

Apenas comemore

Isto é Dinheiro - Mídia & Cia - None - HOME - 30/08/2013

Campanha

Um dos mais famosos slogans do mundo, o "Just do it", da Nike, está completando 25 anos. Criado pelo publicitário Dan Wieden, fundador da agência americana Wieden+Kennedy, ele norteia as ações da fabricante de artigos esportivos, ao incentivar a superação dos limites. Para comemorar a longevidade do slogan, a Wieden+Kennedy criou mais um filme para a empresa. O incentivo, desta vez, é mais radical, com o conceito de que, se você pratica algum esporte, por que não chegar ao rendimento mais alto? Em um dos momentos do comercial, uma menina que pratica tênis de mesa em sua casa, de repente, se vê jogando uma partida profissional e depois se preparando para receber um saque da tenista Serena Williams.



Filme

Espaço para a criação Fundada neste ano pelo agente de fotógrafos Fernando Machado, a Notorious Films está gravando o seu primeiro documentário, com o título Do Pó à Terra. O filme vai retratar mulheres do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, e tem previsão de lançamento para 2014. A empresa nasceu para realizar projetos de importantes fotógrafos de publicidade, como Maurício Nahas, diretor do filme e profissional que fez campanhas para as agências África, Y&R e JWT.



Concorrência

Pão de mel O grupo Pão de Açúcar vai exigir da empresa dona da sua conta publicitária que assuma a operação da sua agência interna, a PA Publicidade, que deixará de existir e emprega 250 pessoas. Na concorrência pelo contrato, estão África, AlmapBBDO, Havas,



Mercado

Novo sócio para a Fischer O fundo de private equity Trindade Investimentos comprou participação minoritária na agência Fischer&Friends, que era integralmente controlada pelo grupo Totalcom, de Eduardo Fischer. Especializado em start-ups de tecnologia, o fundo terá cerca de 25% da agência e de outras três empresas de marketing da holding Totalcom, que operam sob o nome de TOD - Total On Demand. No ano passado, a japonesa Dentsu negociou, sem sucesso, a compra da Fischer&Friends.

Marcas

As mais prestigiadas A **Associação** Brasileira de Anunciantes e a TopBrands Consultoria de Branding anunciaram as marcas com maior destaque como as mais confiáveis e prestigiadas de cada setor. Veja ao lado:

Setor	Marca com mais defensores	
Banco	Caixa	62%
Supermercado	Big e Zaffari	65%
Plano de saúde	Bradesco Saúde	47%
Telefonia móvel	Vivo	39%
Telefonia fixa	GVT	36%
Automóvel	Volkswagen	60%
Aparelho de tevê	Samsung e Sony	71%

Bate-papo

Alessandre Siano, embaixador do Festival Latam of Media O executivo Siano está divulgando no País a realização do festival que vai debater em Miami, entre os dias 25 e 27 de setembro, o momento dos canais de mídia na América Latina. Ele fala sobre a importância dos departamentos de mídia, responsáveis dentro das agências pelo planejamento e direcionamento das campanhas entre os diferentes veículos de comunicação:



Qual é a importância da equipe de mídia nas agências? Hoje não dá para fazer campanha sem uma área de mídia integrada. Não é possível falar de criação sem um planejamento de onde se vai publicar a ação. Os anunciantes se preocupam em acompanhar essa estratégia? Antes isso era um tema tratado de forma secundária nas empresas. Agora os clientes pedem às agências que expliquem os planos de mídia para suas campanhas. A relação com o consumidor também evoluiu? O consumidor não é mais passivo. Ele interage e usa o computador como segunda tela, para comentar as ações. E mesmo o telefone passou a ser uma plataforma de mídia.

[Clique aqui para ler a notícia direto da fonte](#)