

Onze dos 13 vencedores de 2016 recebem Caboré pela primeira vez



A entrega dos troféus aos 13 profissionais e empresas vencedores da 37ª edição do Prêmio Caboré, na semana passada, foi marcada pela emoção de principiantes, já que 11 vencedores conquistaram a cobiçada coruja pela primeira vez. Apenas SporTV e Paranoid já haviam ganhado em edições anteriores o mais desejado prêmio do mercado. **Págs. 12 a 23**

COMUNICAÇÃO

Mídia programática ainda é desafio para grande agência

Boa parte das grandes agências de publicidade ainda encara a mídia programática com desconfiança e cautela. Para melhor navegar nessa nova ferramenta que ganha importância a cada dia, algumas investem na centralização da operação in house

para poder oferecer soluções mais completas e aprofundadas aos seus clientes, com menos intermediários no nem sempre compreensível ecossistema programático — diminuindo, assim, a dependência de banco de dados de terceiros. **Pág. 32**

MARKETING

Drogarias terão alta de 12%

Com a exploração de novos serviços e categorias de produtos, as farmácias encerrarão 2016 com faturamento superior a R\$ 40 bilhões, segundo a Abrafarma. Principais grupos do País também têm investido na expansão da rede — são cerca de

600 inaugurações por ano — e na criação de centros de distribuição para melhorar a questão logística e eliminar os intermediários. O próximo passo será oferecer serviços de vacina, após definição da estrutura necessária pela Anvisa. **Págs. 38 e 39**

EM PAUTA

Pesquisa aponta as mais admiradas no live marketing

Pág. 58

MÍDIA

São Paulo prepara desligamento da TV analógica

Pág. 43

ENTREVISTA

Redes sociais são ponte para rejuvenescer conteúdo



Paulo Daudt Marinho: integração com influenciadores por meio de conteúdo e ofertas comerciais

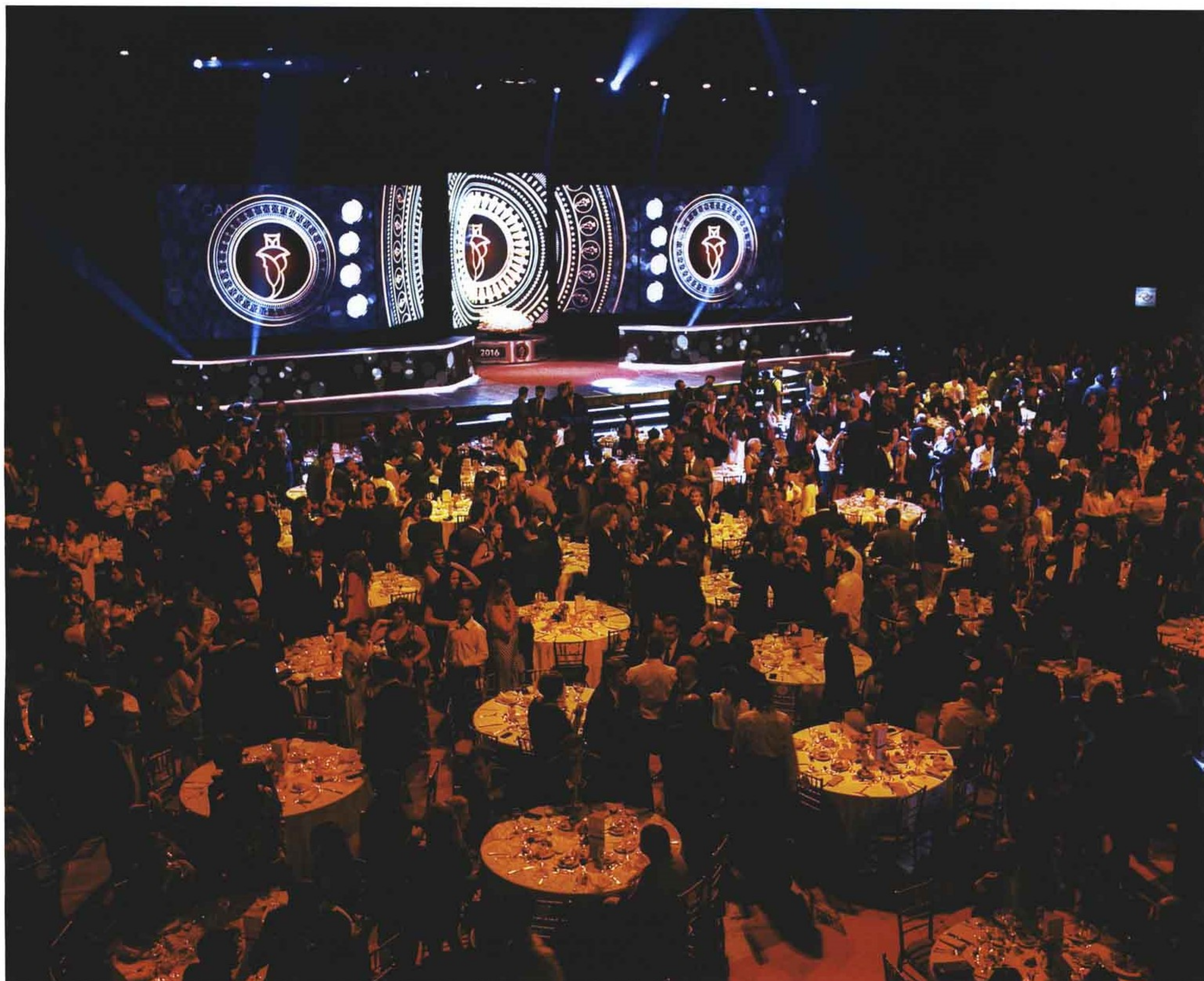
Estruturar projetos crossmedia de canais, com foco em inovação, big data e mídias sociais: esta é parte do desafio que Paulo Daudt Marinho tem à frente da Viúva, unidade de negócios da Globosat criada em

