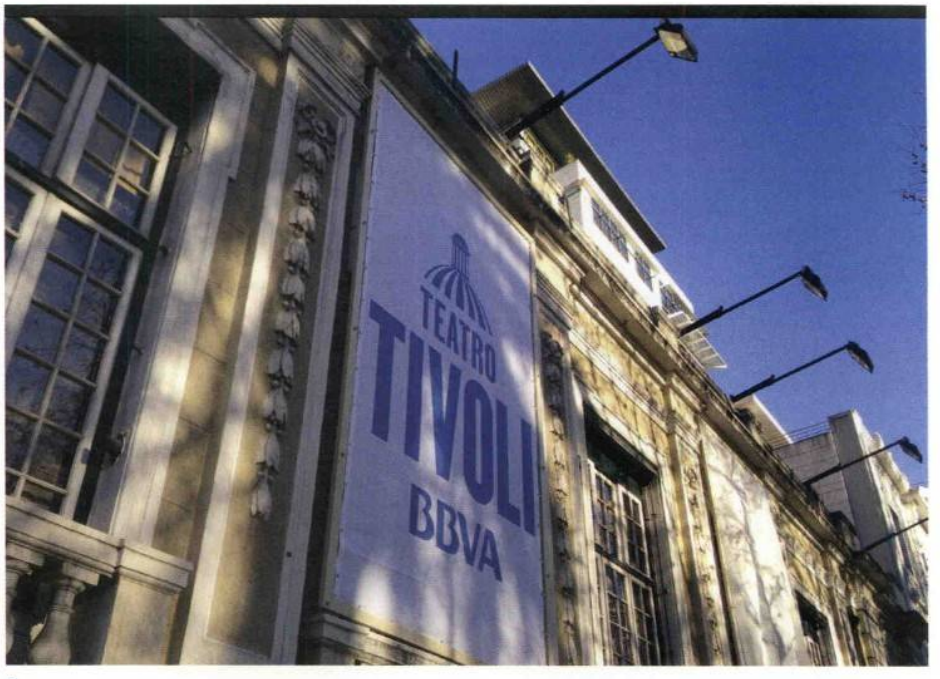
1

outsystems®
About Agility

2


TEATRO
TIVOLI
BBVA

3

4

Renova
Renova
Renova

5

Biedronka
Codziennie niskie ceny

6

KANTAR WORLDPANEL

7

8

9

1 - Marcas imprescindíveis em Portugal

Danone, Mimosa Leite e Coca-Cola são as marcas que ocupam o pódio do ranking das marcas imprescindíveis em Portugal em 2011, segundo o Kantar Worldpanel e que conta com outras marcas como Nestlé Cereais, Fula, Longa Vida, Super Bock, Planta, Skip e Olá. Para estas conclusões a unidade de estudos de mercado do Grupo WPP levou em consideração, não apenas a presença no maior número de lares, mas também a compra consecutiva das mesmas.

2 - OutSystems fornece Exército americano

A multinacional portuguesa de software OutSystems está a fornecer software para o Departamento de Defesa Norte-Americano, na sequência de um projecto de consolidação dos Data Centers do Exército daquele país.

3 - Tivoli passa a Teatro Tivoli BBVA

O anúncio surgiu algumas semanas após a UAU ter adquirido este espaço, situado em plena Avenida da Liberdade, num negócio cujos valores Paulo Dias, administrador-geral da produtora, preferiu não avançar. A parceria com o BBVA, prevista para os próximos 15 anos, garantirá a sustentabilidade financeira do Teatro Tivoli, permitindo não só o melhoramento das infra-estruturas como o reforço da programação. A associação ao teatro vem, por sua vez, responder à necessidade que o BBVA tinha de um espaço onde pudesse desenvolver «actividades não só de negócios, mas também culturais», garantiu Alberto Charro, administrador-delegado do BBVA para o mercado português. A estratégia de naming, pioneira em Portugal no que toca a espaços culturais, faz-se acompanhar por uma mudança de identidade visual, que apresenta agora os traços da instituição bancária espanhola.

4 - Lello e Ler Devagar entre as livrarias mais bonitas do mundo

As livrarias Lello, do Porto, e Ler Devagar, de Lisboa, foram distinguidas pela publicação "Flavorwire" como duas das 20 livrarias mais bonitas do mundo. «Esta divinal livraria neogótica, inaugurada em 1906, contém aquela que nós consideramos como a derradeira definição de "escadaria para o céu"», diz a "Flavorwire "na descrição da Livraria Lello. Já a Ler Devagar, localizada na capital, mereceu destaque pela sua decoração: «Esta loja tem uma bicicleta voadora e livros até ao tecto. Precisamos de dizer mais alguma coisa?»

5 - Renova estreia lojas virtuais no metro

A Renova inaugurou duas On-the-go-shop, uma na estação de metro do Marquês de Pombal e outra na estação da Trindade, no metropolitano do Porto. Esta loja virtual permite que os consumidores encomendem produtos da marca a partir da leitura, por telemóvel, de códigos colocados num painel electrónico que simula a prateleira de um supermercado.

