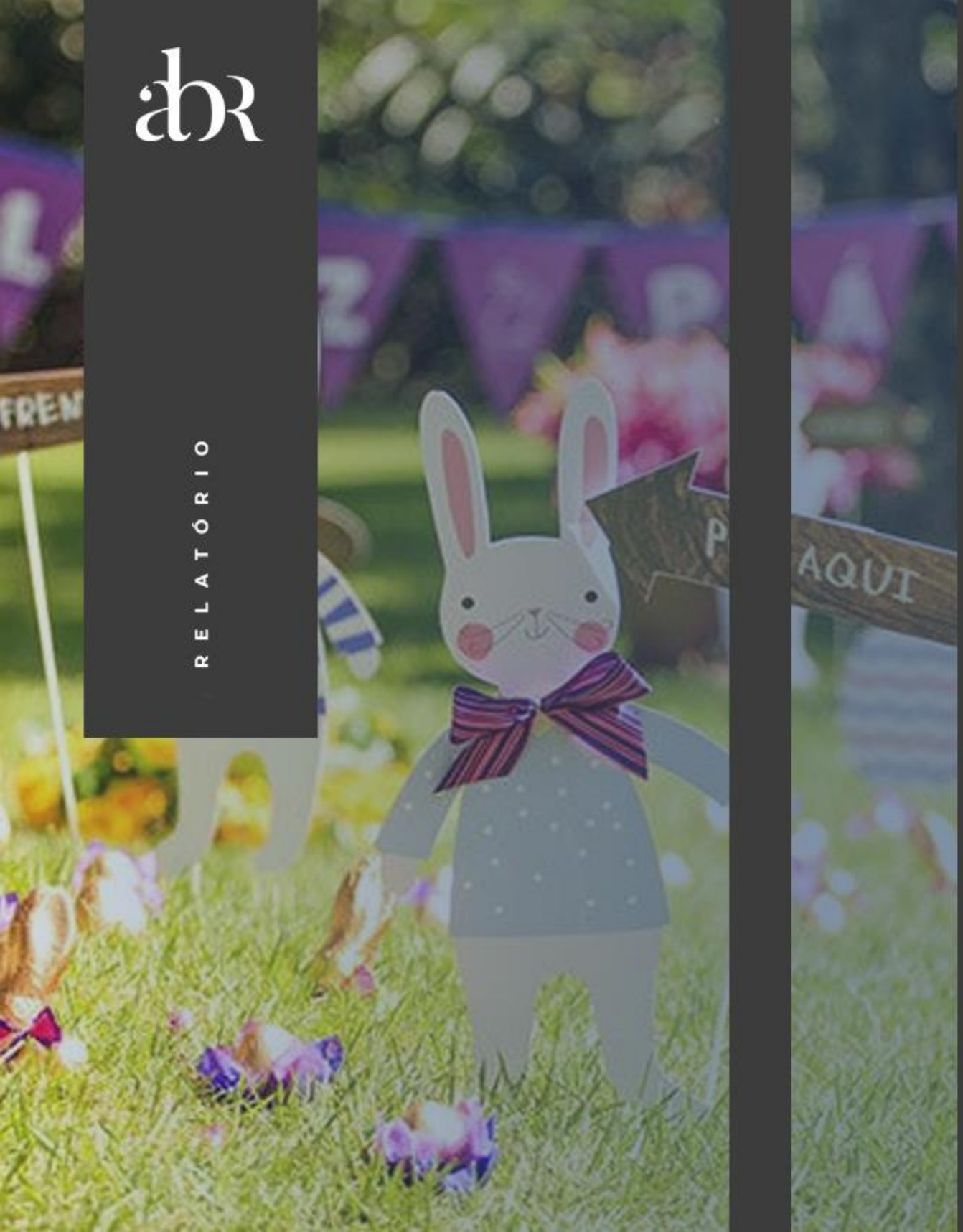
A ASSOCIAÇÃO

