

Malwee volta a destacar brasilidade



Seguindo a tendência de suas campanhas mais recentes, a Malwee continua investindo em uma pegada mais fashion para consolidar seu conceito de brasilidade. Depois de trabalhar com os fotógrafos Jacques Dequequer e Daniel Zylberstajn, a marca desta vez foi buscar no talento do clique de Zee Nunes a melhor expressão da sua contemporaneidade tropical, característica pioneira que vem marcando o estilo de suas coleções.

Além de reforçar o conceito de brasilidade, que direciona o desenvolvimento de produto e a comunicação da Malwee, a nova campanha da marca, segundo Joe Gieseler, gestor de desenvolvimento de produtos da Malwee, tem como ingrediente principal a modernidade. "Casting badalado, produção antenada com as tendências mundiais e um irresistível tempero alegre e colorido mostram exatamente o que a Malwee é: uma marca brasileira que valoriza a cultura do nosso País, que evolui constantemente para produzir com qualidade coleções cada dia mais modernas", disse Gieseler.

A campanha, desenvolvida pela CMC, de Jaraguá do Sul, teve direção de arte de José Alexandre Faria, redação de Phelipe Cerdeira, sob direção de criação de Stalimir Vieira.

Para Stalimir, está sendo uma experiência "fantástica participar criativamente deste momento da marca, além de ser muito estimulante perceber que as características do nosso País, hoje como nunca, estão contribuindo decisivamente na construção de valor para as marcas".

A campanha começou a ser veiculada no último final de semana em páginas sequenciais nas revistas Caras, Quem e Contigo. Depois, segue ainda nas páginas de Marie Claire, Elle, Gloss, Claudia e Lola.

Fonte: Propmark, São Paulo, 22 ago. 2011. p. 46.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.