


Tema: Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto					Âmbito: Especializada	
Título: Três milhões para pedir um Porto Ferreira					Temática: Marketing/Publicidade/Comunicação	
2006/05/16	BRIEFING – PRINCIPAL	Pág.4	Imagem: 1/1		Periodicidade: Semanal	Inv.: n.a.

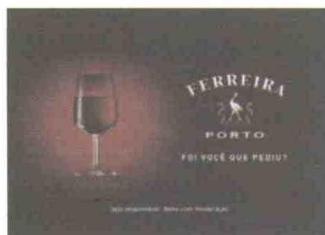
Estratégia

Três milhões para pedir um Porto Ferreira

A marca do “Foi você que pediu...?” vai regressar aos ecrãs com uma campanha da autoria da Publicis e apresenta o novo conceito estratégico

PEDRO QUEDAS

Aproximar a marca do público jovem, com uma imagem e uma comunicação publicitária mais actual, é o propósito da campanha que a Porto Ferreira começa a exhibir amanhã. Com um investimento na ordem dos três milhões de euros, a Sogrape aposta na revitalização desta marca com uma campanha multimedia da autoria da Publicis. Um trabalho que ao invés do clássico “Foi Você que pediu um Porto Ferreira?”, introduz uma outra assinatura “Isto pede um Porto Ferreira”. Conservando valores como autenticidade e sofisticação, a comunicação da marca re direccionou-se para um visual mais jovem – um target A/B e urbano –, com desejo de sofisticação e contemporâneo, recorrendo à ideia de



que os “bons momentos têm de ser celebrados com Porto Ferreira”. O anúncio televisivo que promove o vinho do Porto da Sogrape, foi produzido pela Sync e realizado por Fred Oliveira.