



FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL CONSAGRA DESTAQUES DO PAÍS NO SETOR

A segunda edição do PRÊMIO LIDE DE MARKETING EMPRESARIAL, entregue na noite desta sexta-feira, no Guarujá, elegeu os melhores cases de mercado, além de destacar a Empresa do Ano e o Dirigente de Marketing Empresarial

Foi uma noite de emoção. Cerca de 200 empresários, entre CEOs e dirigentes de Marketing participaram da entrega do PRÊMIO LIDE DE MARKETING EMPRESARIAL, nesta sexta-feira, 12. Como parte da programação do 2º. FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL, O Prêmio elegeu os melhores cases do mercado em doze categorias, além do dirigente de marketing empresarial de maior destaque no último ano. As categorias são: Empresa do Ano, Dirigente de Marketing, Marketing Institucional, Marketing de Produto, Marketing de Varejo, Marketing Digital, Marketing Promocional, Marketing de Inovação, Marketing de Relacionamento, Marketing Esportivo, Marketing de Sustentabilidade e Marketing de Responsabilidade Social.

Para o presidente do Grupo Doria, João Doria Jr., o atual cenário macroeconômico brasileiro, com economia sólida e estável, propiciou mudanças no âmbito do consumidor e criou uma nova classe C. “A partir da ampliação do poder aquisitivo do brasileiro, estratégias foram desenhadas para falar com esse novo consumidor. As empresas atentas à essa evolução estão um passo à frente. E é por essa razão que estamos homenageando os grandes destaques entre essas companhias”.

Foram homenageados três cases de cada categoria, somando 36 executivos que subiram ao palco. Apenas nas categorias Dirigente de Marketing e Empresa do Ano houve destaques entre os seus respectivos cases: **Paulo Koelle**, vice-presidente de Marketing da **Procter&Gamble**, como o dirigente do ano, e a **FIAT**, destacada como a **EMPRESA DE MARKETING DO ANO**. O vice-presidente comercial da Fiat, **Lélio Ramos**, que recebeu a homenagem, foi escolhido como o executivo a falar por todos os consagrados da noite. Após agradecer a todos os organizados do evento, Ramos destacou a situação econômica brasileira. “Somos uma ilha atualmente e espero que continuemos assim. O Brasil é dono de um mercado considerado excepcional. Somos

o quarto mercado automobilístico do mundo, e podemos muito mais”, ressaltou o executivo.

Confira as empresas e cases contemplados:

EMPRESA DE MARKETING DO ANO

- **AMBEV** (João Castro Neves, presidente)

Case: lançamento de produtos, investimento na seleção, patrocínio mundial da Copa do Mundo.

- **FIAT** (Cledorvino Belini, presidente)

Case: lançamento do Novo Uno, eleito Carro do Ano com a campanha “Novo Uno, Novo Tudo”.

- **PÃO DE AÇÚCAR** (Abílio Diniz, presidente do Conselho de Administração)

Case: líder do setor, aquisição da rede Ponto Frio e sociedade com Casas Bahia.

DIRIGENTE DE MARKETING EMPRESARIAL

- **FERNANDO EGYDIO MARTINS**, vice-presidente de Marketing do SANTANDER

Case: unificação de marcas com o Banco Real e pelo conceito da campanha “Juntos”.

- **PAULO KOELLE**, vice-presidente de Marketing da PROCTER & GAMBLE.

Case: pelas diversas promoções que envolvem o público através de SMSs e compra de produtos e que gerou o Avião do Faustão.

- **CARLOS MARTINS WIZARD**, presidente do GRUPO MULTI.

Case: consolidação na liderança do mercado de escola de idiomas e de cursos profissionalizantes. Compra de concorrentes como Yazigi.

MARKETING INSTITUCIONAL

- **NESTLÉ** (Ivan Zurita, presidente)

Case: projeto de comemoração de 90 anos da companhia, que inclui no Brasil a contratação de Claudia Leitte como garota-propaganda das comemorações em 2011.

- **TIM** (Luca Luciani, presidente)

Case: as campanhas com Blue Men Group que marca pela cor azul da companhia e personagens que remetem à marca.

- **ITAUTEC** (Mário Anseloni, presidente).