novembro. Como acionista do Grupo Globo, o executivo que coordenou a criação do Gloop diz que é essencial acompanhar a rápida renovação de audiência e desenvolver “o olhar sobre o público jovem”. **Págs. 6 e 7**

Emoção de principiante

Das 13 corujas entregues em 2016, 11 foram para profissionais e empresas que conquistaram o prêmio pela primeira vez

Por ALEXANDRE ZAGHI LEMOS azlemos@grupomm.com.br



EDUARDO LOPES/IMAGEM PAULISTA

Discursos emocionados, agradecimentos a familiares e equipes e um sabor nunca antes sentido pela grande maioria. Assim foi a noite de entrega de troféus aos 13 profissionais e empresas vencedores da 37ª edição do Prêmio Caboré, no dia 5 de dezembro, no Citibank Hall, em São Paulo. Onze vencedores conquistaram a cobiçada coruja pela primeira vez: Marcio Oliveira, CEO da Lew'Lara\TBWA (Empresário ou Dirigente da Indústria da Comunicação); Publicis (Agência de Comunica-

ção); Coca-Cola (Anunciante); Guilherme Jahara, CCO da Fbiz (Profissional de Criação); Marcio Borges, vice-presidente executivo e de operações da WMcCann Rio de Janeiro (Profissional de Atendimento); Daniel de Tomazo, head de planejamento da Ogilvy (Profissional de Planejamento); Andrea Hirata, vice-presidente de mídia da Leo Burnett Tailor Made (Profissional de Mídia); Marcelo Duarte, diretor de comercialização da TV Globo (Profissional de Veículo); Paula Nader, diretora da Esfe-

ra Santander (Profissional de Marketing); Ampfy (Serviço de Marketing); e Eletromídia (Veículo de Comunicação - Plataforma de Mídia).

Apenas SporTV (Veículo de Comunicação - Produtor de Conteúdo) e Paranoid (Produção) já haviam ganhado em edições anteriores o mais desejado prêmio do mercado. O canal por assinatura conquistou seu terceiro Caboré, depois das vitórias em 2004 e 2012. Já a produtora repetiu o feito de 2011.

Dos 39 concorrentes de 2016, 32 nunca tinham recebido o Caboré, sendo que 26 concorreram pela primeira vez.

O processo de escolha dos indicados começa com uma ampla consulta a líderes do mercado e é encerrado após diversas análises dos editores do **Meio & Mensagem**. Os vencedores foram escolhidos em votação online aberta apenas a assinantes, realizada entre os dias 31 de outubro e 30 de novembro, com todo o processo auditado pela PricewaterhouseCoopers.

PATROCÍNIO





FESTA DE PREMIAÇÃO GERA BUZZ NAS REDES SOCIAIS

Torcidas animadas e muita comemoração nas postagens feitas durante e após a premiação



Ampfy @fabianoifeijo
A coruja é nossa... #ampfy #cabore2016



Leo Burnett @leoburnett_tailormade
Time da mídia comemorando a conquista da Coruja!
Andrea Hirata Profissional de Mídia do Caboré 2016



Johnson & Johnson @manoelapaz2



Publicis @thiagocarvo
Os leões e a coruja! #anodoleão #cabore2016



Lew'Lara\TBWA @LewLaraTBWA
O #Caboré2016 é dele, o merecimento é dele, o reconhecimento é dele, a alegria é nossa e do mercado



Publicis @publicisbrasil
A coruja e nossa!!! Publicis, Agência do Ano no Caboré 2016!!!



