

Brasileiros são os primeiros a falar sobre promoção e design nos seminários de Cannes

Felipe Cirelli

Pela primeira vez na história do Festival de Cannes, o marketing promocional ganha um workshop no Palais des Festival. E não só isso; o workshop será comandado por brasileiros, por meio da Ampro (Associação de Marketing Promocional), que organizará palestras sob o título "Giving is taking", traduzido para o português como "É dando que se recebe". O workshop acontecerá na abertura do festival, no dia 15 de junho, próximo domingo, das 14:00 às 15:30.

Alexis Pagliarini, vice-presidente da Ampro e da Impact, comandará as apresentações. Participarão também das palestras Luciana Feres, marketing execution director da Coca-Cola Brasil; Sonia Bittar, diretora da Ipsos Brazil (shopper & retail division); e a professora da ESPM Marina Pechlivanis, Mestre em Comunicação e Consumo, sócia da Umbigo do Mundo e componente do Comitê de Produtos Promocionais da Ampro.

Pagliarini dará uma visão geral do marketing promocional enfatizando sua multiplicidade de ferramentas e o crescimento da sua importância no mundo inteiro. Pechlivanis falará da força histórica do brinde, numa visão sociológica de sua capacidade de envolver e motivar pessoas das mais diferentes culturas. Bittar apresentará ferramentas e demonstração do uso de pesquisas e técnicas que contribuem para o desenvolvimento de ações mercadológicas fundamentadas no "gifting". Feres, fechando o workshop, apresentará alguns dos inúmeros cases de Coca-Cola, baseados em mecânicas de premiação e brindes.

Todos os palestrantes terão como objetivo focar a força do brinde ou prêmio como ferramenta para diferenciar produtos, atrair consumidores e conquistar a chamada "fidelização". Essas atividades que deram origem a um novo termo dentro do marketing promocional: o "gifting". Concursos, sorteios, brindes, programas de incentivo, member-get-member, programas de milhagem, cupons e uma infinidade de mecânicas fazem parte desse universo.

Em 2007, Pagliarini fez a cobertura do festival com ênfase na área de Promo. Na ocasião, ao perceber a ausência de conteúdo relacionado ao marketing promocional nos workshops e seminários do evento, o vice da Ampro reivindicou um espaço para a área diretamente ao CEO do Festival, Terry Savage, que concedeu o espaço neste ano.

O Brasil também estará representado no festival pela New Content e pela Mixer, que farão palestras no evento. Giovanni Rivetti e Roberto Feres, diretores da New Content, irão abordar o case desenvolvido para a TAM, no próximo domingo, 15 de junho, das 11:30 às 13:00. No ano passado, a agência também participou do festival, no lançamento do Content Showcase, em que diversas agências apresentaram casos de sucesso que envolviam conteúdo.

Pela Mixer, João Daniel Tikhomirof, presidente da produtora, falará sobre as novas ferramentas do marketing, sob o tema "Content and brands. Where is the key?", ou, em português, "Conteúdo e marcas. Qual é a chave?", na sexta-feira, 20 de junho, das 11:30 às 13:00.

Também na sexta, das 9:30 às 11:00, a Tátil Design – cujo sócio e diretor de criação Fred Gelli é também um dos jurados da estreade Design Lions – será a única do segmento a realizar um workshop durante o festival. O tema "Designing naturally" consistirá em uma forma inteligente de fazer design, com baixo impacto ambiental e alto impacto sensorial. O objetivo do workshop é debater a importância estratégica do design, encarando-o como ferramenta transformadora e estratégica para garantir uma conexão sustentável entre pessoas e marcas.

“Ano passado fui jurado na categoria Packaging Design do D&AD Global Awards, uns dos prêmios mais tradicionais e conceituados do mercado internacional de design e comunicação. Para minha surpresa, no meio da pré-seleção dos projetos que passariam para a fase seguinte, percebi que estavam sendo selecionadas muitas dessas soluções equivocadas, como a inútil e cara embalagem de acrílico do iPod. Lá não passou. E no Cannes Lions vou trabalhar para que a sustentabilidade seja também critério eliminatório”, defende.

Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com>>. Acesso em 13 jun. 2008

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.