



Lürzer's Archive destaca Jameson

A agência **F.biz** emplaca pela segunda vez em 2015 trabalhos na tradicional publicação alemã que faz curadoria de ações com foco em direção de arte

PAULO MACEDO

Dois campanhas desenvolvidas pela agência F.biz estão nas páginas da edição deste mês da respeitada revista Lürzer's Archive, editada na Alemanha, que lista mensalmente as peças publicitárias mais criativas do mundo. Os diretores de arte vibram quando são distinguidos já que o core editorial do título privilegia essa disciplina.

O cliente é a marca Jameson, que integra o portfólio da multinacional francesa Pernod Ricard, segundo maior fabricante de bebidas alcoólicas do mundo.

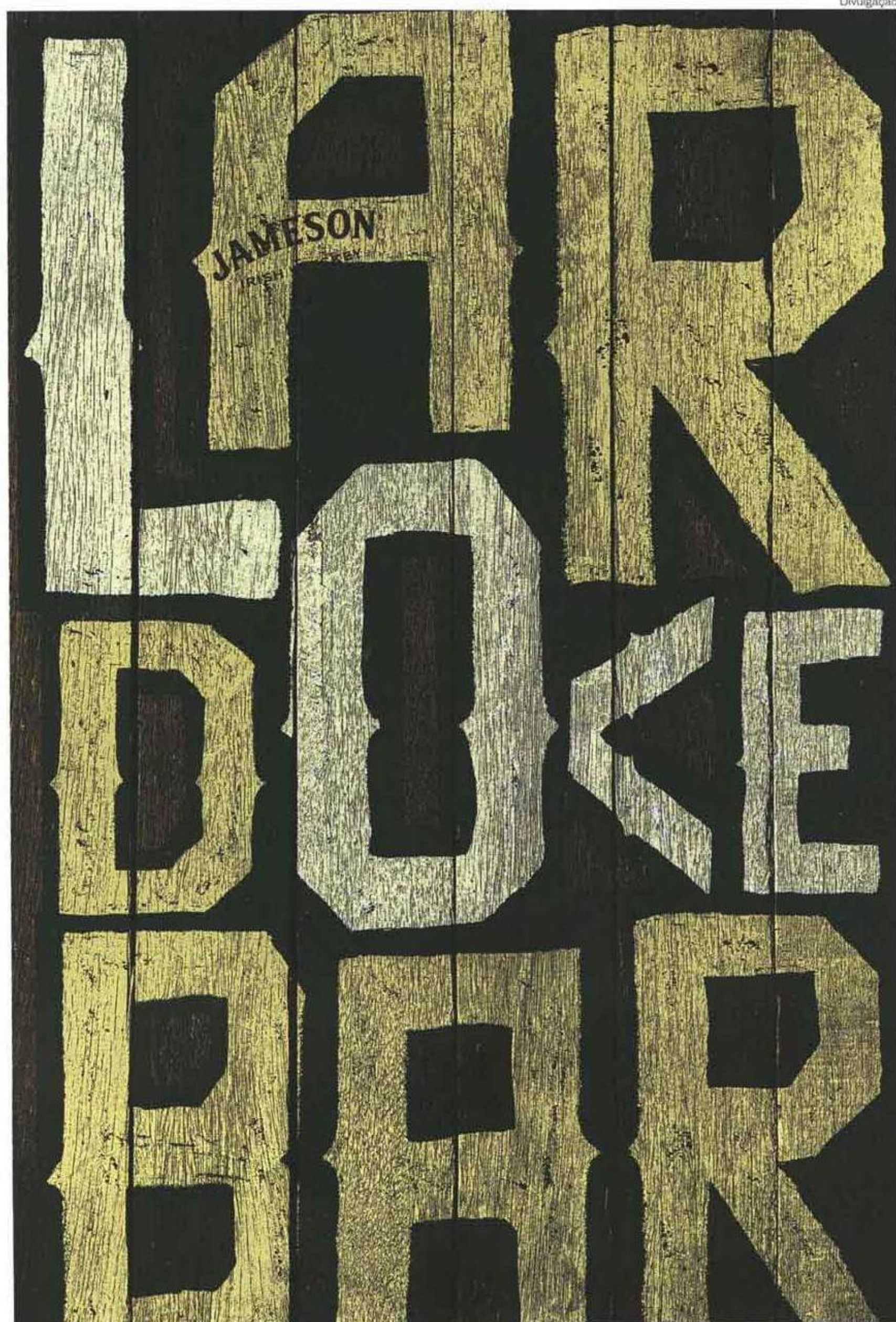
Na campanha "It was a barrel", composta pelos posters "Lar doce bar", "What lies inside?", "Spell it whiskey..." e "Pick up the pieces", ambientada em pontos de venda, o diferencial, por assim dizer, é o trabalho artesanal do artista plástico Mário Níveo a partir da madeira do barril do uísque trazido diretamente da destilaria de Jameson, que está localizada na cidade de Midleton, na Irlanda.

O outro trabalho destacado foi "The Barrel Poster", literalmente "a montagem de um pôster de madeira em formato de barril", que era abastecido sistematicamente com o uísque irlandês nas dependências do bar paulistano Mandíbula. Essa ação também foi incluída na categoria Material Ponto de Venda da 40ª edição do Anuário do Clube de Criação.

As campanhas "Bolsos", para a Livraria Saraiva; e "Blind Spots", para a Pernod Ricard em conexão com a ONG Singulares, ilustraram a edição dos meses de julho/agosto da Lürzer's Archive

O mercado brasileiro é prioritário para a Pernod Ricard. O foco principal está concentrado nos rótulos Absolut, Chivas Reagal e Ballantine's. A marca de uísque Teacher's, que deixou de ser distribuída pela empresa, vai ter o foco mercadológico direcionado para Passport, principalmemnte na região nordeste.

A crise econômica, como declarou no último mês de junho o CEO global Alexandre Ricard. "O Brasil atravessa um período econômico tenso, mas isso não vai durar. A nossa estratégia e os investimentos no país são a longo prazo", disse.



As ações foram para promover a marca Jameson em pontos de venda como o bar Mandíbula, em São Paulo.