10 países, e um total de 500 mil alunos – conta que o patrocínio já vem se mostrando acertado. Desde que foi colocado na internet o filme que mostra o campeão se inscrevendo na Wizard, houve um aumento de 800% nas matrículas feitas a partir da web.

"É uma história de luta, Anderson venceu na vida e isso tem a ver com o nosso público. Aprender inglês é algo que as pessoas que querem vencer na vida fazem", disse Carlos Wizard Martins, presidente da empresa.

Anderson Silva é
garoto-propaganda
da escola de
idiomas



Divulgação

nordeste em foco

Nelson Cadena

Divulgação



É a quantidade de água do planeta disponível para o consumo humano. A Cetrel, maior empresa de soluções ambientais do Brasil, acredita que preservar essa fonte de vida é um compromisso de todos.

cetrel
Empresas com futuro

ÁGUA

A Cetrel, uma das maiores empresas brasileiras em soluções ambientais, divulgou anúncio de oportunidade reforçando a mensagem de que preservar a água é responsabilidade de todos. A Mago Comunicação criou a peça (foto), que veiculou no Jornal A Tarde.

SEMANA O BOTICÁRIO

O Grupo O Boticário resolveu apresentar os soteropolitanos com o projeto Viva Linda Salvador, durante a Semana da Beleza, com várias ações que pontuaram as comemorações do aniversário da marca de cosméticos e também da cidade de Salvador, no último dia 29. A ação contou com planejamento da agência Ideia 3 e criação e execução da 3 Active, empresa especializada em marketing promocional, pertencente ao grupo. Para a Semana da Beleza, foram criados um spot de rádio; testemunhal de rádio; anúncio no Facebook; panfleto tutorial; cartaz de display de lojas, entre outros. Foram oferecidas dicas de maquiagem gratuitas durante a Blitz da Beleza. Promotores da marca convidaram as pessoas a aprenderem a se maquiarem e experimentarem os produtos da marca.

FRATERNIDADE

A Caminhada da Fraternidade, que está em sua 18ª edição na capital do Piauí, é um evento grandioso, que reúne aproximadamente 70 mil pessoas todos os anos. Os recursos

conseguidos pelos organizadores através de vendas dos kits promocionais são destinados a ajudar diversas instituições sociais que cuidam de pessoas com Hanseníase, câncer, Aids, além de idosos e crianças em situação de risco. A campanha é composta de peça para a TV, anúncios, cartaz promocional, kits promocionais e ações para internet. Este ano, a SA Propaganda criou a campanha e também a Loja da Caminhada, onde diversos produtos com ilustrações exclusivas criadas por artistas locais podem ser adquiridos pelo público, reforçando a captação de recursos. O tema deste ano foi "A Gente Bota Fé na Juventude".

COLONISTAS

Na próxima segunda-feira (8), no Recife, as agências e profissionais premiados no Colunistas Propaganda, Promo e Design receberam os seus diplomas de GP, ouro, prata e bronze, correspondentes ao Prêmio Colunistas Norte-Nordeste 2012. O evento acontece no Restaurante Gio, no bairro da Boa Viagem, para 250 premiados e convidados.

ncadena2006@gmail.com

festival de gramado

Evento deste ano debate conteúdo

Divulgação



Dorfman: acho que o público já entendeu o valor do festival

Sob o tema "Razão e Emoção", a 19ª edição do Festival Mundial de Publicidade de Gramado está programada para acontecer de 5 a 7 de junho deste ano. De acordo com o presidente do evento, Mauro Dorfman, sócio-diretor da Dez Comunicação, a edição deste ano vai investir em conteúdo, que é o seu forte, e extinguir a premiação Galo de Gramado. Promovido pela Alap (Associação Latino Americana de Agências de Publicidade), importantes profissionais do mercado estão sendo convidados. Já confirmaram presença Morihiro Harano, que foi presidente do júri de Filmes no Cannes Lions 2012; o ilustrador e artista Jarbas Agnelli; e Pedro Navio, diretor da Red Bull Brasil para América Latina.

Harano é diretor de criação e fundador do Mori Inc. Trabalhou na Dentsu e coleciona diversos diversos prêmios, como um Leão de ouro em Cannes e D&AD Yellow Pencil.

Já Agnelli é um artista brasileiro que usa filme, foto, ilustração e música para comu-

nicar ideias. Começou sua carreira como ilustrador nos anos 1980 e depois se tornou diretor de arte. Trabalhou em grandes agências como a W/Brasil e DPZ. Fundou o AD Studio e ganhou diversos prêmios.

Navio iniciou sua carreira trabalhando com marketing esportivo, especificamente com futebol, no grupo FMK. É formado em propaganda e marketing pela ESPM/SP. Fez pós-graduação em administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas, também em São Paulo.

Segundo Dorfman, a escolha do tema do festival é ampliar o debate para além da publicidade, discutindo outras áreas afins. "Com tantas descobertas recentes sobre o cérebro e a ligação entre a razão e a emoção, achei interessante ampliar o tema, pois a publicidade tem a ver com tudo isso. Acho que o público já entendeu que o valor do Festival de Gramado são as palestras e painéis." A expectativa da Alap é reunir cerca de 6 mil pessoas de toda América Latina. APJ

sul online

Ana Paula Jung

Divulgação



CITY

Os sócios Priscilla Guimarães e Martin Haag (foto) abriram há dois anos a City, empresa de pesquisa de mercado com o diferencial de unir a expertise em agência de propaganda, desde planejamento até estratégia empresarial, com metodologias de pesquisa social. A orientação criativa é a da ruptura de fronteiras tradicionais, para gerar novos insights. Os sócios chamam essa filosofia de trabalho de "mixologia cultural".

CRESCIMENTO

A City cresceu 100% no último ano, mudou para uma sede maior e projeta dobrar de tamanho em 2013. "Temos metas bem fortes", adianta Haag. A empresa realiza trabalhos de pesquisa para clientes como Grupo Dass, Tramontina, Marisol, Vonpar e AES Eletropaulo.

MERCHANDISING

Depois do grande sucesso do quadro Construindo um Sonho, do "Domingo Legal" (SBT), a D/Araújo cria nova investida em merchandising para a Döhler S/A: ações no programa "Mais Você", da apresentadora Ana Maria Braga, da Rede Globo. "Nós já temos uma ótima parceira com a Ana Maria, resultado de quase cinco anos licenciando produtos da marca Mais Você. Ela fala diretamente com o público da Döhler, tem afinidade com os nossos produtos", afirma o diretor comercial Carlos Alexandre Döhler.

FAUSTÃO

O apresentador Fausto Silva fez uma chamada ao vivo no "Domingão do Faustão", no último dia 17, do Festival Mundial de

Publicidade de Gramado, que acontece entre os dias 5 e 7 de junho de 2013. Quem conseguiu o feito foi João Firme de Oliveira, da Alap (Associação Latino Americana de Agências de Publicidade).

CONSELHÃO I

O presidente da ARP (Associação Riograndense de Propaganda), Fabio Bernardi, tem participado do Conselho (Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social-CDES/RS), órgão de assessoramento do governador do Estado do RS, Tarso Genro, formado por lideranças empresariais e da sociedade civil.

CONSELHÃO II

São 90 nomes e é a primeira vez que a publicidade ganha assento no Conselho. Desde que surgiu em 2011, um terço dos membros foi renovado para o mandato 2013/2014. "Sou um dos novos conselheiros. É um reconhecimento inédito, pois imagino que a publicidade, talvez no país, não tenha um assento com essa relevância e possibilidade de transformação econômica e social", ressalta Bernardi.

propsul@uol.com.br