



## **CAMPANHA DE LANÇAMENTO DE NOVO PRODUTO – CHESTER RECHEADO<sup>1</sup>**

Douglas BERALDO  
Erickson MATEUS  
Fabio MARTINS  
Joceli SILVA  
Juliane PAMPHILO  
Laurence ALVES  
Melissa SILVA<sup>2</sup>  
Paulo SANTINI  
Vanessa CANALE

Prof. Victor Kraide Corte Real<sup>3</sup>  
Faculdade Comunitária de Santa Bárbara D'Oeste / SP

### **RESUMO**

Trabalho elaborado para lançamento de um novo produto.  
Marca escolhida: Perdigão  
Nome do Produto: Pratic Chester

**PALAVRAS-CHAVE:** lançamento, oportunidade e praticidade.

### **1. INTRODUÇÃO**

Este projeto foi elaborado pela agência experimental Foxx Comunicação, do 6º semestre em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, através do tema proposto pela Anhanguera Educacional – FAC de Santa Bárbara d'Oeste, o qual é o lançamento de um novo produto de varejo no mercado.

Para tal, foi necessária a escolha de uma empresa que aceitasse participar desse projeto e essa empresa foi a Perdigão. Como inovação no mercado alimentício, a agência experimental

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao Expocom 2008, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade C2 – Produto C2.1 Impresso

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAC de Santa Bárbara, e-mail: memerodrigues@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAC de Santa Bárbara, e-mail: realvic@hotmail.com



Foxx Comunicação sugere o lançamento de um novo Chester da Perdigão, desta vez desossado e recheado, pronto para ir ao forno e ser consumido em datas especiais.

## 2 PEÇAS PUBLICITÁRIAS

Outdoor - 3X9m

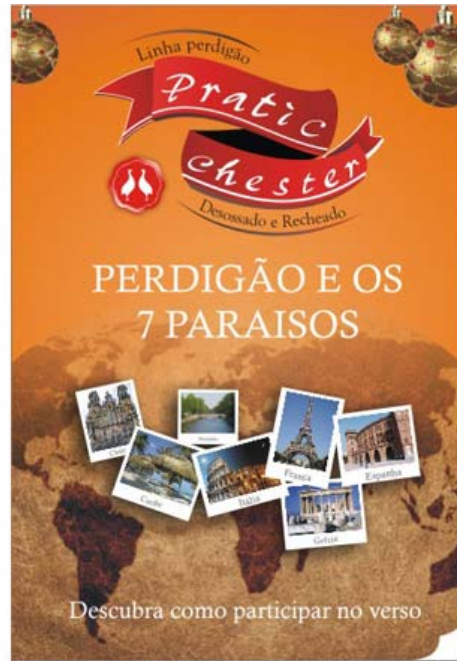


Adesivo - 60X48cm





### Folder - 10X15cm



### Embalagem - 40X25cm





Revista - 23X32cm



Jornal - ½ Página

6 col X 21cm





### 2.2.1 Defesa de Criação

Primeiramente foi desenvolvido o logotipo da nova linha Perdigão Pratic Chester, um logo contemporâneo, remetendo sofisticação, com as cores de maior visibilidade em primeiro plano, sendo elas, vermelho e branco, para representar o clima natalino, e a cor preta em segundo plano nas assinaturas.

A faixa em vermelho com um leve degrade para um vermelho mais queimado foi desenvolvida com o intuito de seguir uma linha mais forte e marcante, um logo que chame a atenção pela sua forma, uma faixa diferenciada. A fonte usada no texto Pratic Chester na cor branca é própria, remetendo assim mais sofisticação e originalidade combinado com a faixa e dando mais harmonia para o logotipo, as assinaturas na parte superior e inferior do logo (linha perdigão, desossado e recheado), foi desenvolvido, para que o nome do produto não fique “perdido”, sem o consumidor saber quem é seu fabricante (linha Perdigão) e do que se trata o produto (desossado e recheado), as linhas a cima da assinatura superior e a linha a baixo da assinatura inferior, nas cores em degrade passando da cor preta para a cor vermelha, da uma cara mais sutil para o logotipo, mesmo sendo bem discreta a aparência destas linhas no logo, ela representa muito bem, deixando o logo do novo produto da Perdigão Pratic Chester com sofisticação, inovação, e classe, sendo o que o novo produto representa.

Todas as peças foram desenvolvidas com objetivo de despertar o interesse, do consumidor pelo novo produto, para isso foram feitas peças criativas, com enfeites natalinos, e com imagens do produto, e do seu grande diferencial, o recheio. Em todas as peças menos no outdoor e no take one, foram inseridos fotos dos recheios para mostrar ao consumidor seu grande diferencial, as fotos produzidas, despertam e seduzem a vontade do consumidor em comprar o produto, por ser uma imagem que da “água na boca” o fundo das peças remetendo madeira, foram colocados para chamar a atenção, uma textura bonita e com tonalidade de marrom, para destacar o logo e a foto do produto, as fontes usadas mais clássicas, semelhante a manuscrita para dar mais harmonia nas peças, e sofisticação com uma leve sombra atrás, para chamar a atenção para a frase “*a Ceia é sua o Preparo é Nosso*”, uma frase forte e marcante onde o consumidor se interessa pelo produto e faz uma assimilação rápida sobre o que se refere-se o no produto da Perdigão Pratic Chester. Nas peças foi desenvolvido e colocado discretamente um carimbo, com as palavras lançamento,



qualidade e com o logo da perdigão no centro, pra mostrar ao consumidor, que o produto é um lançamento e tem a qualidade Perdigão, que todos conhecem.

O panfleto take one, foi desenvolvido para mostrar ao consumidor que além dele desfrutar de um delicioso produto, ele também concorrerá a viagens, contendo nele imagens dos lugares para onde serão sorteadas as passagens, despertado assim interesse pela promoção e na parte de trás explicações simples e objetivas sobre o concurso, o panfleto nas cores marrom, para seguir as tonalidades das demais peças o logo do novo produto, e as fontes usadas acompanhando a harmonia das peças.

Assim as peças desenvolvidas pela agência Foxx Comunicação, iram representar muito bem a campanha do novo produto da Perdigão Pratic Chester, alcançando seus objetivos de venda a divulgação e o interesse do consumidor para o produto.