Case: parceria com o Instituto Ayrton Senna.

MARKETING DE PRODUTO

- **DEVASSA SCHINCARIOL** (Adriano Schincariol, presidente)

Case: lançamento da nova cerveja com Paris Hilton.

- **PEPSICO BEBIDAS** (Andrea Álvares, presidente da Divisão de Bebidas)

Case: estratégia “Pode ser...” para Pepsi-Cola assumindo ser opção para Coca.

- **AÇÚCAR UNIÃO LIGHT** (Colin Butterfield, presidente)

Case: “Duvide” lançado no Facebook, que distribui vouchers para as consumidoras experimentarem doces feitos com o produto que tem o mesmo sabor daqueles elaborados com açúcar refinado.

MARKETING DE VAREJO

- **TAM** (Manoela Amaro, vice-presidente de Marketing)

Case: Pela campanha Você vai e vai de TAM para classes emergentes.

- **RENNER** (José Galló, presidente)

Case: pelo conceito “Cada um tem seu estilo, a Renner tem todos” e investimento na marca com campanhas e merchandising em telenovelas.

- **C&C** (Jorge Gonçalves, presidente)

Case: crescimento em vendas e reposicionamento.

MARKETING DIGITAL

- **NETSHOES** (Marcio Kumruiam, presidente)

Case: pela sua performance no comércio eletrônico do País, como terceira loja virtual mais visitada do Brasil e líder do segmento de materiais esportivos, além de campanha publicitária inovadora e criativa.

- **TELEFÔNICA** (Antonio Carlos Valente, presidente)

Case: pelo envolvimento da Telefônica em grandes eventos e ações através de patrocínio, como o Natal Iluminado de São Paulo que apresenta a Ponte Iluminada (Estaiada) com site interativo que permite a participação do público na escolha de cores e envio de cartões de Natal.

- **PEIXE URBANO** (Julio Vasconcellos, presidente)

Case: pioneirismo no setor de site coletivo de vendas e que, em dez meses, tornou-se líder do mercado brasileiro.

MARKETING PROMOCIONAL

- **ITAUCARD** (José Castro Rudge, vice-presidente de Marketing)

Case: as campanhas “O Itaú paga metade” de ingressos em parques, futebol, shows, etc.

- **TV BANDEIRANTES** (Johnny Saad, presidente)

Case: iniciativas de trazer para o Brasil uma etapa da F-Indy de rua e sediar, pela primeira vez, na história do concurso o Miss Universo no País.

- **RUFFLES (PEPSICO SNACKS)** (Roberto Rios, presidente da Divisão de Alimentos)

Case: pela ação “Faça-me o Sabor” que elegeu novos sabores do salgadinho enviado por consumidores premiando cada um deles com 50 mil reais e mais participação em venda de produto.

MARKETING DE INOVAÇÃO

- **LG** (Chris Yi, presidente)

Case: inovações da empresa especialmente na área de celulares, tendo lançado em 2010 o primeiro telefone celular com TV digital interativa, o GM 600, em parceria com a Rede Globo, que permite ao usuário participar de promoções na TV via celular.

- **FORD** (Marcos Oliveira, presidente)

Case: lançamento do primeiro carro híbrido do Brasil, a gasolina e eletricidade, versão do Fusion, fabricado no México.

- **NEXTEL** (Sergio Chaia, presidente)

Case: consolidação do case Clube Nextel, campanha Depoimentos e inclusão do equipamento no mundo 3G.

MARKETING DE RELACIONAMENTO

- **CIELO** (Rômulo de Melo Dias, presidente)

Case: pelo trabalho junto ao trade marketing para o lançamento da nova máquina de cartões para todas as bandeiras.

- **GENERAL MOTORS** (Jaime Ardila, presidente LA interino no Brasil)

Case: pelo trabalho de acompanhamento dos veículos zero, vendidos por revendas e pelo projeto Revisão Premiada dirigida aos clientes.

- **VOLKSWAGEN** (Thomas Schmall, presidente)

Case: Peças Originais, que aumentou vendas e combateu pirataria no setor.

MARKETING ESPORTIVO

- **BOMBRIL** (Ronaldo Sampaio Ferreira, presidente)

Case: programa “Mulheres que brilham” de patrocínio a atletas do sexo feminino em várias modalidades.

