

Anunciantes «reciclam» anúncios e pressionam agências e produtoras

Millennium bcp, Água das Pedras, Knorr e Luso estão a veicular nas televisões anúncios antigos. O briefing tentou perceber porquê.

Pelo menos quatro dos maiores anunciantes do mercado português estão a veicular nas televisões campanhas antigas, ligeiramente modificadas para comunicar outros produtos, preços ou datas.

Millennium bcp, Água das Pedras, Knorr e Luso são, para já, quatro das marcas que têm a decorrer spots televisivos já foram utilizados noutras ocasiões.

Segundo apurou o briefing junto de uma fonte próxima de uma das principais produtoras publicitárias, uma razão mais óbvia será a contenção de custos das marcas, que terá reflexos «a muito curto prazo» nas produtoras e agências de publicidade.

«É uma situação muito preocupante. Os anunciantes têm budgets mais curtos ou então estão a aproveitar-se da situação», explica a mesma fonte. «Muitos chegam ao pé das produtoras e dizem 'temos este dinheiro para fazer o filme e temos que ter a mesma qualidade do ano passado, ou até melhor'. Mas a quantia é quase sempre menor».

Outro dos motivos pelos quais os anunciantes poderão estar a «repetir» spots publicitários estará relacionado com o facto dos orçamentos de marketing para 2009, em muitos casos, ainda não estarem aprovados e as marcas precisarem de comunicar.

O briefing contactou Millennium bcp, Luso e Água das Pedras, que recusaram admitir que o motivo da «reciclagem» dos anúncios esteja relacionado com questões financeiras.

A campanha «Aplausos», em que o Millennium comunica o seu apoio às PME, foi gravada há três anos, ainda que a nova versão comunique outros serviços e tenha uma locução diferente. «Os filmes e script são diferentes e a campanha é válida e funciona. A campanha do Jorge Gabriel no barbeiro, por exemplo, já foi «reciclada» três vezes, é normal», referiu uma fonte do departamento de comunicação da marca. A campanha foi produzida pela Arizona Films e tem criatividade da Bassat Ogilvy.

Segundo a mesma fonte, «não é segredo que o Millennium vai reduzir o investimento em marketing e comunicação em 20% em 2009», mas essa «não é a única razão para veicular este anúncio», uma vez que «não é a primeira vez que tal acontece».

No futuro, concluiu a mesma fonte, «é possível» que o banco recorra a spots televisivos antigos. «Essas acções são quase sempre válidas», revelou.

Por outro lado, e segundo confidenciou ao briefing a responsável pelo marketing do negócio de águas da Sociedade Central de Cerveja e Bebidas (SCC), Mafalda Soares, a campanha da Formas Luso protagonizada por Margarida Pinto Correia, que estará no ar até finais de Março, foi «repetida» porque «a base de consumidores Formas Luso ainda tem muita margem para crescer». «Esta é uma altura do ano pertinente para alertar os portugueses para a importância de adoptar estilos de vida mais saudáveis», referiu.

O filme, com criatividade da Fuel e produção da Pix Mix, sofreu alguns «ajustes» com a integração da Formas Luso Natural no spot. «Este produto está há muito pouco tempo no mercado e era fundamental dá-lo a conhecer», conclui a mesma responsável.

Já no que toca à reposição da campanha da Água das Pedras, que foi lançada pela primeira vez em Agosto de 2008, fonte da Unicer revelou ao briefing que esta acção «não é inédita na história da marca nem está relacionada com corte de custos».

«Repormos esta campanha significa que, na nossa opinião, ela não está esgotada. É uma grande produção, com um investimento significativo», explicou a mesma fonte.

A campanha, concebida pela Publicis e com produção da Tangerina Azul, termina com um pack shot diferente e será complementada com três novos filmes de 10 segundos, que reforçarão o relançamento das Pedras Levíssima.

Recorde-se que, como o briefing noticiou na edição de sexta-feira, também a Knorr está a relançar a campanha «A melhor sopa do mundo», da JWT e Tangerina Azul. A campanha vai ser veiculada até ao final de Março e tem como objectivo comunicar a nova sopa de ervilhas da marca da Unilever.

In Briefing, Carlos Martinho, 24.02.2009