



Lucia Faria

Inteligência em Comunicação

Data: 06/07/2009
Página: 46
Seção: Cannes Lions

meio&mensagem

46.

CANNES LIONS
21-27 JUNE 2009
50th INTERNATIONAL ADVERTISING FESTIVAL

meio&mensagem | 6 DE JULHO DE 2009

FICHA TÉCNICA • ESPECIAL CANNES

DESIGN

OURO

O case de identidade visual mostrou as Havaianas com diferentes aspectos, cores e formas. Com isso, ficou destacada a simplicidade do produto que se tornou famoso no mundo todo.

Título: "Identidade visual das Havaianas"
Anunciante/produto: São Paulo Alpargatas/Havaianas
Agência: AlmapBBDO
Criação: Marcello Serpa, Marcus Sulzbacher, Marcos Kotlihar, Danilo Boer, Bruno Prospero, Danilo Siqueira, Sérgio Mugnaini, Renato Fernandez,



Kátia La Farina, Adhemes Batista, João Linneu, Eric Benitez e Carolina Aboarrage
Direção de criação: Marcello Serpa e Marcus Sulzbacher
Aprovação/cliente: Carla Schmitzberger e Christina Assumpção

PRATA

A identidade da marca Claro está ressaltada por bolas nas quais o logo surge nas diferentes facetas, como se a esfera estivesse girando.

Título: "Identidade da marca"
Anunciante/produto: Claro/Institucional
Agência: Gad Design
Criação: Luciano Deos e Leandro Araujo
Direção de criação: Hugo Kovadloff, Valpirio Monteiro, Leonardo Araújo e Antônio Raupp
Aprovação/cliente: Roberto Guenzburger