Adriana Salles Parabéns amigo querido Hugo Rodrigues. Publicis ganha Agência do Ano! Tem gente lá no céu que deve estar cheio de orgulho de você!!!!



Ampfy @ampfy E não é que escolheram a Ampfy? Obrigado a todos. A coruja é nossa!



Coca Cola @danibogoricin @CocaCola_Br pelo #cabore2016! É uma honra trabalhar com vcs



WMcCannBR @danieljapa #cabore #wmccann #ehnois #marcioborges Aê!! Parabéns!



Artpan @camilobarros Não levamos a corujinha, mas esse cara merece todo reconhecimento. Eu tenho a honra de dividir a mesa com ele (e olha que sofro para manter tudo no lugar) mas o mais bacana é ver todo crescimento dele, todo o empenho, profissionalismo, sendo reconhecido



Fbiz @gjahara comemora com os f.bizers o prêmio de melhor profissional de criação do Caboré 2016!



WMcCannBR @wmccannbr Da série cenas improváveis: Marcio Borges levantando a coruja.



Ogilvy Brasil @OgilvyBrasil Daniel De Tomazo, Planejamento do Ano no Prêmio Caboré 2016

VENCEDORES E INDICADOS

EMPRESÁRIO OU DIRIGENTE DA INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO

- **Marcio Oliveira** (Lew'Lara\TBWA)
- Eduardo Simon (DPZ&T)
- Kiki Moretti (Grupo In Press)

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

- **Publicis**
- AlmapBBDO
- Talent Marcel

PROFISSIONAL DE CRIAÇÃO

- **Guilherme Jahara** (Fbiz)
- Bruno Prospero (AlmapBBDO)
- Renato Simões (Wieden + Kennedy)

PROFISSIONAL DE ATENDIMENTO

- **Marcio Borges** (WMcCann Rio)
- Claudio Kalim (Africa)
- Vinicius Reis (CP+B)

PROFISSIONAL DE PLANEJAMENTO

- **Daniel de Tomazo** (Ogilvy)
- Aloisio Pinto (DAN/Isobar)
- Fabiano Coura (R/GA)

PROFISSIONAL DE MÍDIA

- **Andrea Hirata** (LeoBurnett Tailor Made)
- Adriana Favaro (LDC)
- Francisco Rosa (ARTPLAN)

VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO - PRODUTOR DE CONTEÚDO

- **SporTV**
- SBT
- UOL

VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO - PLATAFORMA DE MÍDIA

- **Eletromidia**
- Instagram
- Youtube

PROFISSIONAL DE VEÍCULO

- **Marcelo Duarte** (TV Globo)
- Gilberto Corazza (Turner)
- Nilson Moyses (Ótima)

ANUNCIANTE

- **Coca-Cola**
- Bradesco
- Vigor

PROFISSIONAL DE MARKETING

- **Paula Nader** (Santander)
- José Cirilo (Johnson & Johnson)
- Roberto Gnyppek (McDonald's)

SERVIÇO DE MARKETING

- **Ampfy**
- Hands
- SRCom

PRODUÇÃO

- **Paranoid**
- Hungry Man
- Satélite Áudio



Os 13 vencedores de 2016

Profissionais e empresas premiados com o principal prêmio da indústria de comunicação, marketing e mídia compartilham a vitória com familiares e equipes de trabalho

EMPRESÁRIO OU DIRIGENTE DA INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO

Honrar os dirigentes do passado e abrir caminho para os líderes do futuro. Foram essas as promessas que **Marcio Oliveira** fez ao subir ao palco para receber a coruja de dirigente da indústria da comunicação — a primeira de sua carreira. Com 17 anos de dedicação à Lew'Lara\TBWA, onde conheceu diversos amigos e também a própria esposa, Renata Rocco, o profissional fez questão de demonstrar reconhecimento a quem colaborou na construção de sua carreira. “Tenho de honrar muito o Luiz Lara, um dos maiores dirigentes que esse mercado já teve, e o Jacques Lewcowicz, que sempre foi um pai. Esse troféu de dirigente não é para mim, mas sim para a agência que represento. Então, o prêmio é de todo o board da Lew'Lara, que está comigo diariamente e que trabalha para fazer nosso mercado continuar sendo relevante”, disse. Oliveira também agradeceu o apoio da família e enalteceu a qualidade de seus concorrentes ao troféu: Eduardo Simon, “por também pertencer à nova geração de líderes” e Kiki Moretti, “por ter colaborado para a qualificação no setor de PR”.



