press à porter

VITARELLA

Jatobá

2024

Case Vitarella: Orgulho pernambucano



Resumo do case

Troféu Jatobá 2024

Orgulho Pernambucano

Agência: Press à Porter (boutique)

Categoria: Campanha de comunicação

Cliente: Vitarella

Mote: Uma campanha para despertar o orgulho de ser pernambucano

Timing: Março a julho de 2024

press à porter

VITARELLA

Jatobá

2024

Briefing



A marca

- ✓ Vitarella é a marca nº 1 em biscoitos no Brasil, de acordo com pesquisa Nielsen.
- ✓ Fundada em 1993, em Jaboatão dos Guararapes, Pernambuco, foi inicialmente focada na produção de massas alimentícias. Com expansão de seu portfólio, possui hoje mais de 150 produtos cadastrados.
- ✓ É uma empresa autenticamente pernambucana que, ao mesmo tempo em que investe em expansão nacional, não quer abandonar suas raízes.
- ✓ Com produtos que unem sabor e qualidade, Vitarella é a marca mais lembrada em seu segmento em pesquisas que destacam a opinião dos consumidores locais, como o Marcas que Eu Gosto, da Folha de Pernambuco, JC Recall de Marcas, do Jornal do Commercio, de Recife, e Marcas Preferidas, do Diário de Pernambuco.

press à porter

VITARELLA

O desafio

- ✓ Paralelo ao processo de nacionalização, Vitarella sentiu necessidade de reforçar o orgulho de ser pernambucana, a partir da conexão com uma marca que, há mais de 25 anos, é referência na região e está presente no dia a dia das famílias. Esse foi o objetivo da campanha “Orgulho Pernambucano”, lançada em 2024, com intensa participação da Press à Porter Gestão de Imagem.

- ✓ A Comunicação integrada foi peça fundamental nessa proposta, envolvendo diversas frentes, como Assessoria de Imprensa, Planejamento e Acompanhamento de evento do lançamento da campanha, ação com Influenciadores em redes sociais e Press kits.

Jatobá

2024

Plano de Ação



Estratégia

- ✓ Para reforçar seus vínculos com o estado e conquistar de vez o coração do consumidor pernambucano, Vitarella desenvolveu uma estratégia focada no público local e diferenciada da comunicação nacional.

- ✓ A campanha contou com ações previamente alinhadas entre a agência e a empresa, tendo como base a presença da marca em locais, manifestações e eventos tradicionais da cultura de Pernambuco, como o Paço do Frevo, dança que é patrimônio imaterial do Brasil; a Paixão de Cristo de Nova Jerusalém, um dos eventos mais tradicionais e populares do estado, a culinária pernambucana e as comemorações do São João, entre outras.

Plano de ação – Lançamento

Para comunicar o lançamento da campanha, investimos em um evento de relacionamento com imprensa e influenciadores locais no Paço do Frevo, espaço de valorização da cultura e da dança, reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro. O espaço conta com o patrocínio de Vitarella. O lançamento foi destaque nos principais veículos do estado, incluindo entradas ao vivo de TV, atingindo plenamente seus objetivos.





- TV Tribuna (PE) – Um dos destaques da cobertura foi a entrevista concedida, ao vivo, de forma orgânica, durante o evento, pelo gerente de marketing de Vitarella. A reportagem teve duração de 2 minutos e foi ao ar no programa Jornal da Tribuna 2ª edição, com audiência relevante.

CLIPPINGS EM DESTAQUE – Folha de Pernambuco

NOVA CAMPANHA

Vitarella lança nova campanha reforçando o orgulho pernambucano

No Paço do Frevo, lançamento reuniu personalidades que representam a cultura do Estado

Por **Maysa Sena**
15/05/24 às 22H02 atualizado em 17/05/24 às 10H40

ouça este conteúdo readme.ai



"Somos a marca número um de biscoitos do Brasil, uma das maiores marcas da M. Dias Branco, que também é líder tanto de biscoitos quanto de massas. A Vitarella hoje é uma das 10 marcas mais consumidas de alimentos do Brasil e, a cada 10 lares brasileiros, cinco têmVitarella", enfatizou Charles Wenderson, gerente de Marketing da marca.