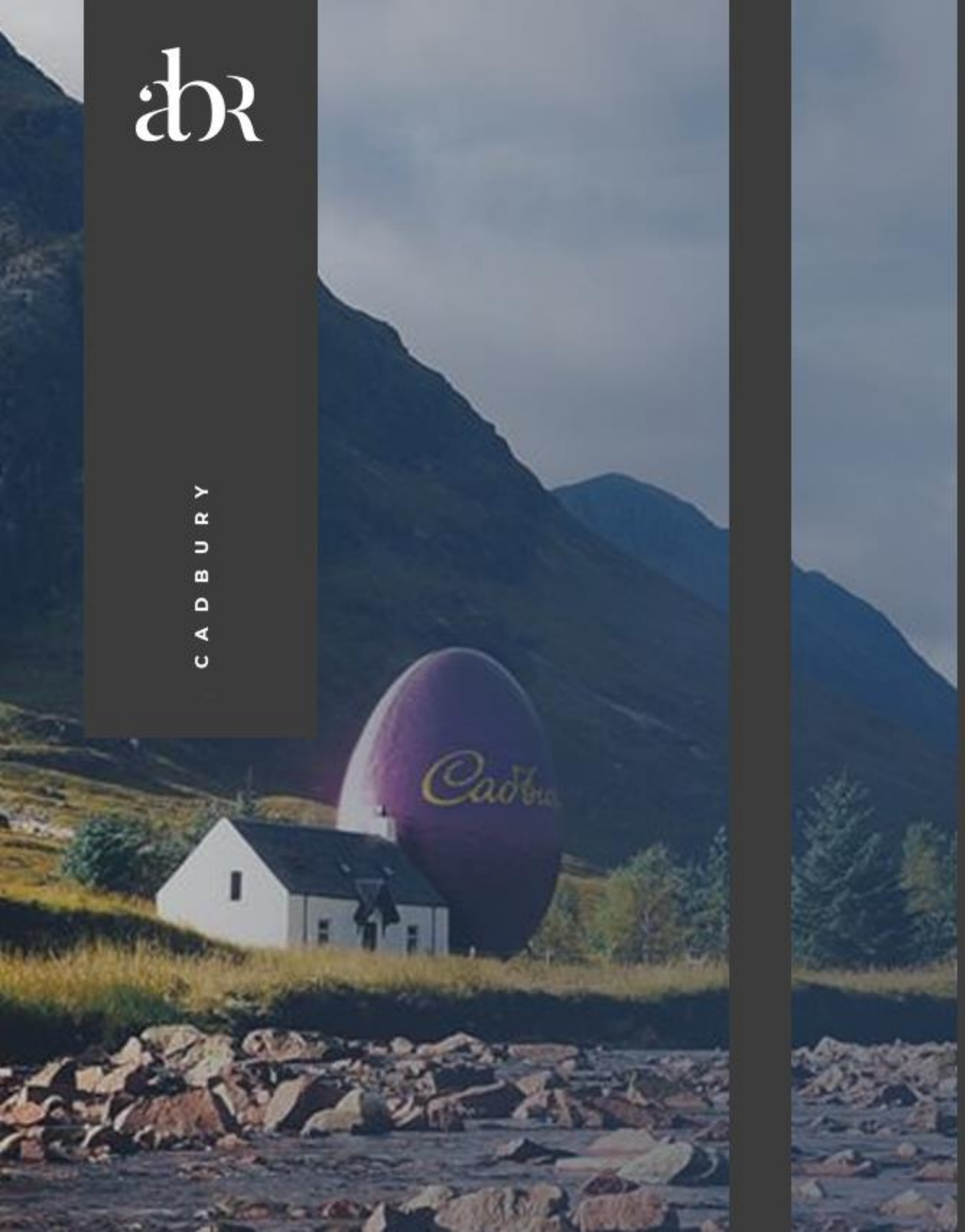
associação brasileira
das empresas de
Luxo



