

15° MARKETING BEST

SUSTENTABILIDADE

COMUNICAÇÃO

EVENTOS

Marketing Best Sustentabilidade 2016 divulga comissão julgadora

Por REDAÇÃO

By REDAÇÃO

🕒 18 de abril de 2016

🗨️ 0

📄 Share

🐦 Tweet

💬 0

Em reunião realizada na última semana, os idealizadores do Prêmio Marketing Best Sustentabilidade, Editora Referência e MadiaMundoMarketing, elegeram a Comissão Julgadora que avaliará os cases inscritos na 15ª edição da maior premiação do gênero no País.

Presidida por Décio Clemente, presidente da Dclemente&Associados e comentarista de marketing da Rádio Jovem Pan, a Comissão Julgadora será composta por: Francisco Alberto Madia de Souza, presidente do MadiaMundoMarketing e da Academia Brasileira de Marketing — Abramark; Prof. Francisco Gracioso, conselheiro associado da ESPM e membro da Abramark; e Milton Mira de Assumpção Filho, presidente da Editora M.Books do Brasil e membro da Abramark.

Com 15 anos de reconhecimento e sucesso, o Prêmio Marketing Best Sustentabilidade já está consolidado como uma referência no contexto corporativo nacional, com o objetivo de estimular e disseminar os melhores exemplos de empresas, fundações, institutos e associações que atuam na promoção e demonstração prática de valores e princípios da sustentabilidade.

As inscrições podem ser feitas no site [www.marketingbest.com.br/sustentabilidade](http://www.marketingbest.com.br/sustentabilidade). Para conferir cases, vídeos e últimas novidades sobre o prêmio, acesse a página do Marketing Best Sustentabilidade no [Facebook](#), no [Twitter](#) e no [Instagram](#).

Realizado pelo MadiaMundoMarketing, o Prêmio Marketing Best Sustentabilidade 2016 é uma iniciativa da Editora Referência e MadiaMundoMarketing, com apoio da Academia Brasileira de Marketing (Abramark) e da agência Rae,MP.

Quer receber nossa newsletter? Preencha o formulário abaixo:

[contact-form-7 404 "Not Found"]

☐

COMUNICAÇÃO

EVENTOS

📄 Share

🐦 Tweet

💬 0

Wunderman cria “Terapia do Amor Incondicional” para o INATAA

← POST ANTERIOR

Mondelêz Brasil lança promoção com suas principais marcas

PRÓXIMO POST →

VOCÊ TAMBÉM PODE GOSTAR

FESTIVAL DE INVERNO RIO 2020

EVENTOS

Festival de Inverno Rio se reinventa e promove edição com transmissão online no Morro da Urca

🕒 28 de julho de 2020

🗨️ 0

Converse apoia festival Latinidades 2020 com atrações 100% online

EVENTOS

🕒 16 de julho de 2020

🗨️ 0

Ford

COTIDIANO

Ford promove a II Semana de Diversidade e Inclusão no Brasil

🕒 16 de julho de 2020

🗨️ 0

Com prosseguimento da pandemia, CCXP confirma edição online para dezembro de 2020