6 - Biedronka com mais lojas na Polónia em 2012

A Jerónimo Martins prevê inaugurar 250 lojas da marca ao longo de 2012, na Polónia. Estão contemplados 450 milhões de euros no plano de investimento para a expansão da rede de lojas Biedronka no mercado polaco. O retalhista prevê ainda registar um crescimento de dois dígitos nas vendas like-for-like, bem como abrir dois centros de distribuição.

7 - Faz parte dos smart downtrading shoppers?

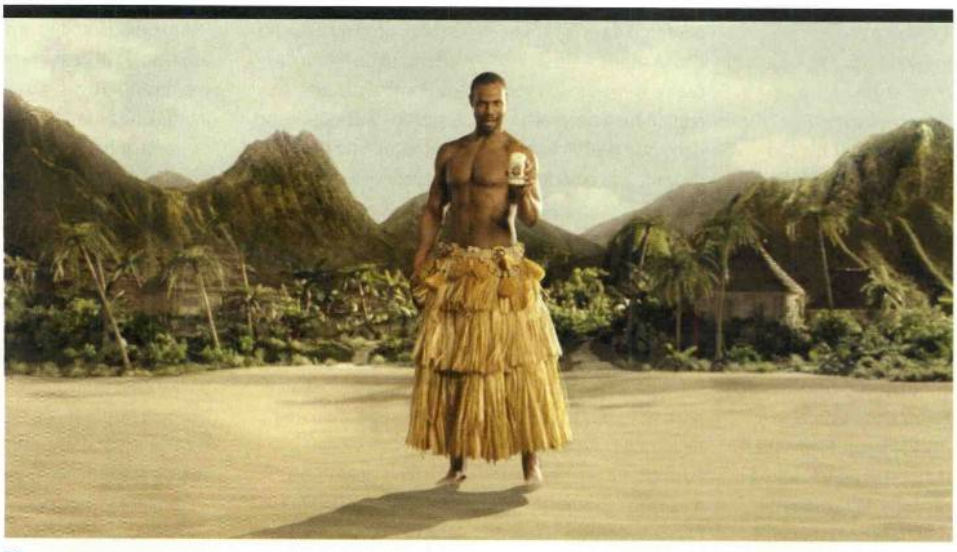
Se faz parte do grupo de consumidores que só compra as marcas mais caras quando vê valor para si nessa escolha e que opta pela opção mais barata com melhor relação preço/ /função em tudo o resto, então pertence ao grupo que representa já 57% dos lares portugueses. São os smart downtrading shoppers.

8 - Anúncio da L'Oréal banido por "enganar"

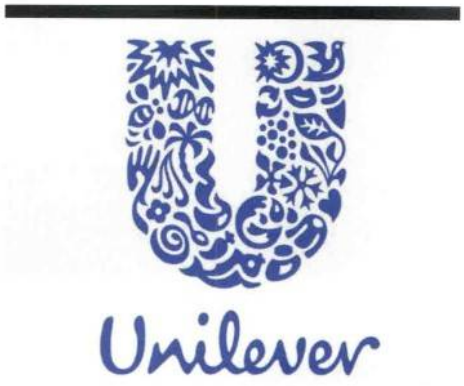
A Advertising Standards Authority (ASA), regulador da publicidade no Reino Unido, proibiu um anúncio da L'Oréal a um creme anti-rugas, alegando que as imagens da campanha, protagonizada por Rachel Weisz, foram manipuladas digitalmente e não correspondem ao efeito real do produto.
O anúncio foi "substancialmente alterado para tornar mais suave e proporcionada" a cara da actriz britânica, "exagerando de forma enganadora a performance do produto", acusa o regulador do mercado.

9 - Kodak afasta-se do palco dos Óscares

Um tribunal de Nova Iorque autorizou a Eastman Kodak a dar por terminado o seu contrato de patrocínio com o teatro a que emprestava o nome desde 2002, em Hollywood, e que serve desde então de palco à cerimónia dos Óscares. Ainda assim, a imobiliária CIM Group, proprietária do Kodak Theatre, não revelou quando o empreendimento irá perder o seu já célebre nome. «Tivemos êxito ao pôr fim ao nosso patrocínio. Agora cabe a eles decidir como mudarão o rótulo», afirmou um porta-voz da Kodak. O Kodak Theatre implicou um investimento de 94 milhões de dólares (mais de 72 milhões de euros). O teatro, já com o nome Kodak, acolheu a sua primeira cerimónia dos Óscares em Março de 2002.



