

marcas memoráveis

É um projeto de seleção e reconhecimento de algumas das marcas mais relevantes do nosso mercado. Um Conselho de Notáveis elegeu, a partir de uma pesquisa previamente elaborada pelas equipes do **Grupo Meio & Mensagem** que reuniu 250 marcas, as 100 marcas de grande destaque do País. A lista com as 100 Marcas eleitas consta da abertura deste livro. As marcas que desejaram ter sua história comercialmente

contada de forma detalhada constituem o conteúdo editorial desta publicação.

MARCAS MEMORÁVEIS É UM DOCUMENTO HISTÓRICO E UM RECONHECIMENTO DE MERCADO AO TRABALHO DE AGÊNCIAS E GESTORES DE MARCA QUE CONSTRUÍRAM ALGUMAS DAS GRANDES MARCAS DO PAÍS.

Conselho de Notáveis



GUGA KERTEZ

Com quatro anos de profissão, Guga ganhou o Leão de Ouro em Print no Young Creatives, em Cannes – o único conquistado até hoje pelo Brasil. Em 2009, venceu o Prêmio Caboré na categoria Profissional de Criação. Dois anos depois, foi escolhido “Um dos 10 Profissionais de Comunicação do Ano” pelo Meio & Mensagem. Foi o único criativo latino americano apontado pelo Advertising Age como um dos “Creatives You Should Know”. Na versão 2012 da pesquisa AgencyScope, realizada com profissionais de marketing, Guga Kertzer foi apontado como um dos 13 publicitários mais destacados do Brasil.

Entre os prêmios recebidos ao longo de sua carreira estão One Show, D&AD, Clio, LIA, Fiap, El Ojo, NY Festival, Prêmio Abril, CCSP, Wave e 31 Leões em Cannes (sendo 6 de Ouro). Guga também faz parte do board da Waves for Water, organização internacional que atua em 25 países e já levou água potável a mais de 20 milhões de pessoas. Em 2014, graças a sua atuação na ONG, foi eleito Paulistano Nota 10 pela revista Veja São Paulo.



JAIME TROIANO

Formado em Engenharia Química pela FEI e em Sociologia pela USP, Jaime fundou e comanda há 22 anos a TroianoBranding, a primeira empresa brasileira dedicada integralmente à gestão de marcas. Antes disso foi VP de Planejamento e Consumer Insights para agências como Young & Rubican, MPM-Lintas e BBDO, com atuação em toda América Latina. Possui diversos artigos e estudos sobre Branding e comportamento do consumidor publicados no Brasil e exterior. Contribuiu para diversos veículos na área de marketing e negócios. Autor do livro “As marcas no divã: uma análise de consumidores e criação de valor” (Editora Globo), tem um programa semanal na Rádio CBN: “Sua marca vai ser um sucesso”.



EDUARDO SIMON

CEO da DPZ&T, Eduardo Simon tem apenas 40 anos e 20 anos de experiência em atendimento de grandes contas como Brahma, McDonald's (Brasil e 18 países da América Latina), Natura (Brasil e 5 países da América Latina), BMW, Bayer e Bosch, entre outras. Ex-sócio e COO da Taterka, Simon é Formado em Propaganda e Marketing e pós-graduado em Administração de Empresas, e professor titular no módulo “A Gestão: Da Oportunidade aos Resultados”, do curso do Bootcamp - Atendimento de Agências, ministrado na Miami Ad School – ESPM. Em 2009 e 2012 foi um dos indicados ao prêmio Caboré na categoria Profissional de Atendimento do ano.