EVENTOS

🕒 16 de julho de 2020

🗨️ 0

inteligência

O único com M

QUEM SOMOS

CONTATO

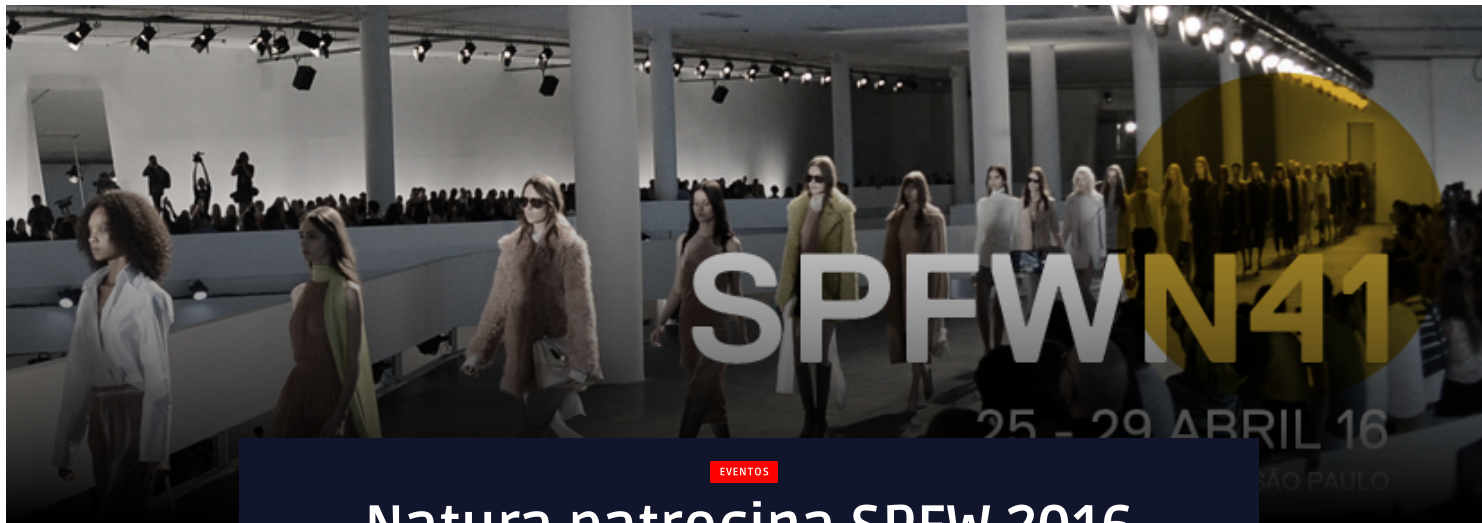
f

🐦

in

📷

YouTube



EVENTOS

# Natura patrocina SPFW 2016



Por REDAÇÃO By REDAÇÃO 25 de abril de 2016 0

f Share

t Tweet

0

*Marca terá espaço aberto ao público durante a semana de desfiles, com pocket shows, bate-papos sobre moda e beleza e ações da linha de maquiagem Aquarela (reprodução)*

Uma das principais semanas de moda do mundo, a **SPFW** – que ocorre entre os dias 25 e 29 de abril, no Pavilhão da Bienal de São Paulo – terá patrocínio da Natura. O apoio ao evento faz parte da estratégia de evolução do posicionamento da companhia, materializado na nova campanha institucional **#VivaSuaBelezaViva**, que celebra a beleza diversa e em movimento.

“A Natura enxerga a moda como expressão de individualidade e manifestação cultural, e o novo direcionamento da SPFW traz oportunidades para aprofundar o diálogo sobre essa beleza de que estamos falando”, afirma Denise Figueiredo, diretora de marca e consumidor da Natura.

Entre 2004 e 2009, a multinacional brasileira de cosméticos patrocinou a SPFW e esteve presente em outros eventos relacionados ao tema. Neste ano em que retorna à semana de moda, as ações da marca incluem experiências presenciais e digitais, com o intuito de promover o diálogo, a expressão, a identidade e a experimentação das novidades da maquiagem Aquarela com maquiadores profissionais.

Durante toda a semana de desfiles, a Natura terá uma “praça” de convivência dentro da Bienal, aberta a todo o público que circular pelo evento, sem necessidade de convites para desfiles. A praça Natura na SPFW vai contar com *pocket shows* diários de artistas patrocinados pelo programa Natura Musical e outros nomes de destaque na cena nacional.

O espaço também vai abrigar bate-papos sobre moda, beleza e comportamento, com a participação de influenciadores, artistas e personalidades que se identificam com o tema. “Acreditamos no potencial do evento para debater conceitos de moda e beleza cada vez mais fluidos, o que tem muita sinergia com esse momento da marca”, diz Denise.

Na praça, será possível assistir à transmissão ao vivo de todos os desfiles em TVs espalhados pelo local, experimentar os produtos da linha Natura Aquarela, que traz uma linha completa de maquiagem, com uma explosão de cores, efeitos e texturas, e vivenciar experiências digitais para



compartilhamento nas redes sociais. A Natura também estará presente num dos espaços mais concorridos da SPFW: o *backstage*, por onde circulam os maquiadores, modelos e estilistas.

Nos banheiros femininos da Bienal, também será possível ter contato com a marca e retocar o look com maquiadores e maquiagens de **Natura Aquarela**. Dentro da FFW Shop, a pop-store que funciona na Bienal durante a SPFW, haverá um espaço exclusivo para a venda de produtos da Natura que podem ser adquiridos na hora.

