

6º {
ANUÁRIO //
'CLUBE DE
CRIATIVOS
DE
PORTUGAL'
}

6º © {

6º ANUÁRIO //

'CLUBE DE

CRIATIVOS DE

PORTUGAL'

}

L I S B O A — 2 0 0 5



Título: Sexto Anuário do Clube de Criativos de Portugal

Design: Mário Feliciano [secretonix] com colaboração de Ana Paulo

Tiragem: 800 exemplares

Depósito legal: 225900/05

Impresso por Madeira & Madeira, SA. em papel Creater mate 150g

Produção gráfica: CTP - Produção

Clube de Criativos de Portugal

Rua Rodrigo da Fonseca 204 - 4ºDtº

1070-245 Lisboa

Contacto: Maria de Lurdes Matta

21 385 4672

91 756 3612

Fax: 21 385 6518

www.clubecriativos.com

clubedecriativos@apap.co.pt

As peças publicitárias apresentadas neste livro são da responsabilidade das entidades que as inscreveram. O Clube de Criativos de Portugal não é responsável por eventuais omissões, incorrecções ou erros de inscrição. Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser copiada ou reproduzida sem o consentimento, por escrito, dos proprietários dos respectivos direitos.

	INTRODUÇÃO.....5
	JÚRI.....14
	GRANDE PRÉMIO.....17
01	TV CINEMA
	TV CINEMA.....22
	CAMPAÑA TV.....37
	MELHOR REALIZAÇÃO.....39
	MELHOR DIRECÇÃO DE FOTOGRAFIA.....42
	MELHOR JINGLE/BANDA SONORA.....49
	MELHORES EFEITOS ESPECIAIS/PÓS PRODUÇÃO.....52
02	RÁDIO
	MELHOR SPOT RÁDIO.....56
	CAMPAÑA RÁDIO.....66
	MELHOR COPY.....80
03	IMPRENSA
	ANÚNCIOS IMPRENSA.....82
	CAMPAÑA IMPRENSA.....109
	MELHOR FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA.....121
	MELHOR ILUSTRAÇÃO.....124
	MELHOR COPY.....127
	MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE.....130
04	OUTDOOR
	OUTDOOR.....138
	CAMPAÑA OUTDOOR.....148
	POSTER/CARTAZES.....150
	MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE.....159
05	CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
	TELEVISÃO.....164
	IMPRENSA.....169
	RÁDIO.....178
	OUTRAS ACÇÕES.....180
06	NEW MEDIA.....187
07	MARKETING RELACIONAL
	MAILING STANDART.....196
	MAILING DIMENSIONAL.....201
	ACÇÃO/EVENTO ESPECIAL/POINT SALE.....209
	OUTROS MEDIA/ELECTRÓNICA.....216
	OUTROS MEDIA/ALTERNATIVA.....219
	OUTROS MEDIA/CAMPAÑA INTEGRADA.....226
	OUTROS.....232
08	DESIGN GRÁFICO
	BROCHURA/CATÁLOGO.....236
	DESIGN EDITORIAL - PUB PERIÓDICA.....240
	LIVROS.....243
	RELATÓRIO E CONTAS.....245
	TIPOGRAFIA.....247
	AUTO PROMOÇÃO.....250
	POSTERS E CARTAZES.....255
	ILUSTRAÇÃO.....260
	OUTRAS PEÇAS.....262
09	CORPORATE BRAND DESIGN
	CORPORATE/BRAND IDENTITY (pequenas e médias instituições).....272
	CORPORATE/BRAND IDENTITY (grandes instituições).....272
	SÍMBOLOS E LOGÓTIPOS.....280
10	PACKAGING
	RÓTULOS.....286
	EMBALAGENS.....289
11	WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA
	SITE.....294
	MINI SITE.....298
	OUTRO.....302
12	DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL
	STAND.....306
	ESPAÇO COMERCIAL.....309
13	JOVENS CRIATIVOS.....314
	MELHOR AGÊNCIA DE PUBLICIDADE/ DESIGN/ ANÚNCIANTE.....319
	APOIOS E PATROCÍNIOS.....321
	SÓCIOS.....349

6º © {

O Clube de Criativos de Portugal caminha para a maturidade. Já gatinhou, já passou pela mudança de voz, já teve a sua iniciação sexual [no último Festival tivemos mesmo a presença das tigresas de Cannes e Rui Unas do Cabaret da Côxa] mas ainda não é um homem feito.

Não querendo de maneira nenhuma fazer minha a metáfora de Santana Lopes, que se queixou de punhaladas nas costas dos irmãos mais novos, este jovem Clube merece que com quem ele colabore, o faça com as melhores intenções.

E se o Clube tem a agradecer a todos que com o seu talento contribuíram para que ano após ano cresça o interesse pelos seus festivais e actividades, o Clube tem o direito e o dever de exigir que todos quanto participam no júri o façam com total honestidade e competência. Senão todo o esforço dos que trabalham para o Clube será inglório.

Boa sorte para a nova direcção, parabéns aos premiados, obrigado aos membros da antiga direcção e a todos os que com o Clube colaboram oferecendo o seu talento e muitos anos de vida para a revista "Alice".

Albano Homem de Melo
Presidente do Clube de Criativos de Portugal

The Creative Club of Portugal is walking towards adulthood. It has already crawled, it has worked the teenage years out, it had it's sexual debut [in our last Festival, we had the presence of "Les Tigresses" from Cannes and Rui Unas, a well-known and very explicit TV presenter], but it isn't quite yet an adult.

I don't want to make mine our Prime-Minister's words about younger, backstabbing brothers. But I must say, this young Club deserves that those who cooperate with it, do it with the best intentions.

And if the Club must warmly thank all who, with their talented contribution, have made the Club grow year by year, it also has the right and the duty to demand to those who were selected for jury, to do their job with integrity and competence. Otherwise, those who have made an effort for the Club, will have done it in vain.

I would like to wish luck to the new board, give my congratulations to the winners, thank the members of the old board and all those who have contributed with their talent and worked with the Club the past year, and, finally, wish a very long life to the "Alice" magazine.

6 meses depois do único festival de criatividade publicitária exclusivamente português com relevância para o mercado, o que fica é o livro, o anuário. com as peças publicadas, as premiadas, as finalistas, as aplaudidas e até algumas vaidadas, que são no entender de um júri composto por muitos profissionais do mercado, o melhor do que se produziu no ano de 2003/2004. Na minha opinião o melhor de um ano difícil em termos criativos.

Para mim, que num passado recente sempre estive do lado da organização do festival e sem interferência na atribuição dos prémios, foi uma experiência que me surpreendeu, e nem sempre pelas razões que eu esperava.

Sei que é assim em todos os festivais de Publicidade onde por vezes os vencedores tendem a não dar importância ao prémio conquistado e os vencidos (se é que se pode pôr nestes termos) a dar uma desmesurada importância ao prémio que não conquistaram.

No entanto, acredito que o mais importante neste livro é a possibilidade que cada um tem de agora julgar o trabalho aqui publicado e decidir por si se este é, de facto, um bom ano para a criatividade portuguesa ou não.

Uma última palavra para todos os que fizeram parte do júri, que retiraram tempo às suas vidas profissionais para julgar mais de 600 peças, que discutiram, que fizeram valer os seus pontos de vista e que no final atribuíram os prémios: O meu obrigado pelo esforço.

Pedro Ferreira / Director Criativo
da Red Cell Portugal
Presidente do Júri de Publicidade do 6º
festival do CCP

It's been six months since the closing of the 2004 edition of the only portuguese advertising festival that is truly relevant in the portuguese marketing. what will remain is this book. With the published work, the awarded work, the finalist work, the applauded and even the "booed" work. The work that in the opinion of the Jury was the best of 2003/2004.

In my opinion the best of a quite difficult year for creativity. For me, that until now had always been with the organization with nothing to do with the judging, the experience was a surprising one and not always for the best reasons.

I realised that the winners don't give too much importance to the awards and that the non-winners give it excessive importance. Nevertheless I believe that the most important thing is that everyone has now the opportunity to judge by himself the work and decide if it was or not a good year for portuguese creativity.

One last word for all those that took time out of their personal and professional lives to judge more than 600 pieces of work: thank you all for your effort.

Pedro Ferreira
Jury Chairman and Creative Director
of Red Cell Portugal

Massa e crítica

Temos bons designers. Temos bom design. Temos empresas capazes de competirem com congêneres estrangeiras, em escala e em qualidade de comunicação e projecto. Temos uma crescente formação académica na área de cuja quantidade sairá obviamente muita qualidade.

Falta dinheiro. Falta a retribuição justa, sem a chantagem das boas causas culturais, da praga dos concursos sem fees indemnizatórios, sem o apelo às capacidades adivinhatórias dos designers em detrimento de briefings e objectivos rigorosos. O design tem de ser um negócio nuclear e florescente, de profissionalização intensiva e dedicação absoluta.

Os festivais de criatividade e design têm o poderoso papel de criarem e expandirem capacidades críticas, de discurso e dessacralização do acto criativo. De subirem o nível da profissão criando um salutar espírito de competição e de auto-superação. O festival do CCP, pela sua filosofia e historial, ajuda a criar a massa crítica tão necessária. Da qualidade da sua selecção e, sobretudo da qualidade e quantidade dos participantes depende uma boa parte da visibilidade do design made in Portugal.

Dinheiro e festivais, pão e circo: bons desejos para esta fantástica profissão.

Jorge Silva / Silva!Designers
Presidente do Júri de Design
do 6º festival do CCP

Mass and Critics.

We have good designers. We have good Design. We have companies that are able to compete with their foreigner congeners, both in size and quality. We have a crescent academic investment in the area, which will certainly produce great work.

We lack the money. We lack fair retribution, without the "good cultural cause" blackmail, without the actual plague of contests with no compensational fees, without the expectation on designers soothsayer abilities facing the absence of defined goals and strict briefs. Design has to be a florescent and nuclear business, of intensive professionalism and absolute dedication.

The Creative and Design Festivals have the powerful role of expanding critical and speech abilities and also to lighten the mystification on the creative act. They are able to raise the professional level, by stimulating a healthy competitive and self-betterment spirit. The CCP Festival, for it's history and philosophy, helps to generate the so much needed critic. From the quality of it's choices and, above all, from the quality and quantity of the work shown, depends a large amount of the "made in Portugal" Design visibility.

Money and contests, bread and circus: I wish the best for this fabulous job.

Agora, tem outro nome, chama-se Marketing Relacional.
Agora, tem outra organização, reflecte melhor o nosso trabalho.
Agora, parabéns ao Albano que teve a ideia do reposicionamento da Categoria e ao Luís que a concretizou.

Agora, o trabalho do júri. Havia muito e bom para apreciar.
Muita responsabilidade na análise. Muita vontade de premiar só e apenas o que era superior. Foi o que aconteceu.

Agora o orgulho. Este júri soube premiar estratégias e ideias que são muito boas aqui, no país da Alice, e no resto do mundo.
Uma pequena prova disso, são os Leões que Portugal trouxe de Cannes, pela primeira vez nesta Categoria. Quebrou-se o feitiço.

Agora, o standard está ainda mais elevado.
Agora, a responsabilidade é superior.

Agora, vamos todos trabalhar, porque "o que vocês querem sei eu".

Pedro Oliveira / HPP EURORSCG
Presidente do Júri de Marketing Relacional

Now, it has another name, it's called Relationship Marketing.

Now, it has a different structure, it reflects our work properly.

Now, my congratulations to Albano, who had the idea to reposition the category, and to Luís, who actually did it.

Now, the Jury's work. There was plenty of good work to appreciate. Many responsibility in the selection. Much will to give prizes only to those who were really superior. That's what happened.

Now, the pride. This Jury knew how to recognise great ideas and great strategies, both here, in Alice's land, and through the rest of the world. To prove it, and for the first time in this category, Portugal brought Lions from Cannes this year. The spell was broken.

Now, the expectations are higher.
Now, the responsibility is greater.

Now, let's all go to work, because "I know what you all want".

Criar a imagem de algo que pretende mostrar imagens foi o desafio que me foi colocado pelo Clube de Criativos de Portugal. A este dirijo os meus agradecimentos pela confiança depositada e as felicitações por fazerem existir este evento.

O processo criativo é, essencialmente, um processo de escolhas. Quando nos é dado um briefing, as nossas escolhas são condicionadas; quando nos dizem que temos liberdade total, cabe-nos a nós criar condicionantes para encontrar um rumo.

A minha primeira escolha foi a de que o Anuário não teria de reflectir directamente a imagem do festival ao qual corresponde. Já todos nos esquecemos do regulamento do sexto festival. Agora é o Anuário que interessa e que fica para a memória.

O rumo foi encontrado fazendo a escolha daquilo que eu não queria. No regulamento havia espaço para uma imagem criativamente expansiva. A escolha do construtivismo russo como fonte de plágio recorda-nos a forte ligação entre a publicidade e o design gráfico e apela ao esbatimento da bi-polarização existente entre estas áreas criativas.

O Anuário apela a uma imagem mais contida, o meu trabalho não se deve sobrepor aos trabalhos apresentados - estes sim devem criar a dinâmica, é deles que estamos a falar. Não é meu objectivo que se recordem do design deste Anuário, mas do trabalho que nele se mostra. E, caso se recordem, que seja porque quase não tem design. É todo a preto e branco [no que me diz respeito!] e todo feito num tipo de letra criado por mim, neutro... um design frio, que não quer ser espectacular. Era difícil agradar a todos, o júri não é para brincadeira! Decidi agradar-me a mim mesmo! Estas foram as minhas escolhas.

Por último um agradecimento especial à Ana Paulo pela sua imprescindível assistência e colaboração. Sem ela, este Anuário não existiria.

Mário Feliciano
Secretonix / Feliciano Type Foundry

to create an image for something that exists to show images was the challenge the Creative Club of Portugal extended me. I thank them for trusting me and give them my congratulations for making the Festival happen.

The creative process, in its essence, is a choosing process. When a brief is given us, our choices are directed; when we're given total freedom, it's up to us to define the elements that will lead us into the right path.

My first option was, the Yearbook wouldn't reflect directly the image of the Festival. We've all forgotten the regulation for the sixth one. Now, it's the Yearbook that matters and that will be remembered.

The path was found by defining what I didn't want to do. There was space in the regulation for a creatively expansive image. The option for Russian Constructivism as source of plagiarism reminds us of the strong connection between Advertising and Graphic Design and contributes for putting in relief the existing polarity between these two creative areas.

The Yearbook appeals to a more restraint image, my work shall not obscure the presented work pieces - these will speak for themselves, they shall create the dynamic in the book. It's not my purpose that it will be remembered for its design, but for the work it contains. And, just in case it will be remembered, so be it for its most total lack of design. It's all in black and white [concerning my part] and the font used, which I created, is very neutral... a cold design, that doesn't want to be spectacular. It was hard to please everybody, the Jury wasn't here for playing! I decided to please myself. These were my choices.

Last but not least, I would like to say a very special "thank you" to Ana Paulo, for her indispensable assistance and collaboration. Without her, this Yearbook wouldn't exist.

JÚRI DO 6º FESTIVAL CCP

PRESIDENTE DO JÚRI DE PUBLICIDADE

PEDRO FERREIRA — Bates RedCell

JÚRI DE MEDIA ELECTRÓNICA E CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

PEDRO PIRES — Brandia

JOSÉ BONTEMPO — Mc Cann

TERESA PINTO LEITE — Bates RedCell

LOURENÇO FERNANDES THOMAZ — Partners

RUI SOARES — JW Thompson

BÉ VAZ MENA — Publicis

VITOR MINGATES — Indigo

JOÃO CASTANHO — TBWAcancelado

MIGUEL VARELA — Tangerina Azul

TICO MORAES — Leo Burnet

JÚRI DE MEDIA IMPRESSA E OUTDOOR

JOSÉ CAMPOS — Ogilvy

PEDRO BEXIGA — Euro RSCGCancelado

JOSÉ RICARDO — Young & Rubicam

JOAQUIM PENA — BBDO

JOÃO PIRES — Lowe

DUARTE PINHEIRO DE MELO

CLAÚDIO LIMA — FCB

JOÃO COUTINHO — Strat

JOÃO VILELA — Krypton

FRANCISCO PRATA — Picto

JÚRI DE MARKETING RELACIONAL

PEDRO OLIVEIRA — HPP Sales Machine — Presidente

JOÃO GEDA — CP Proximity

LUÍS DURÃO

MIGUEL PATÉ — Ogilvy

MARTA HUGON — Jw Thompson

ANTÓNIO BEZERRA — MaisMercado

TOCAS — One for one

JÚRI DE DESIGN

6º © {

JORGE SILVA — Silva!Designers — Presidente

RITA BALTAZAR — BY

RUI VIEIRA — Spirituc

MIGUEL REIS — Novodesign

DIOGO POTES — RMAC

TIAGO MENEZES — BatesRedcell

ANSELMO CANHA — SinoDesign

JOÃO PACHECO — Shift Design

JORGE TRINDADE — MaisDesign

ARTUR SEMPERE — Santa fé Associates

DINO DOS SANTOS — DStype

ANDREW HORWARD — Studio Andrew Howard

GRANDE PRÊMIO

O GRANDE PRÊMIO É PATROCINADO POR:
THE GRAND PRIX IS SPONSORED BY:





DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS / GRANDE PRÊMIO

SELO EXPERIMENTA/CTT CORREIOS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO CABRAL | DESIGNER: GONÇALO CABRAL | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/10/2003

TELEVISÃO / CINEMA

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



TELEVISÃO / CINEMA

BANCADA 1 | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE — PRATA

BANCADA 2 | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE — PRATA

NOITE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS — PRATA

TÁXI | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: RENAULT — PRATA

INSÓLITOS 50% | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN — BRONZE

TASCA | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: CLUBE CRIATIVOS PORTUGAL — BRONZE

3 STRAT | AGÊNCIA: SUPER BOCK — SHORTLIST

ACIMA DO COMUM | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: BES — SHORTLIST

ADUANE | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: UNIBANCO — SHORTLIST

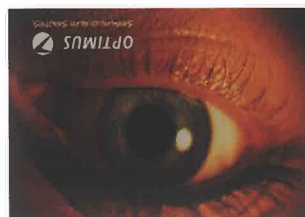
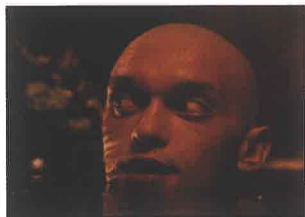
CORTE | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: BPI — SHORTLIST

ÊS TU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS — SHORTLIST

HOSPEDEIRA | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: CARLSBERG — SHORTLIST

TROVÕES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS — SHORTLIST

VIDA 3G | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE — SHORTLIST



TELEVISÃO / CINEMA ++

TÍTULO: NOITE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE: ORLANDO GONÇALVES | REDACTOR: GONÇALO MORAIS LEITÃO | PRODUTORA DE IMAGEM: OZONO | RTV: RICARDO CANSADO | REALIZADOR PAULO CARBOILA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: MEW - "COMFORTING SOUNDS" | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 01/07/2003.