- **UNILEVER** (Kees Kruythoff, presidente)

Case: recuperação do time de vôlei ex-Rexona, agora Unilever, com contratação do técnico Bernardinho e das atletas da seleção brasileira Sheila e Mari.

- **LIDE** (Paulo Nigro, presidente da Tetra Pak e do LIDE ESPORTE)

Case: promoção e organização do 1º Fórum Nacional do Esporte.

MARKETING DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

- **INSTITUTO COCA-COLA** (Claudia Lorenzo, presidente)

Case: pela criação de Centros Comunitários de Inclusão Digital, restaurantes comunitários, Programa Valorização do Jovem e estação de reciclagem.

- **OMO** (Robert Hein Schermers, diretor de Marketing Divisão de Detergente em Pó)

Case: programa “Toda criança tem o direito de ser criança”, com o conceito “Porque se sujar faz bem”, de desenvolvimento infantil envolvendo várias ações, como livro, concursos e Blog, que incentivam as crianças a brincar com responsabilidade.

- **PORTO SEGURO** (Fabio Luchetti, vice-presidente executivo)

Case: projeto Trânsito Mais Gentil, que concede desconto de 5% na contratação de seguro automobilístico a motoristas sem pontos na carteira.

MARKETING DE SUSTENTABILIDADE

- **HSBC** (Conrado Engel, presidente)

Case: programas como Climate Partnership, de conservação ambiental. O Brasil, dono da maior reserva de água doce do planeta, recebe 15 milhões de dólares dos 100 milhões investidos pelo banco e parceiros para combater ameaças das mudanças climáticas.

- **NATURA** (José Vicente Marino, vice-presidente de Negócios)

Case: projeto “Natura Nós”, que consiste em sensibilizar pessoas através da cultura e da arte para a construção de um mundo melhor.

- **SABESP** (Dilma Pena, presidente)

Case: projeto “Água de Reuso”.

O 2º. FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL é promovido pelo LIDE - Grupo de Líderes Empresariais, presidido por João Doria Jr., e realizado pelo GRUPO DORIA e pela EDITORA REFERÊNCIA, dirigida por Armando Ferrentini. O evento conta com a

direção técnica de Adonis Alonso, jornalista especializado em marketing e comunicação publicitária. O FÓRUM reúne cerca de 200 líderes das mais importantes corporações nacionais e multinacionais, seus diretores de marketing e agências, de 12 a 14 de agosto, no hotel Sofitel Guarujá Jequitimar, no Guarujá (SP).

SOBRE O GRUPO DORIA - Grupo de comunicação e marketing no Brasil que promove os mais importantes eventos empresariais do País, entre eles o Fórum Empresarial de Comandatuba, CEO´s Family Workshop, Meeting Internacional, Fórum de Empreendedores, Fórum Econômico e Fórum de Marketing Empresarial. Congrega o LIDE- Grupo de Líderes Empresariais, associação de empresários destinada a fortalecer o pensamento, o relacionamento e os princípios éticos de governança corporativa no Brasil. E, em sociedade com a Editora Abril, o Grupo Doria comanda o renomado evento de arquitetura e decoração Casa Cor. O Grupo possui ainda produz o programa Show Business, exibido na TV Bandeirantes, e uma editora, que publica 10 títulos, um centro de convenções e um shopping sazonal em Campos do Jordão (SP).

SOBRE A EDITORA REFERÊNCIA - Publica o jornal "Propaganda & Marketing" e as revistas "Marketing" e "Propaganda". Criada no fim de 1983, a Divisão Gráfica da Editora Referência nasceu para suprir às necessidades das publicações da Editora. A Divisão Gráfica conta com um moderno maquinário e atende aos diversos clientes do segmento editorial. Realiza trabalho de impressão, acabamento, pré-impressão e sistema. A Editora Referência Divisão Gráfica acaba de ampliar a sua atuação para o mercado publicitário.

Informações para imprensa  **CDI** comunicação corporativa

(11) 3034-3639

Taluana Borba – taluana@cdicom.com

Vanessa Meriqui – vanessa@cdicom.com.br

Agosto/11