



1° Concurso Desencannes – André Nassar
(25.08.2005 – 08.10.2005)

Cliente: Panificação Mandarino Ltda.

Produto: Biscoito de Polvilho Globo (não é um produto imaginário, mas pelo seu inexplicável sucesso de vendas virou um produto misterioso. Em mais de 50 anos de existência ele nunca foi anunciado, nunca foi feita uma única campanha ou qualquer tipo de comunicação para o produto).

Objetivo de Comunicação: Criar um conceito e uma campanha para o Biscoito Globo.

Peças a serem desenvolvidas: Cartazes e anúncios (outros formatos de mídia também serão aceitos como rádio, Internet, outdoor...)

Histórico do Produto: Ver links de referência.

<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT457583-1662,00.html>

<http://www.jornalcopacabana.com.br/ed117/artecia.html>

Amplitude de linha: Salgado e Doce (mas não têm gosto de nada. Aliás, tem gosto de biscoito Globo). O formato do biscoito é sempre o mesmo: uma rosca.

Praça de Atuação: Rio de Janeiro

Público-Alvo: pessoas no Rio de Janeiro (cariocas ou não). Produto segmentado para as classes ABCDE, com idade entre 5 e 95 anos, que estão com fome, aceitam entupir a barriga com qualquer coisa e têm pouco dinheiro disponível.

Pontos de Venda: Praias (principalmente) e semáforos da cidade do Rio de Janeiro, através de ambulantes.

Preço Praticado: R\$ 1,00 (pra gringo é US\$ 1.00)

Processo de venda: Ambulantes gritam para os consumidores potenciais "Biscoito Grôbo, salgado e doce!".

Embalagem: feita de papel, conteúdo 30g. Verde e amarela para o salgado. Vermelho e amarelo para o doce. Ver imagem nos arquivos de referência.

Slogan contido na embalagem: O biscoito que você não pára de comer.

Reason Why: é a rosquinha mais comida do Rio há 50 anos.

Pontos Fortes:

- O slogan gritado pelos ambulantes já define o que o cliente encontrará.
- Possui dois sabores universais.
- A embalagem é a mesma há mais de 50 anos e o consumidor identifica-a de longe.
- A embalagem pode ser de baixa qualidade, mas é fácil de abrir. As crianças agradecem.
- Como não investem em propaganda, o preço é muito baixo.
- O biscoito é o melhor polvilho da cidade. Não esfarela como os outros. Está sempre fresquinho.
- É vendido junto com outro fenômeno: o Mate-Leão; um impulsiona o outro.
- O nome é GLOBO. Passa credibilidade.
- A margem de lucro para o ambulante é enorme, o que estimula o interesse pela venda.

Pontos Fracos:

- O slogan gritado pelos ambulantes tem erro de português.
- Os garotos propaganda são os mais feios do mundo: os próprios vendedores.
- Não conhece o seu público consumidor nem seus hábitos de consumo.
- A distribuição é fraca. Só existe uma distribuidora oficial. E o produto é vendido diretamente pelos ambulantes.
- A embalagem não fecha direito.
- Alguns vendedores vendem os biscoitos usando uniformes do Mate-Leão.
- Nunca investiram um centavo em propaganda.
- Os preços são os mais sazonais do mundo. O saquinho custa, em média, R\$ 1,00. Mas como o sol é o determinante de preço, pode-se comprar dois ou até três saquinhos por R\$ 1,00, em dias nublados.

Responsabilidade Social: é um produto socialmente correto. A embalagem é de papel, o que facilita a decomposição quando jogada na rua, preservando assim o meio ambiente. A empresa também ajuda inúmeros desempregados a conseguirem um bico de vendedor ambulante. Faz isso há mais de 50 anos, antes de responsabilidade social virar moda. Ou seja, Biscoito Globo é quase uma ONG.

Recomendações para a Criação: Desenvolver uma campanha com tom Desencannes. Para relembrar, segue a definição de pérola.

“Pérola é uma idéia muito boa, só que impuplicável. Não chega nem ao atendimento, mas até o cliente acharia genial ou daria risada. Só que para ser uma pérola não pode ser idéia fraca. Essa não funciona em lugar nenhum”.

Prazo para entrega: A campanha para o 1º Concurso Desencannes deverá ser entregue até o dia 08.10.2005. No entanto, o Desencannes recomenda que você envie suas peças antecipadamente para evitar problemas inesperados. Tem um monte de piolho que deixa tudo para a última hora e aí você não consegue enviar a sua pérola.

Regulamento Concurso Desencannes

- 1. Serão selecionadas as 10 melhores pérolas do concurso, segundo escolha do júri, formado pela equipe Desencannes e pelo criativo que comanda o briefing da vez.*
- 2. As pérolas que ocuparem as três primeiras colocações farão automaticamente parte do portfólio do site, podendo concorrer também no Festival Desencannes.*
- 3. Os autores das 3 melhores pérolas ganharão uma camiseta Desencannes. As demais peças entrarão na lista Top 10 do concurso e todos receberão um adesivo do site.*
- 4. As pérolas para o concurso só poderão ser enviadas até a data estabelecida pelo site, não havendo prorrogação de prazo.*
- 5. Os arquivos das pérolas não podem ultrapassar 1 megabyte. Jingles, spots e Filmes podem ser enviados em forma de roteiro.*
- 6. O resultado do concurso não poderá ser contestado. Qualquer reclamação, clique no menu Processe-nos e processe a gente.*
- 7. Para pérolas com idéias iguais ou muito parecidas, o Desencannes priorizará a peça que chegar primeiro.*
- 8. E use o bom senso, né? Por favor!*

**Aquilo Tudo,
Desencannes.com**