O FILME DECORRE DURANTE UMA NOITE DE VERÃO, LUA CHEIA. NO CAMPO VÁRIAS RAPARIGAS E RAPAZES EMITAM RUIDOS DE ANIMAIS. NO FINAL PERCEBEMOS QUE FALAR, UIVAR, MIAR, COAXAR, PIAR, GUINCHAR ENTRE OPTIMUS DAS 9 DA NOITE ÀS 9 DA MANHÃ É MAIS VANTAJOSO.

THE FILM TAKES PLACE ON A HOT SUMMER'S NIGHT UNDER THE FULL MOON. IN A CAMP, VARIOUS BOYS AND GIRLS UTTER ANIMAL NOISE! AT THE END WE REALIZE THAT IT'S CHEAPER TO SPEAK, HOWL, MIAOW, CROAK, CHIRP AND SCREECH WITH OPTIMUS BETWEEN 9 PM AND 9



TELEVISÃO / CINEMA ++

TÍTULO: TÁXI | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: RENAULT | DIRECTOR CRIATIVO: BÉ VAZ MENA / C. ZANCUOGHI | DIRECTOR DE ARTE: GITO | REDACTOR: CRISTINA AMORIM | PRODUTORA DE IMAGEM: OZONO FILMES | RTV: MARTA METRASS / RAUL NUNES | REALIZADOR: PAULO CARBOILA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: LUIS BRANQUINHO | PRODUTORA DE SOM: DIGITAL MIX | BANDA SONORA: DIGITAL MIX | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: FX | DATA DE INSERÇÃO: 22/01/2004

NUMA RUA DE CIDADE, UM HOMEM JOVEN ENTRA APRESSADO NUM TÁXI MODERNO. INCLINANDO-SE PARA O TAXISTA, DIZ: "SIGA AQUELE CLIO ALI À FRENTE".

O TAXISTA OLHA PARA ONDE O HOMEM APONTA, DEPOIS OLHA OUTRA VEZ PARA O HOMEM E COMEÇA A RIR ÀS GARGALHADAS, PERANTE O OLHAR PERPLEXO DO HOMEM.

CORTE PARA LETTERING: RENAULT CLIO GERAÇÃO 2004.

NOVO MOTOR DCI 100CV.

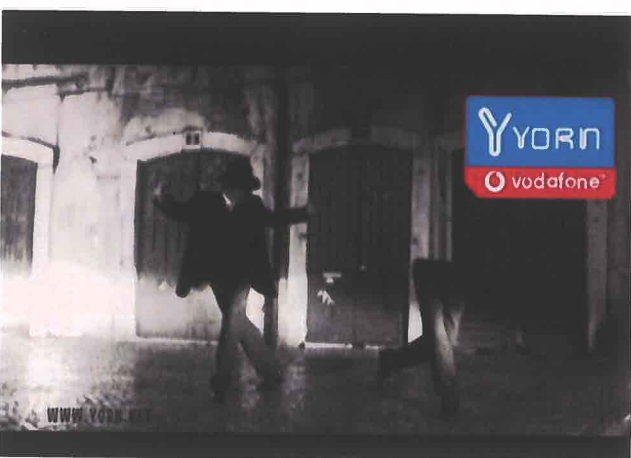
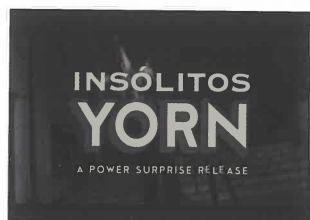
APANHA-O NUM CONCESSIONÁRIO RENAULT.

A CITY STREET. A YOUNG MAN ENTERS A BRAND NEW TAXI. HE IS IN A HURRY. LEANING ON THE DRIVER HE SAYS: "QUICK, FOLLOW THAT CLIO!".

THE TAXI DRIVER LOOKS TO WHERE THE YOUNG MAN IS POINTING, LOOKS BACK TO HIM AND LAUGHS HIS HEART OUT.

CUT TO THE LETTERING:

RENAULT CLIO



TELEVISÃO / CINEMA +

TÍTULO: INSÓLITOS 50% | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: RICARDO GASPAR | REDACTOR: JOAQUIM ROCHA | PRODUTORA DE IMAGEM: BRANDIA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: RICARDO GASPAR | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: LIVRARIA | PÓS-PRODUÇÃO/VIDEO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/03/2004.

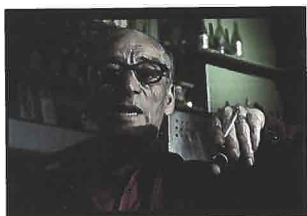
A ESTE FILME COMUNICA UMA PROMOÇÃO "INSÓLITOS YORN", UM FORMATO DE PROMOÇÕES EXCLUSIVAS PARA YORNS. O SEU UNIVERSO CONCEPTUAL REACTA ESTAS PROMOÇÕES COMO ACONTECIMENTOS INSÓLITOS QUE SÓ ACONTECEM A YORNS, DAÍ O AMBIENTE ESTRANHO E BIZARRO QUE É CRIADO EM TODOS OS ANÚNCIOS "INSÓLITOS YORN". NESTA PROMOÇÃO, CADA CLIENTE YORN QUE ACERTASSE NO CARREGAMENTO DO DIA (SORTEADO DIARIAMENTE) GANHAVA 50% DE BÔNUS NO MESMO CARREGAMENTO. O SPOT, NUM REGISTO DE FILM NOIR, MOSTRA O APRESENTADOR INSÓLITO A FUGIR DE ALGUÉM. EM ALUSÃO AO CLAIM DA CAMPANHA ("UM INSÓLITO NUNCA VEM SÓ"), QUEM O PERSEQUE É 50% DELE MESMO, OU SEJA, AS SUAS PERNAS. NO FINAL, DANÇAM UM SAPATEADO JUNTOS.

HEADLINE: UM INSÓLITO NUNCA VEM SÓ. INSÓLITOS YORN. TUDO PODE ACONTECER.

THIS IS A FILM FOR A "YORN UNWONTED" PROMOTION, A FORMAT THAT GIVES ADVANTAGES FOR YORNS. THE THEME BEHIND THESE PROMOTIONS IS THAT THESE ARE UNWONTED ADVANTAGES THAT ONLY OCCUR TO YORNS, THUS THE STRANGE AND BIZARRE AMBIENCE THAT IS CREATED IN EVERY "YORN UNWONTED" AD.

IN THIS PROMOTION, EACH YORN CLIENT THAT FOUND OUT THE CORRECT PHONE CHARGE VALUE OF THE DAY (RAFFLED DAILY), WON A 50% BONUS ON THE SAME PHONE CHARGE. THE AD, IN A FILM NOIR STYLE, SHOWS THE UNWONTED HOST RUNNING AWAY FROM SOMEONE. IN REFERENCE TO THE CAMPAIGN'S CLAIM ("AN UNWONTED NEVER COMES ALONE"), HE IS PURSUED BY 50% OF HIMSELF (HIS LEGS). IN THE END, THEY TAP-DANCE HAPPILY.

HEADLINE: AN UNWONTED NEVER COMES ALONE. YORN UNWONTED. ANYTHING CAN HAPPEN.



TELEVISÃO / CINEMA +

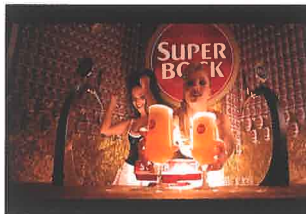
TÍTULO: TASCA | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: CLUBE CRIATIVOS DE PORTUGAL | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO MAGALHÃES | REDACTOR: RUI SOARES | PRODUTORA DE IMAGEM: BAMBÓ | RTV: JAIME GRAÇA | REALIZADOR: CATARINA MATOS E SILVA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: HENRIQUE SERRA | DATA DE INSERÇÃO: 01/04/2003.

NUMA TASCA ESCURA E SUJA UM GRUPO DE HOMENS FAZEM A SUA ROTINA DIÁRIA, BEBENDO, FUMANDO, E JOGANDO DOMINÓ. DE REPENTE, COMEÇAM A FALAR SOBRE A AGÊNCIA QUE IRÁ GANHAR O FESTIVAL DE PUBLICIDADE ESTE ANO, COMO SE FOSSEM PERITOS NA MATÉRIA.

VO: TODOS GOSTAM DE BOA PUBLICIDADE. O 5º FESTIVAL DO CLUBE DE CRIATIVOS DE PORTUGAL. EM ABRIL. NO CCB

IN A DARK AND DIRTY PUB A GROUP OF OLD MEN ARE CARRYING OUT THEIR DAILY ROUTINE; HAVING A DRINK, SMOKING AND PLAYING DOMINO. SUDDENLY, THEY START ARGUING ABOUT WHICH AGENCY IS GOING TO WIN THIS YEAR'S ADVERTISING FESTIVAL, AS IF THEY WERE GREAT EXPERTS ON THE MATTER.

VO: EVERYBODY LIKES GOOD ADVERTISING. THE 5TH PORTUGUESE CREATIVE CLUB FESTIVAL IN APRIL. AT THE CCB



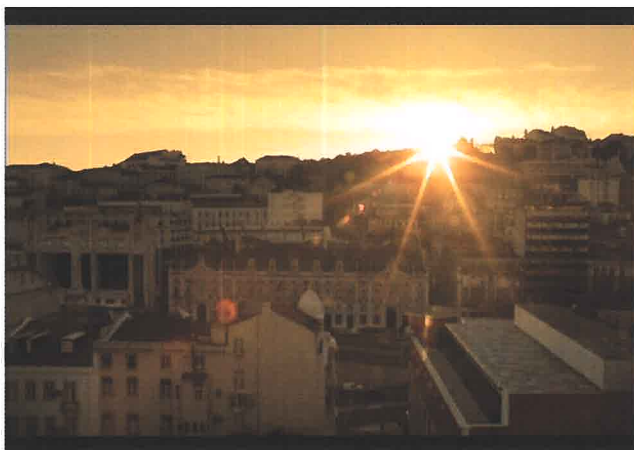
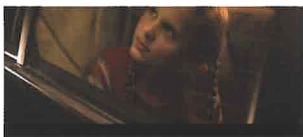
TELEVISÃO / CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: 3 | AGÊNCIA: STRAT | ANUNCIANTE: UNICERL | DIRECTOR CRIATIVO: JOSÉ CAMPOS | DIRECTOR DE ARTE: HELDER PEREIRA | REDACTOR: ANTÔNIO LANDEIRO | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL | RTV: PEDRO GASPARGASPAR/RENATO CORREIA | REALIZADOR: MUNO DIAS | DATA DE INSERÇÃO: 30/04/2003.

NUMA SALA DE AULA DE UMA UNIVERSIDADE, UM PROFESSOR DE MATEMÁTICA VAI EXPLICANDO UMA EQUAÇÃO COMPLICADÍSSIMA. UM DOS ALUNOS ESTÁ ABORRECIDO E PERDIDO EM SONHOS. MAIS EXACTAMENTE NUMA FESTA CHEIA DE PESSOAL, COM MÚSICA A ABRIR E CLARO, MUITA SUPER BOCK. NA TENTATIVA DE IR BUSCAR UMA CERVEJA PARA SI E PARA AS SUAS AMIGAS, COMEÇA A BERRAR E A GESTICULAR PARA CHAMAR ATENÇÃO DAS MENINAS DO BAR. NESTA ALTURA PASSAMOS NOVAMENTE PARA A SALA DE AULA. O RAPAZ LEVANTA-SE REPENTINAMENTE DO SEU LUGAR E GRITA: "SÃO TRÊS!" PARA SURPRESA DE TODOS, INCLUSIVE A DELE, ESTE É O RESULTADO EXACTO DA EQUAÇÃO.

"THREE"

IN A UNIVERSITY CLASSROOM A MATH TEACHER EXPLAINS A VERY COMPLICATED EQUATION. ONE OF HIS STUDENTS IS BORED TO DEATH AND HIS MIND STARTS WONDERING AROUND. MORE EXACTLY AROUND A CROWDED PARTY, WITH LOUD MUSIC AND, OF COURSE, LOT'S OF SUPER BOCK. HE GOES TO THE BAR TO GET SOME BEERS FOR HIM AND HIS TWO GIRL FRIENDS AND STARTS YELLING AND RAISING HIS ARMS TO CATCH THE EYE OF THE BARTENDER GIRLS. AT THAT PRECISE MOMENT WE RETURN TO THE CLASSROOM. THE BOY JUMPS SWIFTLY FROM HIS SEAT AND SHOUTS: "THREE!". SURPRISING EVERYONE, INCLUDING HIMSELF, THAT'S THE EXACT RESULT OF THE EQUATION ON THE CHALKBOARD.

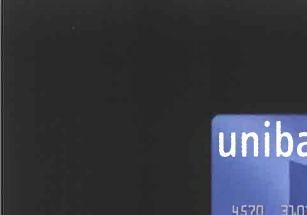


TELEVISÃO / CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: "ACIMA DO COMUM" | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: BES | DIRECTOR CRIATIVO: MUNO JERÔNIMO | SUPERVISOR CRIATIVO: ANDRÉ MOREIRA | DIRECTOR DE ARTE: PAULO PINTO | REDACTOR: PEDRO LIMA | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL | BANDA SONORA: LIVRARIA | DATA DE INSCRIÇÃO: FEVEREIRO DE 2004

NESTE FILME COMEÇAMOS POR VER UMA MULTIDÃO QUE SE CRUZA EM RUAS ESTREITAS E ESCURAS DE UMA CIDADE PARA, AOS POUCOS, DESCOBRIRMOS PESSOAS EM LOCAIS ELEVADOS, CONTEMPLANDO SERENAMENTE A VISTA, AO SOM DE UMA ÓPERA. O TEXTO FALA-NOS DA DIFERENÇA ENTRE VIVER NO IMEDIATO, NO "AGORA", E VIVER ACIMA DO COMUM, VENDO MAIS LONGE, COM UMA PERSPECTIVA DIFERENTE DAS COISAS E UMA VISÃO GLOBAL SOBRE TUDO O QUE SE PASSA EM SEU REDOR. NO FINAL, A LOCUÇÃO DESAFIA: "ALGUMA VEZ TENTOU ELEVAR-SE ACIMA DO COMUM? EXPERIMENTE. OLHE QUE VÊ MELHOR."

WE BEGIN THE FILM BY SEEING CROWDS OF PEOPLE SWELLING THROUGH DARK, NARROW CITY STREETS. LITTLE BY LITTLE WE SEE PEOPLE PERCHED ON HIGH PLACES, SERENELY CONTEMPLATING THE VIEW, TO THE SOUND OF OPERA MUSIC. THE TEXT SPEAKS OF THE DIFFERENCE BETWEEN THOSE WHO LIVE FOR THE MOMENT, FOR THE "NOW" AND THOSE WHO LIVE ABOVE THE COMMONPLACE, WITH GREATER VISION, WITH A DIFFERENT PERSPECTIVE ON THINGS AND WITH A GLOBAL PERSPECTIVE OF EVERYTHING THAT HAPPENS AROUND THEM. THE VOICEOVER CONCLUDES WITH THE CHALLENGE: "HAVE YOU EVER DREAMED OF RISING ABOVE THE COMMONPLACE? TRY IT. YOU'LL SEE A WHOLE LOT MORE."



TELEVISÃO/CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: ADUANE | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: UNIBANCO | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL- | RTV: CRISTINA PRAYCE | REALIZADOR: JOÃO NUNO PINTO | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: DIGITAL MIX | BANDA SONORA: DIGITAL MIX | DATA DE INSCRIÇÃO: 01/07/2003

ESTAMOS NUMA ALFÂNDEGA CLARAMENTE DE UM PAÍS DE TERCEIRO MUNDO. UM HOMEM COM AR DE TURISTA ESTÁ NA FILA PARA PASSAR NO DETECTOR DE METAIS. QUANDO VAI A PASSAR OUVEM-SE UM PI-PI-PI. CORTAMOS PARA SALA EM QUE O POBRE TURISTA ESTÁ SEM ROUPA COM AR DESOLADO, ENQUANTO OS POLÍCIAS LHE REVOLVEM A MALA. ELE TEM O TELEMÓVEL NA MÃO E TENTA EXPLICAR POR GESTOS O QUE ACONTECEU, MOSTRANDO O VISOR ONDE SE LÊ: COMPRAS: 2500 EUROS.