Charles Wenderson falou sobre ideia da campanha | Alexandre Aroeira/ Folha de Pernambuco

Orgulhosa por pertencer a Pernambuco, a marca será patrocinadora do São João de Caruaru e, a partir deste domingo (19), lança para todos a campanha em homenagem ao seu amor pelo Estado.

Representação

O lançamento reuniu personalidades pernambucanas e responsáveis por, assim como a Vitarella, ser o número um em levar o frevo pelo mundo, como a dançarina e professora Adriana do Frevo e o Mestre Camarão, dos bonecos gigantes.



Alexandre Aroeira/ Folha de Pernambuco

Já o Mestre Camarão, que prometeu para o Carnaval 2025 um boneco gigante em homenagem à marca. "Lá em casa, todo mundo consome, a marca faz parte do nosso dia a dia. Ela é a cara de Pernambuco", disse.



Mestre Camarão, um dos convidados para a campanha | Alexandre Aroeira/ Folha de Pernambuco

CLIPPINGS EM DESTAQUE – Jornal do Commercio

Vitarella, a marca de biscoitos nº1 do Brasil, lança campanha em homenagem ao orgulho de ser pernambucana

Na nova campanha, a marca, que tem mais de 30 anos de história conta sobre tudo o que é n°1 em Pernambuco e do orgulho de serem daqui

Cadastrado por
Sharon Baptieta
Publicado em 21/05/2024 às 9:50

COMPARTILHE:

PATROCINADA



Nova campanha "VITARELLA E PERNAMBUCO, AQUI TEM DIFERENÇA" - **Divulgação/Vitarella**

A marca pernambucana de massas e biscoitos, Vitarella, que faz parte do Grupo M.Dias Branco, e tem 31 anos de história, se consagra como a n°1 do Brasil - marca de biscoitos mais vendida no País - e declara o seu orgulho de ser pernambucana em campanha exclusiva para o público consumidor local.

O slogan da campanha é **"Vitarella e Pernambuco, aqui tem diferença"**. O filme conta com a participação de dois protagonistas, quando se pensa na cultura do estado: Adriana do Frevo, uma das responsáveis pela difusão do Frevo no Brasil e Mestre Camarão, que faz parte da Casa dos Bonecos Mirins e Gigantes de Olinda, no Alto da Sé.



A intenção da marca é contar um pouco sobre tudo o que é **n°1 em Pernambuco e do orgulho de serem daqui**, do estado de artistas Nº1 no frevo, no brega e em tantos outros ritmos. A ação conta com filmes para TV, mídia exterior, peças digitais, além de ações de conteúdo com influenciadores.

"A campanha dá protagonismo a estas riquezas culturais e às pessoas que fazem parte delas, conectando com o papel de Vitarella para o estado e para o país. A campanha exclusiva para Pernambuco é para mostrar o nosso orgulho de ser daqui, materializando esse conceito a partir da conexão com pessoas que são protagonistas quando se pensa em tudo que é nº 1 no Brasil e

Pré-lançamento no Paço do Frevo



Charles Wenderson, gerente de marketing da Vitarella acompanhado do Mestre Camarão e Adriana Frevo, protagonistas da nova campanha deos biscoitos Nº1 do Brasil. - **Foto: Jailton Jr./JC Imagem**

Na quarta-feira, 15, a Vitarella promoveu um evento e um jantar, no Paço do Frevo, para um grupo de convidados para apresentar com exclusividade e em primeira mão a nova campanha "Vitarella e Pernambuco, aqui tem diferença", que fala sobre o orgulho de ser pernambucana.

A escolha do **Paço do Frevo**, como local para o evento, contribui para reforçar a mensagem central da campanha.