Quer receber nossa newsletter? Preencha o formulário abaixo:

[contact-form-7 404 "Not Found"]

#### EVENTOS

f Share

Twitter Tweet

0

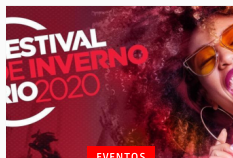


← POST ANTERIOR



PRÓXIMO POST →

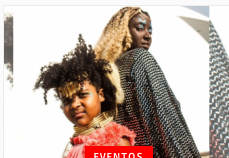
#### VOCÊ TAMBÉM PODE GOSTAR



EVENTOS

Festival de Inverno Rio se reinventa e promove edição com transmissão online no Morro da Urca

🕒 28 de julho de 2020 🗨 0



EVENTOS

Converse apoia festival Latinidades 2020 com atrações 100% online

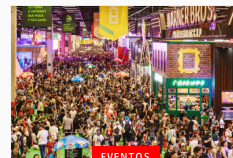
🕒 16 de julho de 2020 🗨 0



COTIDIANO

Ford promove a II Semana de Diversidade e Inclusão no Brasil

🕒 16 de julho de 2020 🗨 0



EVENTOS

Com prosseguimento da pandemia, CCXP confirma edição online para dezembro de 2020

🕒 16 de julho de 2020 🗨 0

inteligencia  
O único com M

QUEM SOMOS CONTATO



COMUNICAÇÃO MARKETING

# Skol Beats estreia campanha para o Tomorrowland 2016



Por REDAÇÃO By REDAÇÃO 5 de abril de 2016 0

f Share

t Tweet

0

Para promover a edição 2016 do Tomorrowland Brasil — festival de música eletrônica que acontece entre os dias 21 e 23 de abril, em Itu —, a Skol Beats, que patrocina o evento, apresenta uma campanha assinada pela agência Wieden + Kennedy São Paulo.

Sob o conceito “*Viva o inesperado*”, a comunicação busca conectar as duas marcas. Para o filme, rodado no Parque Maeda, que receberá o evento, foram convidados 300 figurantes que usaram fantasias produzidas pelo estilista Marcelo Sommer.

Por meio do comercial também haverá uma promoção que utiliza a tecnologia *annotation* do YouTube. Quem encontrar o *annotation* nos personagens do filme ganhará ingressos para o Tomorrowland. Serão 20 ingressos por dia, de 7 a 12 de abril.

“O Tomorrowland é considerado uma das experiências mais transformadoras do mundo da música eletrônica. Magia, fantasia e imprevisibilidade marcaram presença em todas as edições do festival, no mundo inteiro. Agora, acrescente Skol Beats. Pronto. Tudo é potencializado. A diversão, as memórias, o épico. E essa é a ideia da campanha. De que você pode até esperar o que vai ser o Tomorrowland Brasil, mas que você não tem a mínima ideia do que esperar de você com uma Skol Beats na mão durante o festival”, comentam Marco Martins e Otávio Schiavon, diretores de criação da W+K São Paulo.

[youtube id="hCqPcpmEbuw" align="center" mode="normal" autoplay="no" maxwidth="700" grow="yes"]

COMUNICAÇÃO MARKETING

f Share

t Tweet

0





#### VOCÊ TAMBÉM PODE GOSTAR



  
inteligencia  
O único com M

QUEM SOMOS CONTATO







TECNOLOGIA

TENDÊNCIA

# Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 terão recursos tecnológicos da Panasonic



Por **REDAÇÃO** By **REDAÇÃO** 18 de maio de 2016 0

f

Share

t

Tweet

0

Patrocinadora oficial na categoria de áudio e vídeo, empresa fornecerá quatro vezes mais projetores do que o utilizado em Londres para criar grandes shows de abertura e encerramento (divulgação)

Tecnologias de áudio e vídeo para encantar e para dar mais eficiência aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos. Essas são as duas diretrizes para a escolha dos produtos da Panasonic para a Rio 2016. Patrocinadora olímpica desde 1988, a empresa vai fornecer diversas soluções na categoria de áudio e vídeo para o grande evento. Serão da Panasonic todos os projetores que vão garantir o espetáculo da abertura e encerramento dos jogos. A grandiosidade já começa com os números: a Rio 2016 terá quatro vezes mais projetores do que Londres 2012.

Todas as imagens da abertura, encerramento e competições serão captadas por câmeras profissionais (*broadcast*) de alta definição da marca. A arbitragem também contará com uma ajuda extra da tecnologia áudio visual para apurar os resultados. "Neste ano, haverá integração de tecnologias. Câmeras de broadcast também fornecerão imagens que ajudarão os juízes durante as partidas, em tira-teimas", explica Michikazu Matsushita, presidente da Panasonic do Brasil.

Neste ano, as mesmas soluções usadas nos Jogos Olímpicos também serão utilizadas nos Paralímpicos. A empresa acaba de fechar o contrato de patrocínio para o evento, que acontecerá de 7 a 18 de setembro, fornecendo também equipamentos de áudio e vídeo.