RELATÓRIO

CRIANDO REPERTÓRIO E INTELIGÊNCIA DE MERCADO

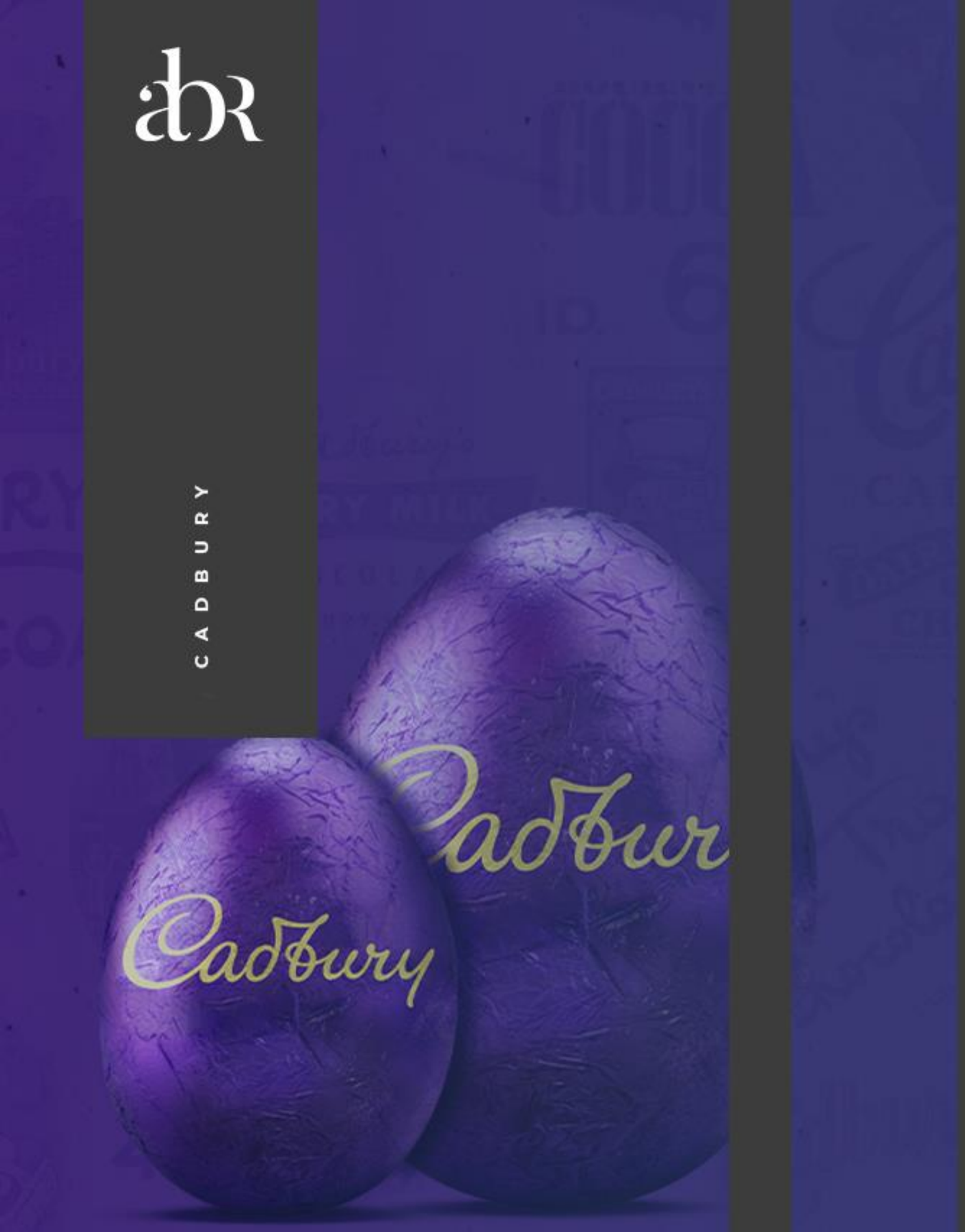
UM RELATÓRIO SOBRE AS ESTRATÉGICAS DE ENGAJAMENTO PARA A PÁSCOA, CRIADO PELA PELA **STYLUS,** DISPONIBILIZADO PARA AS MARCAS ASSOCIADAS



CADBURY EXPLORA WANDERLUST E NOSTALGIA COM GOOGLE STREET VIEW

O confeiteiro britânico Cadbury usou o Google Street View, para criar uma **CAÇA AOS OVOS DE PÁSCOA VIRTUAL** favorável à pandemia.

A ativação capitaliza o desejo de viajar dos consumidores e a lembrança agridoce de memórias feitas em locais atualmente inacessíveis - de cidades natais de infância ao outro lado do mundo.

