



**MERCADO** A Samsung é a marca mais influente do Brasil, segundo estudo realizado pela Ipsos. Nestlé e Google completam as três primeiras posições **pág. 14**

JORNAL PROPAGANDA & MARKETING

EDITORA REFERÊNCIA

# propmark

www.propmark.com.br

ANO 50 - Nº 2542 - São Paulo, 13 de abril de 2015

R\$ 9,50



**LAVA JATO ATINGE PUBLICIDADE**

La VP do Engli Lawe, Ricardo Hallinan (foto), foi preso acusado de envolvimento em esquema de corrupção na Petrobras. Casca e Movimento Social. **pág. 21**

## AB InBev gera polêmica

A possibilidade de greve de agências na Inglaterra diante de uma concorrência da AB InBev, dona de marcas como a Stella Artois (foto), gerou polêmica na semana passada. A paralisação foi proposta pela Marketing Agencies Association contra práticas consideradas injustas e abusivas. Apesar de adesões insuficientes, o episódio reacende a discussão sobre a posição mercadológica de grandes anunciantes, principalmente em relação a prazos de pagamento. **pág. 8**



## Ranking de cosméticos destaca a marca Natura



A marca, no estilo core e catapulta "Charme Natura. Chama que vem" (na foto, detalhe de anúncio), é a líder de América Latina no Brasil Financeiro Consultivo por ser a mais valiosa do setor no mundo. **pág. 14**

## Abramark escolhe 20 nomes para Hall da Fama



A lista reúne agora um total de 20 profissionais que contribuíram para a construção e fortalecimento do marketing brasileiro moderno e atual. Marcio Santos (foto), de África, está entre os nomes integrados. **pág. 6**

ÍNDICE				
146	Editorial	7	Carreiras 2015	
147	Direção	2	Conexões	
148	Abramark elige Hall da Fama	4	AB InBev é atacada na Inglaterra	
149	Meia	6	Marcas & Foodnet	
150	Publicidade Colômbia Brasil	8	Inteligência lança site para jovens	
151	7	Samsung é mais influente	14	AFP Psidato supera expectativas
152	7	Natura é a mais valiosa no B.	14	Young & Rubicam 2015
153	8	Expositiva	16	Brasil e Afés
154	8	Mundo.com	18	CCSP faz 40 anos
155	9	Fórum de Constantinópolis	19	Sapientias
156	18	OLX tem nova campanha	25	
157	20	Beyond the Line	26	
158	22	Levi Strauss	26	
159	22	Crédito 2015	27	
160	24	Quem Foi	27	

A EDIÇÃO ESPECIAL DE 50 ANOS ESTÁ CHEGANDO

**SUA MARCA AINDA PODE FAZER PARTE DESSA HISTÓRIA**

Reserva: até 4 de maio | Criação: 18 de maio | Contato: 11 2005.0730 ou contato@editorareferencia.com.br



## VIVER PLENAMENTE I

Com a ideia de estimular as pessoas a viverem plenamente, a Lowfat criou uma campanha inspiradora para a Central Nacional Unimed (CNU). As peças valorizam os momentos felizes do dia a dia, como correr, andar de bicicleta ou preparar um jantar surpresa para a pessoa querida.

## VIVER PLENAMENTE II

O conceito é "A CNU está aqui. Pra cuidar de você enquanto você cuida de tudo". As imagens mostram pessoas que aproveitam um momento só seu – como correr ou andar de bicicleta. No filme, há cenas de uma mulher vivendo atividades do dia, mas, ao final, é revelado que, na verdade, a personagem está praticando ioga e recordando todas as atividades que realizou ao longo do dia.



A nova campanha da Unimed está inspiradora, com peças que mostram que, mesmo com a vida corrida, é possível fazer uma atividade física