

Propaganda

21.08 | 15:00 ☺ **Isabela lança campanha publicitária inovadora no Rio Grande do Sul**



AMPLIAR

A Isabela, tradicional marca de massas e biscoitos da região Sul, lança uma campanha publicitária inédita no mercado intitulada 'Pule Para a Melhor Parte Vá Direto no Recheio'. A ação será voltada para jovens e reforçará a linha de biscoitos recheados da marca. A campanha será dividida em mídia básica e mídia integrada. A primeira contará com dois vídeos sobre a linha de biscoitos recheados na TV aberta e paga, spot em rádio, mídia impressa, outdoor e banner em sites.

Os jovens participarão ativamente da campanha integrada, já que a Isabela realizará blitz em universidades e ações em escolas. Os jovens envolvidos poderão ter seus depoimentos veiculados na MTV, Rádio Atlântida, além de ganharem ingressos para sessão de cinema e ligação sem custo entre outros participantes. Todas essas mídias serão integradas e convergirão para o hot site www.vadiretonorecheio.com.br

O objetivo da campanha é mostrar que mesmo com 50 anos de existência e tradição, a Isabela continua atual, já que acompanha as novas gerações com produtos inovadores e de qualidade.

Ação em escolas

A Isabela realizará uma ação em escolas e contará com a intermediação do comunicador Marcos Piangers. Serão montados palcos nos colégios e toda a ação será gravada. A intenção é que os jovens possam 'soltar o verbo' e dizer o que é "pular para a melhor parte."

Os jovens que 'soltarem o verbo' de forma mais criativa poderão ter seus depoimentos veiculados na rádio Atlântida, com intervenções da Flávia Murr e na MTV, além de serem inseridos no hot site. As melhores declarações serão escolhidas pelo comunicador e pela plateia e darão direito a um par de ingressos para uma sessão de cinema e biscoitos da marca. A Isabela ainda tirará fotos dos jovens durante a ação, e as exibirá no hot site da campanha.

Durante a ação serão colocados em uma bancada os biscoitos Tortinhas, DUE e Mousse. Os jovens participarão de uma brincadeira chamada "Teste Cego" - após a degustação, aqueles que acertarem o tipo do biscoito ganharão produtos da marca.

Blitz em universidades

Para os universitários, a Isabela distribuirá porta copos com a imagem de Tortinhas, que trazem no verso um convite para acessar o hot site e postar a opinião sobre o que é Pular para a Melhor Parte.

Rádio

Além da veiculação dos depoimentos dos jovens, a Rádio Atlântida veiculará um programa exclusivo chamado 94 minutos de música Isabela, durante o qual os jovens poderão pedir suas músicas prediletas de segunda a sábado, das 15h às 16h34, e acompanhá-las na programação.

Ligação Simultânea e Internet

Durante toda a promoção, os jovens poderão se cadastrar em banners veiculados no site www.clicrbs.com.br e ganharão uma ligação de um minuto para outro participante da ação da Isabela. O sistema selecionará esses participantes que receberão uma ligação ao mesmo tempo – ao atender, eles ouvirão uma mensagem descontraída do comunicador Marcos Piangers, que colocará os jovens para conversar sem custos.

Para a gerente de produto da Isabela, Ana Paula Okazaki, a proposta da comunicação é falar a linguagem do público jovem. "Resolvemos levar a campanha para TV aberta e paga, rádio, internet e MSN, mídia impressa e móvel, pois será uma oportunidade de estar em todos os meios de comunicação a que os jovens têm acesso, já que esse público gosta de sensações intensas e novidades. Além disso, esta geração prefere participar ativamente das ações, por isso a Isabela enxergou a integração de mídias como uma oportunidade de reforçar

sua linha de biscoitos recheados”, detalha.

Televisão

Os filmes serão apresentados a partir de agosto nas emissoras Globo, MTV, Multishow e GNT. A Isabela optou pelos canais de TV aberta e paga, pois representam rápido alcance, além de serem meios de alto consumo, que fazem parte da vida e rotina dos jovens e mães desse público.

A QG, agência responsável por toda campanha, criou dois vídeos em formato inusitado que apresentam uma sequência de animações de fotos, denominada stop motion. A intenção da Isabela na escolha dessa técnica de animação é usar a mesma linguagem dos jovens, que já estão acostumados com esses tipos de filmes na web. Os vídeos contam as histórias de uma arquiteta e um guitarrista desde o sonho, passando pela difícil realidade, até a concretização da carreira. Daí o mote da campanha 'Pule Para a Melhor Parte Vá Direto no Recheio'.

Ficha Técnica

Título: Pule pra Melhor Parte

Agência: QG Sul Propaganda

Cliente: Isabela

Produto: Tortinhas, Mousses e Due

Duração: 30 segundos

Direção de Criação: Telmo Lanes

Criação: Rodrigo Branco/André Jardim

Atendimento: Ricardo Rimbau/ Mara Bussolin

RTV: Adriana Cardoso/ Andrea Paiva

Produtora/Filme: Teddy Bear Finish

Direção/Filme: Lilian Lírio

Direção/ Fotografia: Cláudio Francisco Meneguetti

Pós Produção: Teddy Bear Finish

Produtora/ Som: Loop Reclame

Aprovação/ Cliente: Ana Paula Okazaki/ Tatiana Vidal