ANUNCIANTE

Após uma bem-sucedida campanha olímpica, na qual colocou em campo a maior operação de real time marketing que já montou com cem profissionais de diversos países, a **Coca-Cola** fecha o ano conquistando seu primeiro Caboré. O prêmio coroa uma série de iniciativas implementadas nos últimos meses. “Tentamos fazer momentos mais especiais para as pessoas este ano, com novas campanhas e produtos, que acompanharam o público na Olimpíada”, comentou Javier Rodriguez, vice-presidente de marketing da empresa, ao subir ao palco com seu time para receber o troféu. Prestes a completar 75 anos de atividades no Brasil em 2017, como lembrou o executivo, a Coca-Cola viu ser prestigiado um trabalho sólido construído com um pool de agências, que, entre outros destaques, teve uma repercussão extremamente positiva nas redes sociais: os posts do jogo Brasil x Alemanha e da Cerimônia de Encerramento dos Jogos Rio 2016, por exemplo, bateram recorde histórico de menções da Coca-Cola em 24 horas foram mais de 30 mil.



AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO



Conquistar o Caboré logo na primeira indicação é um feito que a **Publicis Brasil** terá orgulho de ostentar. Em um ano que já era digno de celebração por conta da conquista de clientes do porte de Carrefour, Nestlé (digital) e Senac, a agência encerra 2016 vencendo AlmapBBDO e Talent Marcel na corrida pelo cobiçado troféu. Ao subir ao palco, na companhia de uma dezena de profissionais da agência, o CEO Hugo Rodrigues fez questão de dedicar o prêmio a quem não está no dia a dia da operação, mas que, em sua opinião, tem uma grande colaboração na conquista. “É um grande orgulho trabalhar com mais de 350 pessoas tão talentosas. Por isso, quero agradecer imensamente às famílias dessas pessoas, que por muitas vezes são privadas de sua companhia para que eles possam desenvolver esse trabalho incrível com a gente”, exaltou. Para Hugo, a conquista do Caboré comprova o acerto na filosofia da agência. “Nosso princípio é e continuará sendo fazer os clientes felizes. Por isso, fizemos questão de trazê-los aqui, pois tudo o que fazemos é por eles”, finalizou.

PROFISSIONAL DE MARKETING



Com um histórico extenso no setor bancário, sempre na área de marketing e marca, **Paula Nader**, que passou por Unibanco e Bank Boston antes de ingressar no Santander em 2000 (ainda Real ABN Amro, já que a aquisição deste pelo banco espanhol ocorreu em 2008), tem na conquista do Caboré a coroação de uma fase da vida. Em outubro, a até então diretora de marketing e marca do Santander foi promovida, mas para ocupar uma nova frente do negócio, a direção do Santander Esfera, ligado à fidelização dos clientes B2B e B2C dos cartões do banco — as instituições financeiras de modo geral têm centrado esforços em estratégias de resgate de pontos dos clientes em seus próprios programas de fidelidade. Ao receber a coruja, Paula agradeceu todas as equipes com as quais trabalhou, além de agências, produtoras e veículos com os quais interagiu ao longo de sua carreira no marketing. “Pessoas que param para ouvir o que eu tenho para dizer e, mais do que isso, me fazem parar para ouvir e entender o que podemos fazer melhor”, disse.

PROFISSIONAL DE CRIAÇÃO

Indicado pela primeira vez, **Guilherme Jahara**, CCO da Fbiz, não conteve a emoção ao receber o Caboré de Profissional de Criação. “Obrigado a todo mundo que votou e parabéns até para quem não votou em mim, pois eu estava concorrendo com dois profissionais incríveis, que admiro muito”, disse, se referindo a Bruno Prospero, da AlmapBBDO, e Renato Simões, da Wieden + Kennedy. Depois de agradecer a todos os sócios da agência e também à sua equipe de criação — inclusive aqueles que já não estão mais na Fbiz — Jahara ressaltou a importância da conquista do troféu como uma valorização do trabalho criativo. “Tenho muito orgulho de ajudar a levar uma visão criativa para a Fbiz, pois isso faz com que, apesar de todas as dificuldades que o mercado enfrenta, sejam as financeiras, seja a competição com os novos players, a gente realmente perceba que nosso mercado é composto de criatividade, independentemente do departamento”, disse, emocionado, antes de erguer à coruja em direção à mesa da agência e sentenciar: “É nossa, Fbiz.”