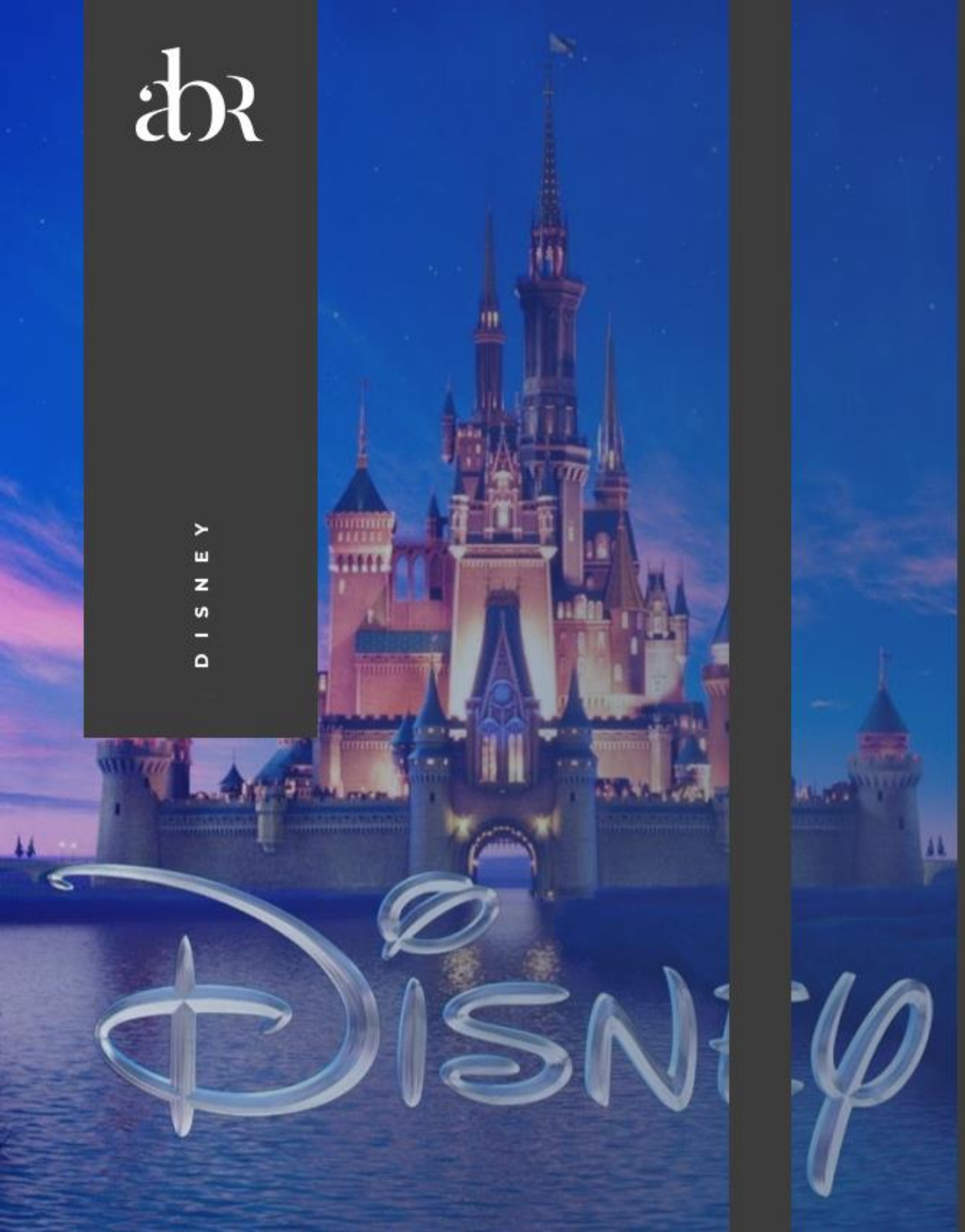


CADBURY

Desde 9 de março, a plataforma Worldwide Hide, construída pela agência de mídia VCCP com sede em Londres, permite que os participantes escondam um **ovo virtual** em qualquer lugar da terra - alertando o buscador com uma pista personalizada via e-mail, WhatsApp ou URL.

Depois de esconder um ovo, os participantes também podem comprar um ovo Cadbury de sua escolha por £ 15 (US$ 20), enviado para o buscador por correio assim que eles encontrarem seu equivalente virtual.

