



Negócios & Propaganda

por **Claudia Penteadó** » claudia@claudiapenteadó.com.br

BATE BOLA **Rodrigo Vaz**
DIRETOR DA TACO

Taco foca em música, arte e comportamento

As histórias da Taco e do Rock in Rio se entrelaçam: as marcas nasceram juntas em 1985, mantiveram "a pegada" jovem ao longo do caminho e são parceiras, de fato, desde 2011. Rodrigo Vaz, diretor da Taco que cuida do projeto Rock in Rio, conta aqui um pouco dessa história cheia de criatividade e inovação.

Como começou a história da Taco com o Rock in Rio?

A Taco surgiu em 1985, mesmo ano em que o Rock in Rio foi idealizado. A marca já vinha há algum tempo buscando uma identidade relacionada à música. Nosso primeiro projeto, em 2010, visava comercializar junto à gravadora Warner estampas de bandas. Depois começamos a pensar em novas formas de nos comunicar musicalmente com o público. Em 2011, o Rock in Rio estava procurando parceiros para o evento, e fomos um dos nomes lembrados por eles, por termos uma pegada jovem como o festival.

Este ano há várias ações inovadoras previstas no Festival. Quais serão?

A Taco sempre procura em suas ações se conectar com vários universos, música, arte e comportamento. Este ano faremos algo diferente dos outros anos, será uma ação "ao vivo" que certamente irá encantar quem gosta desses universos. Mas não posso dar detalhes ainda para não estragar a surpresa!

Qual foi a ação mais inovadora nesses anos todos?

Em 2011 trouxemos o Zoetrope 3D, visto pela primeira vez no Brasil. Em 2013, o Stop Motion (todos os filmes já feitos para a marca foram exibidos em stop motion) com a "Taco Rock in Rio Magazine", atração interativa onde os visitantes podiam ser capa de revista por um momento, e postar a imagem no estilo "pop star" nas redes sociais. Em 2015, a ação será mais interativa e irá comemorar os 30 anos de Taco e Rock in Rio.

Qual o papel da Script no desenvolvimento dessas ações e qual a importância de ter uma comunicação inovadora?

A Script é parceira da Taco desde a primeira participação no RIR, portanto é nosso braço direito nas ações. Acreditamos na propaganda eficiente, atual, para



falarmos com nosso público. "Todo mundo, todo dia" - é assim que construímos a nossa marca, pensando no produto com qualidade e valor justo. Hoje estamos muito focados em vários canais como Facebook, Instagram, Twitter, e-commerce. No facebook recentemente chegamos à marca de 730 mil likes. No entanto, não deixamos de utilizar veículos mais tradicionais - como os anúncios em grandes jornais, com os quais já conquistamos diversos prêmios.

Quais os planos da marca?

Hoje temos 156 lojas sendo 52 próprias e 104 franquias, já com a abertura de nossas novas lojas no Pará, Amazonas, Bahia e Alagoas. Nosso plano de expansão será forte no estado de São Paulo e futuramente, América Latina.

"Pegadinha séria" contra o racismo

Anúncio de jornal, revista, post para redes sociais e um filme fazem parte da nova campanha que a 11:21 criou para a Voz da Comunidade, jornal e portal do Complexo do Alemão. Criada por Gustavo Bastos e Robson Oshiro a ação vem com uma "pegadinha séria" Na imagem da família com traços orientais, um dos membros é negro e o título provoca: "tem uma pessoa nesta foto que não deveria estar aí". Na sequência, explica: "Priscila, que torce por um time enquanto todos torcem por outro". O alerta é contra o racismo - aquele que está dentro das pessoas, sem que elas se dêem conta.



Sorriso inspira campanha da Amil Dental

O sorriso é tema do novo filme da Artplan para a Amil Dental, no ar em TV aberta em São Paulo e no Rio de Janeiro. O conceito: "Seu sorriso ainda tem muitas conquistas pela frente." A campanha inclui anúncios em jornais, revistas, internet e mobiliário urbano.

Planejador carioca vence Young Lions Brazil 2015

Daniel Kolb, planejador senior da NBS, foi selecionado entre outros 23 concorrentes como o melhor do Brasil na categoria Planejamento no programa Young Lions Brazil 2015. O grupo de 18 jovens premiados participará do Festival Internacional de Criatividade de Cannes 2015 entre 21 a 27 de junho, na França.