LOC.: TER UM CARTÃO UNIBANCO É PODER RECEBER UM SMS DE ALERTA PARA CONTROLAR AS SUAS DESPESAS. O QUE É MUITO CONVENIENTE...

NA MAIORIA DOS CASOS.

A MULHER POLÍCIA OLHA PARA O TELEMÓVEL E ARRANCA-O DAS MÃOS DO RAPAZ GUARDANDO-O NO BOLSO.

PACKSHOT. CARTÃO SOBRE FUNDO NEGRO COM SLOGAN E ENDEREÇO DA NET.

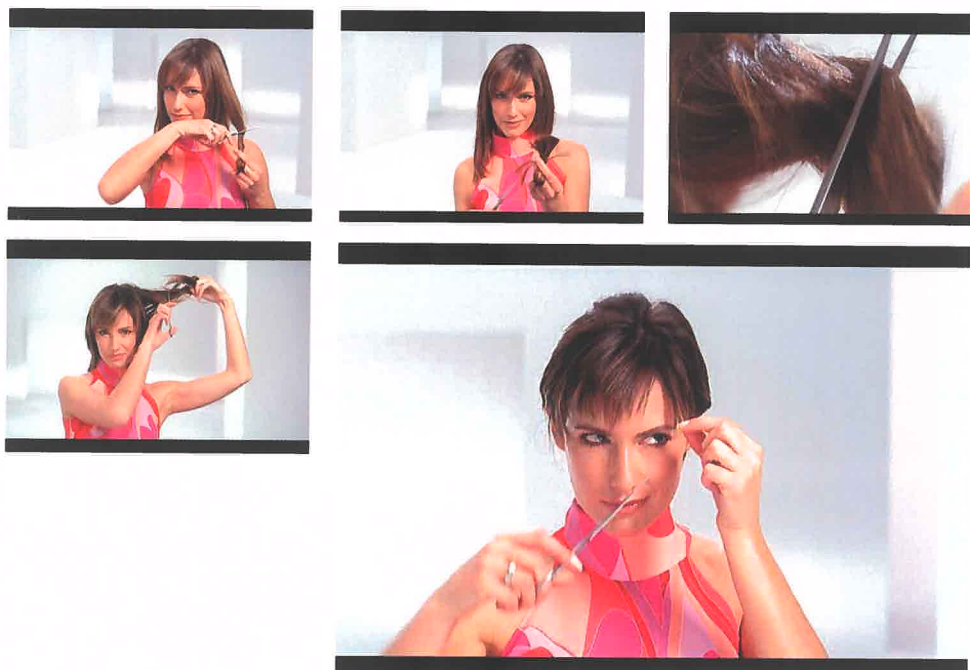
LOC.: UNIBANCO. TER É PODER.

"ADUANA": WE ARE IN A FOREIGN COUNTRY AIRPORT. A WESTERN MAN IS WAITING IN LINE TO PASS THROUGH THE X-RAY CONTROL. THE MOMENT HE PASSES HIS MOBILE PHONE RINGS. IMMEDIATELY THE POLICEMEN TAKE HIM TO A ROOM AND MAKE HIM STRIP ALTHOUGH HE TRIES TO EXPLAIN THAT IT WAS HIS MOBILE THAT RANG...



Unibanco. Ter é poder.

www.unibanco.pt

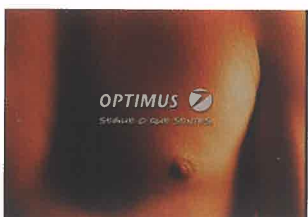


TELEVISÃO/CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: CORTE | AGÊNCIA: PARTNERS | ANUNCIANTE: BPI | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA SEQUEIRA E L. THOMAZ | DIRECTOR DE ARTE: LOURENÇO THOMAZ | REDACTOR: SUSANMA SEQUEIRA | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL | RTV: SANDRA SOUSA | REALIZADOR: SERGIO HENRIQUES | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKI | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSCRIÇÃO: 20/03/2004.

DURANTE TODO O FILME VEMOS A ACTRIZ FERNANDA SERRANO (CARA DO BPI) A FALAR DE TODAS AS VANTAGENS DO CRÉDITO HABITAÇÃO DO BANCO E DA TOTAL TRANSPARÊNCIA. PARA EXEMPLIFICAR MELHOR OS CORTES NOS CUSTOS DE QUEM PEDE UM CH AO BPI, FERNANDA SERRANO VAI CORTANDO O SEU PRÓPRIO CABELO. CADA CORTE DE CABELO REPRESENTA UM CORTE NAS DESPESAS DESTE CRÉDITO. NO FINAL FERNANDA SERRANO ESTÁ COM O CABELO MUITO CURTO E TERMINA COM A FRASE: QUANTO MENOS, MELHOR.

WHILE THE ROLL TAKES PLACE WE SEE THE ACTRESS FERNANDA SERRANO (BPI'S IMAGE), SPEAKING ABOUT ALL THE ADVANTAGES OF BPI'S MORTGAGE AND ITS TOTAL CLEARNESS. TO EXEMPLIFY BETTER THE CUT OF THE COSTS OF WHO ASKS FOR A BPI'S MORTGAGE FERNANDA SERRANO CUTS HER OWN HAIR EACH CUTTING REPRESENTING EACH CUT, A REDUCTION IN THE COSTS BPI'S MORTGAGE. IN THE END FERNANDA SERRANO IS WITH A VERY SHORT HAIRCUT AND ENDS UP WITH THIS EXCLAMATION. "THE LESS, THE BETTER"



TELEVISÃO/CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: ÉS TU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO BIDARRA | DIRECTOR DE ARTE: JOAQUIM PENA
| REDACTOR: PEDRO BIDARRA | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: RICARDO CANSADO | REALIZADOR: JOSÉ PEDRO SOUSA |
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: MEW"CONFORTINGSOUNDS | PÓS-PRODUÇÃO
VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 15/10/2003.

VEMOS UM JOVEM A ESCREVER UMA MENSAGEM COM O POLEGAR. A SUA CARA É INTENSA EM OFF OUVIMOS A DECLARAÇÃO DE AMOR QUE ELE MANDA POR SMS. RAPAZ [EM OFF]: ES TU, ÉS TU. ÉS TU QUE VIVES NA MINHA CABEÇA, NA MINHA PELE, NO MEU CORAÇÃO. ÉS TU QUE TORNAS A METEREOLÓGIA RIDÍCULA AGORA QUE TODOS OS DIAS SÃO DE SOL. ÉS TU QUE FAZES NASCER DAS TUAS PEGADAS NO QUENTE ALCATRÃO, GERIBÉRIAS COR-DE-LARANJA. ÉS TU, ÉS TU. DIZ-ME QUE ÉS TU. O RAPAZ ENVIA A MENSAGEM. UMA MIÚDA LINDA RECEBE-A E COMEÇA A ESCREVER A RESPOSTA.

VO: RESPOSTA PAGA, UM SERVIÇO OPTIMUS PARA QUE AS TUAS MENSAGENS NÃO FIQUEM SEM RESPOSTA. O RAPAZ RECEBE A RESPOSTA. MIUDA [EM OFF]: DAH! MIÚDO FICA A FAZER BEICINHO.

VC:OPTIMUS. SEQUE O QUE SENTES.

WE SEE A YOUNG MAN WRITING A MESSAGE WITH HIS THUMB. HIS FACE IS TENSE. WE HEAR A VOICEOVER OF THE DECLARATION OF LOVE HE IS SENDING BY SMS. RAPAZ [VO]: IT'S YOU, IT'S YOU. IT'S YOU LIVING IN MY HEAD, UNDER MY SKIN, IN MY HEART. IT'S YOU WHO MAKES THE WEATHER REPORT SEEM RIDICULOUS NOW THAT EVERY DAY IS FILLED WITH SUNSHINE. IT'S YOU WHOSE FOOTPRINTS IN THE WARM TARMAC, TRANSFORM INTO ORANGE DAISIES. IT'S YOU, IT'S YOU. TELL ME IT'S YOU. HE SENDS THE MESSAGE. A BEAUTIFUL GIRL RECEIVES THE MESSAGE AND STARTS TO WRITE HER REPLY.

VO: PAID REPLY, A SERVICE FROM OPTIMUS SO THAT NONE OF YOUR MESSAGES WILL GO UNANSWERED. THE YOUNG MAN RECEIVES THE REPLY.

MIUDA [VO]: DUH! HE POUTS AND LOOKS SAD.

VC:OPTIMUS. FOLLOW YOUR FEELINGS.



TELEVISÃO/CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: HOSPEDEIRA | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: UNICER | DIRECTOR CRIATIVO: BÉ VAZ MENA / C. ZANCUOGHI | DIRECTOR DE ARTE: HUGO LUCAS | REDACTOR: MIGUEL CAMPOS | PRODUTORA DE IMAGEM: OZONO FILMES | RTV: MARTA METRASS / RAUL NUNES | REALIZADOR: PAULO CARBOILA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKONSKY | PRODUTORA DE SOM: SOM DE LISBOA | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 17/04/2003.

NO CORREDOR CENTRAL DE UM AVIÃO, UMA SIMPÁTICA HOSPEDEIRA EM VEZ DE DAR AS HABITUAIS INSTRUÇÕES DE SEGURANÇA, DÁ DE UMA FORMA DIVERTIDA, AS INSTRUÇÕES PARA PARTICIPAR NA PROMOÇÃO KICK OFF. EM VOZ OFF (ATRAVÉS DOS ALTIFALANTES DO AVIÃO) OUVIMOS INSTRUÇÕES E TODO O FILME VIVE DOS GESTOS E DAS EXPRESSÕES CÔMICAS DA HOSPEDEIRA.

ON THE GANGWAY OF A PLANE, AN AMUSED AND KIND FLIGHT ATTENDANT SHOWS THE PASSENGERS HOW TO APPLY TO THE KICK OFF PROMOTION, INSTEAD OF EXPLAINING THEM THE USUAL SAFETY PROCEDURES. ON THE PLANE'S SPEAKERS, WE HEAR ALL THE INSTRUCTIONS AND THE WHOLE MOVIE IS CENTRED ON THE FUNNY EXPRESSIONS OF THE STEWARDESS.



TELEVISÃO/CINEMA SHORTLIST

TÍTULO: TROVÕES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE: SÉRGIO CARVALHO | REDACTOR: GONÇALO MORAIS LEITÃO E NUNO JERÓNIMO | PRODUTORA DE IMAGEM: MINISTÉRIO DOS FILMES | RTV: RICARDO CANSADO | REALIZADOR: MARCO MARTINS | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: ÍNDIGO | BANDA SONORA: MEW - CONFORING SOUNDS | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: INGREME | DATA DE INSERÇÃO: 01/06/2004.

É DE NOITE. ESTÁ TROVOADA. VEMOS UM JOVEM PARADO À CHUVA DE BRAÇOS ABERTOS. COMEÇA A CORRER DECIDIDO ENTRE AS ÁRVORES DESVIANDO-SE DOS TROVÕES QUE QUASE LHE ACERTAM. QUANDO ESTÁ A CHEGAR AO SEU DESTINO É FULMINADO POR UM TROVÃO E REDUZIDO A CINZAS. CORTA PARA O PLANO DE INÍCIO E VEMOS DE NOVO O JOVEM COM "OUTRA VIDA" COMO SE DE UM JOGO SE TRATASSE. A CENA REPETE-SE. DESTA VEZ CHEGA SÃO E SALVO AO CELEIRO ONDE ESTÃO OS SEUS AMIGOS. PACK SHOT DE TELEMÓVEL COM TECNOLOGIA JAVA QUE PERMITE TER JOGOS MUITO MAIS REAIS.

NIGHTTIME. A THUNDERSTORM. A YOUNG MAN STANDS IN THE POURING RAIN, HIS ARMS STRETCHED OPEN. HE BEGINS TO RUN BETWEEN THE TREES, WITH GREAT DETERMINATION, AS HE DODGES LIGHTNING BOLTS WHICH BARELY MISS HIM. JUST AS HE IS ABOUT TO REACH HIS DESTINATION HE IS STRUCK BY LIGHTNING AND REDUCED TO ASHES. CUT TO THE OPENING SHOT AND WE SEE THE YOUNG MAN ONCE MORE - WITH A "NEW LIFE" AS IF THIS WAS A GAME. THE SCENE RECOMMENCES. THIS TIME HE REACHES THE BARN IN SAFETY WHERE HE MEETS HIS FRIENDS. PACK SHOT OF THE MOBILE PHONE WITH JAVA TECHNOLOGY THAT OFFERS FAR MORE REALISTIC GAMES.



TELEVISÃO / CINEMA | CAMPANHA TV | MENÇÃO HONROSA

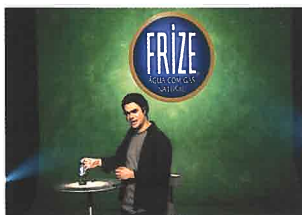
TÍTULO: VIDA 3G | AGÊNCIA: J.WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: CARLUS DIAS | REDACTOR: JOÃO OLIVEIRA | PRODUTORA DE IMAGEM: MONTAINI FILMS | RTV: ALFREDO CARVALHO | REALIZADOR: FABRIZIO NOTARI | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CHICCO MASIERO | PRODUTORA DE SOM: JOÃO OLIVEIRA E ÍNDIGO | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: ALCÂNTARA ESTÚDIOS | DATA DE INSERÇÃO: 11/04/2004.

AS CENAS APARECEM EM SUPER 8 E LEVAM-NOS ATÉ AOS TEMPOS DE INFÂNCIA. SÃO "INSTANTÂNEOS" DOS BONS MOMENTOS PASSADOS NA PRAIA, NO CAMPO, EM CASA E QUE REALÇAM A FALTA DE TEMPO QUE TEMOS HOJE EM DIA PARA A VIDA EM FAMÍLIA. UM RACIOCÍNIO SOBRE A DUALIDADE PRODUTIVIDADE/VIDA E SOBRE O QUE O VODAFONE MCC3G PODE FAZER PARA MELHORAR A PRODUTIVIDADE DE CADA UM DE NÓS.

SCENES SHOT IN SUPER 8 BRING US BACK TO CHILDHOOD TIMES. THEY ARE "SNAPSHOTS" OF GOOD MOMENTS SPENT AT THE BEACH, IN THE COUNTRYSIDE, AT HOME THAT ENHANCE THE LACK OF TIME WE HAVE NOWADAYS FOR FAMILY LIFE. A REASONING ABOUT THE DUALITY PRODUCTIVITY/LIFE AND ABOUT WHAT VODAFONE MCC3G CAN DO TO IMPROVE THE PRODUCTIVITY OF EACH OF US.

TELEVISÃO / CINEMA — CAMPANHA TV

ESTOU QUE NEM POSSO + 4 | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: COMPAL — BRONZE



TELEVISÃO / CINEMA | CAMPANHA TV +

TÍTULO: ESTOU QUE NEM POSSO +4 | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: COMPAL | DIRECTOR CRIATIVO: BÉ VAZ MENA / C. ZANCUOGHI
 | DIRECTOR DE ARTE: HUGO LUCAS | REDACTOR: MIGUEL CAMPOS | PRODUTORA DE IMAGEM: SHOW OFF | RTV: MARTA METRASS / RAUL
 NUNES | REALIZADOR: ALEXANDRE MONTENEGRO | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: VÍCTOR ESTEVÃO | PRODUTORA DE SOM: DIGITAL MIX |
 PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: CEE | DATA DE INSERÇÃO: 24/05/2003

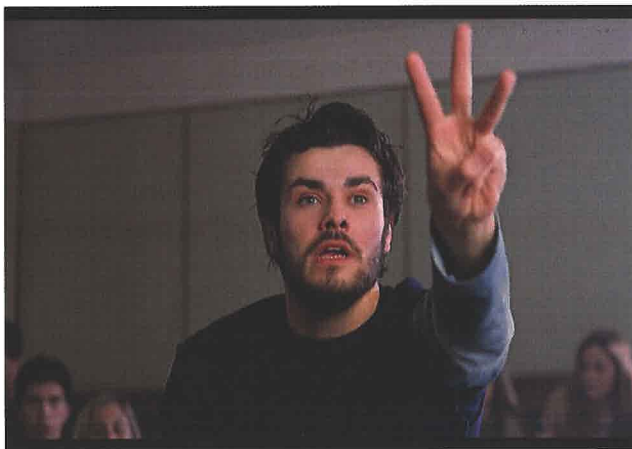
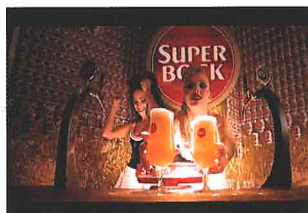
RESULTANTE DA COMBINAÇÃO DE GUIÕES PRÉ-DEFINIDOS COM A IMPROVISACÃO DO ACTOR PEDRO TOCHAS, A CAMPANHA TELEVISIVA DA
 ÁGUA FRIZE FOI CONSTRUÍDA POR UMA SÉRIE DE ANÚNCIOS QUE, UTILIZANDO UM REGISTO DE STAND-UP COMEDY, PRETENDIAM COMUNICAR
 DE FORMA ORIGINAL E BEM-HUMORADA OS VALORES DA MARCA.

AS A RESULT OF THE COMBINATION OF PREVIOUSLY DEFINED SCRIPTS WITH THE NATURAL IMPROVISATION OF THE ACTOR PEDRO TOCHAS,
 THE FRIZE TV CAMPAIGN CONSISTED OF A FEW ADVERTISEMENTS AIMING TO TRANSMIT TO THE AUDIENCE THE VALUES OF THE BRAND,
 DOING SO IN AN ORIGINAL AND WELL DISPOSED WAY AND USING A STAND-UP COMEDY REGISTER.