O patrocínio aos atletas se mantém. Felipe França e Daniel Dias, ambos da natação, têm vaga garantida nos jogos Olímpicos e Paralímpicos, respectivamente. Maria Elisa e Juliana, jogadoras de vôlei de praia, também integram nosso time de atletas. Além disso, Mauricio Lima, ex-jogador de vôlei, será o embaixador da marca durante os Jogos.

Antes de começar os Jogos Olímpicos, fala-se muito sobre o revezamento da Tocha Olímpica. Neste ano, pela primeira vez, a Panasonic é Parceira Técnica do Revezamento da Tocha Rio 2016.

Outras ações ocorrerão na cidade durante a Rio 2016, como o envelopamento de trem do Metrô com a identidade da marca; projeção mapeada em hotéis; e campanha com dois filmes com os atletas patrocinados que voltarão ao ar durante os Jogos, com mídia que englobará TV paga, web e revistas.

Quer receber nossa newsletter? Preencha o formulário abaixo:

[contact-form-7 404 "Not Found"]

Posted in [TECNOLOGIA](#) [TENDÊNCIA](#)

f

Share

t

Tweet

0

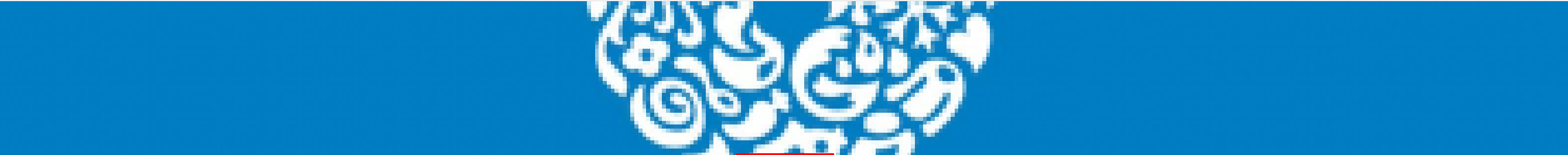


VOCÊ TAMBÉM PODE GOSTAR



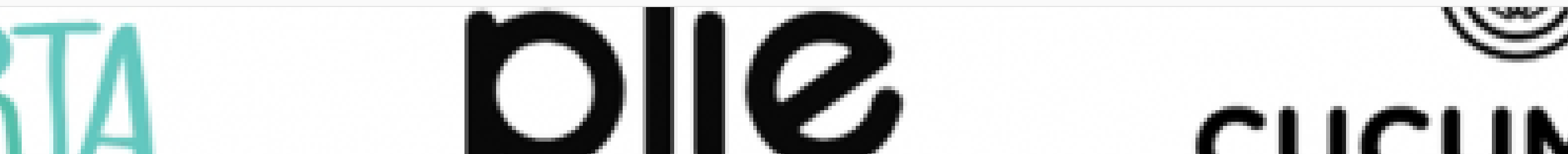
Ford usa "cães robôs" de quatro patas para escanear fábricas

30 de julho de 2020 0



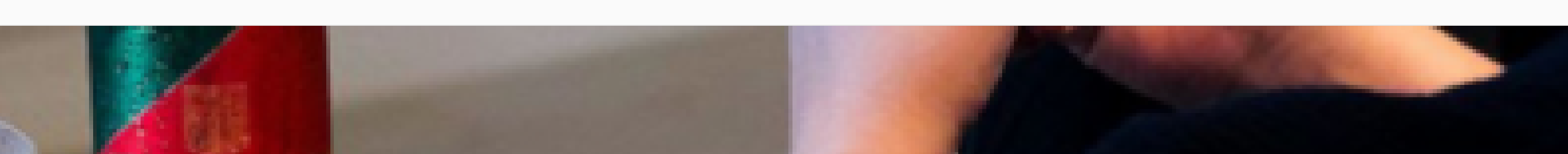
Unilever lança programa de estágio 100% virtual por mais diversidade e inclusão, e mira no desenvolvimento de talentos digitais

30 de julho de 2020 0



Cucumber Propaganda, Instituto Liberta e Plié Lingerie criam máscaras #NÃOSECALE para alertar sobre abuso e exploração sexual infantil

24 de julho de 2020 0



Zé Delivery e Polar promovem a primeira campanha de Delivery de Agasalho

21 de julho de 2020 0

X

INSCREVA-SE PARA RECEBER NOSSA E-NEWS

Seu nome (obrigatório)

Seu e-mail (obrigatório)

Enviar