**PROFISSIONAL DE VEÍCULO**

Vencedor do Caboré de Profissional de Veículo logo na sua primeira indicação, o diretor de comercialização da TV Globo **Marcelo Duarte** começou a cultivar sua sólida carreira na empresa em 1993, integrando a divisão de merchandising. Em 2000, assumiu a direção da central de desenvolvimento comercial no Rio de Janeiro e, em 2015, foi promovido à função atual em São Paulo. Em seu discurso, ele destacou a receptividade que encontrou na capital paulista como um dos principais motivadores para o trabalho na emissora. “Estou há mais de 28 anos na publicidade. É o meu segundo ano em São Paulo, e me cativa a forma carinhosa como estou sendo recebido. Comecei jovem fazendo merchandising em um spin-off da Globo e de lá para cá sempre tive crédito e espaço para trabalhar”, disse. Para os próximos meses, seu objetivo é continuar pensando em novas soluções para clientes em todas as plataformas. “Queremos pensar em novas oportunidades de negócio que acompanhem a evolução do mercado.”

VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO – PRODUTOR DE CONTEÚDO

O **SporTV** agora tem três corujas do Caboré na estante. Depois de faturar o prêmio em 2004, após a cobertura dos Jogos de Atenas, e 2012, após a Olimpíada de Londres, o canal de esportes da Globosat repete a dose, mas com gosto especial, já que a Rio 2016 foi na sua casa. No palco, Pedro Garcia, diretor de esportes da Globosat, disse que o reconhecimento do prêmio é ideal para fechar um ano como este. “Saber que estamos no caminho certo e que fazendo o que a gente tem de fazer, como a loucura de colocar 16 canais e mais de 40 sinais na web para a Rio2016, é muito gratificante”, comemorou. Ele recebeu o Caboré acompanhado de Raul Costa Junior, diretor de conteúdo do SporTV. “Apesar de todo o sucesso da cobertura dos Jogos Olímpicos, e mesmo sabendo que a gente não trabalha para ganhar prêmio, é sempre um reconhecimento esperado”, frisou Garcia. Para o canal, que está completando 25 anos de mercado, assim como a Globosat, após o fechamento do ciclo de grandes eventos esportivos no Brasil desde a Copa do Mundo de 2014, está na hora de se reinventar.

VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO – PLATAFORMA DE MÍDIA

A fase de consolidação e profissionalização do setor de out-of-home foi o pavimento para a conquista, pela **Eletromidia**, do seu prêmio Caboré. A empresa conquistou as concessões do VLT (Veículo Leve sobre Trilhos) e a SuperVia (concessionária que administra os trens urbanos do Rio), renovou o contrato com a CPTM em São Paulo e adquiriu concorrentes como a DMS (Metrorio) e On The Spot (Metrorio SP — linha amarela). “O ano de 2016 termina como o melhor na história da Eletromidia e a conquista do Prêmio Caboré vem coroar esse sentimento, pois é a mais importante láurea que uma empresa da indústria da comunicação pode conquistar no Brasil”, afirma Alexandre Guerrero, sócio e diretor comercial da Eletromidia. “Ganhar o Caboré só nos faz sentir que estamos no caminho certo e que o mercado percebe nossos investimentos”, destaca Daniel Simões, também sócio e diretor. “Os eleitores do Caboré valorizaram o fato de termos assumido a liderança em publicidade no transporte público sobre trilhos no Brasil, além do fortalecimento de nosso posicionamento entre as maiores empresas de mídia OOH do País”, completa Guerrero.



PROFISSIONAL DE PLANEJAMENTO

Ao subir ao palco para receber seu primeiro Caboré, **Daniel de Tomazo** revelou que não tinha um discurso mas sim uma lista de pessoas a quem dedicou agradecimentos. Os primeiros mencionados pelo head de planejamento da Ogilvy foram os concorrentes Fabiano Coura, da R/GA, e Aloisio Pinto, da Dentsu Aegis Network. “São dois caras que têm histórias superbacanas, foi muito legal concorrer com vocês.” De Tomazo está há somente dois anos na Ogilvy, porém tempo suficiente para concretizar feitos significativos, como o reposicionamento de Nescau e fazer parte de um momento que conferiu à agência diversos prêmios no Effie Awards. O profissional também não deixou de fora de sua fala o agradecimento aos antigos chefes das agências nas quais consolidou sua experiência: Loducca, DM9, LewLara e J. Walter Thompson. “Foram muito importantes na minha história, assim como todas as minhas equipes e pares que eu tive”, disse.



