Marca investe 7o% do budget na campanha "Festa à fantasia", da BorqhiErh/Lowe, para barbeadores da linha Comfort 3

BIC aposta no homem "bem feito"

Cenas da campanha de "Festa à fantasia", criada pela BorghiErh/Lowe, reforça o conceito "homem bem feito", que já vem sendo trabalhado desde 2009

Começa a ser veicula nesta segunda-feira (24), a nova campanha de BIC para os barbeadores da linha BIC Comfort 3, sob o mote "Não importa o estilo. Homem bem feito tem sempre a barba bem feita". Criado pela BorghiErh/Lowe, o filme "Festa à fantasia" ressalta, de maneira bem-humorada, que para ter uma barba bem feita não é necessário ter o rosto completamente barbeado, o homem pode ter o tamanho de barba que escolher.

A primeira cena do comercial mostra uma mão de urso fazendo a barba. Na seqüência, aparece uma festa à fantasia, com várias pessoas se divertindo. Quando toca a campainha, uma mulher vestida de bailarina vai abrir a porta e recebe o homem fantasiado de urso da cena anterior. Ele possui barba bem grande, porém bem feita. Novamente, a campainha toca e, desta vez, o convidado é um homem vestido de pirata, com bigode e cavanhaque. Assim, o filme segue, mostrando as várias possibilidades. O próximo a chegar é um homem careca, vestido de cachorro quente, seguido por um metaleiro, com costeletas e bigode. A locução reforça: "Festa bem feita, barba bem feita. Não importa o estilo, homem bem feito tem sempre barba bem feita. Para o homem bem feito, barba bem feita". O filme termina quando o último convidado toca a campainha e aparece um homem vestido de caramujo, se desculpando pelo atraso.

Segundo Felipe Favoretto, gerente de produto da BIC, "o conceito "homem bem feito" já vem sendo trabalhado pelo anunciante desde 2009, mas agora a companhia decidiu explorar o tema de forma mais abrangente, destacando os homens que procuram pela melhor relação custo/benefício e optam por ter a barba de várias formas", explicou.

A BIC informou, sem revelar valores, que foram investidos cerca de 70% da verba de marketing da categoria de barbeadores nessa campanha.

O filme fica no ar até dezembro na TV aberta - Globo, Record, Rede TV! e SBT - e TV fechada -ESPN.

A categoria de barbeadores da BIC também vai patrocinar o "Agora é Tarde", da TV Bandeirantes. Será veiculada vinheta na abertura, nos breaks e no encerramento do programa.

Assinam a criação da ação Fernando Nobre, Pedro Corbett e Piu Afonseca. A direção de criação é de Nobre, sob o comando geral de José Henrique Borghi, Erh Ray e Nobre. A produtora é a Hungry Man.

Fonte: Propmark, São Paulo, 24 out. 2011, p. 13.