

Gol e Varig partem para ações on board

A Gol Linhas Aéreas Inteligentes, controladora das marcas Gol e Varig, criou o Mídia On Board, um projeto baseado na utilização das aeronaves do grupo para ações integradas e personalizadas de comunicação. As opções de anúncio incluem aplicação de imagem em copos e guardanapos de serviço de bordo e em encostos de cabeça, distribuição de folhetos, speeches dos comissários de bordo e adesivos na parte externa das aeronaves, dentre outros.

Para otimizar a comunicação, o grupo lançará um site (www.

midiaonboardgol.com.br) que trará todas as opções de divulgação de produtos ou marcas durante os vôos da companhia. A nova página apresentará todas as opções de mídia disponíveis e um ambiente de simulação, para que os clientes visualizem sua logomarca a bordo.

Usar o tempo no avião para atingir possíveis consumidores foi tema de um dos mais concorridos workshops do festival de Cannes, apresentado pela New Content, agência brasileira integrante do Grupo Newcomm que desenvolve

o trabalho de mídia on board para a TAM. Segundo o diretor geral Giovanni Rivetti, globalmente o setor de publicidade de bordo fatura US\$ 1 bilhão e tem um enorme potencial de crescimento, pois, nos Estados Unidos, enquanto 2,2 milhões de marcas anunciam em TV aberta, apenas 1,5 mil anunciam na mídia de bordo. Pesquisas realizadas com passageiros apontam que 98% deles são impactados pela mídia de bordo e 71% declararam prestar mais atenção aos conteúdos internos das aeronaves do que na mídia tradicional.

CONCURSO

No dia 27 de agosto, durante o evento de lançamento do projeto, a Gol anunciará um concurso cultural para estimular profissionais de agências de publicidade e jovens talentos a criarem peças publicitárias utilizando espaços de divulgação nas aeronaves da Gol. Os participantes do Prêmio de Criação Mídia on Board Gol irão concorrer a um pacote de viagem com direito a acompanhante para Fernando de Noronha (PE), além de passagens, diplomas e troféus.

ANDRÉA CIAFFONE