



DOVE VAI AO CINEMA Com realidade aumentada da YDreams, espectadores interagem com as bolas do sabonete



VIDEO NA IMPRENSA Chip embutido no papel permite passar vídeo da CBS nas páginas da 'Entertainment Weekly'



'**DRA GREY**' NO CAIS DO SODRÉ MOP colocou no Metro *stand-tips* em tamanho real para lançar nova temporada da série



CHÃO PROMOVE SCI-FI Escada rolante da MOP desemboca em anúncio do canal que promete entrada noutra mundo

Criatividade Sem limites

Vale tudo para ter visibilidade, até anúncios em moscas



INTERACTIVIDADE Campanha dos Correios com espelho nos 'impies' da Decaux convida a fazer selo com a própria imagem

Moscas que transportam publicidade colada nas asas e pessoas que andam com anúncios nas próprias costas. O primeiro caso aconteceu na última edição da Feira do Livro de Frankfurt, em Outubro, e serviu para atrair visitantes ao *stand* de uma editora. O segundo foi a resposta de um *marketer* norte-americano lançado no desemprego e rende cerca de €60 mil por ano.

Em Portugal, os suportes publicitários alternativos enquadram-se em exemplos mais expectáveis, mas ajudam igualmente os negócios. Os CRT lançaram esta semana uma campanha que recorre à utilização de mupies com espelho. O objetivo é incentivar a interactividade com os transeuntes, que podem ver como é um selo com a sua imagem. Este mupie foi desenvolvido pela empresa de publicidade exterior JC Decaux, que neste momento aposta na comercialização do *outdoor* em alta definição. Este formato, no entanto, destaca-se mais pelas possibilidades em termos de qualidade técnica do que em termos criativos. Para Ana Martins, diretora-geral da JC Decaux Portugal, a inovação está na essência do crescimento sus-



COME AND DISCOVER
THE NEW LISBON ZOO.
VENHA DESCOBRIR
O NOVO JARDIM ZOOLOGICO
DE SEMPRE.

JARDIM
ZOOLOGICO

FORA DO FORMATO
Braços de gorila chamam a atenção dos viajantes no Aeroporto de Lisboa e mobiliza-os para ida ao Zoo

tentado. Estamos num momento de transição em que alguns meios tradicionais estão a conhecer profundas transformações ao nível da procura. A publicidade exterior não só regista a este fenómeno como registra índices significativos de crescimento".

Neste momento, são as potencialidades em termos de produção que levam a MOP (Multimédia Outdoors Portugal) a investir também em cartazes de oito por três metros, mas neste caso a inovação é o facto de serem feitos de lona com velcro. A aposta da empresa em inovação, porém, centra-se nas áreas de acesso aos transportes públicos (CP e Metro), que têm um tráfego de três milhões de pessoas por dia, de acordo com os dados da MOP.

Inovar em tempo de crise

A inovação nos suportes publicitários é a forma de incentivar os investimentos publicitários e contrariar a sua diminuição. "Embora a crise afecte também a inovação, ser o primeiro a anunciar a fazer alguma coisa continua a valer muito no mercado. Por isso, há sempre lugar e apetência dos anunciantes em estreitar um novo

produto, mesmo em tempo de crise", sustenta Vasco Perestrelo, CEO da MOP.

Na YDreams, a inovação foi o ponto de partida que acabou por levar a empresa tecnológica à publicidade, que actualmente representa 60% do negócio, entre actividades de divulgação, promoção e activação de marcas. "É a área com maior expansão internacional. O mercado corporativo está carente de alternativas coerentes e eficazes para a divulgação de produtos e

serviços, uma vez que reconhecemos num mercado que sofre pela dispersão e saturação", comenta Karina Israel, directora-executiva da YDreams Life, área de negócio responsável pela publicidade.

Em termos de inovação, o próximo passo da YDreams é a criação do papel interactivo, que ainda está em fase de desenvolvimento. Nos Estados Unidos, o papel já se aproximou da televisão, através de uma tecnologia

que permite ter vídeos em anúncios de imprensa. A CBS deu o pontapé de saída neste novo suporte, com a inserção de um anúncio nas páginas da edição de Setembro da revista "Entertainment Weekly" que dava a conhecer as novidades do canal televisivo para a *reality*. O principal do *video-in-print* é semelhante ao que já é seguido no *chip* utilizado nos cartões de aniversário com música.

CATARINA NUNES
cunnes@expresso.imprensa.pt

Cadbury recusa oferta de €10,85 mil milhões

CHOCOLATES A Cadbury PLC. cusou a oferta de aquisição de 9,8 mil milhões de libras (£10,85 mil milhões) feita pela Kraft Foods Inc., que na segunda-feira lançou a oferta final sentido de formar um conglomerado de confeitagem de chocolate e doces. A Kraft anunciou que vai tornar a oferta hostil, levando-a directamente aos accionistas da Cadbury.

... e livra-se de acusação de anúncio racista

PUBLICIDADE A ASA, entidade reguladora da publicidade Reino Unido, considerou se fundamentado as queixas que cebeu contra o novo anúncio da Cadbury Milk, acusado de racismo. Em causa está a acção de mensagens alegadamente depreciativas para os africanos, por perpetuarem estereótipos raciais.

Lancôme com Carla Bruni

SOLIDARIEDADE A Lancôme é o novo mecenas da Fundação Carla Bruni-Sarkozy, que tem como objectivo apoio a acesso à cultura, educação e ensino. A associação da marca de cosmética e pertence à mulher do Presidente francês e quadrar-se no projecto Révéctions Lancôme, cuja acção in de na difusão gratuita de conteúdos artísticos de qualidade no acesso a estudantes com recursos e capacidade financeira grandes escolas de arte.

HPP Saúde escolhe embaixadores