DENISE TADEI

PROFISSIONAL DE MÍDIA



EDUARDO LOPES

A vice-presidente de mídia da Leo Burnett Tailor Made, **Andrea Hirata** admitiu subir ao palco do Citiback Hall sem nenhuma mensagem pronta. “Não preparei nada, porque uma pessoa me disse que não dava sorte escrever um discurso, então, levei tão a sério que agora vai ser do coração”. Há quatro anos na agência, a executiva comanda um time de 70 profissionais, nas unidades de São Paulo e Brasília. “Reinventar-se, manter o feeling e a técnica apurados têm sido grandes desafios diários”, disse, anteriormente, ao Meio & Mensagem. Em seu discurso de vitória, ela agradeceu ao marido e filhos. “Eles me apoiaram quando decidi sair do mercado, tirar um período sabático”, referindo-se ao tempo em que se dedicou a sua marca de sacola de tecido ecológico Sacoleria. “Preciso agradecer ao cara que me resgatou: Fernando Sales, muito obrigada.”

PROFISSIONAL DE ATENDIMENTO

“Improvável!”. Esta foi a primeira palavra que **Marcio Borges**, vice-presidente executivo e de operações da WMcCann Rio de Janeiro, disse, visivelmente emocionado, ao subir ao palco para receber o Caboré. Isso porque, como sua campanha dizia, pelas suas contas ele teria apenas 1,09% de chances de conquistar o prêmio. Para ele, que criou os laboratórios de inteligência de mídia da agência, os chamados Labs, o reconhecimento vem em um ano especial: como revelou em seu discurso, na festa do Caboré de 2015 ele estava pensando em desistir da carreira após ter tido um infarto, no qual as chances de sobrevivência eram de apenas 2%. Convencido pelas lideranças da WMcCann — Washington Olivetto, Paulo Gregoraci e Martin Montoya —, Borges decidiu continuar e tem colhido os louros, como um Leão de Creative Data em Cannes e projetos marcantes para L’Oréal, entre os quais o que incluiu uma modelo transgênero.



EDUARDO LOPES

SERVIÇO DE MARKETING



EDUARDO LOPES

Agência **Ampfy** conquistou o prêmio em sua primeira indicação, desbancando também estreantes Hands e SRCom. “A premiação veio coroar mudanças que realizamos em 2016, e também nos colocar em outro patamar: agora todo o mercado nos conhece”, afirma o CEO André PB, que comanda a agência junto a Gabriel Borges, Fred Siqueira, Douglas Bocalão e Fabiana Baraldi. Criada há cinco anos, a Ampfy lançou neste ano um novo posicionamento, que busca transformá-la em uma agência full service, colocando o digital “como um meio que conversa com todos os outros.” A chegada do executivo à agência é outra mudança ocorrida em 2016. Com mais de 25 anos de experiência no mercado publicitário, PB (ex-LDC) afirma que foi contratado para impulsionar o crescimento da Ampfy e para compartilhar e reciclar seus conhecimentos. “O prêmio também veio num momento de transformação da comunicação. Hoje os clientes precisam de serviços de marketing para entender o consumidor, o que compra e como vive”, diz o CEO. A Ampfy tem em seu portfólio a conta integral do azeite Andorinha, além de clientes como Mitsubishi, Gol, Maybelline NY e Sky — com eles desde o início da agência.

PRODUÇÃO

Em 2011, a **Paranoid** ganhou seu primeiro Caboré. À época, recordou-se o sócio-fundador Heitor Dhalia, seu discurso foi bastante otimista, afinal o Brasil vivenciava um momento bastante positivo, com direito à capa na revista britânica The Economist com o Cristo Redentor decolando como um foguete. “Hoje estamos vivendo uma situação bem diferente, mas quero reafirmar aqui o meu otimismo em relação ao País. Como mercado, a gente mais do que nunca tem de estar junto, melhorando nossas práticas, sendo cada vez mais parceiros — clientes, veículos, anunciantes e produtoras”. A produtora, que também tem Egisto Betti como sócio, foi indicada ao prêmio pela primeira vez no ano em que foi fundada, em 2009. Neste ano, a equipe mudou-se para um espaço mais amplo na Vila Leopoldina, investiu em co-produções com outras produtoras, lançou longas-metragens como *Amores Urbanos*, de Vera Egito, e deu continuidade a trabalhos de branded content como a série *Marias*, para Intimus.



DENISE TADEI

Reconhecimento aos indicados

Grande parte do mercado considera que a indicação ao Prêmio Caboré já é uma vitória digna de comemoração. Foi com esse espírito que todos os concorrentes de 2016 estiveram na festa para receber suas homenagens



Empresário ou Dirigente da Indústria da Comunicação: Marcio Oliveira (Lew'Lara|TBWA), Kiki Moretti (Grupo InPress) e Eduardo Simon (DPZ&T)



Agência de Comunicação: Talent Marcel (João Lívi e José Eustachio), Publicis (Hugo Rodrigues, Miriam Shirley e Eduardo Lorenzi) e AlmapBBDO (Rodrigo Andrade, Cintia Gonçalves e Luiz Sanches)



