

Almoço no Hotel D. Pedro

# Reunião CE

Foram seis os conselheiros que reuniram no Restaurante Il Gattopardos, no Hotel D. Pedro, Álvaro Mendonça (Gálgia), Fernando Neves de Almeida (Boydell), Miguel Magalhães Duarte (Milliam/ben), Fernando Oliveira (Manoicentat), Hugo Correia Pires (Múltipublicações) e Rui Riça Pereira (Ifo).

No almoço falou-se da festa de Marketeer, que se realizará na semana seguinte, e sobre a próxima Conferência da revista, que, segundo os conselheiros, faz sentido que conclua-se ser realizada na fundação Oriente. A estrutura também se deverá manter com duas apresentações, seguidas de almoço sentado.



## Produto/Serviço do mês

### Propostas da redacção à votação do CE

- Blaving (rede social de voz)
- Häagen-Dazs Secret Sensations
- Sunlover



### Vencedor

Marca: Sunlover  
 Produto/serviço: Sunlover

É uma bebida inovadora desenvolvida no contexto da nutricosmética. Sunlover, com zero calorias, foi desenvolvida em Portugal e apresenta uma fórmula que promete “resultados nunca antes vistos numa bebida”. Nem mais que: a “obtenção de um bronzado mais rápido, mais uniforme, mais saudável, e uma pele mais vitaminada e hidratada”.

Segundo alguns especialistas envolvidos na criação desta fórmula, «o consumo regular de Sunlover apoia o processo natural de bronzeamento, reduzindo o envelhecimento cronológico e precoce da pele, protegendo-a do stress oxidativo resultante da acção radical dos raios solares e da poluição atmosférica».

Uma inovação portuguesa que em breve poderá chegar a outros mercados, em particular Brasil, e que finalmente foi apresentada após dois anos de investigação e desenvolvimento (e perto de dois milhões de euros de investimento).

Para já, apenas à venda no canal horeca com um preço recomendado de 1,90 euros. Em breve, o responsável da marca, Artur Tavares, quer que Sunlover marque presença em vários bares de praia de todo o País, bem como em alguns cafés, restaurantes, discotecas, hotéis e SPAs de referência. Ao longo do Verão, serão várias as sunset parties organizadas, que ajudarão a comunicar o novo produto, que é também sinónimo de nova categoria no mercado de bebidas.

A distribuição é assegurada pela Solbel e o trabalho de branding foi desenvolvido pela My Brand.

## Campagna de TV

- Portugal: 100% com a marca Solbel
- Continentes: Mega Pic Nic
- Licor: Beirão-Futro
- Meo: Fora da Box
- Simul: Original
- Vodafone: Internet Sempre Contigo



### Vencedor

Marca: Simul  
 Campanha: Original

Depois de, em 2010, ter pedido aos portugueses para conservar a sua originalidade, a Simul lança agora o desafio de colocar em prática o conceito “Mantem-te Original”. Foi nesse sentido que avançou em televisão, cinema, web e exterior (simples e outdoor) uma nova campanha da marca que se dirige ao consumidor de forma assertiva, procurando incentivá-lo a praticar «a coragem, do desprate, do despropósito e do que faz de nós originais», afirma a Simul em comunicado.

Lançando o reperto as práticas do “raro”, da “invenção”, do “erro” e do “não me interessa o que pensam de mim”, estão presentes em televisão quatro spots diferentes, com duas versões de 10, 15 e 20 e outra de 20 segundos. Nelas, podem encontrar-se uma rapariga a treinar boxe com garra e atitude, um rapaz que cai de skate, jogadores de raquetes com bolas de fogo e um casal apaixonado com insónia.

A iniciativa, que inclui já a nova imagem da marca, inspirou um investimento de 70% do orçamento anual dedicado à comunicação above the line, que abrange também a activação junto do consumidor.