10

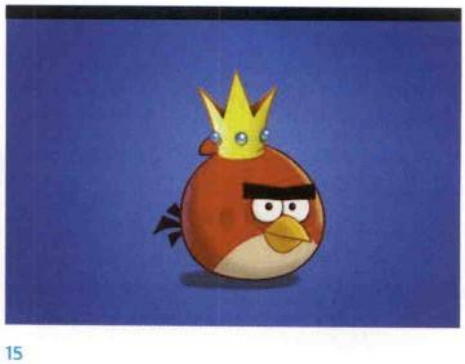


11

12

13

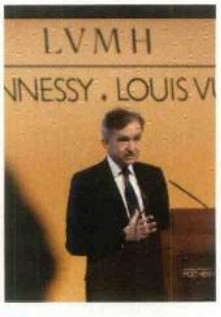
14



15

16

17



18

10 - Procter&Gamble aposta na web

A Procter&Gamble anunciou cortes no seu orçamento publicitário para este ano, a nível mundial, a par da decisão de despedir cerca de 1600 colaboradores. O CEO da gigante de consumo, Robert McDonald, afirmou que meios como o Facebook e Google podem ser «mais eficientes» que os meios tradicionais, que normalmente reclamam a maior parte do investimento em publicidade da multinacional. McDonald dá como exemplo a campanha da Old Spice, protagonizada por Isaiah Mustafa, que se tornou viral na web, atingindo milhões de consumidores.

11 - Unilever vira-se para o word-of-mouth

Os marketeers estão a ser pressionados para reavaliar o valor dos fãs nas redes sociais e focar a actividade na construção de um envolvimento de longo prazo. A Unilever revelou que se afastou da utilização dos media sociais para a simples conquista de fãs. Da estratégia faz parte o desenvolvimento de programas de CRM social mais alargados e a conquista de embaixadores das marcas através do word-of-mouth. Frequentemente, as empresas vêem-se presas pela aquisição massificada de fãs, que são pessoas que foram recrutadas em concursos, e não estão realmente envolvidas.

12 - Passa-palavra positivo é mais forte

O passa-palavra negativo não tem um efeito mais forte que o positivo. A conclusão é de um estudo da trnd AG que demonstra que uma experiência particularmente negativa é transmitida a 8,25 pessoas, enquanto que uma especialmente positiva se transmite a 7,44. A diferença é menor do que os investigadores esperavam.

13 - Amazon e Google com lojas físicas

O Google pode estar próximo de abrir uma loja física na sede da empresa em Dublin, na Irlanda. Essa seria a sua primeira loja aberta ao público para venda de produtos com a marca Google. Também a Amazon deverá abrir, este ano, a primeira loja física no estilo "boutique" - rumores apontam para que seja em Seattle, no estado de Washington, onde fica a sede da empresa.

14 - Publicidade gera 85% das receitas do FB

O Facebook registou, no ano passado, mil milhões de dólares de lucro (aproximadamente 759 milhões de euros), o que representa um aumento de 65% face aos 606 milhões de dólares arrecadados em 2010, de acordo com os dados apresentados pelo Facebook à Securities and Exchange Commission (SEC). Em 2011, as receitas da tecnológica totalizaram 3,71 mil milhões de dólares (ou 2,82 mil milhões de euros), sendo que 85% provieram de publicidade. Este montante representa um aumento de 88% face ao ano anterior. O Facebook fechou o ano com um total de 845 milhões de utilizadores, mais 39% em relação a 2010.

15 - Angry Birds vingam-se de porcos

O jogo Angry Birds chegou ao Facebook. A aposta nesta rede social fará com que o Angry Birds supere os mil milhões de utilizadores, já que o Facebook conta com mais de 800 milhões de perfis. A versão para a rede social de Mark Zuckerberg junta-se às já desenvolvidas para dispositivos Apple e Android, bem como para o browser Google Chrome.

16 - Pássaros em parque temático

O Angry Birds está prestes a tornar-se uma atracção física, já que a Rovio, empresa responsável pelo jogo digital, está a preparar o lançamento de um parque temático sobre a marca na Finlândia, numa área do parque de aventuras Särkänniemi, em Tampere. Será o primeiro de vários parques Angry Birds pelo mundo, já que a expansão do conceito está nos planos da empresa.

17 - Fazer compras em lojas... fechadas

A PayPal apresentou a Fashion Window, uma solução que permite aos utilizadores fazer compras em lojas físicas a partir do seu telemóvel... mesmo com as lojas fechadas! A loja tem que ter na sua montra uma película fina, criada pela 3M, que cria uma janela holográfica, bem como um computador e um projector que recriem a loja virtual. O cliente precisa de um smartphone e da aplicação "screach" para ver a janela da montra acender-se instantaneamente e sincronizar-se com o seu telefone. Assim pode interagir com o catálogo da loja, eleger o produto e pagá-lo.

18 - LVMH cresce com mercado asiático

O grupo de luxo LVMH registou um crescimento de vendas e receitas graças aos consumidores asiáticos. O grupo atingiu, no ano passado, vendas de 23,7 mil milhões de euros, um crescimento de 14% face ao período homólogo. O resultado líquido, por sua vez, cifrou-se nos 3,1 mil milhões de euros, um crescimento de 1% face ao exercício do ano anterior. Na Ásia assistiu a um crescimento de 27% nas vendas, excluindo o mercado japonês, onde se manteve estável. Aos EUA coube um crescimento de 18% e à Europa de 7%.