TELEVISÃO / CINEMA | MELHOR REALIZAÇÃO

ESTUDANTES | AGÊNCIA: TANGERINA AZUL | ANUNCIANTE: SUPER BOCK — MELHOR REALIZAÇÃO TÉCNICA

TROVÕES | AGÊNCIA: MINISTÉRIO DOS FILMES | ANUNCIANTE: OPTIMUS — MENÇÃO HONROSA



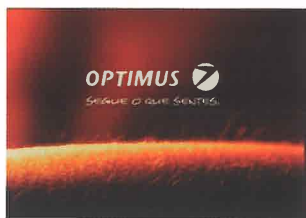
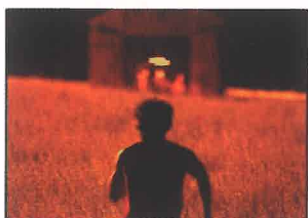
TELEVISÃO / CINEMA / MELHOR REALIZAÇÃO

TÍTULO: 3 | AGÊNCIA: STRAT | ANUNCIANTE: UNICERL | DIRECTOR CRIATIVO: JOSÉ CAMPOS | DIRECTOR DE ARTE: HELDER PEREIRA | REDACTOR: ANTÓNIO LANDEIRO | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL | RTV: PEDRO GASPARGAS/RENATO CORREIA | REALIZADOR: NUNO DIAS | DATA DE INSERÇÃO: 30/04/2003.

NUMA SALA DE AULA DE UMA UNIVERSIDADE, UM PROFESSOR DE MATEMÁTICA VAI EXPLICANDO UMA EQUAÇÃO COMPLICADÍSSIMA. UM DOS ALUNOS ESTÁ ABORRECIDO E PERDIDO EM SONHOS. MAIS EXACTAMENTE NUMA FESTA CHEIA DE PESSOAL, COM MÚSICA A ABRIR E CLARO, MUITA SUPER BOCK. NA TENTATIVA DE IR BUSCAR UMA CERVEJA PARA SI E PARA AS SUAS AMIGAS, COMEÇA A BERRAR E A GESTICULAR PARA CHAMAR ATENÇÃO DAS MENINAS DO BAR. NESTA ALTURA PASSAMOS NOVAMENTE PARA A SALA DE AULA. O RAPAZ LEVANTA-SE REPENTINAMENTE DO SEU LUGAR E GRITA: "SÃO TRÊS!" PARA SURPRESA DE TODOS, INCLUSIVE A DELE, ESTE É O RESULTADO EXACTO DA EQUAÇÃO.

"THREE"

IN A UNIVERSITY CLASSROOM A MATH TEACHER EXPLAINS A VERY COMPLICATED EQUATION. ONE OF HIS STUDENTS IS BORED TO DEATH AND HIS MIND STARTS WONDERING AROUND. MORE EXACTLY AROUND A CROWDED PARTY, WITH LOUD MUSIC AND, OF COURSE, LOT'S OF SUPER BOCK. HE GOES TO THE BAR TO GET SOME BEERS FOR HIM AND HIS TWO GIRL FRIENDS AND STARTS YELLING AND RAISING HIS ARMS TO CATCH THE EYE OF THE BARTENDER GIRLS. AT THAT PRECISE MOMENT WE RETURN TO THE CLASSROOM. THE BOY JUMPS SWIFTLY FROM HIS SEAT AND SHOUTS: "THREE!". SURPRISING EVERYONE, INCLUDING HIMSELF, THAT'S THE EXACT RESULT OF THE EQUATION ON THE CHALKBOARD.



TELEVISÃO / CINEMA / MELHOR REALIZAÇÃO - MENÇÃO HONROSA

TÍTULO: TROVÕES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE: SÉRGIO CARVALHO | REDACTOR: GONÇALO MORAIS LEITÃO E NUNO JERÔNIMO | PRODUTORA DE IMAGEM: MINISTÉRIO DOS FILMES | RTV: RICARDO CANSADO | REALIZADOR: MARCO MARTINS | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: ÍNDIGO | BANDA SONORA: MEW - COMFORTING SOUNDS | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: INGREME | DATA DE INSERÇÃO: 01/06/2004.

É DE NOITE. ESTÁ TROVOADA. VEMOS UM JOVEM PARADO À CHUVA DE BRAÇOS ABERTOS. COMEÇA A CORRER DECIDIDO ENTRE AS ÁRVORES DESVIANDO-SE DOS TROVÕES QUE QUASE LHE ACERTAM. QUANDO ESTÁ A CHEGAR AO SEU DESTINO É FULMINADO POR UM TROVÃO E REDUZIDO A CINZAS. CORTA PARA O PLANO DE INÍCIO E VEMOS DE NOVO O JOVEM COM "OUTRA VIDA" COMO SE DE UM JOGO SE TRATASSE. A CENA REPETE-SE. DESTA VEZ CHEGA SÃO E SALVO AO CELEIRO ONDE ESTÃO OS SEUS AMIGOS. PACK SHOT DE TELEMÓVEL COM TECNOLOGIA JAVA QUE PERMITE TER JOGOS MUITO MAIS REAIS.

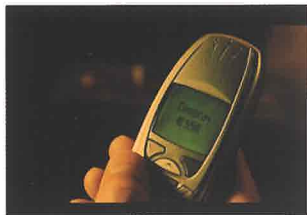
NIGHTTIME. A THUNDERSTORM. A YOUNG MAN STANDS IN THE POURING RAIN, HIS ARMS STRETCHED OPEN. HE BEGINS TO RUN BETWEEN THE TREES, WITH GREAT DETERMINATION, AS HE DODGES LIGHTNING BOLTS WHICH BARELY MISS HIM. JUST AS HE IS ABOUT TO REACH HIS DESTINATION HE IS STRUCK BY LIGHTNING AND REDUCED TO ASHES. CUT TO THE OPENING SHOT AND WE SEE THE YOUNG MAN ONCE MORE - WITH A "NEW LIFE" AS IF THIS WAS A GAME. THE SCENE RECOMMENCES. THIS TIME HE REACHES THE BARN IN SAFETY WHERE HE MEETS HIS FRIENDS. PACK SHOT OF THE MOBILE PHONE WITH JAVA TECHNOLOGY THAT OFFERS FAR MORE REALISTIC GAMES.

TELEVISÃO / CAMPANHAS — MELHOR DIRECÇÃO FOTOGRAFIA

ALFÂNDEGA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: UNIBANCO — MELHOR DIRECÇÃO DE FOTOGRAFIA
ANJOS | AGÊNCIA: STRAT | ANUNCIANTE: SUPER BOCK — MENÇÃO HONROSA
VAQUEIRO TOMATE | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: VAQUEIRO — MENÇÃO HONROSA (EM CONJUNTO)
VAQUEIRO MASSA | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: VAQUEIRO
VAQUEIRO EVOLUÇÃO | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: VAQUEIRO
GENERATION DAH | BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:





unibanco

4570 31011 2345 6789

ANTONIO DUARTE

VISA

Unibanco. Ter é poder.

www.unibanco.pt

TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR DIRECÇÃO FOTOGRAFIA

TÍTULO: ADUANA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: UNIBANCO | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL- | RTV: CRISTINA PRAYCE | REALIZADOR: JOÃO NUNO PINTO | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: DIGITAL MIX | BANDA SONORA: DIGITAL MIX | DATA DE INSERÇÃO: 01/07/2003.

ESTAMOS NUMA ALFÂNDEGA CLARAMENTE DE UM PAÍS DE TERCEIRO MUNDO. UM HOMEM COM AR DE TURISTA ESTÁ NA FILA PARA PASSAR NO DETECTOR DE METAIS. QUANDO VAI A PASSAR OUVEM-SE UM PI-PI-PI. CORTAMOS PARA SALA EM QUE O POBRE TURISTA ESTÁ SEM ROUPA COM AR DESOLADO, ENQUANTO OS POLÍCIAS LHE REVOLVEM A MALA. ELE TEM O TELEMÓVEL NA MÃO E TENTA EXPLICAR POR GESTOS O QUE ACONTECEU, MOSTRANDO O VISOR ONDE SE LÊ: COMPRAS: 2500 EUROS.

LOC.: TER UM CARTÃO UNIBANCO É PODER RECEBER UM SMS DE ALERTA PARA CONTROLAR AS SUAS DESPESAS. O QUE É MUITO CONVENIENTE...

NA MAIORIA DOS CASOS.

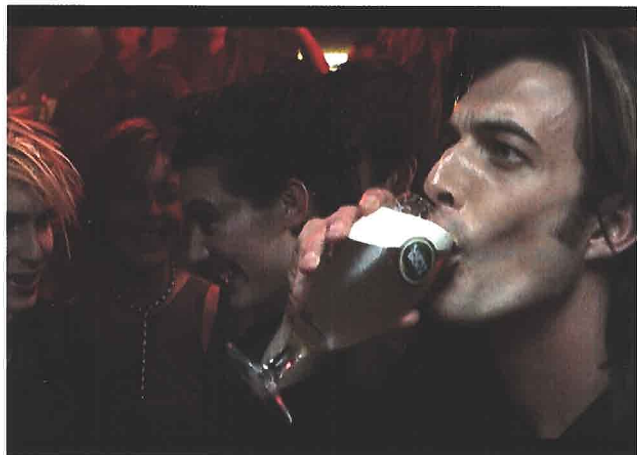
A MULHER POLÍCIA OLHA PARA O TELEMÓVEL E ARRANCA-O DAS MÃOS DO RAPAZ GUARDANDO-O NO BOLSO.

PACKSHOT. CARTÃO SOBRE FUNDO NEGRO COM SLOGAN E ENDEREÇO DA NET.

LOC.: UNIBANCO. TER É PODER.

"ADUANA": WE ARE IN A FOREIGN COUNTRY AIRPORT. A WESTERN MAN IS WAITING IN LINE TO PASS THROUGH THE X-RAY CONTROL. THE MOMENT HE PASSES HIS MOBILE PHONE RINGS. IMMEDIATELY THE POLICEMEN TAKE HIM TO A ROOM AND MAKE HIM STRIP ALTHOUGH HE TRIES TO EXPLAIN THAT IT WAS HIS MOBILE THAT RANG...

V.O. NOW UNIBANCO SENDS YOU A MESSAGE WHEN YOU REACH YOUR CREDIT LIMIT WHICH IS VERY CONVENIENT... WELL... MOST OF THE TIME....!



TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR DIRECÇÃO FOTOGRAFIA - MENÇÃO HONROSA

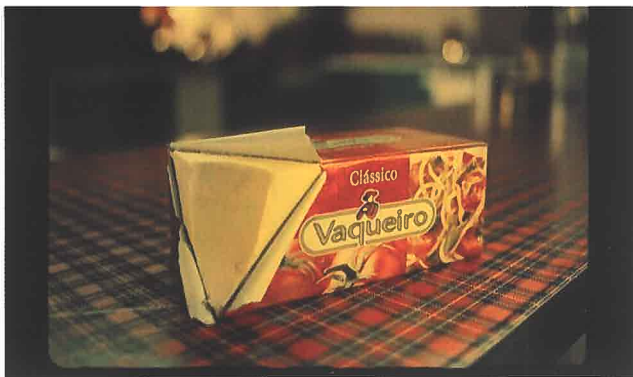
TÍTULO: ANJOS | AGÊNCIA: KYPTON | ANUNCIANTE: SUPER BOCK | DIRECTOR CRIATIVO: HELDER PEREIRA | DIRECTOR DE ARTE: HELDER PEREIRA | REDACTOR: ANTÓNIO LANDEIRO | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: RENATO CORREIA | REALIZADOR: JOSÉ PEDRO SOUSA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKI | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: FINGER TIPS | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: PIX MIX | DATA DE INSERÇÃO: 17/04/2004.

SINOPSE “ANJOS”

NUMA PRAÇA TIPICAMENTE PORTUGUESA, MILHARES DE PENAS BRANCAS VOAM POR TODA A PARTE SURPREENDENDO AS PESSOAS QUE PASSAM. NOS PONTOS MAIS ESCONDIDOS DA PRAÇA, ANJOS COM ENORMES ASAS LEVANTAM-SE DO CHÃO COMO SE TIVESSEM ACABADO DE CAIR DO CÉU. CALMAMENTE, DIRIGEM-SE A UM BAR QUE OSTENTA UM NEÓN SUPER BOCK GREEN E ENQUANTO ANDAM, PENAS LIBERTAM-SE DAS SUAS ASAS COMO UM MANTO BRANCO. JÁ DENTRO DO BAR E SEM ASAS, OS EX-ANJOS ACABAM POR SE MISTURAR COM OS RESTANTES CLIENTES DO BAR, BEBENDO SUPER BOCK GREEN NUM AMBIENTE DE GRANDE ANIMAÇÃO. PERCEBEMOS ENTÃO QUE ELES ABDICARAM DA VIDA ETERNA PORQUE A VIDA ESTÁ CHEIA DE COISAS BOAS, SUPER BOCK GREEN NESTE CASO.

“ANGELS” SYNOPSIS

IN A TYPICAL PORTUGUESE SQUARE, THOUSANDS OF WHITE FEATHERS FLY ALL AROUND SURPRISING EVERYONE WHO WALKS BY. IN THE MOST HIDDEN PLACE OF THE SQUARE, ANGELS WITH HUGE WINGS RISE FROM THE GROUND AS IF THEY HAD JUST FALLEN FROM THE SKY. CALMLY, THEY WALK TOWARDS A BAR WITH A SUPER BOCK GREEN NEONLIGHT. WHILE THEY WALK THEY LEAVE THE LAST FEATHERS OF THEIRS WINGS, LEAVING LIKE A WHITE CLOAK OF SNOW ON THE GROUND. ALREADY INSIDE THE BAR AND WITHOUT WINGS, THE FORMER ANGELS MIX WITH THE OTHER COSTUMERS, DRINKING SUPER BOCK GREEN IN A CHEERFUL MOOD. WE THEN REALIZE THAT THEY ABANDONED THEIR ETERNAL LIFE BECAUSE LIFE IS FULL OF WONDERFUL THINGS. LIKE SUPER BOCK GREEN.



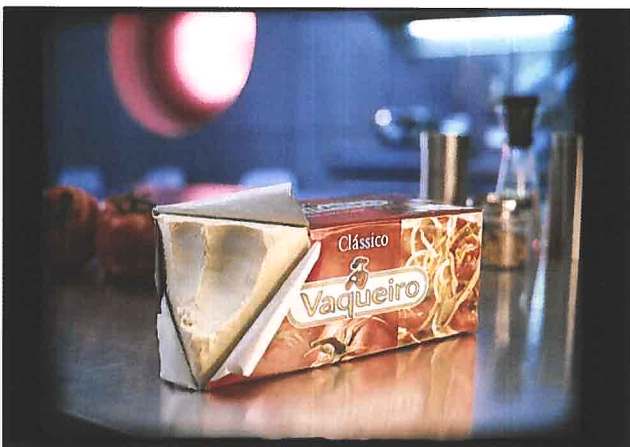
TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR DIRECÇÃO FOTOGRAFIA - MENÇÃO HONROSA

TÍTULO: VAQUEIRO TOMATE | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: FINA | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: JOÃO PIRES | REDACTOR: NUNO GASPAR | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: ANA RONDÃO | REALIZADOR: JOSÉ PEDRO SOUSA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKI | PRODUTORA DE SOM: SOM DE LISBOA | BANDA SONORA: MIGUEL CARDONA - COLD FINGER | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 19/01/2004.

NESTE FILME, USAR VAQUEIRO PARA COZINHAR PRATOS COM TOMATE É DIVERTIDO. AFINAL DE CONTAS: “ É SÓ TOMATE, NÃO DEVE SER LEVADO DEMASIADO A SÉRIO.

VAQUEIRO “TOMATO”

THIS AD COMMUNICATES THE IDEA THAT USING VAQUEIRO TO COOK DISHES WITH TOMATO IS FUN. AFTER ALL, “IT’S ONLY A TOMATO, IT CAN’T BE TAKEN TOO SERIOUS.”



TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR DIRECÇÃO FOTOGRAFIA - MENÇÃO HONROSA

TÍTULO: VAQUEIRO MASSA | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: FIMA | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: JOÃO PIRES | REDACTOR: NUNO GASPAR | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: ANA RONDÃO | REALIZADOR: JOSÉ PEDRO SOUSA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKI | PRODUTORA DE SOM: SOM DE LISBOA | BANDA SONORA: MIGUEL CARDONA - COLD FINGER | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 20/01/2004.

DESTA VEZ A MARGARINA VAQUEIRO INSPIRA JOVENS A COZINHAR PRATOS COM MASSA. - "MASSA HÁ DE SER SEMPRE MASSA, NÃO DEVE SER LEVADA DEMASIADO A SÉRIO."

VAQUEIRO "PASTA"

IN THIS ONE, VAQUEIRO MARGARINE INSPIRES YOUTH TO COOK MEALS WITH PASTA. - "PASTA WILL BE ALWAYS PASTA, IT CAN'T BE TAKEN TOO SERIOUS."



TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR DIRECÇÃO FOTOGRAFIA - MENÇÃO HONROSA

TÍTULO: VAQUEIRO EVOLUÇÃO - OVO | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: FIMA | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: JOÃO PIRES | REDACTOR: NUNO GASPAR | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: ANA RONDÃO | REALIZADOR: JOSÉ PEDRO SOUSA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKI | PRODUTORA DE SOM: SOM DE LISBOA | BANDA SONORA: MIGUEL CARDONA - COLD FINGER | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 19/07/2003.

UMA MARGARINA COM 75 ANOS INSPIRA OS JOVENS DE HOJE NA COZINHA E DIZ QUE COZINHAR TAMBÉM PODE SER DIVERTIDO. "PORQUE NO FUNDO, UM OVO HÁ DE SER SEMPRE UM OVO, NÃO DEVE SER LEVADO DEMASIADO A SÉRIO."