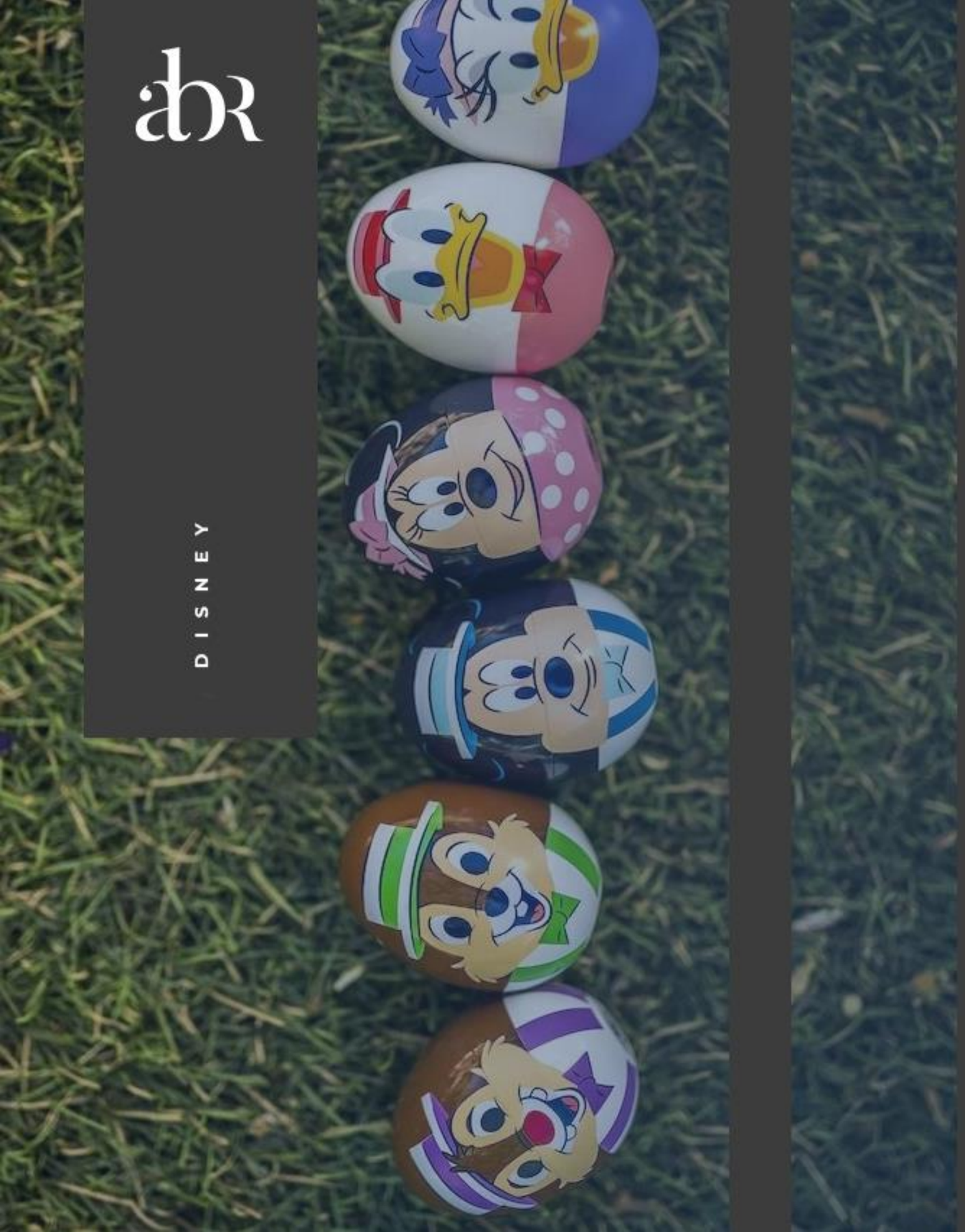
A campanha (que apresenta um **ovo gigante embrulhado na folha roxa**, característica da Marca escondido em diferentes locais idílicos), também foi veiculada na TV, anúncios fora de casa, mídia social e digital.



CAÇA AO OVO DE PÁSCOA DA DISNEY PARA OS PAIS

Criando uma caça aos ovos de **Páscoa phygital**, a Disney convidou os pais, sob tensão pandêmica a imprimir oito recortes temáticos para se esconder em casa, criando uma caça aos ovos de Páscoa prontos.

Quando o buscador encontra cada impressão, ele digita o nome do personagem Disney mostrado no ovo de papel, em um mapa interativo num microsite, dedicado para poder progredir. Após a conclusão, eles recebem um certificado para download de suas realizações.



DISNEY

A Páscoa é tradicionalmente celebrada pela Disney, com diversas referências ao longo de sua história de entretenimento.

Nos parques, hotéis e resorts da Disney, a Páscoa também é celebrada de forma mágica, como tudo que é feito e pensado pela Equipe da empresa.

Durante a Páscoa de 2021, toda a estrutura da Marca foi remodelada para receber o público. Cada parque e hotelaria homenageou uma temática, trazendo doces como: Thumper CupCake, Boozy Bourbon Bunnies, Rollin With the Peeps Donut e os icônicos **Ovos de Páscoa Mickey e Minnie.**

