



Negócios & Propaganda

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

BATE BOLA **Antonio Fadiga**
CEO DA ARTPLAN EM SÃO PAULO

“*Já estamos 100% integrados*”

Como foi ser estagiário por um dia no digital?

Foi muito interessante conviver por um dia inteiro focado no digital. Tive tarefas para ser executadas, não pude usar o celular ou acessar meus emails, tudo pra me dedicar exclusivamente a esta experiência. Aprendi na prática como monitorar redes sociais, buscar tendências, criar conteúdos, ações de mobile e até otimização de sites e palavras chave. Informações que já conhecemos ou usamos, mas muitas vezes só sabemos na teoria.

Quantos devem aderir?

Pessoas de todas as áreas da agência se inscreveram. Portanto não existe um perfil de idade, cargo ou gênero. Todo mundo foi convidado a participar. Hoje temos mais de 25 inscritos, mas se tivermos mais interessados, vamos abrir novas inscrições!

Por que é tão desafiador incorporar a cultura digital à empresa como um todo?

Um dos pilares fundamentais da Artplan é a comunicação integrada. Já há algum tempo nossos profissionais digitais estão inseridos em toda a estrutura da Artplan. Todas as áreas da agência contam com a expertise destes profissionais para criar conteúdos que engajam, atraem e constroem relaciona-

O CEO da Artplan em São Paulo, Antonio Fadiga, foi o primeiro participante do recém-criado programa “Estagiário experiente”, criado pela área de Conteúdo e Engajamento da agência para ajudar a ampliar o conhecimento dos profissionais da agência sobre o ambiente digital. Fadiga tinha assistido ao filme “Senhor Estagiário”, com Robert De Niro, e se inspirou para inaugurar o projeto. Ao ser estagiário por um dia, Fadiga ajudou a motivar o restante da agência a participar.

mentos entre marcas e pessoas em qualquer plataforma de comunicação. O ‘Estagiário Experiente’ surgiu como mais um caminho para aproximar o ambiente digital de qualquer colaborador da agência, e tem tido sucesso assim como nossas outras iniciativas voltadas ao digital, que começou com a aquisição da Gruda, lá em 2012, e também passou pela incorporação de uma agência de User Experiência e soluções mobile ao Grupo



Artplan, que é a Outra Coisa, neste ano. Já estamos 100% integrados.

Você é uma pessoa muito digital no seu dia a dia?

Sim, estou bem conectado, como a maioria das pessoas. Mas com um sabor de vingança: tenho tido sucesso ao não ficar dependente dos benefícios da rede. Sempre será ótimo, mas somente quando eu quiser. E não criar uma dependência no meu inconsciente.



Beba um produto Coca-Cola e sinta o sabor de ajudar alguém.

Filmes da Agência3 para Coca-Cola mostram futuro possível

Para divulgar a Semana Movimento Coletivo, entre 8 e 14 de novembro, a Coca-Cola Brasil veicula filmes para a internet nos quais mostra histórias reais em formato de contos de natal. O primeiro apresenta a vida de Mateus dos Santos Silva, de 20 anos, morador da Brasilândia, em São Paulo. Mateus superou a timidez participando do Coletivo Varejo. Conquistou seu primeiro emprego no Museu da Pinacoteca de São Paulo. Os vídeos, assinados pela Agência 3, estão disponíveis no site www.cocacolabrasil.com.br.

Durante a Semana, todas as vendas de produtos da Coca-Cola ajudam diretamente os programas do Instituto Coca-Cola Brasil.



Sesc quer transformar vidas

A Binder assina a nova campanha do Sesc, que valoriza suas inúmeras atividades esportivas, culturais, educativas, de turismo e lazer. O tema é: “Transforme seu jeito de viver. Descubra o Sesc Rio”, que resume objetivo maior do Sesc, que é transformar as vidas das pessoas com sua grande oferta de atividades. A agência criou filme, anúncios de jornal e revista, spot de rádio e peças para mídia exterior e internet.

Skafé volta à mídia e contrata X-Tudo

A Skafé Cosméticos (www.skafé.com.br) tradicional indústria com 30 anos de atividades que estava fora da mídia há alguns anos, voltará a anunciar em 2016 e entregou sua conta para a agência X-Tudo Comunicação, dirigida por Marcelo Gorodicht. A indústria localizada em Nova Iguaçu, Baixada Fluminense, produz 12 linhas de produtos e cerca de 250 itens, tem cerca de 1000 funcionários e exporta para a Europa, Estados Unidos e toda a América Latina.