VAQUEIRO "EVOLUTION - EGG"

THE 75 YEARS OLD MARGARINE INSPIRES TODAY'S YOUTH IN THE KITCHEN AND TELLS US THAT COOKING CAN BE FUN, TOO. "BECAUSE THEY KNOW, AT HEART, THAT AN EGG WILL BE ALWAYS... AN EGG. IT CAN'T BE TAKEN TOO SERIOUS."



I TELEVISÃO / CINEMA | CAMPANHA TV | MELHOR MELHOR DIRECÇÃO DE FOTOGRAFIA - SHORT LIST

TÍTULO: GENERATION DAH | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO BIDARRA | DIRECTOR DE ARTE: JOAQUIM PENA | REDACTOR: PEDRO BIDARRA | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: RICARDO CANSADO | REALIZADOR: JOSÉ PEDRO SOUSA | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: NEW COMFORTING SOUNDS | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: BIKINI | DATA DE INSERÇÃO: 15/10/2003.

TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR JINGLE / BANDA SONORA ORIGINAL

CARAVANA POSITIVA | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA — MELHOR BANDA SONORA ORIGINAL

VIDA 3G | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE — MENÇÃO HONROSA

CATEGORIA PATROCINADA POR:

CATEGORY SPONSORED BY:





TELEVISÃO / CINEMA | CAMPANHA TV | MELHOR JINGLE/BANDA SONORA ORIGINAL

TÍTULO: CARAVANA POSITIVA | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO BIRRARRA, GONÇALO MORAIS | DIRECTOR DE ARTE: MARCO DIAS E ANDRÉ MOREIRA | REDACTOR: NUNO JERÓNIMO E PEDRO BIDARRA | PRODUTORA DE IMAGEM: TANGERINA AZUL | RTV: RODRIGO ABREU | REALIZADOR: JOÃO NUNO PINTO | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKI | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | Banda sonora: MANUEL FARIA/INDIGO | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: INGREME | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2003.

O FILME É UM VIDEOCLIP DO TEMA "SERÁ DEMAIS PEDIR A TAÇA?". COMEÇA COM UM GRUPO DE ADEPTOS DA SELECÇÃO NACIONAL QUE VAI CANTANDO "QUEREMOS MAIS", "MENOS AIS, MENOS AIS, MENOS AIS", AO QUAL, A CADA BOMBA DA GALP POR ONDE PASSA, SE VAI JUNTANDO MAIS E MAIS GENTE, ACABANDO POR FORMAR UMA GIGANTESCA E CONTAGIANTE CARAVANA QUE SE DIRIGE PARA O ESTÁDIO DO DRAGÃO, PALCO DO JOGO INAUGURAL DO EURO2004.

THE FILM IS A VIDEOCLIP OF THE SONG "IS IT TOO MUCH TO ASK FOR THE CUP?". IT BEGINS WITH A GROUP OF PORTUGUESE NATIONAL TEAM FANS SINGING "WE WANT MORE", "LESS MOANS, LESS MOANS, LESS MOANS!". AS THEY PASS EACH GALP SERVICE STATION, MORE AND MORE PEOPLE JOIN THE GROUP, THUS SWELLING TO FORM A GIGANTIC, CONTAGIOUS CARAVAN THAT HEADS TOWARDS THE DRAGÃO STADIUM, SITE OF THE OPENING MATCH OF EURO 2004.



TELEVISÃO / CINEMA | CAMPANHA TV | MELHOR JINGLE/BANDA SONORA ORIGINAL - MENÇÃO HONROSA

TÍTULO: VIDA 3G | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: CARLOS DIAS | REDACTOR: JOÃO OLIVEIRA | PRODUTORA DE IMAGEM: MONTAINI FILMS | RTV: ALFREDO CARVALHO | REALIZADOR: FABRIZIO NOTARI | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CHICCO MASIERO | PRODUTORA DE SOM: JOÃO OLIVEIRA E ÍNDIGO | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: ALCÂNTARA ESTÚDIOS | DATA DE INSERÇÃO: 11/04/2004.

AS CENAS APARECEM EM SUPER 8 E LEVAM-NOS ATÉ AOS TEMPOS DE INFÂNCIA. SÃO "INSTANTÂNEOS" DOS BONS MOMENTOS PASSADOS NA PRAIA, NO CAMPO, EM CASA E QUE REALÇAM A FALTA DE TEMPO QUE TEMOS HOJE EM DIA PARA A VIDA EM FAMÍLIA. UM RACIOCÍNIO SOBRE A DUALIDADE PRODUTIVIDADE/VIDA E SOBRE O QUE O VODAFONE MCC3G PODE FAZER PARA MELHORAR A PRODUTIVIDADE DE CADA UM DE NÓS.

SCENES SHOT IN SUPER 8 BRING US BACK TO CHILDHOOD TIMES. THEY ARE "SNAPSHOTS" OF GOOD MOMENTS SPENT AT THE BEACH, IN THE COUNTRYSIDE, AT HOME THAT ENHANCE THE LACK OF TIME WE HAVE NOWADAYS FOR FAMILY LIFE. A REASONING ABOUT THE DUALITY PRODUCTIVITY/LIFE AND ABOUT WHAT VODAFONE MCC3G CAN DO TO IMPROVE THE PRODUCTIVITY OF EACH OF US.

TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR EFEITOS ESPECIAIS / PÓS PRODUÇÃO

TROVÕES | AGÊNCIA: MINISTÉRIO DOS FILMES | ANUNCIANTE:OPTIMUS — MELHOR EFEITOS ESPECIAS/PÓS PRODUÇÃO

RELVA | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE:EURO 2004 — MENÇÃO HONROSA

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:





TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR EFEITOS ESPECIAIS / PÓS PRODUÇÃO

TÍTULO: TROVÕES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE: SÉRGIO CARVALHO | REDACTOR: GONÇALO MORAIS LEITÃO E NUNO JERÔNIMO | PRODUTORA DE IMAGEM: MINISTÉRIO DOS FILMES | RTV: RICARDO CANSADO | REALIZADOR: MARCO MARTINS | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: CARLOS LOPES | PRODUTORA DE SOM: ÍNDIGO | BANDA SONORA: MEW - COMFORTING SOUNDS | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: INGREME | DATA DE INSERÇÃO: 01/07/2004.

É DE NOITE. ESTÁ TROVOADA. VEMOS UM JOVEM PARADO À CHUVA DE BRAÇOS ABERTOS. COMEÇA A CORRER DECIDIDO ENTRE AS ÁRVORES DESVIANDO-SE DOS TROVÕES QUE QUASE LHE ACERTAM. QUANDO ESTÁ A CHEGAR AO SEU DESTINO É FULMINADO POR UM TROVÃO E REDUZIDO A CINZAS. CORTA PARA O PLANO DE INÍCIO E VEMOS DE NOVO O JOVEM COM "OUTRA VIDA" COMO SE DE UM JOGO SE TRATASSE. A CENA REPETE-SE. DESTA VEZ CHEGA SÃO E SALVO AO CELEIRO ONDE ESTÃO OS SEUS AMIGOS. PACK SHOT DE TELEMÓVEL COM TECNOLOGIA JAVA QUE PERMITE TER JOGOS MUITO MAIS REAIS.

NIGHTTIME. A THUNDERSTORM. A YOUNG MAN STANDS IN THE POURING RAIN, HIS ARMS STRETCHED OPEN. HE BEGINS TO RUN BETWEEN THE TREES, WITH GREAT DETERMINATION, AS HE DODGES LIGHTNING BOLTS WHICH BARELY MISS HIM. JUST AS HE IS ABOUT TO REACH HIS DESTINATION HE IS STRUCK BY LIGHTNING AND REDUCED TO ASHES. CUT TO THE OPENING SHOT AND WE SEE THE YOUNG MAN ONCE MORE - WITH A "NEW LIFE" AS IF THIS WAS A GAME. THE SCENE RECOMMENCES. THIS TIME HE REACHES THE BARN IN SAFETY WHERE HE MEETS HIS FRIENDS. PACK SHOT OF THE MOBILE PHONE WITH JAVA TECHNOLOGY THAT OFFERS FAR MORE REALISTIC GAMES.



TELEVISÃO / CINEMA — MELHOR EFEITOS ESPECIAIS / PÓS PRODUÇÃO - MENÇÃO HONROSA

TÍTULO: RELVADO | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: EURO 2004 | DIRECTOR CRIATIVO: PAULO MONTEIRO / CARLOS LUZ |
DIRECTOR DE ARTE: RUI FURTADO | REDACTOR: CARLOS LUZ/ NUNO LOUÇÃO | PRODUTORA: A FILMAR | PRODUTOR TV: PEDRO SILVA |
REALIZADOR: DIAMANTINO FERREIRA

IMAGENS DE LOCAIS EMBLEMÁTICOS DE NORTE A SUL DE PORTUGAL, AO LONGO DAS QUAIS É POSSÍVEL PERCEBER QUE O PAÍS SE ENCONTRA COMPLETAMENTE RELVADO, COMO SE FOSSE UM ENORME CAMPO DE FUTEBOL. AS IMAGENS FINAIS SÃO DE FESTA E CELEBRAÇÃO, POR ENTRE UMA MULTIDÃO QUE FESTEJA NA RUA A REALIZAÇÃO DE UM CAMPEONATO DA EUROPA DE FUTEBOL PELA PRIMEIRA VEZ EM PORTUGAL.

V. C.: VEM AÍ O EURO 2004 E COM ELE MILHARES DE VISITANTES VÃO TORNAR PORTUGAL NO MAIOR ESTÁDIO DA EUROPA. DE NORTE A SUL, VAMOS RECEBER BEM QUEM NOS VISITA E FAZER DESTE CAMPEONATO UMA GRANDE CELEBRAÇÃO. PORTUGAL ESTÁ PRONTO. EM BREVE VAMOS MOSTRAR DO QUE SOMOS CAPAZES.

"SOON, PORTUGAL WILL BE THE BIGGEST STADIUM IN EUROPE.
ARE YOU READY TO TAKE YOUR PLACE?

RÁDIO

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



RÁDIO — MELHOR SPOT DE RÁDIO

BANISTELROI | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE — PRATA

IMPULSOS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: LIPTON — PRATA

DESCONTO DE TEMPO | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: BPI — BRONZE

DESPERTADOR | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: ALLIANZ — BRONZE

PRESENTE | AGÊNCIA: MCCANN ERICKSON | ANUNCIANTE: OPEL — BRONZE

PC | AGÊNCIA: MCCANN ERICKSON | ANUNCIANTE: WORTEN — BRONZE

***** | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: NOVIS — SHORTLIST

CHINÊS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: PÁGINAS AMARELAS — SHORTLIST

BANCADA CENTRAL | AGÊNCIA: YOUNG & RUBICAM | ANUNCIANTE: PT — SHORTLIST

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO ++

TÍTULO: BANISTELROI | AGÊNCIA: J.WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO MAGALHÃES | REDACTOR: RUI SOARES | RTV: ALFREDO CARVALHO | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA DE
INSERÇÃO: 10/03/2004.

V. MASC. [PORTUENSE]: BANISTELROI? MAS QUE RAIOS DE NOME
É ESSE? BANISTELROI? ISSO PARECE UM MEDICAMENTO PARA
AS HEMORRÓIDAS, PÁ! ELES QUE BENHAM, CARAGO! BIBA O
PUERTO!!

LOC: SE TAMBÉM VIBRAS COM O PORTO, ENTRA NO PASSATEMPO
VODAFONE "PORTO-MANCHESTER". ENVIA UM SMS PARA
O NÚMERO 1516 COM A SIGLA FCP E RECEBE VÁRIAS PERGUNTAS
SOBRE O TEU CLUBE. OS 5 VENCEDORES DO DIA, RECEBEM
5 BILHETES DUPLOS. JOGA ATÉ DIA 19.

VODAFONE. HOW ARE YOU?

"BANISTELROI"

MALE VOICE1 [NORTHERN ACCENT OF OPORTO]: BANISTELROI?
WHAT A HECK OF A NAME IS THAT? BANISTELROI? IT SOUNDS
LIKE A DRUG FOR THE HAEMORRHOIDS, MAN! LET THEM COME,
DAMN! HURRAH TO PORTO!!

ANN: IF YOU ALSO GET THRILLED WITH PORTO, ENTER THIS
"PORTO-MANCHESTER" VODAFONE PASTIME. SEND AN SMS TO THE
1516 WITH THE ABBREVIATION FCP AND RECEIVE SEVERAL
QUESTIONS ABOUT YOUR TEAM. THE FIVE DAILY WINNERS WIN
FIVE DOUBLE TICKETS. PLAY UNTIL THE 19TH.

VODAFONE. HOW ARE YOU?

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO ++

TÍTULO: IMPULSOS | AGÊNCIA: J.WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: FIMA / LIPTON ICE TEA GREEN | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO
ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: CARLOS DIAS | REDACTOR: JOÃO OLIVEIRA | RTV: CARLA BRANCO | PRODUTORA DE SOM: INDIGO
| DATA DE INSERÇÃO: 15/05/2003

DOIS AMIGOS CONVERSAM. UM CONFESSA-SE AO OUTRO.

SFX: PRAIA

- PÃ,...
- O QUE É QUE SE PASSA?
- ANDO A SENTIR UMAS CENAS MUITO MARADAS, MEU.
- O QUÊ?
- PÃ, SÕ ME ANDA A APETECER ABRAÇAR AS ÁRVORES, DAR BEIJOS AOS MALMEQUERES, FAZER AMOR EM ESPAÇOS VERDES, MUITA VERDES TÁZAVER, PÃ É O MAIS ESTRANHO É QUE ME DÁ PARA CHORAR [COMEÇA A CHORAR] QUANDO VEJO ALGUÉM PISAR A RELVA, MAN.
- ANDASTE A BEBER DAQUILO OUTRA VEZ, NÃO FOI?

NOVO LIPTON ICE TEA GREEN. EXPERIMENTA E SENTE O PODER DO CHÁ VERDE.

"IMPULSES"

[SFX: BACKGROUND BEACH SOUNDS]

TWO MALE FRIENDS ARE HAVING A CHAT. ONE OF THEM IS OPENING HIS HEART.

- DUDE,...
- WHAT IS THE PROBLEM WITH YOU?
- I'VE BEEN HAVING THESE FREAKY SENSATIONS.
- WHAT?
- MAN, ALL I FEEL LIKE DOING IS HUGGING TREES, KISSING DAISIES, MAKING LOVE IN GREEN SPACES - AWFULLY GREEN, SEE WHAT I MEAN? AND THE WEIRDEST OF ALL IS THAT I END UP CRYING [HE STARTS CRYING] EVERY TIME I SEE SOMEONE STEPPING ON THE GRASS.
- YOU'VE BEEN DRINKING THAT STUFF AGAIN, HAVEN'T YOU?

ANN: NEW LIPTON ICE TEA GREEN. TRY IT AND EXPERIENCE THE POWER OF GREEN TEA.

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO +

TÍTULO: DESCONTO DE TEMPO | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: BPI | DIRECTOR CRIATIVO: SUZANA SEQUEIRA/LOURENÇO
THOMAZ | REDACTOR: SUZANA SEQUEIRA | RTV: MARTINS LEMOS | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA DE INSERÇÃO: 20/03/2004.

JORGE PRETELO: É PEDRO GOMES... PARECE-ME QUE O JOGADOR
ESTÁ LESIONADO. O ÁRBITO MANDA PARAR O O JOGO E OLHA
PARA O RELÓGIO.

PEDRO GOMES: SIM, O ÁRBITO AUXILIAR TAMBÉM ESTÁ A OLHAR HÁ
ALGUM TEMPO PARA O RELÓGIO.

JORGE PRETELO: MAS NÃO É NADA. O JOGADOR JÁ ESTÁ DE PÉ
E TODOS ESPERAM O SINAL PARA RETOMAR O JOGO. MAS DO QUE
É QUE ESTAMOS À ESPERA MINHA GENTE!

PEDRO GOMES: O ÁRBITO CONTINUA A OLHAR PARA O RELÓGIO
É IMPRESSIONANTE! E AGORA, ESTÁ A MOSTRÁ-LO AOS
JOGADORES QUE TAMBÉM NÃO PARAM DE OLHAR O RELÓGIO.

JORGE PRETELO: MAS O QUE É QUE É ISSO Õ
MEUUUUUUUUUUUUUUUUUU?!

JAIME FERNANDES: É O NOVO SWATCH EURO 2004 QUE O BPI ESTÁ
A OFERECER A TODOS OS QUE TRANSFERIREM O SEU ORDENANDO
PARA UMA CONTA ORDENADO BPI ATÉ 31 DE MAIO.

CONTA ORDENADO BPI. ESTÁ NA HORA DE MUDAR.

LOC MASC: O DESPERTADOR NÃO TOCOU, O QUE POR UM LADO É BOM PORQUE DORMIU MAIS UM BOCADINHO, MAS POR OUTRO LADO É MAU, PORQUE VAI CHEGAR ATRASADO E FAZ COM QUE O SEU PATRÃO O DESPEÇA. O QUE POR UM LADO ERA BOM, PORQUE PODIA PROCURAR UM EMPREGO MELHOR, MAS POR OUTRO ERA MAU, PORQUE FAZ-LHE FALTA O DINHEIRO AGORA QUE VAI MUDAR DE CASA. O QUE POR UM LADO É BOM PORQUE VAI TER MAIS ESPAÇO, MAS POR OUTRO É MAU PORQUE DÁ MAIS TRABALHO A ARRUMAR E AGORA VAI TER GÊMEOS. QUE POR UM LADO É BOM PORQUE VAI TER O DOBRO DA ALEGRIA, MAS POR OUTRO É MAU PORQUE VAI TER O DOBRO DO TRABALHO E VAI FICAR SEM TEMPO PARA MAIS NADA. O QUE POR UM LADO É BOM PORQUE NÃO PENSA NO QUE NÃO DEVE, MAS POR OUTRO É MAU PORQUE...[FADE OUT]

V.C: PESSIMISTA OU OPTIMISTA, O UNIVERSALL DA ALLIANZ É PARA SI.