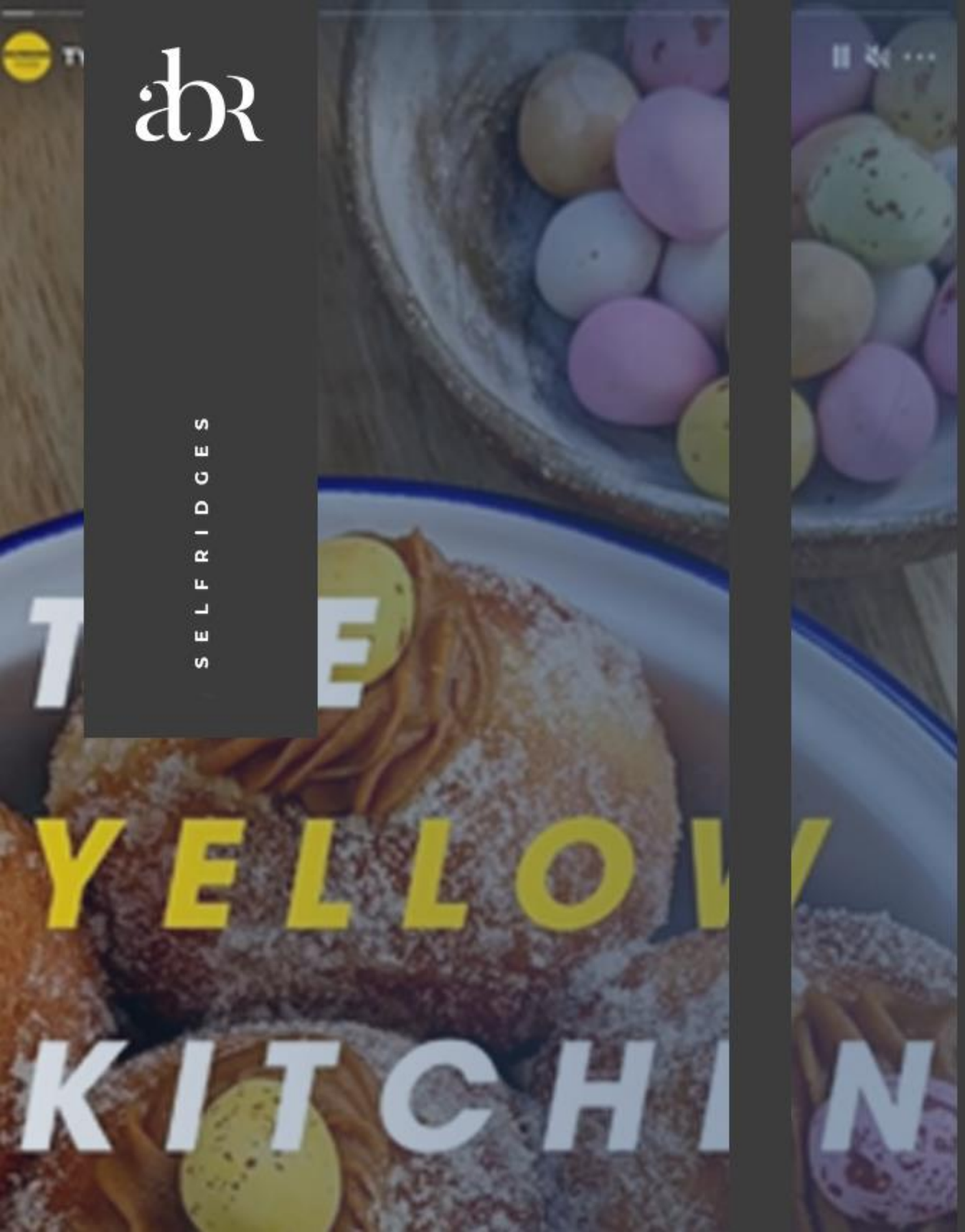


MILKA
EMPATIA NA PÁSCOA

A Marca suíça de chocolate Milka encorajou comportamentos empáticos após um ano difícil com a história de um caça aos ovos de Páscoa. O anúncio de TV de 60 segundos **'First Egg Hunt'** conta a história de duas crianças que organizaram uma manhã de Páscoa acessível, para seu amigo cego, amarrando cordas no jardim para ele seguir.

Para garantir um retrato sensível e preciso, o anúncio foi desenvolvido em consulta com a Federação Alemã de Cegos e Amblíopes e foi veiculado na Alemanha, França e Áustria, com um teaser também postado na conta alemã de Milka no Instagram.

