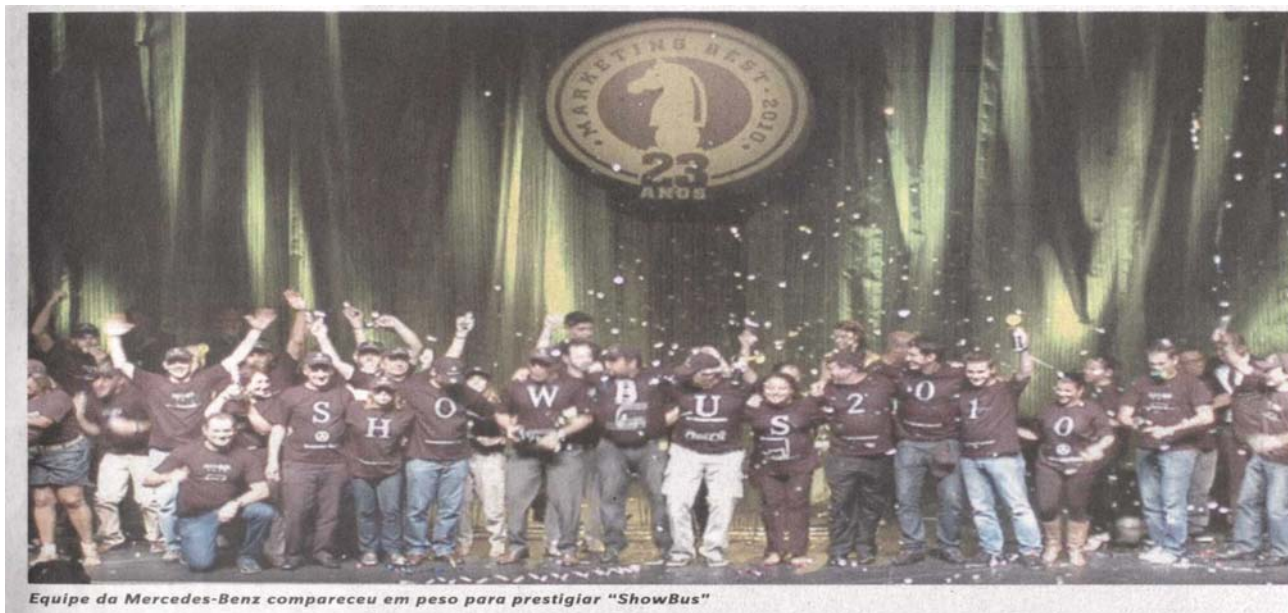


## Marcas ressaltam importância de troféu



A premiação de 2010 do Marketing Best levou ao palco do HSBC, na última quinta-feira (2), em São Paulo, dezenas de executivos das principais empresas do País, acompanhados por suas equipes, que garantiram a alegria e o agito do evento.

Algumas empresas já são veteranas no prêmio, como a Ultraqaz, que leva o "Cavalo" há 14 anos consecutivos. "Já se tornou questão de honra estabelecer um case relevante. Ganhar o Marketing Best tem nos ajudado a fortalecer nossa marca ao longo desses anos. Este case é especial, voltado para a nossa revenda. Por isso, trouxemos à festa 226 revendedores, fora a nossa equipe interna", comentou Leandro Del Corona, diretor de mercado da Ultraqaz.

Para Flávio Pestana, diretor geral e ceo da Rede Bom Dia e Diário de S.Paulo, o prêmio é a "coroação" do trabalho da empresa. "Em dezembro de 2009, compramos o Diário, fizemos uma mega reformulação e relançamos em junho deste ano. Ficamos seis meses com consultores internacionais para fazer esta mudança".

A Imprensa Editorial levou um cantor repentista para animar a festa. "O Armando, a FGV e o Madia estão premiando o marketing brasileiro há anos e já formaram uma massa crítica. E se eles reconhecem [o case], é porque tem peso", afirmou Sinval de Itacarambi Leão, editor e diretor responsável da companhia.

O presidente da Jequití, Lásaro do Carmo Junior, celebra o ano. "É um reconhecimento para o nosso marketing, em uma empresa com quatro anos de vida".

Para Denise Nóbrega, gerente de negócios da Alphaville Urbanismo, trata-se de um prêmio consagrado no mercado. "Por essa razão é um privilégio recebê-lo".

Célia Minako Suzuki, gerente da unidade estratégica wellness da Nestlé, fala sobre o retorno para a marca. "Com esse projeto, que busca auxiliar o consumidor na busca pelo bem-estar, já ganhamos quatro prêmios. Isso reforça o que está no DNA da marca".

Já Dario Zanatta, especialista de marketing da Sadia Food Service, disse que o prêmio contribui ainda na competição de mercado. "É uma conquista que nos aproxima ainda mais dos nossos consumidores".

Já o supervisor de marketing e comunicação da Mercedes-Benz justificou a vitória do case. "Isso é a consolidação de um trabalho bem feito. O ShowBus é uma referência no segmento e essa premiação consolida o projeto".

Outro executivo que não deixou se ressaltar o motivo de sua empresa receber o "Cavalo" do Marketing Best é Nuno Cadima, diretor de segmento de pessoa física da Vivo. "A Vivo teve um forte crescimento em banda larga neste ano", declarou.

Fotos: Alê Oliveira/Marçal Neto



**MasterCard venceu pelo case "Programa Surpreenda"**



**Equipe da Globo se destacou com case AutoEsporte**



**Denise Nobrega representa Alphaville Urbanismo**



Madia entrega prêmio para Rosana Ribeiro, da Borghier/Lowe



Brasilcap ganhou com case Promocap



Caixa leva dois troféus para casa



Nestlé foi destaque com o já premiado case "Reality Show Mudar Faz Bem"



Equipe se caracterizou de chef para ressaltar trabalho da Sadia

Fonte: Propmark, São Paulo, 6 dez. 2010, p. 21.

A utilização deste artigo é livre