ASSINATURA: UNIVERSALL. UM SEGURO PARA A VIDA.

LOC. MASC: THE ALARM CLOCK DIDN'T RUNG, WHICH ON ONE HAND IS A GOOD THING SINCE IT LET YOU SLEEP A LITTLE LONGER, BUT ON THE OTHER HAND IS ALSO A BAD THING, FOR IT WILL MAKE YOU BE LATE FOR WORK, AND THAT MIGHT GET YOU FIRED. WHICH ON ONE HAND COULD BE A GOOD THING SINCE YOU COULD LOOK FOR A BETTER JOB, BUT ON THE OTHER HAND IT COULD ALSO BE HARD SEEING THAT YOU NEED THE MONEY NOW THAT YOU'RE LOOKING FOR A NEW HOUSE TO LIVE IN. WHICH IS ON ONE HAND A GOOD THING FOR YOU WILL HAVE MORE ROOM, BUT ON THE OTHER HAND, IT ALSO MEANS MORE THINGS TO TIDY UP SPECIALLY NOW THAT YOU'RE HAVING TWEENS. WHICH ON ONE HAND IS A GOOD THING, FOR IT MEANS TWICE THE JOY, BUT ON THE OTHER HAND IT SURE DOUBLES THE WORK LEAVING YOU WITH NO TIME AT ALL. ON ONE HAND THAT IS A GOOD THING FOR IT WILL KEEP YOUR MIND OUT OF UGGLY THOUGHTS, BUT IS HARD ON THE OTHER HAND SINCE... [FADE OUT]

V.C:PESSIMISTIC OR OPTIMIST, ALLIANZ'S UNIVERSALL IS FOR YOU.

ASSINATURA: UNIVERSALL. AN INSURANCE FOR LIFE.

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO +

TÍTULO: PRESENTE | AGÊNCIA: MCCANN ERIKSON | ANUNCIANTE: OPEL | DIRECTOR CRIATIVO: DIOGO ANAHORY/JOSÉ B. | REDACTOR: DIOGO ANAHORY | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: ARQUIVO | DATA DE INSERÇÃO: 02/02/2004.

VM1: TOMA, É PARA TI.

VM2: EPÃ... O QUE É QUE SERÃ?

VM1: ABRE.

SFX: EMBRULHOS A SEREM RASGADOS.

VM1: UAUUU!!! UMA PORTA LATERAL DESLIZANTE !!!... ERA ISTO
MESMO QUE EU QUERIA!!

V.O. PARA CELEBRAR O ANIVERSÁRIO, HÃ QUEM JUNTE OS AMIGOS
E FAÇA UMA FESTA. NOS 40 ANOS DA FÁBRICA OPEL PORTUGAL,
JUNTAMOS UM PACK ELÉCTRICO E UMA PORTA LATERAL
DESLIZANTE E FIZEMOS O NOVO COMBO FORTY. JUNTE-SE À
FESTA E VENHA CONHECÊ-LO NO SEU DISTRIBUIDOR OPEL.

VM1: HERE, IT'S FOR YOU.

VM2: REALLY?... WHAT IS IT?

VM1: OPEN IT.

SFX: WRAPING PAPER BEING TORN.

VM1: WOW!!! A LATERAL SLIDING DOOR !!!... JUST WHAT I WANTED!

ANNCR: TO CELEBRATE THEIR ANNNIVERSARY, SOME PEOPLE INVITE
THEIR FRIENDS AND MAKE A PARTY. TO CELEBRATE THE 40
YEARS OF THE OPEL FACTORY IN PORTUGAL, WE ADDED AN
ELECTRICAL PACK AND A LATERAL SLIDING DOOR AND WE MADE
THE NEW COMBO FORTY. JOIN THE PARTY AND COME SEE IT AT
AN OPEL DEALER.

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO +

TÍTULO: PC | AGÊNCIA: MCCANN ERICKSON | ANUNCIANTE: WORTEN | DIRECTOR CRIATIVO: DIOGO ANAHORY/JOSÉ B. | REDACTOR:
DIOGO ANAHORY | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: JINGLE WORTEN | DATA DE INSERÇÃO: 25/03/2004.

SFX: JINGLE

VM1: ERA UMA VEZ UM JOVEM QUE SAÍA COM TANTAS MIÚDAS QUE ERA
MAIS CONHECIDO PELO PASTOR.

VM2: ORA PASTOR, PASTOR... ALEMÃO...

VM1: ...PASTOR ALEMÃO... CÃO...

VM2: ...CÃO... GATO...

VM1: ...E GATO... RATO...

VM1 E VM2: ...O RATO ROEU A ROLHA DA GARRAFA DO REI DA RÚSSIA.

VM2: ORA RÚSSIA... PC...

VM1: E PC... WORTEN.

V.O: TODOS OS CAMINHOS VÃO DAR À WORTEN ONDE VAI ENCONTRAR
UM PORTÁTIL FUJITSU SIEMENS COM LEITOR DE DVD POR
APENAS 799 EUROS.

RAPAZ: WORTEN SEMPRE.

SFX: JINGLE

VM1: ONCE UPON A TIME THERE WAS A YOUNG MAN WHO DATED SO MANY
GIRLS THAT HE WAS BEST KNOWN AS "THE SHEPARD".

VM2: SO SHEPARD, SHEPARD... GERMAN...

VM1: ...GERMAN SHEPARD... DOG...

VM2: ...DOG... CAT

VM1: ...CA... MOUSE...

VM1 E VM2: ...THE MOUSE CHEW THE CORK OF THE BOTTLE OF
THE KING OF RÚSSIA...

VM2: RÚSSIA... PC... [PC MEANS PERSONAL COMPUTER BUT ALSO
COMMUNIST PARTY]

VM1: PC... WORTEN.

VO: ALL ROADS LEAD TO WORTEN WHERE YOU WILL FIND A FUJITSU
SIEMENS PORTABLE PC WITH DVD FOR ONLY 799 EUROS.

RAPAZ: WORTEN ALWAYS! [IN PORTUGUESE THIS ALSO MEANS
"COME BACK ANYTIME".

VO: QUANDO SE FALA DE INTERNET, OS ACESSOS MAIS UTILIZADOS ENTRE EMPRESAS...

SFX: SOM AMBIENTE DE ESCRITÓRIO/ SOM DE ALGUÉM A TECLAR VIOLENTA E REPETIDAMENTE.

VM [ENERVADO]: AI AI AI AI AI AI AI AI...

VO: ...SÃO OS CHAMADOS ACESSOS DE MAU HUMOR. NO ENTANTO, HÃ OUTROS. OS DE RAIVA, POR EXEMPLO.

VM: OLHA QUE BELA M****! TU QUERES VER? QUERES VER QUE ESTA M**** VAI CRASHAR OUTRA VER?! C'UM C*****! MAS O QUE É QUE SE PASSA COM A P*** DA INTERNET?! FILHA DA P***!

SFX: SOM AMBIENTE CALMO DE ESCRITÓRIO

VM: HÃ AINDA QUEM PREFIRA O NET ADSL, O NET LINK OU O NET DIALUP, OS ACESSOS NOVISNET PARA EMPRESAS. INFORME-SE SOBRE A FILTRAGEM DE CONTEÚDOS, OS SERVIÇOS AVANÇADOS DE E-MAIL, A ASSISTÊNCIA TÉCNICA PERMANENTE E OUTROS BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS DA INTERNET DA NOVIS PELO 800 100 100 OU ACEDA, CALMAMENTE, A WWW.NOVIS.PT. NOVISNET. A INTERNET DE QUEM TRABALHA.

VO: WHEN WE TALK ABOUT THE INTERNET, THE MOST COMMON FORM OF ACCESS USED BY COMPANIES...

SFX: OFFICE AMBIENT SOUND/NOISE OF SOMEONE TYPING FURIOUSLY.

VM [ANNOYED]: AI AI AI AI AI AI AI AI...

VO: ...INVOLVE SO-CALLED MOMENTS OF BAD HUMOUR. BUT THERE ARE OTHER ALTERNATIVES. FURY, FOR EXAMPLE

VM: WHAT THE F****! THIS TIECE OF SH**** IS GOING TO CRASH AGAIN! COME ON, C*****! WHAT THE ***'S WRONG WITH THE INTERNET?! SON OF A B****!

SFX: CALM OFFICE ATMOSPHERE

VM: AND THERE ARE THOSE WHO PREFER NET ADSL, NET LINK OR NET DIALUP, THE INTERNET ACCESSES FOR COMPANIES FROM NOVISNET. FIND OUT ABOUT THE CONTENT FILTERS, ADVANCED E-MAIL SERVICES, PERMANENT TECHNICAL ASSISTANCE AND OTHER EXCLUSIVE INTERNET BENEFITS FROM NOVIS BY CALLING 800 100 100 OR CALMLY BROWSING WWW.NOVIS.PT. NOVISNET. INTERNET FOR WORKERS.

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO SHORTLIST

TÍTULO: CHINÊS | AGÊNCIA: J.WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: PÁGINAS AMARELAS | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO |
DIRECTOR DE ARTE: VANESSA CASTELAU | REDACTOR: MARCO FIGUEIREDO | RTV: CARLA BRANCO | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA
DE INSCRIÇÃO: 28/01/2004

V.M.: 1 ORA BEM SÃO DOIS 34 MAIS QUATRO 27.
DEPOIS SÃO TRÊS 46 E TRÊS 23 PARA OS MIÚDOS.
MAIS DOIS 26 E UM 12.
QUERIA TAMBÉM QUATRO 35 E DOIS 49. NÃO, PERDÃO! QUATRO
37 E DOIS 49. ASSIM É QUE É!
DEPOIS PODE SER MAIS DOIS 56 E UM 62.
ORA BEM!... DOIS 34, QUATRO 27, TRÊS 46, TRÊS 23, DOIS 26,
UM 12, QUATRO 37, DOIS 56 E UM 62.
ACHO QUE É TUDO.

V.I.: CHINESES, ITALIANOS, OS TÍPICOS PORTUGUESES OU
QUAISQUER OUTROS RESTAURANTES ESTÃO EM
WWW.PAGINASAMARELAS.PT

"CHINESE"

MALE VOICE1: OK, SO IT'S TWO 34 AND FOUR 27.
THEN IT'S THREE 46 AND THREE 23 FOR THE KIDS.
PLUS TWO 26 AND A 12.
I WOULD ALSO LIKE FOUR 35 AND TWO 49. NO, SORRY! FOUR 37
AND TWO 49. RIGHT!
THEN I THINK TWO MORE 56 AND A 62 WILL DO.
RECAP: TWO 34, FOUR 27, THREE 46M THREE 23, TWO 26, ONE
12, FOUR 37, TWO 49, TWO 56 AND ONE 62.
THAT'S ABOUT EVERYTHING, I THINK.
ANN: CHINESE, ITALIANS, TYPICAL PORTUGUESE OR ANY OTHER
RESTAURANT ARE IN WWW.PAGINASAMARELAS.PT.

RÁDIO / MELHOR SPOT RÁDIO SHORTLIST

TÍTULO: BANCADA CENTRAL | AGÊNCIA: YOUNG & RUBICAM | ANUNCIANTE: PT | DIRECTOR CRIATIVO: ALBANO HOMEM DE MELO |
DIRECTOR DE ARTE: ANDRÉ NAVARRO | REDACTOR: ALBANO HOMEM DE MELO/PEDRO LIMA | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA DE
INSERÇÃO: 1/05/2003.A

LOCUTOR: ... ANTÔNIO XAVIER DO PORTO?

OUVINTE: TÔ, TÔ ... SR. ARMANDO CORREIA?

LOCUTOR: DIAG MEU AMIGO.

OUVINTE: ANTES DE MAIS, DEIXE-ME FELICITÁ-LO PELO MAGNÍFICO
PROGRAMA E PELA FORMA COMO O SR. O CONDUZ, QUERIA
APROVEITAR IGUALMENTE PARA SAUDAR TODO O AUDITÓRIO:
O COSTA PEREIRA DE LISBOA, O LÁZARO, O CARLOS COELHO DE
ÉVORA, O NELAS FUTEBOL CLUBE, NA PESSOA DO SEU
PRESIDENTE, O LEMOS, O AMILCAR. O CLUBE PASSARINHOS DA
RIBEIRA, O CAMANÉ, O PAULO JORGE, O GRUPO DESPORTIVO
CANINO DE ALGUEIRÃO

VOZ CIA: AGORA PODE FALAR MUITO E PAGAR POUCO.

CHEGARAM OS PACOTES DE CONVERSA PT COM DESCONTOS
ATÉ 90%.

LIGUE JÁ 16200 E FIQUE A SABER TUDO.

SÃO PACOTES E PACOTES DE CONVERSA.

PT COMUNICAÇÕES. REDE FIXA. EM MOVIMENTO.

DESCONTOS VARIÁVEIS CONFORME O PLANO DE PREÇOS DE 77%
A 90%.

RÁDIO — CAMPANHA RÁDIO

SHANIA, JAMIRO E OZZY | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: LIPTON — PRATA

BPI SWATCH-EURO 2004 | AGÊNCIA MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: BPI/SWATCH — BRONZE

CAMINHOS | AGÊNCIA: MCCANN ERICKSON | ANUNCIANTE: WORTEN — BRONZE

PÁGINAS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: PÁGINAS AMARELAS — SHORTLIST

SHANIA

TOU? SHANIA! ENTÃO, ESTÁS BOA? QUE COINCIDÊNCIA, ESTAVA AQUI COM A RITA A VER TELEVISÃO E ACABOU DE PASSAR O TEU VÍDEO NOVO. PARABÊNS, SHANIA. ESTÁ FANTÁSTICO. E TU PARA VARIAR ESTÁS LINDA, NÃO É. OH, DEIXA-TE DISSO... NÃO TENS NADA QUE AGRADECER. OLHA, A MINHA MÃE ESTÁ A CHAMAR-ME PARA O JANTAR, EU DEPOIS LIGO TÃ. BEIJINHOS SHANIA.

LOC. COM A PROMOÇÃO LIPTON VIPS PODES FICAR ÍNTIMO DAS MAIORES ESTRELAS DA MÚSICA. ENTRA EM LIPTON.PT OU ENVIA UM SMS COM "LIPTON MAIS O NÚMERO DO CÓDIGO DE BARRAS" PARA O 4778 E VAI COM 3 AMIGOS AOS GRANDES FESTIVAIS DA MTV.

HELLO? SHANIA! HOW'S EVERYTHING? WHAT A COINCIDENCE, I WAS HERE WITH RITA WATCHING TV AND WE JUST SAW YOUR NEW VIDEO CLIP. CONGRATULATIONS, SHANIA. IT'S FANTASTIC. NEEDLESS TO SAY THAT YOU ARE GORGEOUS. OH, COME ON... YOU DON'T HAVE TO THANK ME. LISTEN, MY MOM IS CALLING ME FOR SUPPER; I'LL CALL YOU BACK, OK? A BIG KISS, SHANIA.

ANN: WITH THE PROMOTION LIPTON VIPS YOU'LL BECOME CLOSE ACQUAINTANCE OF THE MAJOR MUSIC STARS. GET IN LIPTON.PT OR SEND AN SMS WITH "LIPTON" PLUS THE BAR CODE NUMBER TO THE 4778 AND GO WITH 3 FRIENDS TO MTV SUPER FESTIVALS.

JAMIRO

SFX: TECLAS DE TELEMÓVEL A MARCAR UM NÚMERO.

V. MASC: TOU? JAMIRO!!! MA MEN! ENTÃO, TUDO EM CIMA? OLHA PÃ, TOU A PENSAR EM FAZER UMA SARDINHADA CÃ EM CASA NO SÁBADO... E JÁ SABES AHN! CONTO CONTIGO!... ÓPTIMO. GANDA JAMIRO! OLHA, JÁ AGORA SÓ MAIS UMA CENA... SE PUDESER TRAZ O CARVÃO TÃ? DOIS SACOS. UM ABRAÇO. TCHAU.

LOC. COM A PROMOÇÃO LIPTON VIPS PODES FICAR ÍNTIMO DAS MAIORES ESTRELAS DA MÚSICA. ENTRA EM LIPTON.PT OU ENVIA UM SMS COM "LIPTON MAIS O NÚMERO DO CÓDIGO DE BARRAS" PARA O 4778 E VAI COM 3 AMIGOS AOS GRANDES FESTIVAIS DA MTV.

[SFX: MOBILE KEYS BEING PRESSED]

MALE VOICE: HELLO? JAMIRO!!!! MY MAN! SO, HOW'S LIFE?
LISTEN, I'M PLANNING A SARDINE BARBECUE IN MY PLACE
NEXT SATURDAY... AND YOU KNOW I'M COUNTING ON YOU!... COOL.
JAMIRO, YOU'RE THE GREATEST! BY THE WAY, ONE MORE THING...
BRING THE COAL IF YOU CAN, OK? A HUG, BYE.

ANN: WITH THE PROMOTION LIPTON VIPS YOU'LL
BECOME CLOSE ACQUAINTANCE OF THE GREATEST MUSIC STARS.
GET IN LIPTON.PT OR SEND A SMS WITH "LIPTON PLUS THE BAR
CODE NUMBER" TO THE 4778 AND GO WITH 3 FRIENDS TO THE
GREAT MTV FESTIVALS.

OZZY

SFX: TECLAS DE TELEMÓVEL A MARCAR UM NÚMERO.

