

Taterka cria primeira campanha para Natura

Divulgação



Ideia é mostrar mulheres que não escondem a verdade

por Maria Fernanda Malozzi

A Taterka lança a primeira campanha criada inteiramente pela agência para a Natura, conta conquistada no início do ano. A ação divulga o creme anti-sinais Chronos, um dos produtos carros-chefe da fabricante de artigos de beleza.

Atualmente, a conta da Natura é dividida entre a Taterka e a Peralta Strawberry Frog que cuidam, respectivamente, dos produtos e da empresa na América Latina, e da linha "Mãe e Bebê". A LewLara/TBWA, após seis anos com a conta, está saindo aos poucos.

A campanha começou a ser veiculada no último domingo em TV aberta e paga (filmes de 30, dez e sete segundos), além de ter peças em jornais, 23 revistas com anúncio de página dupla, hot site, banners em portais de internet e no MSN.

A campanha tem Marcelo Lucato e Dorian Taterka na direção de criação; Marcelo Lucato, Rodrigo Vezzà, Daniel Mattos e Guilherme Kramer na criação; fotografia de Willy Biondani e Fernanda Tricoli; e produção gráfica de Rogério Gonçalves.

Sob o conceito "É 100% verdade", a Taterka aborda a necessidade de se estabelecer uma busca pela verdade dentro da corrida sem limites pela beleza. "Encomendamos uma pesquisa para a Qualibest com 600 mulheres de todo o Brasil e de diferentes níveis sociais em busca de inspirações que revelam as características da nova linha Chronos", explica Eduardo Simon, diretor de atendimento da agência.

Após a pesquisa, a Taterka foi às ruas fazer o casting para a campanha. "Escolhemos mulheres comuns e de bem com a sua idade, que cuidam da beleza, mas sem esconder a verdade", diz Simon.

As cenas foram inspiradas em situações reais, que aproxima-

ram os comerciais à linguagem de um documentário. O roteiro foi baseado na pesquisa e revela: é verdade que 97% das mulheres querem realização profissional, mas não conseguem ficar longe dos filhos; também é verdade que 74% das mulheres nunca têm tempo, mas conseguem tempo para tudo; e, finalmente, é 100% verdade que as mulheres não acreditam na fórmula da juventude, mas querem ser bonitas sempre.

De acordo com Eduardo Costa, diretor de comunicação e marketing da Natura, a campanha do produto Chronos durará até o fim do ano, sendo que agora e no segundo semestre, quando outro produto da linha será lançado, a inserção na mídia será mais forte. "Queremos fazer uma comunicação permanente do Chronos, já que se trata de uma das marcas mais fortes da Natura", diz Costa, que também adianta que novas campanhas da Peralta Strawberry Frog e da Taterka serão lançadas no próximo trimestre.