

# Mundo Económico

**PUBLICIDADE**

## Brandia Central foi a agência mais premiada na última edição do festival do CCP

A última edição do festival do Clube de Criativos de Portugal entregou 30 prémios de ouro nas várias categorias. Na lista, a Brandia Central recebeu cinco enquanto a Leo Burnett e o grupo Activism foram distinguidos com quatro, as três agências foram responsáveis por mais de metade dos prémios entregues. Só amanhã será conhecido o grande prémio, assim como as agências e os anunciantes do ano nas diversas categorias. No total, a Brandia Central venceu 29 prémios.



Revista digital da TMN aborda temas que vão da moda à ciência.

**DIGITAL**

## Operador móvel da PT lança revista digital interactiva com o nome GuestList TMN

A TMN lançou, em parceria com a Goody, um projecto na área da edição digital: a GuestList-TMN, uma comunicação que, segundo a marca cumpre "uma forte componente interactiva". Orientada para o público-alvo mais jovem, aquele que tem mais contacto as novas tecnologias, a internet e os conteúdos digitais, esta revista digital aborda vários temas, desde o ambiente à ciência, passando pelo cinema, cultura, lifestyle, Internet, moda, música, noite, tecnologia, videojogos e viagens.

# Banco Alimentar lança apelo ao voluntário que há em cada um

Campanha agradece a ajuda dos que apoiam a instituição como doadores e voluntários.

Catarina Madeira

catarina.madeira@economico.pt

Quase 20 anos depois de ter nascido, o Banco Alimentar Contra a Fome (BA) lança uma campanha para a recolha de alimentos agradecendo a todos os que apoiam a instituição. "Já todos sabem qual é a actividade do BA, por isso, decidimos por a tónica no voluntariado", explica José Cerdeira, director de contas da My Brand, a agência que mais uma vez desenvolveu a ideia em regime de 'pro bono'.

A próxima campanha de recolha de alimentos acontece no fim-de-semana de 28 e 29 de Maio nos super e hipermercados, como já é habitual. A acção publicitária vai estar disponível em televisão, rádio, imprensa e ainda nas carruagens do Metro de Lisboa, espaços que são também cedidos gratuitamente.

Com o 'claim' "Graças à sua ajuda há cada vez mais sorrisos", a ideia foi aproveitar a notoriedade do BA, "que já não exige que se explique como decorre a recolha de alimentos e para que serve", diz José Cerdeira. A partir daí, surgiu a imagem do sorriso no molho de tomate.

A mensagem "Colabore na recolha de alimentos" foi substituída por: "Continue a contribuir para esta causa". Um apelo a que os níveis de participação das pessoas se mantenham, numa altura em que a situação económica e social das famílias portuguesas se tem vindo a agravar. A assinatura mantém-se: "Banco alimentar. Alimente esta ideia". "Verificámos que, numa altura em que as pessoas estão mais preocupadas com a sua situação individual, há um aumento da solidariedade", acrescenta o director de contas da My Brand.

Este aumento da participação das pessoas tem gerado uma maior quantidade de alimentos

recolhidos, mas também um crescente número de voluntários que se oferecem para trabalhar dos diversos bancos alimentares que existem no país.

José Cerdeira explica que esta campanha obedece, mais uma vez, ao posicionamento há muito definido pelo BA, "uma comunicação muito consistente, com regras que a instituição faz questão de não transgredir, numa área em que é fácil criar ideias espectaculares que choquem as pessoas. O BA sempre apelou à população de forma digna".