V. MASC.: OZZY! É O JÚLIO. ENTÃO COM'É QUI É? TÃ-SE BEM? OLHA
TOU-TE A LIGAR PARA AGRADECER O CD QUE ME MANDASTE. CURTI
MUITO. E PÃ... OBRIGADÃO PELA DEDICATÓRIA MEN. MESMO. AS
TUAS PALAVRAS TOCARAM-ME AQUI PÃ... BEM NO FUNDO. ÈS O
MAIOR OZZY. AGORA TENHO QUE DESLIGAR TÃ? AQUELE ABRAÇO.
GANDA OZZY.

LOC. COM A PROMOÇÃO LIPTON VIPS PODES FICAR ÍNTIMO
DAS MAIORES ESTRELAS DA MÚSICA. ENTRA EM LIPTON.PT OU
ENVIA UM SMS COM "LIPTON MAIS O NÚMERO DO CÓDIGO DE
BARRAS" PARA O 4778 E VAI COM 3 AMIGOS AOS GRANDES
FESTIVAIS DA MTV.

[SFX: MOBILE KEYS BEING PRESSED]

MALE VOICE: OZZY! JÚLIO'S SPEAKING. SO, HOW YOU DOIN'?
COOL? LISTEN, I'M CALLING YOU TO THANK YOU FOR THE CD
YOU SENT ME. I REALLY APPRECIATE IT. AND, MAN... THANKS A
LOT FOR THE DEDICATION. TRULY. YOUR WORDS HAVE TOUCHED
ME, MAN... REALLY DEEP INSIDE. YOU'RE THE GREATEST OZZY.
NOW I HAVE TO HANG UP, OK? A BIG HUG, OZZY MY FRIEND.

ANN: WITH THE PROMOTION LIPTON VIPS YOU'LL BECOME CLOSE
ACQUAINTANCE OF THE GREATEST MUSIC STARS. GET IN
LIPTON.PT OR SEND A SMS WITH "LIPTON PLUS THE BAR CODE
NUMBER" TO THE 4778 AND GO WITH 3 FRIENDS TO THE GREAT
MTV FESTIVALS.

“DESCONTO DE TEMPO”

JORALISTA: É PEDRO GOMES... PARECE-ME QUE O JOGADOR
ESTÁ LESIONADO. O ÁRBITO MANDA PARAR O JOGO E OLHA
PARA O RELÓGIO.

PEDRO GOMES: SIM, O ÁRBITO AUXILIAR TAMBÉM ESTÁ A OLHAR
HÁ ALGUM TEMPO PARA O RELÓGIO.

JORALISTA: MAS NÃO É NADA. O JOGADOR JÁ ESTÁ DE PÉ
E TODOS ESPERAM O SINAL PARA RETOMAR O JOGO.

PEDRO GOMES: O ÁRBITO CONTINUA A OLHAR PARA O RELÓGIO
É IMPRESSIONANTE! E AGORA, ESTÁ A MOSTRÁ-LO AOS
JOGADORES QUE TAMBÉM NÃO PARAM DE OLHAR O RELÓGIO.

JORALISTA: JAIME! TU ESTÁS AÍ NO RELVADO, PODES DIZER-ME
O QUE É QUE SE PASSA?

JAIME FERNANDES: É O NOVO SWATCH EURO 2004 QUE O BPI ESTÁ
A OFERECER A TODOS OS QUE TRANSFERIREM O SEU ORDENANDO
PARA UMA CONTA ORDENADO BPI ATÉ 31 DE MAIO.

CONTA ORDENADO BPI. ESTÁ NA HORA DE MUDAR.

“ EXTRA TIME”

JOURNALIST: PEDRO GOMESIT SEEMS TO ME THE PLAYER IS INJU-
RED. THE REFEREE TELLS TO STOP THE GAME AND LOOKS AT THE
WATCH.

P.G: YES, THE 4TH REFEREE HAS BEEN LOOKING AT THE WATCH FOR
A WHILE.

JOURNALIST: NOTHING IS HAPPENING. THE PLAYER STOOD UP, AND
ALL WAIT FOR THE RESTART. WHAT ARE WE WAITING FOR PEOPLE?

P.G: THE REF, KEEP ON LOOKING AT THE WATCH. IT'S AMAZING. AND
NOW, HE SHOWS IT TO ALL THE PLAYERS, WHO DON'T TAKE THEIR
EYES OF IT.

JOURNALIST: JAIME!! YOU'RE ON THE PITCH, CAN YOU TELL ME WHAT'S
HAPPENING.

J.F: IT'S THE NEW SWATCH EURO 2004, AND YOU CAN GET IT ALSO,
BY MAKING A DIRECT TRANSFER OF YOUR WAGES TO BPI'S WAGES
ACCOUNT UNTIL THE 31ST OF MAY.

BPI OFFICIAL PARTNER OF EURO 2004

“A COMEÇAR”

JORALISTA: AS EQUIPAS ESTÃO NO CAMPO, JÁ OUVIMOS OS HINOS DE CADA PAÍS E O ÁRBITO OLHA PARA O RELÓGIO, PARA DAR INÍCIO À PARTIDA.

PEDRO GOMES: SIM, OS JOGADORES ESTÃO PREPARADOS. À ESPERA QUE A QUALQUER MOMENTO SEJA DADO O APITO PARA O INÍCIO.

JORALISTA: MAS O ÁRBITO PROTUGUÊS CONTINUA A OLHAR PARA O RELÓGIO.

PEDRO GOMES: NÃO É SÓ O ÁRBITO. MEIO ESTÁDIO ESTÁ A OLHAR PARA O RELÓGIO. AS PESSOAS EM CASA ESTÃO A OLHAR PARA O RELÓGIO.

JORALISTA: JAIME! TALVEZ TU ME POSSAS DIZER O QUE SE PASSA AÍ?

JAIME FERNANDES: É O NOVO SWATCH EURO 2004 QUE TAMBÉM PODE RECEBER, AO FAZER UMA TRANSFERÊNCIA DIRECTA DO SEU ORDENADO PARA A CONTA ORDENADO BPI, ATÉ 31 DE MAIO.

BPI. BANCO OFICIAL DO EURO 2004.

“GETTING STARTED”

REPORTER: THE TEAMS ARE ON THE PITCH, WE HEARD THE NATIONAL ANTHEMS, AND THE REFEREE LOOKS AT THE WATCH TO START THE GAME.

PG: YES, THE PLAYERS ARE READY. AT ANY MOMENT THE WHISTLE CAN BEGIN THE MATCH.

REPORTER: BUT THE PORTUGUESE REFEREE IS STILL LOOKING AT THE WATCH!!!!

PG: IT'S NOT ONLY THE REFEREE. HALF OF THE CROWD LOOKS AT THE WATCH: PEOPLE AT HOME ARE LOOKING AT THE WATCH.

REPORTER: JAIME!! MAY BE YOU CAN TELL ME, WHAT'S HAPPENING THERE?

JF: IT'S THE NEW SWATCH EURO 2004, AND YOU CAN GET IT ALSO, BY MAKING A DIRECT TRANSFER OF YOUR WAGES TO BPI'S WAGES ACCOUNT UNTIL THE 31ST OF MAY.

BPI OFFICIAL PARTNER OF EURO 2004

"A TERMINAR"

JORALISTA: E NESTE MOMENTO, O ÁRBITO OLHA PARA O RELÓGIO.
O JOGO DEVE ESTAR A SEGUNDOS DO FIM.

PEDRO GOMES: SIM, O 4º ÁRBITO TAMBÉM ESTÁ A OLHAR PARA
O RELÓGIO.

JORALISTA: MAS NÃO SÃO OS ÚNICOS, OS TÉCNICOS DAS DUAS
EQUIPAS TAMBÉM JÁ OLHAM PARA O RELÓGIO.

PEDRO GOMES: SIM DE FACTO, JÁ SE OLHA PARA O RELÓGIO HÁ
ALGUM TEMPO, EU PRÓPRIO JÁ ESTOU A OLHAR PARA O
RELÓGIO.

JORALISTA: JAIME! TU ESTÁS AÍ EM BAIXO, PODES DIZER-ME
O QUE É QUE SE PASSA?

JAIME FERNANDES: É O NOVO SWATCH EURO 2004 QUE TAMBÉM PODE
RECEBER, AO FAZER UMA TRANSFERÊNCIA DIRECTA DO SEU
ORDENADO PARA A CONTA ORDENADO BPI, ATÉ 31 DE MAIO.

BPI. BANCO OFICIAL DO EURO 2004.

"ENDING"

JOURNALIST: AND NOW, THE REFEREE LOOKS AT THE WATCH. THE GAME
IS SECONDS AWAY FROM ITS END.

PG: YEAH, THE REFEREE'S ASSISTANT IS ALSO LOOKING AT THE WATCH

JOURNALIST: ITS NOT ONLY THEM, BOTH COACHES ARE LOOKING AT THE
WATCH.

PG: YES, IN FACT, EVERYONE HAS BEEN LOOKING AT THE WATCH FOR A
WHILE; EVEN I AM DOING THE SAME.

JOURNALIST: JAIME!!! AS YOU ARE ON THE PITCH, CAN YOU TELL ME
WHAT'S HAPPENING?

JF: IT'S THE NEW SWATCH EURO 2004, AND YOU CAN GET IT ALSO, BY
MAKING A DIRECT TRANSFER OF YOUR WAGES TO BPIS WAGES
ACCOUNT UNTIL THE 31ST OF MAY.

BPI OFFICIAL PARTNER OF EURO 2004

RÁDIO / CAMPANHA RÁDIO +

TÍTULO: CAMINHOS | AGÊNCIA: MCCANN ERIKSON | ANUNCIANTE: WORTEN | DIRECTOR CRIATIVO: DIOGO ANAHORY/JOSÉ B. | REDACTOR:
DIOGO ANAHORY | BANDA SONORA: JINGLE WORTEN | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: JINGLE WORTEN | DATA DE
INSERÇÃO: 25/03/2004

PC

SFX: JINGLE

VM1: ERA UMA VEZ UM JOVEM QUE SAÍA COM TANTAS MIÚDAS QUE ERA
MAIS CONHECIDO PELO PASTOR.

VM2: ORA PASTOR, PASTOR... ALEMÃO...

VM1: ...PASTOR ALEMÃO... CÃO...

VM2: ...CÃO... GATO...

VM1: ...E GATO... RATO...

VM1 E VM2: ...O RATO ROEU A ROLHA DA GARRAFA DO REI DA RÚSSIA.

VM2: ORA RÚSSIA... PC...

VM1: E PC... WORTEN.

VO: TODOS OS CAMINHOS VÃO DAR À WORTEN ONDE VAI
ENCONTAR UM PORTÁTIL FUJITSU SIEMENS COM LEITOR DE DVD
POR APENAS 799 EUROS.

VM1: ONCE UPON A TIME THERE WAS A YOUNG MAN WHO DATED SO MANY
GIRLS THAT HE WAS BEST KNOWN AS "THE SHEPHERD".

VM2: SO SHEPARD, SHEPARD... GERMAN...

VM1: ...GERMAN SHEPARD... DOG...

VM2: ...DOG... CAT

VM1: ...CA... MOUSE...

VM1 E VM2: ...THE MOUSE CHEW THE CORK OF THE BOTTLE OF THE
KING OF RÚSSIA...

VM2: RÚSSIA... PC... [PC MEANS PERSONAL COMPUTER BUT ALSO
COMMUNIST PARTY]

VM1: PC... WORTEN.

VO: ALL ROADS LEAD TO WORTEN WHERE YOU WILL FIND A FUJITSU
SIEMENS PORTABLE PC WITH DVD FOR ONLY 799 EUROS.

RAPAZ: WORTEN ALWAYS! [IN PORTUGUESE THIS ALSO MEANS
"COME BACK ANYTIME".

CINEMA

SFX: JINGLE

VM1: O TÔ É BODYBUILDER...

VM2: SE É BODYBUILDER DEVE SER PORTEIRO...

VM1: SE É PORTEIRO GRAMA ANDAR À PÊRA...

VM2: PÊRA EM INGLÊS... PEAR...

VM1: PEAR... SHAKESPEARE...

VM2: ...SHAKESPEARE...TEATRO...

VM1: TEATRO... CINEMA...

VM2: ...CINEMA... WORTEN.

VO: TODOS OS CAMINHOS VÃO DAR À WORTEN ONDE VAI ENCONTRAR
UM CONJUNTO DE CINEMA EM CASA COM GRAVADOR DVD MUSTEK
POR APENAS 399 EUROS.

RAPAZ: WORTEN SEMPRE.

SFX: JINGLE

VO1: ANTONIO IS A BODYBUILDER...

VO2: IF HE'S A BODYBUILDER HE MUST BE A DOORMAN...

VO1: IF HE'S A DOORMAN HE LOVES TO GIVE "PEARS"

[IN PORTUGUESE AND IN THIS CONTEXT "PEARS" MEANS
PUNCHES]...

VO2: PEAR... SHAKESPEARE...

VO1: ... SHAKESPEARE... THEATRE...

VO2: THEATRE... CINEMA...

VO1: ...CINEMA... WORTEN.

ANNCR: ALL ROADS LEAD TO WORTEN WHERE YOU FIND A MUSTEK
HOME CINEMA SYSTEM WITH DVD RECORDER FOR ONLY 399
EUROS.

BOY: WORTEN ALWAYS! [IN PORTUGUESE, THIS ALSO MEANS
"COME BACK ANYTIME".]

CARA OU COROA

SFX: JINGLE

VM1: OK. VAMOS LÃ VER ENTÃO QUEM É QUE COMEÇA. CARA OU COROA?

VM2: COROA.

VM1: COROA? ORA COROA, COROA... REI...

VM2: ...REI, REI... REI LEÃO...

VM1: ...LEÃO... OU SAGITÁRIO... OU VIRGEM... OU TOURO...

VM2: ...TOURO... CORNO... [A RIR-SE]

VM1: ...CORNO?... OHOH OH, ISSO AÍ JÃ É JOGO SUJO...

VM2: ...SUJO?... BEM, SE É SUJO... OLHA, MÁQUINA DE LAVAR...

VM1: MÁQUINA DE LAVAR... WORTEN.

VO: TODOS OS CAMINHOS VÃO DAR Ã WORTEN ONDE VAI ENCONTRAR
UMA MÁQUINA DE LAVAR ROUPA WORTEN POR APENAS 249 EUROS.

RAPAZ: WORTEN SEMPRE.

VO: PROMOÇÃO LIMITADA AO STOCK EXISTENTE.

HEADS OR TAILS

SFX: JINGLE

VM1: OK. LET'S SEE WHO STARTS. HEADS OR TAILS?

VM2: HEADS.

VM1: HEADS? CROWN, CROWN... KING...

VM2: ... KING, KING... LION KING...

VM1: ... LION... OR SAGITARIUS... OR VIRGO... OR TAURUS...

VM2: ... TAURUS... HORNY [LAUGHING]

VM1: ... HORNY?... OHOH OH, THAT'S PLAYING DIRTY...

VM2: ... DIRTY... WELL, IF IT'S DIRTY... WASHING MACHINE...

VM1: ... MACHINE... WORTEN.

ANNCR: ALL ROADS LEAD TO WORTEN WHERE YOU'LL FIND A WORTEN
WASHING MACHINE FOR ONLY 249 EUROS.

BOY: WORTEN ALWAYS! [IN PORTUGUESE, THIS ALSO MEANS
"COME BACK ANYTIME".]

LOURENÇO

SFX: JINGLE

VM1: O LOURENÇO SÓ VESTIA CALCINHA DE PREGAS, CAMISA
DE ALGODÃO LISA E SAPATINHO DE VELA...

VM2: AI SIM?... MAS QUE GRANDA BETO...

VM1: ... BETO... OU COPINHO DE LEITE...

VM2: ... LEITE, LEITE... LEITE CREME...

VM1: ... CREME... CRIME...

VM2: ... CRIME, CRIME... ELEMENTAR, MEU CARO...

VM1: ... CARO, CARO... BARATO!

VM2: ... E BARATO... WORTEN.

VO: TODOS OS CAMINHOS VÃO DAR À NOVA WORTEN ONDE VAI
ENCONTRAR AS MELHORES MARCAS AOS MELHORE PREÇO.
RAPAZ: WORTEN SEMPRE

LAWRENCE

SFX: JINGLE

VO1: LAWRENCE ONLY WORE PLEATED TROUSERS, COTTON SHIRTS
AND PORTSIDE SHOES...

VO2: OH YEAH?... A REAL PRINCE...

VO1: ... PRINCE... "CRÈME DE LA CRÈME"...

VO2: ... CRÈME... CRIME...

VO1: ... CRIME, CRIME... ELEMENTARY, MY DEAR...

VO2: ... DEAR... EXPENSIVE...!

VO1: ... EXPENSIVE... CHEAP...

VO2: ... CHEAP... WORTEN.

ANNCR: ALL ROADS LEAD TO THE NEW WORTEN, WHERE YOU'LL
FIN THE BEST BRANDS AT THE BEST PRICE.

BOY: WORTEN ALWAYS! [IN PORTUGUESE, THIS ALSO MEANS
"COME BACK ANYTIME".]

SANTO TIRSO

SFX: JINGLE

VM1: O ALBERTO ERA UM RAPAZ QUE GOSTAVA MUITO DA NOITE...

VM2: ORA NOITE, NOITE... DISCOTECA...

VM1: ... DISCOTECA... EH, EH... MIÚDAS.

VM2: ... MIÚDAS... [DE REPENTE ESPIRRA] AAAHHHHTCHIIIMMM!!!

VM1: ... SANTINHO!

VM2: ... SANTINHO? MUITO BEM, ORA SANTINHO... SANTO...

