

BOOST

TV CONTENT

#SOM#IMAGEM#EMOÇÃO
#CRIATIVIDADE

Uma área especializada em impulsionar as MARCAS no espaço televisivo. Assegurar a visibilidade para um produto ou serviço de uma forma espontânea e integrada.

BOOST
TV CONTENT

Portugal
tem fibra

PORTUGAL TEM FIBRA

"THE GIFT" LEVARAM O NOME DA SUA CIDADE ATÉ AOS 4 CANTOS DO MUNDO



NOME AÇÃO ▾

PORTUGAL TEM FIBRA

VODAFONE // WAVEMAKER

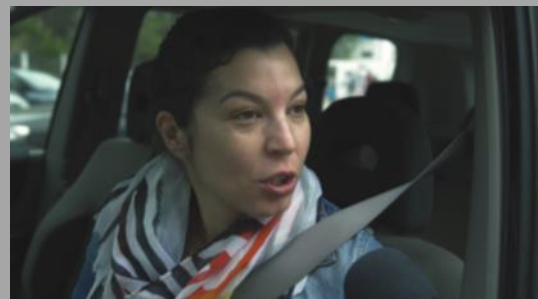
MARCA/CLIENTE E AGÊNCIA ▲

DESCRIÇÃO DA AÇÃO ▾

Com os programas, pretendeu-se reforçar a chegada da fibra da Vodafone a cada uma das localidades aproveitando as figuras da terra (cantores, atores, artistas, etc.), que, através das suas histórias, davam a conhecer a sua vida, as suas terras, sempre com o mote de serem pessoas com fibra, numa clara associação à chegada da fibra aquela localidade.

▶ PORTUGAL TEM FIBRA

▶ 2



NOME AÇÃO ▾

DOMESTOS NAS ESCOLAS

UNILEVER/DOMESTOS // REPRISE/INITIATIVE

MARCA/CLIENTE E AGÊNCIA ^

DESCRIÇÃO DA AÇÃO ▾

O projeto Domestos nas Escolas trouxe à praça pública os problemas nos WC das escolas. Num primeiro momento, lançámos diversos conteúdos editoriais nos sites, com o objetivo de sensibilizar as pessoas para o tema e o impacto que o mesmo pode ter na saúde das crianças. Num segundo momento, foi lançado o passatempo www.domestosnasescolas.pt, onde as escolas, pais e alunos, de todo o país, podiam participar. O primeiro prémio seria uma intervenção nas casas de banho da escola vencedora. Rubricas na CMTV, conversa com diretor da escola, representante da associação de pais, brand manager da marca sobre o projeto, os desafios e os problemas. Por último, na terceira fase, a intervenção na escola vencedora e apresentados os resultados finais



NOME AÇÃO ▾

AUCHAN

AUCHAN / MEDIACOM

MARCA/CLIENTE E AGÊNCIA ^

DESCRIÇÃO DA AÇÃO ▾

Nova imagem e posicionamento assente no novo claim “Bom, São e Local”

Na abertura das novas lojas de Alfragide, Porto e Faro, renovadas com a nova imagem e claim estivemos presente com a CMTV, onde decorreram uma serie de ações. O foco principal foi a loja de Alfragide, e aí entrevistamos a responsável de loja e o presidente da câmara, Isaltino Morais. Tivemos uma banda, com fanfara a percorrer a loja e foram feitas diversas entrevistas a clientes.

Gravamos também um spot que foi emitido na CMTV, como um falso direto, a anunciar a abertura de loja de Alfragide dando um enfoque à nova imagem e posicionamento da Auchan.