

## **Ações das marcas nos arraiais nordestinos**

**Nestlé** - Dentro do Projeto de Regionalização para o Nordeste, a empresa investe na data pelo quinto ano. O plano inclui o trio forrozeiro, que comunica a Cozinha Arretada Nestlé (promoção de troca que oferece um porta-azeite ou um porta-vinagre), além de campanha publicitária, lançamento de biscoito com sabor regional (Bono Canjica) e espaços temáticos em parques e nos principais shoppings center do Nordeste.

**Yoki** - A companhia de alimentos lançou o site Festa Junina 2010 ([www.festajunina.com.br](http://www.festajunina.com.br)). O espaço apresenta conteúdo interativo com a proposta de ensinar crianças, jovens e adultos a montar seu próprio arraial. Além disso, quem visitar o endereço vai poder ter informações sobre as festas em cada região do País, com dicas culinárias, jogos e simpatias para Santo Antônio, São João e São Pedro.

**Skol** - A marca da Ambev está presente em 48 municípios de Pernambuco e Sergipe, o que representa um incremento de 65% em relação ao número de cidades patrocinadas no ano anterior. A cerveja é patrocinadora oficial das festas de Caruaru, Carpina, Paudalho e Arcoverde (PE), Aracaju e Nossa Senhora do Socorro (SE). Dentre as ações de divulgação estão outdoors, balões, barracas, camarotes, além da Carreta Skol (para degustação do produto), da DrilhaSkol (quadrilha itinerante), da Roda da Paquera (brincadeira para buscar a cara-metade) e da Palhoça Skol (série de jogos e brincadeiras como barraca do beijo, pau de sebo e tiro ao alvo).

**Ron Montilla** - A bebida da Pernod Ricard aproveita a data para lançar em toda a região as latas apresentadas em um projeto piloto no carnaval de Recife. A novidade está disponível nas versões Carta Branca e Carta Cristal com 310 ml e 473 ml. O lançamento terá o suporte de ativação em bares, lojas de pequeno varejo e supermercados, além de peças para PDV, outdoors e jingles.

**Hipercard** - O cartão de crédito marca presença no São João de Caruaru com camarote, voo de balão, serviço de transfer e ação com caricaturistas. Os portadores do plástico terão à disposição serviço de transfer para os principais pontos da festa de Caruaru por meio do Expressinho do Forró (microônibus decorado) e passeios no Balão Hipercard (basta apresentar ticket de compra no valor mínimo de R\$ 100). Já no Barracão Hipercard, contarão com atrações e brincadeiras típicas da época. A marca também patrocina o São João de Campina Grande.

**TV Jornal** - A emissora pernambucana afiliada do SBT montou um espaço para convidados em Caruaru chamado Casa da TV Jornal. O espaço, produzido pela própria emissora, que faz parte do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC), tem atrações musicais pernambucanas e comidas típicas. A ação tem patrocínio de Nestlé e Iquine, e apoio da TIM, do Extra e da Grant's.

**Ala** - O detergente em pó da Unilever, desenvolvido exclusivamente para o mercado do Norte e Nordeste do País, participa das comemorações de São João em Pernambuco - em Igarassú, seletiva regional de quadrilhas, e em Recife, no Sítio da Trindade. A marca criou bonecos gigantes que vão circular pela festa. Chamados de Noivos de Ala, eles são feitos de corpo inteiro, permitindo ao condutor manusear corpo, braços e pernas. Além disso, fará a brincadeira Camiseta Dupla - gincana envolvendo casais vestindo camisas para duas pessoas - e a promoção que prevê a troca de cinco embalagens de 200 gramas ou duas de 500 gramas por uma corrente com pingente folheado a ouro.

**O Boticário** - A empresa aproveita o São João para lançar a Coleção Fun Arraiá, edição limitada composta de dois produtos que estarão disponíveis para os consumidores dos nove estados do Nordeste a partir de 14 de junho. A linha inclui a Colônia Acqua Cheiro de Festa (que vem com uma flor que pode ser utilizada como acessório no cabelo ou no vestido ) e o conjunto de Sabonetes Perfumados com as fragrâncias de Pamonha e Pé de Moleque.

**Garoto** - Por meio da marca Serenata de Amor, a companhia preparou a promoção especial para o Nordeste chamada "Xodó do São João" e que visa estreitar o vínculo com os consumidores de bombons na festa de São João e no Dia dos namorados. Os PDVs terão brincadeiras e exposição de produtos, além da promoção comprou-ganhou. Compras a partir de R\$9,90 garantem aos consumidores pingentes colecionáveis. Serão distribuídos mais de 400 mil brindes. Blitz com promotores que irão circular pelos municípios convidarão casais para serem fotografados. As fotos serão postadas no hotsite da Garoto e, posteriormente, poderão ser transformadas em cartão e compartilhadas entre amigos por e-mail.

**Nova Schin** - A cerveja o Grupo Schincariol deflagra um comercial em homenagem à data com criação da Euro RSCG. Cinco amigos estão se divertindo em uma grande festa junina. No palco, vestidos a caráter, eles animam a galera. Além de integrar a banda, distribuem cervejas e tocam sanfona, triângulo e zabumba. Em dado momento, um deles grita: "Olha a cervejinha aí, gente!". A festa para e todos olham indignados. Então ele fala: "É mentira". Além disso, criou uma lata temática e patrocinará as festas de Gravatá, Arcoverde, Aldeia e Jaboatão dos Guararapes, em Pernambuco, e da Cidade de Senhor do Bonfim, da Cidade de Cruz das Almas, o Forró do Sfrega (Senhor do Bonfim), o Pré Forró e Forró de Itabuna, São João de Jeremoabo, Forró do Visgo, Forró do Budega, São João de Amélia Rodrigues, São João de São Gonçalo dos Campos, São João de Cipó, Pedrão de Eunápolis, São João de Lagarto, São João de Itaporanga D´ajuda, São João de Irecê e São João de Itagiba, na Bahia.

**Fonte:** Meio & Mensagem