

MERCADO

Ambev embaralha nomes de marcas em ação sobre consumo consciente

Antraticica, Sokl, Bwedusier, Sltela Atrios, Bhamra, Cronoa Etrxa alertam sobre efeitos do álcool; criação é da SunsetDDB

Por propmark

🕒 29 de abril de 2019 | 11:00

💬 0

Notícias / Mercado

← Anterior

Próximo →



Divulgação

Pela primeira vez na história, a Cervejaria Ambev une suas marcas em prol do consumo inteligente de bebidas alcoólicas. No mês dedicado à conscientização da segurança no trânsito, a campanha recém-lançada convida os consumidores a pensarem sobre os efeitos que o álcool tem no organismo e reforça a importância de se beber com responsabilidade, ou seja, nunca quando for dirigir e sempre com moderação.

As peças trazem os logos das marcas com suas letras trocadas, provocando a reflexão do público sobre como, às vezes, parece que está tudo em ordem, mas na realidade não está.

A campanha nacional, criada pela SunsetDDB, estreou neste domingo, 28/04, com inserções antes e durante a transmissão da primeira rodada do campeonato brasileiro pela Globo. Sem explicar nada, os tradicionais inserts da marca Brahma foram trocados e divulgados com o logo “Bhamra”.

O objetivo era chamar a atenção de quem assistia ao jogo para os efeitos que bebidas alcoólicas podem ter quando não são consumidas com responsabilidade. Paralelamente, as marcas Skol, Budweiser, Stella Artois e Antarctica alteraram as fotos dos perfis de suas redes sociais para logos com letras trocadas, provocando dúvidas em seus seguidores.

“Queremos convidar quem bebe cerveja a fazer uma reflexão: da mesma maneira que a gente acha que as letras estão em ordem num primeiro momento, e depois percebe que não estão, tem vezes que as pessoas bebem e acham que está tudo em ordem para dirigir, quando na verdade não está. É natural com o passar dos anos que as campanhas de consumo inteligente, como todas as outras, precisem ser reinventadas. Por isso, vimos que era o momento de dar um passo além e estamos usando a força de nossas marcas por um objetivo único: alertar que o consumo de bebidas alcoólicas não deve nunca ser associado à direção”, comenta Alexandre Costa, diretor de marketing da cervejaria Ambev.

“A ousadia da Cervejaria Ambev mostra a importância do tema para a empresa. Mostraram que vão muito além do negócio e se dispuseram a lançar uma ação com o intuito alertar sobre o risco de beber e dirigir. Temos um orgulho enorme em fazer parte dessa campanha ao lado da Ambev”, comenta Guilherme Jahara, copresidente da SunsetDDB. A campanha fica no ar até o dia 13 de maio em mídias online e offline de todo o Brasil.

“Nós não temos nenhum interesse no lucro proveniente do consumo nocivo dos nossos produtos. Somente uma atuação conjunta e permanente de todas as esferas da sociedade pode superar o desafio de criar no Brasil uma cultura de responsabilidade e respeito quando falamos sobre consumo de bebidas alcoólicas”, comenta Anna Paula Alves, responsável pela área de consumo inteligente da Cervejaria Ambev.

A Skol, por exemplo, foi a primeira marca do país a abordar o tema, em 2001, com uma vinheta na qual latinhas se transformavam em táxi. A marca lançou ainda o conceito do “Motorista da Rodada”, um “herói” da turma que deixa de beber para levar os amigos em segurança para a casa. Desde então, o tema já foi abordado de diferentes formas, institucionalmente e pelas marcas de maneira individual.

FICHA TÉCNICA

Agência: SUNSETDDB

Título: Consumo Inteligente

Anunciante: Cervejaria Ambev

Produto: Ambev Institucional

CEO: Guto Cappio

CCO: Guilherme Jahara

Copresidentes:Guilherme Jahara e Ligia Vulcano

Diretor de Criação:Marcio Juniot

Criação: Guilherme Jahara, Marcio Juniot, Xan Arakawa, Maicon Pinheiro, Alexandre Freire e Mariana Manso

Atendimento:Bianca Bizello e Janaina Venhasque

Mídia: Henrique Bragion de Oliveira e Felipe Duarte

Diretora de Social Media, Content e Influencers:Inaiara Florêncio

Community Managers:Gabriel Nogueira, Carol Lima, Felipe Casas e Evelyn Gonçalves

Business Intelligence: Raphael Penna

Head de Produção:Patricia Benetti

RTV: Tati Medeiros e Rodrigo Luchini

Produtora:Casa da Criação

Diretor de Produção:Anderson Boscari

Assistente de Produção:Camila Justino

Diretora de Arte:Gab Nassar

Assistente de arte:Gabriela Drimus

Direção:Marco Antonio Ferreira

Assistente de direção:Caio Martins

Direção de fotografia: Marco Antonio Ferreira

Câmera:Mateus Brandão, Ícaro Silva, Thiago Meira

Som direto:Rodrigo Paciência

Montagem / Finalização:Fernando Lamb

Produtora de som: Cabaret

Art Buyer:Alessandra Anazario

Ilustrador: Marlos Lima

Produção Gráfica: Carla Lustosa e Edson Harada

Aprovação do cliente: Ricardo Dias, Alexandre Costa e Bruno Rigonatti

Compartilhe



Comentários

** O propmark não se responsabiliza pelos comentários postados nas plataformas digitais. Qualquer comentário considerado ofensivo ou que falte com respeito a outras pessoas poderá ser retirado do ar sem prévio aviso.*

0 comentários

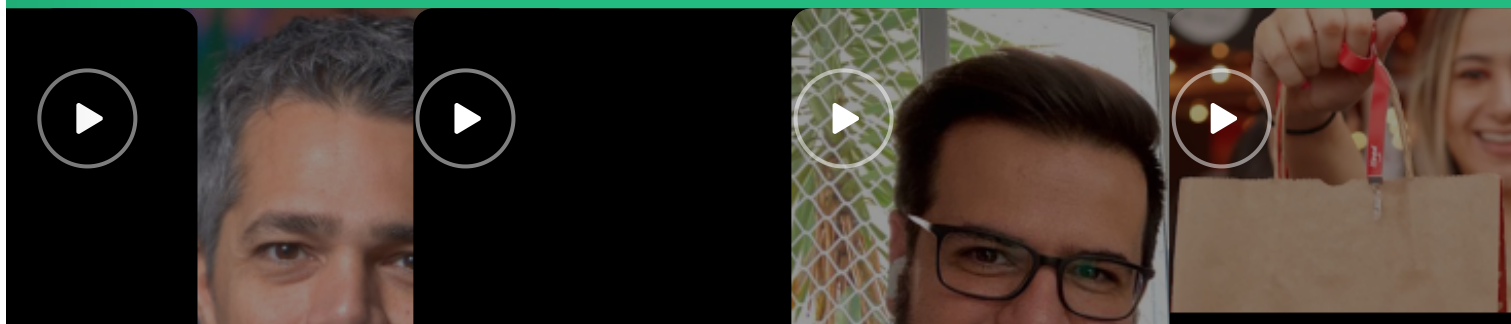
Classificar por **Mais antigos** ▾



Adicione um comentário...

 Plugin de comentários do Facebook

PROPMARK PLAY





[Ver todos →](#)

Você sempre atualizado com os melhores conteúdos e notícias sobre marketing.

[Assine já →](#)



INSCREVA-SE E RECEBA A
NEWSLETTER DO PROPMARK

[Cadastrar →](#)

Prêmios e Eventos



Publicações

PROPAGANDA

PROPMARK

Todos os direitos reservados.

follow55