LUIZ LARA

Profissional de Atendimento e Planejamento, Empresário. Foi vice-presidente de marketing da Paulistur e Embratur, Fundador, presidente da ABAP, Fundador e Presidente da Lew'Lara. Formado em Direito pela Universidade de São Paulo, foi VP de Marketing da Paulistur e da Embratur, antes de se associar a Alex Periscinoto e José de Alcantara Machado na Almap Promoções, tendo desenvolvido projetos para Danone, Kibon, Pepsi, VW, entre outros. Fundou com Stalimir Vieira e Joao Doria Jr a Doria, Lara, Stalimir Publicidade, depois Lara/Stalimir. Em 1992, junto com Jaques Lewkowicz, fundou a Lew' Lara, hoje Lew'Lara/TBWA, uma das mais importantes agências do Brasil, atendendo clientes como Nokia, TIM, Banco Real, Natura, Minuano, Pernambucanas, Nissan, adidas, Michelin, Absolut. Foi presidente da ABAP, tendo presidido o V Congresso Brasileiro da Indústria da Comunicação. É membro do Conselho Deliberativo da ESPM, Escola Superior de Propaganda e Marketing e Vice-Presidente da APP, Associação dos Profissionais de Propaganda. Participa de varias ONGs ligadas ao terceiro setor, como Instituto de Cidadania Empresarial, Childhood, Obra do Berço, dentre outras. Já recebeu os mais importantes reconhecimentos da propaganda brasileira, entre eles três Prêmios Caboré, como Profissional de Atendimento/Planejamento e duas vezes como Empresário. Foi agraciado com o Prêmio Colunistas como o Publicitário do Ano. Atualmente é Chairman do Grupo TBWA no Brasil.



DAVID LALOUM

O francês David Laloum assumiu, em 2006, a diretoria de Planejamento da agência Y&R – agência do Grupo Newcomm. Em 2010, tornou-se vice-presidente de Planejamento e, no início de 2012, foi promovido a COO, passando a compartilhar a gestão da agência com o presidente Marcos Quintela. Antes de chegar ao Brasil, o executivo atuou como COO da Wunderman França durante três anos. Também passou pela agência de internet Orange Art, pela TBWA Paris e pela Wunderman Nova York. Graduado pelo IEA – Institut Européen des Affaires (European Business School) – de Paris, o profissional acumula experiências no mercado de luxo e já desenvolveu projetos para Chanel, Jaguar, Land Rover, Club Med, L'Oréal e Tag Heuer. Como COO, está à frente do processo de integração da Criação com as demais áreas da Y&R – o que já levou a agência a conquistar 35 Leões no Festival de Cannes em apenas cinco anos e a se tornar uma das agências brasileiras com melhor desempenho no evento.



ORLANDO MARQUES

Board member da Publicis no Brasil e da AG2.Nurun, Orlando Marques assumiu, em 2013, a presidência nacional da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap). O executivo iniciou a carreira publicitária aos 22 anos como trainee de vendas da Editora Abril. Deixou a empresa 18 anos depois, quando atuava como diretor-geral de Publicidade e publisher de Veja, para ser diretor comercial do jornal O Estado de S.Paulo. Orlando teve passagens ainda pela Editora Globo, TV Bandeirantes, Brasil Mídia e TV Globo. Entre 2007 e 2014, atuou como presidente das agências Publicis no Brasil. Board member of Publicis in Brazil and AG2.Nurun, Orlando Marques became president of the Brazilian Advertising Agencies Association (Abap) in 2013. The executive began his career in the ad industry when he was 22 years old as sales trainee of Editora Abril, the biggest publishing house in the country. He left Abril 18 years later, when he was general director and publisher of Veja magazine, to join O Estado de São Paulo newspaper as commercial director. Orlando also worked with Editora Globo, TV Bandeirantes, Brasil Mídia and TV Globo. Between 2007 and 2014, he was CEO of Publicis agencies in Brazil.



ORLANDO LOPES

Com mais de 35 anos de experiência, Orlando exerceu posições de destaque tanto em agências de propaganda (como JWT, CBBA e Almap, entre outras) quanto em anunciante (por 13 anos atuou como vice-presidente de mídia da Unilever para América Latina). Também foi presidente da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e do Instituto Verificador de Circulação (IVC). Nos últimos três anos, através da sua empresa de consultoria de gestão de mídia – a OLMC – teve a oportunidade de atender importantes empresas do mercado. Entre as diversas premiações recebidas durante sua carreira destacam-se o Prêmio de Contribuição Profissional, outorgado pela APP – Associação dos Profissionais de Propaganda (2004); o Prêmio Caboré de Profissional de Marketing do Ano (2005), outorgado pelo Meio & Mensagem; a sua eleição pelo Advertising Age como um dos 100 Global Power Leaders do mercado publicitário internacional (2003) e, recentemente, o Prêmio Libertae (2011) pela ABA. Atualmente exerce a função de CEO do IBOPE Media, sendo responsável pelas operações de audiência de TV, rádio, internet, jornal e revista, além do monitoramento do investimento publicitário em 14 países da América Latina.