

HSBC lança nova campanha de Gestão de Patrimônio com criação da Grey Brasil



Nova campanha convida o consumidor a refletir sobre o real valor do dinheiro e o benefício que ele pode trazer.

O HSBC lançou nessa quinta (31) uma nova campanha, produzida pela primeira vez pela agência Grey Brasil. Este é o quinto filme da série para Gestão de Patrimônio do HSBC, que questiona qual é a importância do dinheiro na vida das pessoas. A campanha poderá ser vista na TV, em revistas, jornais, Internet e redes sociais.

Desta vez, o filme (que terá versões de 60" e 30" e vinheta de 5") retrata a história de um garoto de 8 anos, que reflete sobre as suas escolhas de vida, e finaliza com a mensagem "quanto antes você descobrir o que é importante na vida, melhor". Para o HSBC, a campanha traz abordagem diferenciada para o tema Gestão de Patrimônio, ao propor que quanto mais cedo você refletir e se planejar, mais aproveita o momento presente.

De acordo com Daniel Pérez Pallares, diretor de Criação da Grey, o grande desafio da primeira campanha criada pela agência para o HSBC foi acrescentar um olhar novo às reflexões sobre a real importância do dinheiro. "Falar sobre a importância de se dar conta, o mais cedo possível, do que realmente importa na vida nos pareceu bastante interessante. A vida passa rápido demais e quanto antes descobriremos o que realmente importa, melhor. Este é o convite que quisemos fazer às pessoas.", acrescenta.

Qual o real valor do dinheiro? – Lançada em outubro de 2012, a primeira fase da campanha do HSBC para Gestão de Patrimônio se destacou como um grande sucesso na internet com o vídeo "O que é dinheiro?", que ultrapassou a marca de dois milhões de visualizações no Youtube em poucas semanas. O segundo filme da série lançou o personagem de um pescador – já realizado na vida – que explica para um executivo o motivo de sua tranquilidade. Em um gesto com as mãos o pescador entrega um cartão de visita do "gestor de patrimônio" dele ao executivo e isso explica toda a situação.

Na terceira fase da campanha, crianças dividem a tela com idosos. Enquanto os mais jovens contam os seus sonhos, os mais velhos lamentam a falta de tempo e atenção para o que deveria ser prioridade na vida e o novo mote da campanha envolve, essencialmente isso – que o dinheiro não deve ser a prioridade. Já o quarto filme da série mostra que o dinheiro não sai da cabeça das pessoas, nem mesmo em situações limite e isso faz com que sejam deixados de lado os benefícios que ele pode trazer.

Todos os filmes juntos já alcançaram mais de 10 milhões de visualizações nas redes sociais.

A campanha será veiculada em TV fechada com filmes de 60" e 30", além de vinheta de 5" entre as programações e terá anúncios em revistas, jornais, internet, redes sociais e no canal oficial do HSBC no Youtube ([youtube.com/hsbcbrasil](https://www.youtube.com/hsbcbrasil)) e Facebook ([facebook.com/hsbcbrasil](https://www.facebook.com/hsbcbrasil)).

A produção é da Hungry Man.

FICHA TÉCNICA (TV)

Agência: Grey Brasil

Cliente: HSBC

Produto: Gestão de Patrimônio

Título: Menino

Duração: 60", 30", 5"

Direção de criação: Daniel Pérez Pallares

Criação: Lucas Heck e Marcos Piccinini

Atendimento: Renato Fischer, Marcel Cerdan, Alberto Damasceno

Planejamento: Sumara Osório, Carolina Longo

Mídia: Viviana Maurman, Sandra Mambre, Fabricio Nascimento, Bianca Magalhães, Danielle Perez, Rodrigo Dimas

RTVC: Moema Porro, Renata Ruas, Fabíola Camilo, Ian Inglez

Produtora: Hungry Man Brasil

Direção: James Gooding e Gualter Pupo

Managing Partner: Alex Mehedff

Produção executiva: Alex Mehedff e Rodrigo Castello

Atendimento produtora: Renata Dumont

Equipe de Produção: Hungry Man Brasil

Direção de fotografia: Fernando Young

Montador: Jair Peres

Pós-produção: ClanVFX e Hungry Man Brasil

Finalização: ClanVFX

Supervisor de Pós-Produção: Marcelo Barros

Produtora de som: A9 e Lua Nova

Trilha Sonora: A9 Áudio

Produtor (Trilha Sonora): Apollo 9 e Henrique Racz

Direção de Locução: Lua Nova

Sound Design: Som 3 (A9 Áudio)

Assinatura Musical: Lua Nova

Atendimento A9 Áudio: Roberto Faria

Atendimento Lua Nova: Larissa Storch

Aprovação cliente: Renata Petrovic, Bianca Jordão, Vanessa Rondino, Rachel Feldman e Camila Takemoto

Mês de produção: Outubro/2013

Fonte: Portal da Propaganda. [Portal]. Disponível em:

<<http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/component/content/article/16-capa/39105-hsbc-lanca-nova-campanha-de-gestao-de-patrimonio-com-criacao-da-grey-brasil>>. Acesso em: 1 nov. 2013.