

## BRIEFING

■ **BH SHOPPING**

O Dia dos Pais vem aí. Para estimular uma das melhores datas do ano para o comércio, a Tom Comunicação criou para o BH Shopping uma campanha que homenageia todos os estilos dos pais. O foco é homenagear o pai com perfil que reúne todas as características ao mesmo tempo. O diretor de arte da Tom, Diego Franco, destaca que as peças criadas trazem exatamente esta mensagem: um pai em diferentes momentos e estilos. E para estimular os clientes, o BH Shopping oferece sorteio de um Jeep Wrangler.

■ **RC COMUNICAÇÃO**

A terceira edição do Atualize-me, plataforma de conteúdo da RC Comunicação e da Trend Boutique, apresenta como tema "Alimentação saudável". O tema propõe discutir questões relacionadas com alimentação e saúde e bem-estar. A agência ouviu 100 homens e mulheres residentes na Região Metropolitana de BH, com idades entre 18 e 75 anos. Ainda dentro da metodologia de pesquisa, dois lounges de discussão, com quatro participantes cada, foram realizados a fim de aprofundar questões centrais levantadas na fase quantitativa.

■ **PONTO MIX**

Terminou hoje mais uma edição da campanha de liquidação da rede BSMALLS. No Shopping Del Rey, o Liquid Point Mix trará ofertas que podem chegar a até 70% de desconto nos segmentos de vestuário masculino, feminino e infantil, calçados, papeleria, decoração, casa, acessórios, brinquedos, relojoaria, joias e perfumaria. Em todo o Brasil, a campanha reunirá 39 shoppings conforme seus próprios cronogramas. As lojas participantes do Liquid Point Mix estão identificadas com cartazes da campanha em suas vitrines, além de decoração especial para atrair o consumidor.

■ **22 GRAUS**

Mesmo com o mercado cheio de dúvidas pelas circunstâncias econômicas do país, a agência 22 Graus comemora um primeiro semestre muito movimentado e prevê muito trabalho para o restante do ano. Especializada em comunicação e marketing, a agência reforçou sua carteira com os seguintes clientes: Cemig, Rede Mater Dei de Saúde, Grupo Accor, Criativa Persianas, CSul, PDV Brasil, Ponto 618, Dotz, Precon, Chef Peninha Meat Summit, Hotel Saint Louis, Fab e Chocolate Lugano.

■ **CASASANTO REFORÇADA**

Quem disse que em time que está ganhando não se mexe? A máxima não se aplica à agência Casasantto. Apesar dos bons resultados, o diretor da empresa, Robson Casasantto, anuncia as mudanças nos principais setores da agência: a frente do planejamento estratégico está Júlia Prazeres; no departamento de produção, Marden Diniz e nas plataformas digitais, Marcus Ferraz é o novo sócio e diretor de negócios da Web.

■ **CASAS BAHIA SOLIDÁRIA**

Como o inverno e as férias escolares desestimulam as doações de sangue, com queda de até 30%, a Casas Bahia desenvolveu campanha institucional online para incentivar as doações neste período. Com destaque para o cenário superherói, acompanhada de uma trilha sonora emocionante, o vídeo criado pela agência YeR traz Fabiano Augusto, garoto propaganda oficial da Casas Bahia, apresentando no estilo de comunicação da rede os índices de queda dos bancos de sangue dos hemocentros. A campanha teve lançamento nesta semana.

■ **NEGÓCIOS**

A nova edição da plataforma apresenta ainda exemplos de negócios saudáveis e tendências para o segmento. A plataforma de conteúdo é uma iniciativa da RC Comunicação, em parceria com a Trend Boutique. A proposta é que, mensalmente, sejam disponibilizados estudos exclusivos, construídos a partir de desk research, estudos de comportamento do consumidor, pesquisas e mapeamento de tendências, sobre os mais diversos segmentos e temas. Para ler o estudo na íntegra, basta acessar [www.atualize.me](http://www.atualize.me).

■ **NEW360**

Para mostrar aos jovens que é possível empreender em qualquer âmbito da vida, a New360 desenvolveu campanha de processo seletivo da Escola de Formação Gerencial (EFG) do Sebrae Minas. O conceito é que "empreender é muito mais do que abrir um negócio". A campanha, esclarece Gustavo Leite, diretor de criação da agência, tem como objetivo mostrar aos jovens que é possível ter uma atitude empreendedora em qualquer âmbito da vida, independente do caminho profissional que ele seguir.

■ **FASES**

A campanha é dividida em duas fases: na atual, o foco será a divulgação da história e dos diferenciais da escola, com o objetivo de fortalecer a marca entre os públicos estratégicos. Na segunda fase, o foco estará na divulgação do processo seletivo, que fica no ar até 18 de agosto, prazo final de inscrições para o processo seletivo.

■ **METROPOLITAN SHOPPING**

Em sua campanha de férias, o Metropolitan Shopping Betim recebe os atores infantis Mill e Mosca, de *Chiquititas*, e Cirilo, de *Carrusel*. Eles vão interagir com os frequentadores do mall neste domingo e apresentar músicas que embalam suas aventuras e romances nas novelas infantis de mais sucesso no país. A atração de hoje será o ingênuo Cirilo, na novela *Carrusel*, que estará presente das 16h às 18h, no centro de compras para se apresentar e interagir com a criança. Eletro revelação do ano no Troféu Imprensa de 2012, o ator estará nos telões do cinema com o filme *Carrusel*, que estreia ainda neste mês.

■ **NOVIDADE**

A agência de publicidade Osca Design assina a campanha de lançamento Laby Tattoo, produto que atua na prevenção do desbotamento das cores de tatuagens e que chega através da indústria mineira Brawi. A agência cuida da produção do material gráfico e criação de lats personalizadas que acompanham os press kits. Já a Avivore de Comunicação fica responsável pela divulgação para a imprensa e formadores de opinião.

■ **ESTRATÉGIA**

A estratégia de lançamento prevê ativações on-line com dois focos: pontos de venda e estúdios de tatuagens. Para atingir os tatuadores, a Brawi mapeou o público e tem feito ativações via Portais de Tatuagens, e-mail marketing e por meio de representantes. Já os pontos de venda, além de receber os tradicionais displays de divulgação, receberam promotoras que farão a distribuição de amostras grátis.

■ **CLARO**

A Claro, uma das maiores operadoras de telefonia e internet do Brasil, iniciou neste mês um novo modelo de negócio em Minas Gerais. Em parceria com a Feira Shop, o novo sistema visa implantar lojas em formato compacto em suas unidades, que oferecem grande fluxo de pessoas e visibilidade para a marca. As primeiras unidades serão instaladas no Barreiro e Eldorado. Em contrapartida, a Feira Shop pretende atrair ainda este ano outras grandes redes do varejo nacional, sejam franquias ou não.

■ **SINEP/MG COMPLETA 68 ANOS**

O Sindicato das Escolas Particulares de Minas Gerais comemora 68 anos de sindicalismo educacional. Criado como entidade representativa dos estabelecimentos de ensino do estado, o Sinep/MG hoje é referência em periódicos e cursos de educação, de assistência jurídica e mantém uma relação bastante próxima e solutar com o poder público.