Profissional de Criação: Bruno Prosperi (AlmapBBDO), Guilherme Jahara (Fbiz) e Renato Simões (Wieden + Kennedy)



Profissional de Atendimento: Claudio Kalim (Africa), Marcio Borges (WMcCann Rio) e Vinicius Reis (CP+B)



Profissional de Planejamento: Fabiano Coura (R/GA), Aloisio Pinto (DAN/Isobar) e Daniel de Tomazo (Ogilvy)



Profissional de Mídia: Francisco Rosa (Artplan), Andrea Hirata (Leo Burnett Tailor Made) e Adriana Favaro (LDC)



Veículo de Comunicação - Produtor de Conteúdo: UOL (Ricardo Dutra), SporTV (Pedro Garcia) e SBT (José Roberto Maciel)



Plataforma de Mídia: Eletromídia (Alexandre Guerrero e Daniel Simões), Instagram (Marcos Angelini) e YouTube (Fabio Coelho)



Profissional de Veículo: Gilberto Corazza (Turner), Marcelo Duarte (TV Globo) e Nilson Moyses (Otima)



Anunciante: Bradesco (Marcio Parizotto), Vigor (Anne Napoli) e Coca-Cola (Javier Rodriguez)



Profissional de Marketing: Roberto Gnyppek (McDonald's), Paula Nader (Santander) e José Cirilo (Johnson & Johnson)



Serviço de Marketing: SRCom (Flávio Machado), Hands (Márcia Gonçalves e Marcelo Lenhard) e Ampfy (André Paes de Barros)



Produção: Hungry Man (Alex Mehedeff), Paranoid (Egisto Betti) e Satélite Áudio (Roberto Coelho e Kíto Siqueira)

Festa reúne lideranças do mercado

No último grande evento do ano, os concorridos coquetel e jantar do 37º Prêmio Caboré mantiveram a tradição de convites esgotados e presenças dos principais dirigentes da indústria



Gilberto Leifert (TV Globo), Flavia Cortes (Publicis), Dimitria Cardoso (Academia de Filmes), Hugo Rodrigues (Publicis) e Renato Pereira (TV Globo)



Guilherme Jahara (Fbiz) Roberta Moraes e João Livi (Talent)



Luiz Fernando Musa, Sergio Amado (ambos da Ogilvy) e Carlos Nascimento (TV Globo)



Cyd Alvarez, Dudu Godoy (ambos da NBS), Hugo Godinho (Grupo InPress) e Enor Paiano (IMS)



Fernando Julianelli (Mitsubishi), Fabio Coelho (Google) e Aluisio Marins (Ampfy)



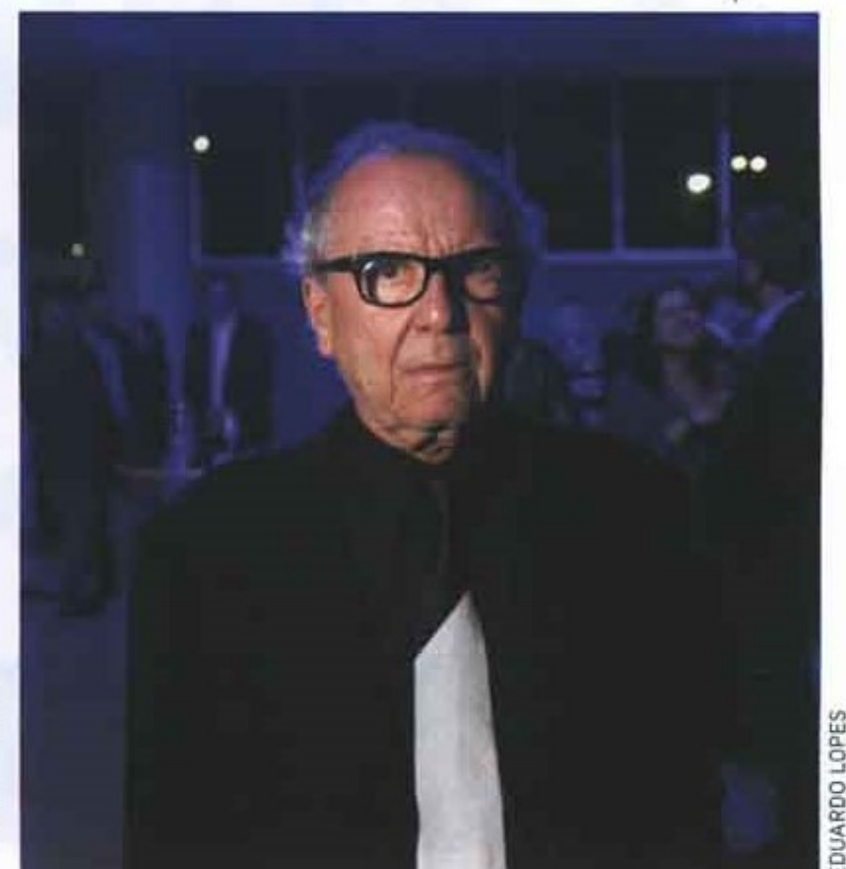
Tiago Lara (Leo Burnett), Salles Neto (M&M), Maria Laura Nicotero (Momentum), Marlene Bregman (Leo Burnett), Armando Strozenberg (Z+) e Erh Ray (BETC)