"O Paço do Frevo é um espaço de cultura, valorização e divulgação da cultura pernambucana. A nossa campanha fala das diferenças que fazem Pernambuco ser o número 1 em ser número 1 e do orgulho de ser pernambucano. O Paço traz muito desse sentimento, por isso Vitarella se tornou uma das patrocinadoras do Paço do Frevo neste ano, com projetos como o Escolas que

Plano de ação – Viralização



Para que a campanha viralizasse nas redes sociais, foi criado um press kit com o tema **Orgulho Pernambucano**. Como conceito, a agência trouxe uma “caixa explosão” que, ao abrir, se tornava uma única superfície. Nela, o influenciador encontrava um punho do orgulho pernambucano, estilizado com a bandeira do estado, uma embalagem da cracker feita especialmente para a campanha, e um prato colecionável, com a identidade da marca, além de cartinha personalizada.







DETALHES DO PRESS KIT

- **Quantidade**

53 kits para influenciadores orgânicos.

- **Resultado**

36 influenciadores orgânicos compartilharam o recebimento do kit, resultando em **41m18s** de conteúdo.

- **Taxa de conversão:**

68% dos influenciadores contemplados fizeram, pelo menos, uma publicação, um número considerado bem positivo para esse tipo de ativação..

89

INSERÇÕES COMPARTILHADAS ORGANICAMENTE NO INSTAGRAM

11.546.784

AUDIÊNCIA ESTIMADA

CLIPPINGS EM DESTAQUE

Influenciadores orgânicos



@arcoverdeagora



@diannasena



@vamosrecife



@annebarrettooficial

CLIPPINGS EM DESTAQUE

@Anfitrião de Olinda - orgânico









CLIPPINGS EM DESTAQUE

@Vamos Recife - Orgânico









CLIPPINGS EM DESTAQUE

@Eu curto Recife - Orgânico



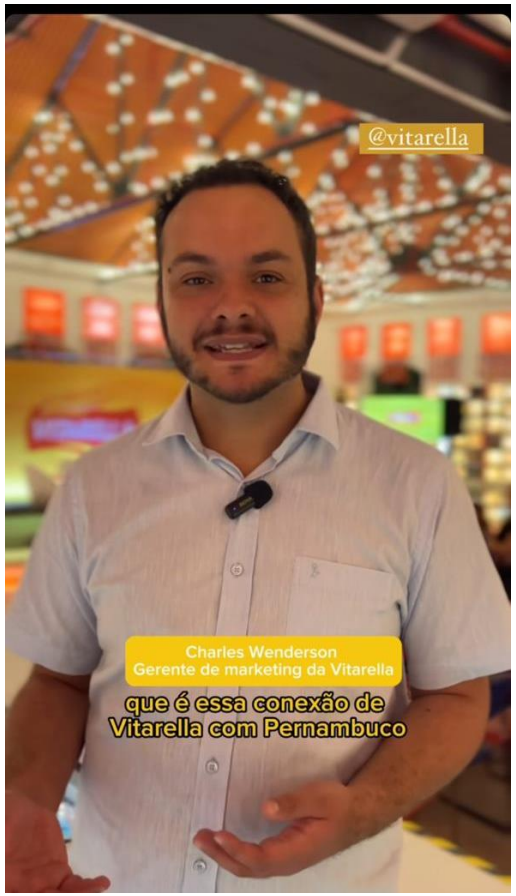






CLIPPINGS EM DESTAQUE

Site Social 1 - orgânico









Plano de ação – Paixão de Cristo

Vitarella apostou no patrocínio à Paixão de Cristo de Nova Jerusalém, um dos eventos mais tradicionais e populares de Pernambuco. A agência atuou de forma ativa na ativação massiva do patrocínio, com ampla visibilidade em jornais e portais do estado, sempre valorizando a relação da marca com a cultura local.





Plano de ação – Paixão de Cristo

Influenciadores regionais foram contratados para publicação de conteúdos em redes sociais, reforçando o envolvimento da marca com o evento também nos dias de sua realização.





Nanda Figueiras





Rodrigo Silvino

Plano de ação – Culinária

Vitarella lançou uma releitura de uma das sobremesas mais tradicionais e populares sobremesas de Pernambuco, a **Cartola Cristal.** A versão recebeu adaptação com adição do biscoito Cristal, item diferenciado do portfólio da marca. Coube à agência viralizar na mídia e nas redes sociais a nova receita, realizando trabalho ativo junto a influenciadores e portais locais.