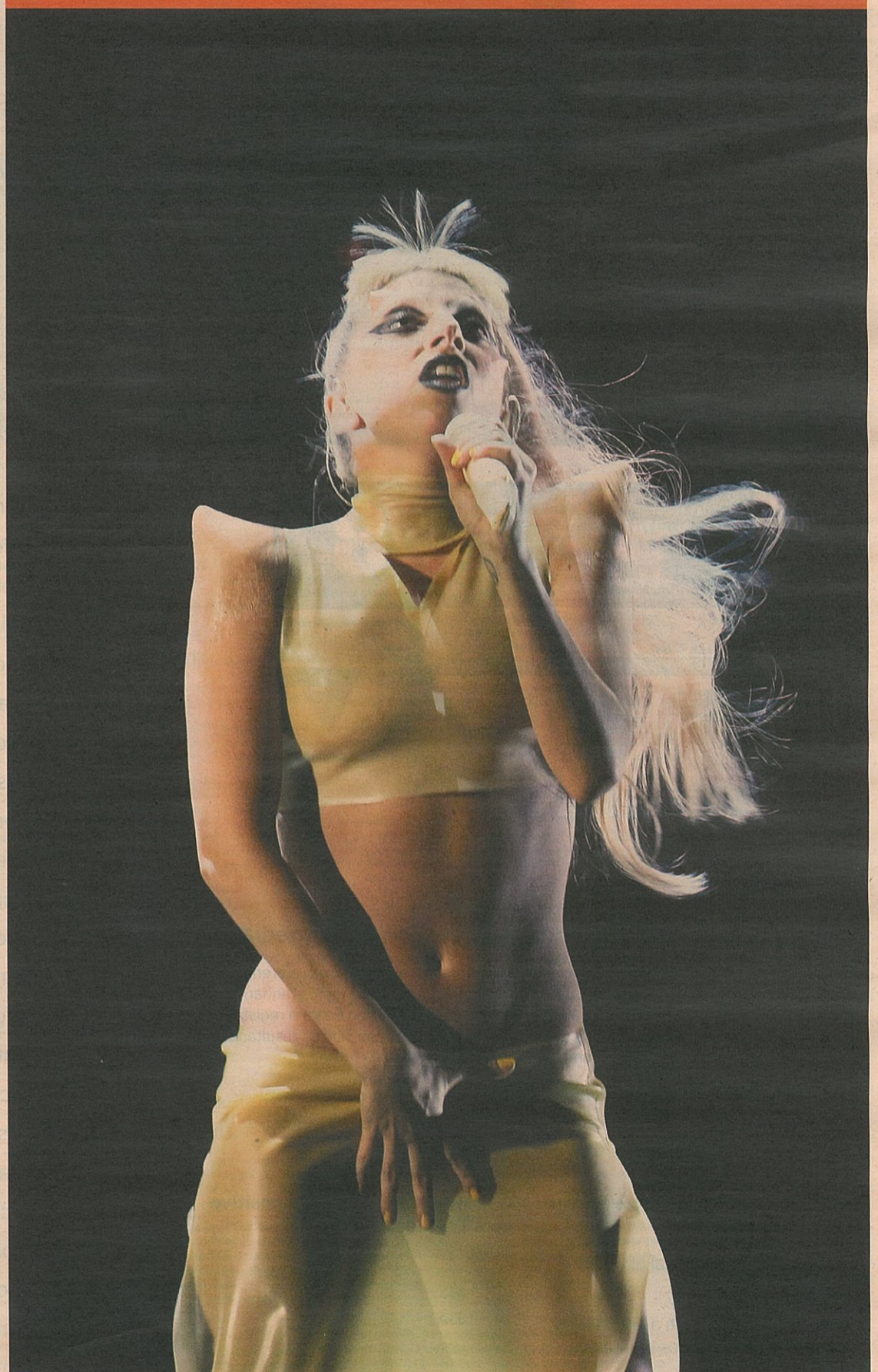
A campanha tem início gradualmente a partir do próximo dia 16 e torna-se mais intensiva a 23 de Maio. ■



**CAMPANHA NO METRO**

Este ano a campanha, criada 'pro bono' pela My Brand vai estar disponível na televisão, rádio, imprensa e no Metro de Lisboa.

**LADY GAGA PROMOVE NOVO DISCO NUMA EDIÇÃO ESPECIAL DO FARMVILLE**



Lucy Nicholson / Reuters??

A cantora pop Lady Gaga vai promover o seu novo disco numa versão especial do FarmVille (jogo disponível para usuários do Facebook). O resultado é uma quinta com habitantes especiais e um jogo que permite aos fãs conhecerem em antecipação os temas do disco Born This Way, com data de lançamento marcada para 23 de Maio. Com esta acção Lady Gaga volta tirar partido dos meios digitais.