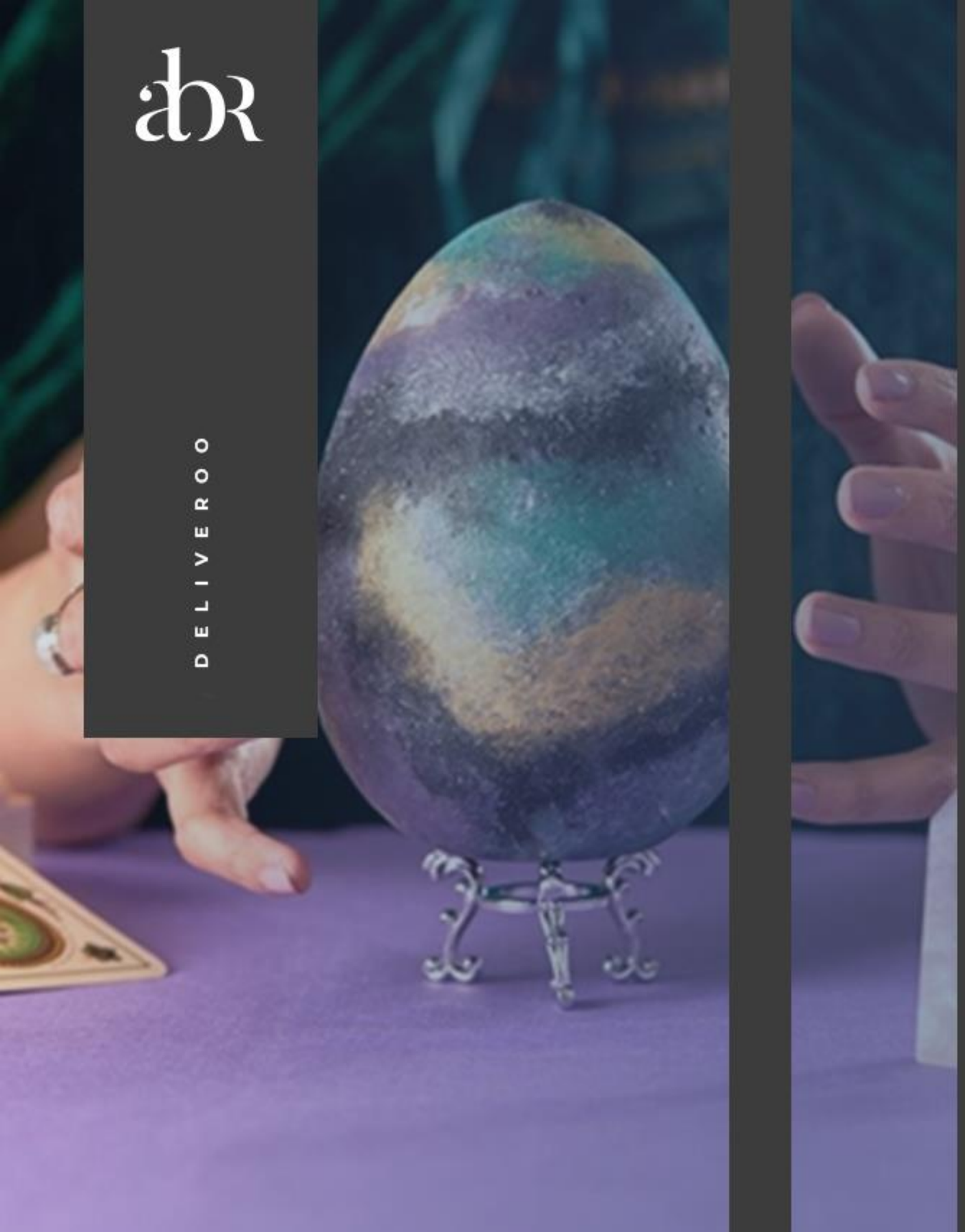
Clique aqui para assistir.



O INSTAGRAM COOK-ALONG DA SELFRIDGES EMPRESTOU INFLUÊNCIA SOCIAL

Explorando o poder de atração das experiências culinárias, está a loja de departamentos britânica Selfridges. Ele colaborou com o influenciador gastronômico anônimo Clerkenwell Boy (280 mil seguidores no Instagram) para mostrar aos consumidores como criar uma versão de Páscoa de seus donuts famosos do Instagram.