Vitarella celebra conexão com a cultura pernambucana

20 de abril de 2024

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

Vitarella acredita que se tem diferença, tem sabor. E é por isso que mantém o compromisso de levar para o público novidades que materializem esse posicionamento. A marca que tem orgulho de ser pernambucana e que pode ser encontrada nas gôndolas dos supermercados, agora também está



GASTRONOMIA

Vitarella celebra conexão com a cultura pernambucana e apresenta a Cartola Cristal

17/04/2024 0COMENTÁRIOS

Vitarella acredita que se tem diferença, tem sabor. E é por isso que mantém o compromisso de levar para o público novidades que materializem esse posicionamento. A marca que tem orgulho de ser pernambucana e que pode ser encontrada nas gôndolas dos supermercados, agora também está disponível em alguns dos restaurantes importantes para a gastronomia do estado, até 15 de julho. Aurora Café, que fica dentro do Paço do Frevo, e Seu Boteco, que fica no Marco Zero, acrescentam em seus cardápios a Cartola Cristal, uma saborosa releitura da sobremesa típica pernambucana com a adição do biscoito Delicitá Cristal Vitarella, reconhecido pela combinação perfeita entre o doce e o salgado, com cristais de açúcar, e que derrete na boca. O biscoito traz diferença ao sabor do prato. Acredita-se que a receita foi originada no período colonial, com a junção dos povos indígenas, africanos e portugueses. A partir da cultura de cada um, banana, queijo



Vitarella celebra conexão com a cultura pernambucana e apresenta a Cartola Cristal

Plano de ação – São João

Para fortalecer a conexão com o consumidor pernambucano, Vitarella investiu no lançamento de wafers com **sabores regionais de Milho Verde e Goiabada & Cocada e Amendoim**, criados especialmente para o **São João**, uma das festividades mais importantes e tradicionais do Nordeste. A Press à Porter planejou o envio de um novo press kit, sempre com foco na valorização da força regional da marca. Com mote de São João, levamos para a casa dos influenciadores um verdadeiro arraial com caixa personalizada, bandeirinhas, cesta característica e quatro unidades dos wafers. Vitarella foi patrocinadora oficial do São João de Caruaru.









DETALHES DA AÇÃO

- **Quantidade**

78 kits para influenciadores orgânicos.

- **Resultado**

53 influenciadores compartilharam o recebimento do kit, resultando em **52m01s** de conteúdo.

- **Taxa de conversão:**

68% dos influenciadores contemplados fizeram, pelo menos, uma publicação.

114

INSERÇÕES COMPARTILHADAS ORGANICAMENTE NO INSTAGRAM

24.602.598

AUDIÊNCIA ESTIMADA

CLIPPINGS EM DESTAQUE – *orgânicos*



@apoline



@nossoapt



@sandrosouzaro



@erickricarte

CLIPPINGS EM DESTAQUE– *orgânicos*



@samyamaia



@precisocomerisso



@ingridlenara



@claraguiima

CLIPPING EM DESTAQUE - contratado



Gil do Vigor

Criação de conteúdo para a campanha Orgulho Pernambucano

O influenciador protagonizou uma das principais inserções da campanha nas redes sociais da marca, contando sobre o orgulho de ser pernambucano – é natural de terra – e destacando tudo em que Pernambuco é o número 1 do país**.**

RESULTADO TOTAL CONQUISTADO EM TODAS* AS FASES DO PROJETO

267

MATÉRIAS/CITAÇÕES

39.576.456

AUDIÊNCIA ESTIMADA

R$ 357.742,72

RETORNO DE MÍDIA

As ações trouxeram ainda mais visibilidade de Vitarella aos consumidores da região de Pernambuco, atendendo plenamente às expectativas do cliente. A maior parte das ativações com imprensa e influenciadores foi feita de forma orgânica, o que destaca uma estratégia capaz de conquistar resultados qualitativos importantes, a partir da construção e manutenção de relacionamentos valiosos.

** **Campanha/Evento, Paixão de Cristo, Releitura Cartola e Press Kits.***