Tatianna Oliva (Cross Networking) e Victor Oliva (Holding Clube)



Ricardo Al Makul (KES), Tonico Pereira (DPZ&T), Eduardo Becker (Globo) e Luiz Lara (Lew'Lara\TBWA)



Washington Olivetto (WMcCann)



Marcos Angelini (Facebook) e Violeta Noya (Otima)



Claudio Santos (Guiato), Erh Ray (BETC) e Alberto Pecegueiro (Globosat)



Arnaldo Rosa e Bruno Guerrero (ambos da Fox)



Edson Giusti (Giusti Comunicação), Marcello D'Angello (Camargo Correia), José Roberto Maciel e Rodrigo Navarro (ambos do SBT)



Thais Chede e Ricardo Esturaro (ambos da TV Globo)



Eduardo Melzer (Grupo RBS), Roberto Sirotsky (3YZ) e Andriara Petterle (Grupo RBS)



Aloisio Pinto e Marina Tunes (ambos do Grupo DAN)



Cecilia Cilento (LDC), Murilo Bussab (Folha de S.Paulo) e Antonio Carlos de Moura (Grupo Folha)



Glen Valente (SBT), Anne Napoli (Vigor), Fabiola Menezes (Seara) e Claudia Furini (JBS)



Edileide Hochman, Marcio Parizotto (ambos da Bradesco), Roberta Fairbanks e Fernanda Zambon (ambos da Globosat)



Neneto Camargo (Alpha FM) e Daniel Chalfon (LDC)



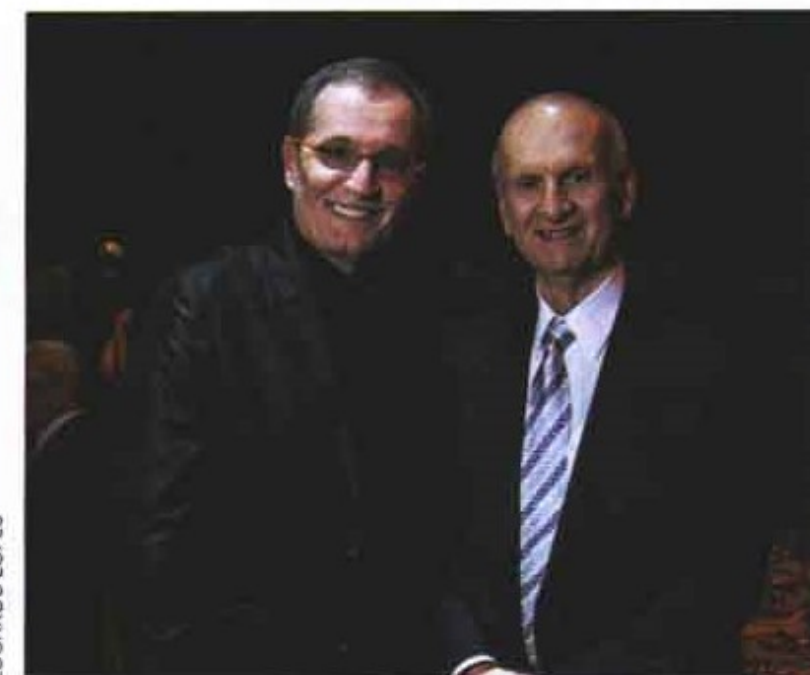
Denis Onishi (FCA), Adriana Favaro (LDC) e Fred Müller (Globosat)



Marco Bebiano (Google), Eco Moliterno (Africa) e Julio Zaguini (Google)



Antonio Fadiga (Artplan), Gleidys Salvanha (Google) e Rodolfo Medina (Artplan)



Walter Longo (Editora Abril) e Jaime Troiano (Troiano)



Eduardo Alvarenga (Elemidia) e Guilherme Ribenboim (Twitter)



Daniel Simões (Eletromidia), Roberto Gnypeck (McDonald's) e Alexandre Guerrero (Eletromidia)



Ricardo Marques (Vevo) e José Cirilo (Johnson & Johnson)