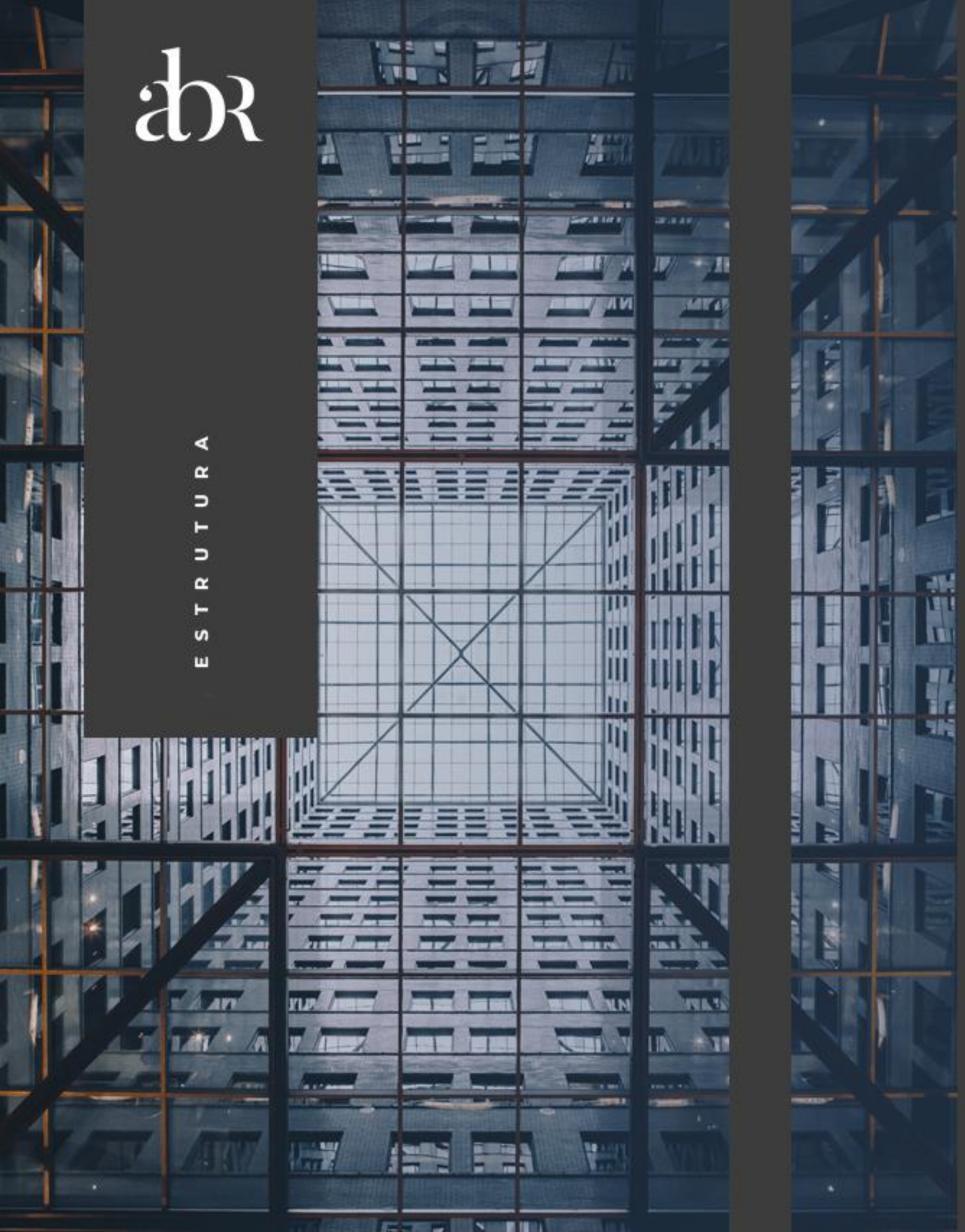
Eleita uma das 100 melhores pessoas em alimentos e bebidas pela publicação de notícias globais Business Insider, sua base de fãs e conhecedores de culinária podem acessar a receita tanto por meio de sua conta do Instagram quanto da conta da Selfridges Food, onde foi salva para visualização futura nos destaques de leitura do Stories. O link atual na biografia leva os usuários ao site da **“Selfridges Food Hall”**, onde podem comprar os ingredientes.



OVOS UPLIFTING DO DELIVEROO

Refletindo a evolução das empresas de entrega de serviços públicos anônimos, para pontos de contato voltados para o consumidor, o aplicativo de entrega de comida do Reino Unido Deliveroo criou o **"Mystic Easter Eggs"** em uma tentativa de conter a tristeza da Covid-19. Os ovos contêm previsões de um ano melhor, "previsto" pela astróloga inglesa Margaret Anne Lake (mais conhecida como Mystic Meg - colunista de longa data do tabloide britânico The Sun).

Isso marca o terceiro ano em que a Deliveroo se alinhou com o poder de compra de Easter. Em 2019, ele celebrou o final da série de TV Game of Thrones com "ovos de dragão" de chocolate, enquanto em 2020, vendeu ovos de gelatina "invisíveis" embalados com decorações comestíveis e materiais de arte.



ESTRUTURA

ESTRUTURA

Freddy Rabbat
Presidência

Carla Assumpção
Vice Presidência

Maximiliano Suffriti
Diretoria Relação com o Mercado

Manoela Mendes
Diretoria de Marketing

Gerard Jaufret
Diretoria Fiscal e Financeira

Romeu Trussardi
Conselho

Carlos Ferreirinha
Secretário Executivo

Roberto Veiga
Coordernador

A ASSOCIAÇÃO

associação brasileira
das empresas de
Luxo

Alameda Jaú, 1717 - Casa 2
São Paulo | SP
+ 55 11 3432.9285
robertoveiga@abrael.org.br
www.abrael.org.br

#luxoinspiracao