

Categoria:

Assessoria de Imprensa

Cliente:

DM9

Agência:

CDN

PATROCÍNIO LIMPO Consul

Cuidamos da camisa do Juventus com todo o cuidado.
Por isso ela está limpa. Sem marcas. Sem logos.
Só as cores do Juventus. Só o emblema do Juventus.

Prêmio Jatobá 2024

Campanha Patrocínio Limpo

O QUE É O PATROCÍNIO LIMPO E COMO FOI O DESAFIO?

- Patrocínio Limpo é uma campanha criada pela DM9 e Consul para comemorar o **centenário do Clube Atlético Juventus**.
- O desafio foi **Mobilizar a imprensa** e criar uma associação inteligente com a linha de máquinas de lavar da marca.

CONTEXTO

- Na busca por recursos que tornem o futebol uma atividade autossustentável, clubes fora da divisão de elite costumam aproveitar todos os espaços da camisa para estampar marcas;
- O resultado é um uniforme com aspecto “poluído” de patrocinadores, cenário que muitas vezes descaracteriza a própria essência visual dos símbolos, cores e valores do clube;
- O Juventus comemora 100 anos em 2024 e é um dos times mais emblemáticos do futebol brasileiro, representando uma série de conceitos do futebol raiz em sua mais profunda essência;
- Uma das marcas mais reconhecidas do público brasileiro, a Consul tem entre seus atributos brasilidade, parceria, criatividade e ampla tradição.

ARGUMENTO

MÍDIA ESPONTÂNEA

- Como a campanha não envolveu a compra de espaços publicitários, a CDN foi convocada para desenhar e ativar uma estratégia de PR com alto nível de engajamento e mídia conquistada.



ESTRATÉGIA

PLANEJAMENTO

Depois de alinhar as mensagens mais importantes, eleger e preparar porta-vozes, nosso time também mapeou jornalistas e influenciadores com maior potencial para reverberar a história.

MOMENTO 1

O pontapé inicial da campanha foi uma matéria em primeira mão no UOL, um dos maiores portais do Brasil. E o plano tático seguiu com uma abordagem focada em veículos das editorias de esportes, negócios, propaganda e marketing, dentro e fora do país.

MOMENTO 2

Também entrou em campo um approach especial com programas de televisão de grande alcance, além de influenciadores ligados ao futebol e a história do clube, que receberam a camisa histórica e um media kit que explicou todo o contexto.



RESULTADOS

US\$ 28
milhões

Em média
conquistada



73

Conteúdos em
veículos T1 e T2



x4

Mais camisas
vendidas



exame.



GZH



AdAge



CLUBE DE CRIAÇÃO



propmark



Aol.



msn

CORREIO POPULAR

ELDORADO FM
107.3



ISTO É

O DIA



MKT ESPORTIVO



meio & mensagem

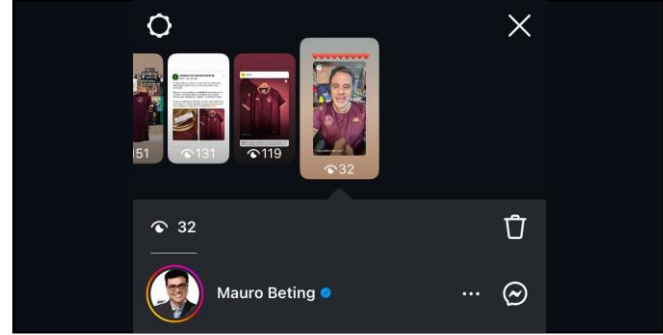
itatiaia®
Sul de Minas

ONEFOOTBALL

METRÓPOLES



→ Ganhou o engajamento de figuras públicas como o Craque Neto, no programa Donos da Bola, apresentadora Michelle Gianella, do programa Gazeta Esportiva e o jornalista Mauro Beting.



→ O sucesso da campanha foi tão grande que a Consul resolveu lançar uma cervejeira inspirada na camisa de Patrocínio Limpo, movimento que voltou a pautar a imprensa.

≡ meio&mensagem

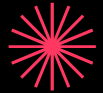


MARKETING

Consul: a relação com futebol e os preparativos para a Black Friday

Desde o ano passado, a Whirlpool tem reavaliado os territórios em que suas principais marcas, Consul e Brastemp, trabalham no Brasil. No ano passado, a Brastemp realizou um reposicionamento com novo logo e três campanhas inéditas. Na época, as peças buscavam humanizar a jornada de compra de eletrodomésticos que precisam momentos importantes da vida pessoal de cada pessoa. Apesar de ter começado na gestão de Patrícia Pessoa, Bertha Fernandes assumiu como diretora de marketing da...
[...]

05/06/2024 - Renan Honorato



Além disso, o case foi um dos mais premiados no Cannes Lions, conquistando 3 ouros e 2 pratas nas categorias: Outdoor, Media, Brand Experience & Activation, Outdoor e Direct.



CDN THE PR
POWER
HOUSE

DM9