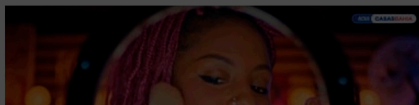


14

VIA

Tendo adotado a estratégia de reposicionar a marca apenas com o taler a marca e o lar...
A estreia do primeiro episódio na TV Globo completo, que a digital cor...
ações para es...
forços serão...
lha logística...
de venda da...
do a base de...
consumidor



16

EMS FARMACÊUTICA

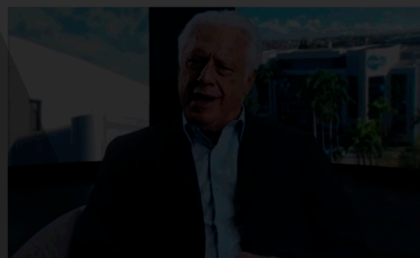


Os resultados da EMS Farmacêutica foram marcados pelo lançamento e volta de alguns produtos de seu catálogo, como a versão de 8 e 60 comprimidos do Lactaday, voltado para os intolerantes à lactose; a aquisição dos direitos comerciais e de produção da Caladryl, marca de creme pós-sol presente no mercado brasileiro há mais de 50 anos e o primeiro genérico da rivaroxabana disponibilizado no Brasil, possível a partir da anulação do Artigo 40 da Lei de Patentes. As campanhas publicitárias da farmacêutica contaram com grandes nomes em 2021. O ator Antônio Fagundes protagonizou uma releitura do filme institucional "A EMS" (foto), convidando a audiência a imaginar a vida pós-pandemia, sucedendo o papel ocupado por Fernanda Montenegro em 2020. Já Dani Calabresa foi a estrela da campanha do antigripal Multigrip, veiculada em TV aberta, por assinatura e redes sociais. A comunicação da EMS segue com a agência We em planejamento, desenvolvimento, execução de campanhas e negociação de mídia, enquanto a GBR foi a escolhida para gerir os trabalhos de comunicação estratégica e relações públicas. Para este ano, Rodrigo Faro foi anunciado como head de marketing institucional, atuando ainda como embaixador da marca EMS e garoto-propaganda do Multigrip.

no segmento de peixes e frutos do mar. Em comunicação, um dos destaques vai para a campanha, da WMcCann, "Surpreenda-se com Seara" (foto), com participação da embaixadora e apresentadora Fátima Bernardes. A estreia aconteceu durante intervalo comercial do programa Nacional, na TV Globo, e celebrou sete anos de presença no mercado, reforçando seu posicionamento de qualidade e inovação.

16

FARMACÊUTICA



Os resultados da EMS Farmacêutica foram marcados pelo lançamento e volta de alguns produtos de seu catálogo, como a versão de 8 e 60 comprimidos do Lactaday, voltado para os intolerantes à lactose; a aquisição dos direitos comerciais e de produção da Caladryl, marca de creme pós-sol presente no mercado brasileiro há mais de 50 anos e o primeiro genérico da rivaroxabana disponibilizado no Brasil, possível a partir da anulação do Artigo 40 da Lei de Patentes. As campanhas publicitárias da farmacêutica contaram com grandes nomes em 2021. O ator Antônio Fagundes protagonizou uma releitura do filme institucional "A EMS" (foto), convidando a audiência a imaginar a vida pós-pandemia, sucedendo o papel ocupado por Fernanda Montenegro em 2020. Já Dani Calabresa foi a estrela da campanha do antigripal Multigrip, veiculada em TV aberta, por assinatura e redes sociais. A comunicação da EMS segue com a agência We em planejamento, desenvolvimento, execução de campanhas e negociação de mídia, enquanto a GBR foi a escolhida para gerir os trabalhos de comunicação estratégica e relações públicas. Para este ano, Rodrigo Faro foi anunciado como head de marketing institucional, atuando ainda como embaixador da marca EMS e garoto-propaganda do Multigrip.

15

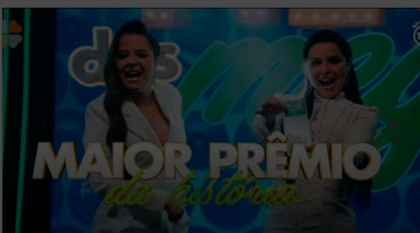
SEARA



Em agosto de 2021, a Seara anunciou o fim de sua parceria com a SunsetDDB, agência à frente das contas de Seara Gourmet e Seara Nature desde 2014. Mais tarde, as linhas migraram para o portfólio da Galeria. A marca também trabalha ao lado da WMcCann na criação e desenvolvimento de campanhas, enquanto a Loures é encarregada dos trabalhos de PR. Além disso, a área de marketing da Seara recebeu, em março deste ano, Frank Pflaumer (ex-Nestlé) assumindo a cadeira de CMO, que estava vaga desde a saída de José Cirilo da companhia no início do ano passado. Com uma série assinada pela Pode Live Shop, a empresa fez sua estreia no live commerce a fim de ampliar a conexão e engajamento com os consumidores. A companhia do Grupo JBS também ampliou sua oferta de produtos ao anunciar a entrada

17

CAIXA



Após abrir um processo de licitação para selecionar suas novas agências de publicidade, a Caixa Econômica Federal entregou a verba de R\$ 375 milhões à Binder, Calia e Propeg, esta última permanecendo na parceria. Anteriormente, a instituição atuava também junto à Artplan e Nova/SB. Para divulgar a Mega da Virada 2021, a estatal veiculou campanha protagonizada pela dupla Maí-