VM2: ... SANTO... TIRSO

VM1: ... SANTO TIRSO... WORTEN.

VO: TODOS OS CAMINHOS VÃO DAR À WORTEN DE SANTO TIRSO.

RAPAZ: WORTEN SEMPRE

SANTO TIRSO

SFX: JINGLE

VO1: ALBERT WAS A BOY WHO LOVE THE NIGHT.

VO2: NIGHT, NIGHT... NIGHTCLUB...

VO1: ... NIGHTCLUB... EH, EH... GIRLS...

VO2: ... GIRLS... [HE SUDDENLY SNEEZES] AAAHHHHTCHIIIMMM!!!

VO1: BLESS YOU!

VO2: BLESS? VERY WELL... BLESS... SAINT...

VO2: ... SANTO... TIRSO [SANTO MEANS SAINT. SANTO TIRSO
IS A VILLAGE IN PORTUGAL]

VO2: SANTO TIRSO... WORTEN.

ANNCR: ALL ROADS LEAD TO THE NEW WORTEN OF SANTO TIRSO.

BOY: WORTEN ALWAYS! [IN PORTUGUESE, THIS ALSO MEANS
"COME BACK ANYTIME".]

“CHINÊS”

V:M.1: ORA BEM SÃO DOIS 34 MAIS QUATRO 27.

DEPOIS SÃO TRÊS 46 E TRÊS 23 PARA OS MIÚDOS.

MAIS DOIS 26 E UM 12.

QUERIA TAMBÉM QUATRO 35 E DOIS 49. NÃO, PERDÃO! QUATRO 37 E DOIS 49. ASSIM É QUE É!

DEPOIS PODE SER MAIS DOIS 56 E UM 62.

ORA BEM!... DOIS 34, QUATRO 27, TRÊS 46, TRÊS 23, DOIS 26, UM 12, QUATRO 37, DOIS 56 E UM 62.

ACHO QUE É TUDO.

V.I.: CHINESES, ITALIANOS, OS TÍPICOS PORTUGUESES
OU QUAISQUER OUTROS RESTAURANTES ESTÃO EM
WWW.PAGINASAMARELAS.PT

“CHINESE”

MALE VOICE1: OK, SO IT'S TWO 34 AND FOUR 27.

THEN IT'S THREE 46 AND THREE 23 FOR THE KIDS.

PLUS TWO 26 AND A 12.

I WOULD ALSO LIKE FOUR 35 AND TWO 49. NO, SORRY! FOUR 37 AND TWO 49. RIGHT!

THEN I THINK TWO MORE 56 AND A 62 WILL DO.

RECAP: TWO 34, FOUR 27, THREE 46M THREE 23, TWO 26, ONE 12, FOUR 37, TWO 49, TWO 56 AND ONE 62.

THAT'S ABOUT EVERYTHING, I THINK.

ANN: CHINESE, ITALIANS, TYPICAL PORTUGUESE OR ANY OTHER
RESTAURANT ARE IN WWW.PAGINASAMARELAS.PT.

“CIRURGIA”

V.FEM: A MIM TUDO ME ACONTECE. UM DIA DESTES MARQUEI

UM ENCONTRO ATRAVÉS DA INTERNET, PÁG.280. ELE COMBINOU
NUM CAFÉ, À BEIRA RIO, PÁG.190.

E DISSE-ME: EU VOU ESTAR COM UM RAMO DE FLORES, PÁG. 200.
QUANDO CHEGUEI LÃ, ERA UMA TASCA, PÁG. 186, CHEIA DE
CAMIONISTAS, PÁG.290, ALI NA ZONA DAS DOCAS, PÁG. 143, E
AS FLORES ERAM DE PLÁSTICO, PÁG. 201

E PARA ACABAR EM GRANDE, QUANDO OLHEI PARA ELE SÓ ME
APETECEU DIZER-LHE UMA COISA:

CIRURGIA PLÁSTICA, PÁG. 178.

LOC: TUDO O QUE ESTÁ NA SUA VIDA, ESTÁ NAS PÁGINAS AMARELAS.
QUEM TEM AS PÁGINAS AMARELAS TEM TUDO.

“SURGERY”

FEM. VOICE: EVERYTHING HAPPENS TO ME. THE OTHER DAY I SET
A DATE BY THE INTERNET, PAGE 280. HE ARRANGED IN A
COFFEE SHOP BY THE RIVER, PAGE 190.
AND HE TOLD ME: I’LL BE HOLDING A BUNCH OF FLOWERS, PAGE
200.
IT TURNED OUT TO BE A ROADHOUSE, PAGE 186, FULL OF TRUCK
DRIVERS, PAGE 290, NEAR THE DOCKS, PAGE 143 AND HE WAS
HOLDING PLASTIC FLOWERS, PAGE 201.
AND, LAST BUT NOT THE LEAST, WHEN I SAW HIS FACE ALL I
FELT LIKE SAYING WAS:
PLASTIC SURGERY, PAGE 179.

ANN: EVERYTHING THAT IS PRESENT IN YOUR LIFE IS IN YELLOW
PAGES.
IF YOU HAVE THE YELLOW PAGES YOU HAVE IT ALL.

“TACO”

V.MASC: COMO SEMPRE, ESTE VERÃO QUANDO FUI DE FÉRIAS,
PÁG. 65, LEVEI A MINHA MÃQUINA FOTOGRÁFICA, PÁG. 271.
TIREI FOTOS A TUDO: EU A RITA AQUI, ALI, O MAR, O SOL, A
PISCINA, PÁG. 31, A AREIA, AS PALMEIRAS, RESUMINDO; 6
ROLOS DE 40.
2 DIAS DEPOIS DE CHEGAR, AS FOTOS JÁ ESTAVAM REVELADAS.
ENTREI NA LOJA E O HOMEM DIZ-ME:
“OLHE ENGANÁMO-NOS E AS FOTOS SAIRAM TODAS PRETAS”.
EU OLHEI PARA O GAJO E PENSEI...
TACO DE BASEBOL, PÁG. 45.

LOC: TUDO O QUE ESTÁ NA SUA VIDA, ESTÁ NAS PÁGINAS AMARELAS.
QUEM TEM AS PÁGINAS AMARELAS TEM TUDO.

“BAT”

MALE VOICE: AS USUAL, WHEN I WENT ON HOLIDAY THIS SUMMER,
PAGE 65, I TOOK MY CAMERA, PAGE 271. I TOOK PICTURES OF
EVERYTHING: ME, RITA, THIS, THAT, THE SEA, THE SUN, THE
SWIMMING POOL, PAGE 31, THE SAND, THE PALM TREES, IN
BRIEF: 6 FILMS, 40 SHOTS EACH.
TWO DAYS AFTER GETTING BACK, THE PHOTOS WERE ALREADY

DEVELOPED. I WENT TO THE STORE TO PICK THEM UP AND THE
MAN TELLS ME:

"LOOK, WE DID SOMETHING WRONG AND THE PHOTOS ARE ALL
BLACK."

I STARED AT THE GUY AND THOUGHT...

BASEBALL BAT, PAGE 45.

ANN: EVERYTHING THAT IS PRESENT IN YOUR LIFE IS IN YELLOW
PAGES.

IF YOU HAVE THE YELLOW PAGES YOU HAVE IT ALL.

"BIFE"

V.MASC: NO OUTRO DIA ESTAVA NO CAFÉ, PÁG. 23, E PENSEI
PARA OS MEUS BOTÕES, PÁG. 120:

EU TENHO QUE ARRANJAR OUTRO EMPREGO PÁ, PÁG. 170.

É QUE ENTRETANTO, EU TINHA IDO AO BANCO, PÁG. 80, E

QUANDO VI O MEU SALDO, PUS-ME A FAZER UMAS CONTAS: O

CARRO, PÁG. 200, A CASA, PÁG. 243, A CONTA DA LUZ, PÁG.

15, ACONTA DA ÁGUA, PÁG 17, MAIS AS COMPRAS DO

SUPERMERCADO, PÁG. 97, ISTO TUDO DÁ...:

'TOU FEITO AO BIFE!

OU SEJA, TALHOS PÁG. 223

LOC: TUDO O QUE ESTÁ NA SUA VIDA, ESTÁ NAS PÁGINAS AMARELAS.
QUEM TEM AS PÁGINAS AMARELAS TEM TUDO.

"MEAT"

MALE VOICE:THE OTHER DAY I WAS IN THE COFFEE HOUSE, PAGE 23
AND I THOUGHT TO MYSELF, PAGE 120:

'GOT TO FIND ANOTHER JOB, MAN, PAGE 170.

I HAD JUST BEEN TO THE BANK, PAGE 80, YOU KNOW, AND WHEN

I CHECKED MY ACCOUNT I STARTED DOING SOME CALCULATIONS:

THE CAR, PAGE 200, THE HOUSE, PAGE 243, THE ELECTRICITY

BILL, PAGE 15, THE WATER BILL, PAGE 17, PLUS THE

SUPERMARKET, PAGE 97, ALL THIS MAKES...

I'M DEAD MEAT!

THAT IS, BUTCHER'S, PAGE 223.

ANN: EVERYTHING THAT IS PRESENT IN YOUR LIFE IS IN YELLOW
PAGES.

IF YOU HAVE THE YELLOW PAGES YOU HAVE IT ALL.

LOC MASC: O DESPERTADOR NÃO TOCOU, O QUE POR UM LADO É BOM PORQUE DORMIU MAIS UM BOCADINHO, MAS POR OUTRO LADO É MAU, PORQUE VAI CHEGAR ATRASADO E FAZ COM QUE O SEU PATRÃO O DESPEÇA. O QUE POR UM LADO ERA BOM, PORQUE PODIA PROCURAR UM EMPREGO MELHOR, MAS POR OUTRO ERA MAU, PORQUE FAZ-LHE FALTA O DINHEIRO AGORA QUE VAI MUDAR DE CASA. O QUE POR UM LADO É BOM PORQUE VAI TER MAIS ESPAÇO, MAS POR OUTRO É MAU PORQUE DÁ MAIS TRABALHO A ARRUMAR E AGORA VAI TER GÊMEOS. QUE POR UM LADO É BOM PORQUE VAI TER O DOBRO DA ALEGRIA, MAS POR OUTRO É MAU PORQUE VAI TER O DOBRO DO TRABALHO E VAI FICAR SEM TEMPO PARA MAIS NADA. O QUE POR UM LADO É BOM PORQUE NÃO PENSA NO QUE NÃO DEVE, MAS POR OUTRO É MAU PORQUE...[FADE OUT]

V.C: PESSIMISTA OU OPTIMISTA, O UNIVERSALL DA ALLIANZ É PARA SI.

ASSINATURA: UNIVERSALL. UM SEGURO PARA A VIDA.

LOC. MASC: THE ALARM CLOCK DIDN'T RUNG, WHICH ON ONE HAND IS A GOOD THING SINCE IT LET YOU SLEEP A LITTLE LONGER, BUT ON THE OTHER HAND IS ALSO A BAD THING, FOR IT WILL MAKE YOU BE LATE FOR WORK, AND THAT MIGHT GET YOU FIRED. WHICH ON ONE HAND COULD BE A GOOD THING SINCE YOU COULD LOOK FOR A BETTER JOB, BUT ON THE OTHER HAND IT COULD ALSO BE HARD SEEING THAT YOU NEED THE MONEY NOW THAT YOU'RE LOOKING FOR A NEW HOUSE TO LIVE IN. WHICH IS ON ONE HAND A GOOD THING FOR YOU WILL HAVE MORE ROOM, BUT ON THE OTHER HAND, IT ALSO MEANS MORE THINGS TO TIDY UP SPECIALLY NOW THAT YOU'RE HAVING TWEENS. WHICH ON ONE HAND IS A GOOD THING, FOR IT MEANS TWICE THE JOY, BUT ON THE OTHER HAND IT SURE DOUBLES THE WORK LEAVING YOU WITH NO TIME AT ALL. ON ONE HAND THAT IS A GOOD THING FOR IT WILL KEEP YOUR MIND OUT OF UGGLY THOUGHTS, BUT IS HARD ON THE OTHER HAND SINCE... [FADE OUT]

V.C:PESSIMISTIC OR OPTIMIST, ALLIANZ'S UNIVERSALL IS FOR YOU.

ASSINATURA: UNIVERSALL. AN INSURANCE FOR LIFE.

IMPrensa

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



IMPRESA — ANÚNCIOS

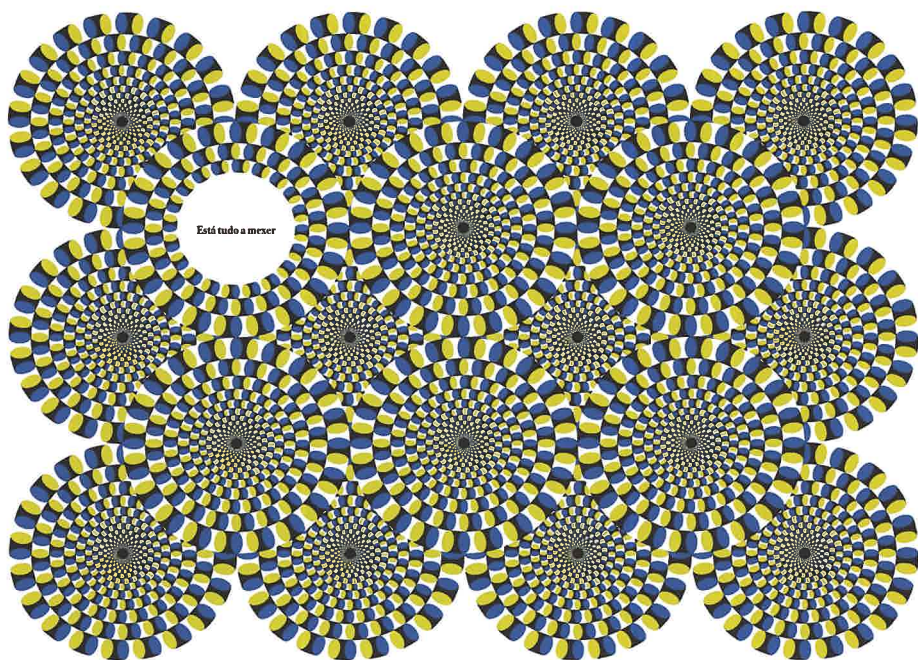
PINBALL | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO — OURO
MOVIMENTO | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — PRATA
CIRCUITO ELÉCTRICO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON: ANUNCIANTE: MR. ELECTRIC — BRONZE
COLUNISTAS | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — BRONZE
JANELA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD — BRONZE
5000 EDIÇÕES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO
BROÇA | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO
CÃES - PULGA SEM ABRIGO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: BAYER
CAMARATE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO
CANGURU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO
CLIO | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: PICTO
HABLA CON VARELA | AGÊNCIA: OGLIVY & MATHER PORTUGAL PUBLICIDADE | ANUNCIANTE: TANGERINA AZUL
JFK | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO
JÓIA | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: SMINT
MATRECOS | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD
OUTRO LADO DE CARLOS PAREDES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO
PARKING | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: HYUNDAI
PÉ | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE
PISCINA | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: CEREURO - TAGUS
POSTO A NU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO
RAID AEREO | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD
RESTAURANTE | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: CEREURO - TAGUS
SEM CARRO | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT
SORRIA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC
YORN CHEMICAL BROTHERS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN
YORN FOTONOVELA | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN



154cv prontos para a aventura.

IMPRENSA / ANÚNCIOS +++

TÍTULO: PINBALL | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE: DIOGO VIEIRA DE MELLO | SUPERVISOR CRIATIVO: MARCO DIAS | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: PLATINUM | RETOQUE DIGITAL: PLATINUM | DATA DE INSERÇÃO: MARÇO 2004



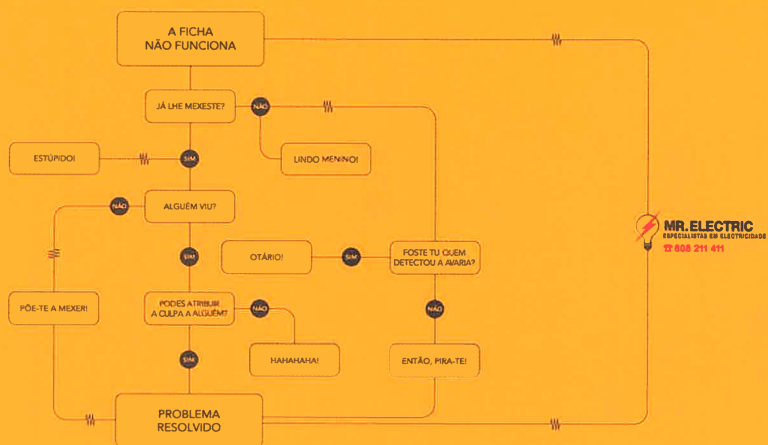
Está tudo a mexer

No domingo, o Público oferece-lhe o caderno prático do c-u. Não fique parado, a universidade já está a mexer.

U PÚBLICO

IMPRENSA / ANÚNCIOS ++

TÍTULO: MOVIMENTO | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÔNIMO/ ANDRÉ MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: DIOGO VIEIRA DE MELLO | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ON SHOT | DATA DE INSERÇÃO:
DEZEMBRO 2003



Presentemente a operar nos concelhos de Oeiras e Cascais. Brevemente também em Lisboa.

IMPrensa / Anúncios +

TÍTULO: CIRCUITO ELÉCTRICO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: MR. ATTITUDE, SA | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: CARsus DIAS | REDACTOR: JOÃO OLIVEIRA | DATA DE INSERÇÃO: 26/01/2004

Segunda



A. LOBO XAVIER

Terça



A. BARRETO

Quarta



P. COELHO

Quinta



M. S. TAVARES

Sexta

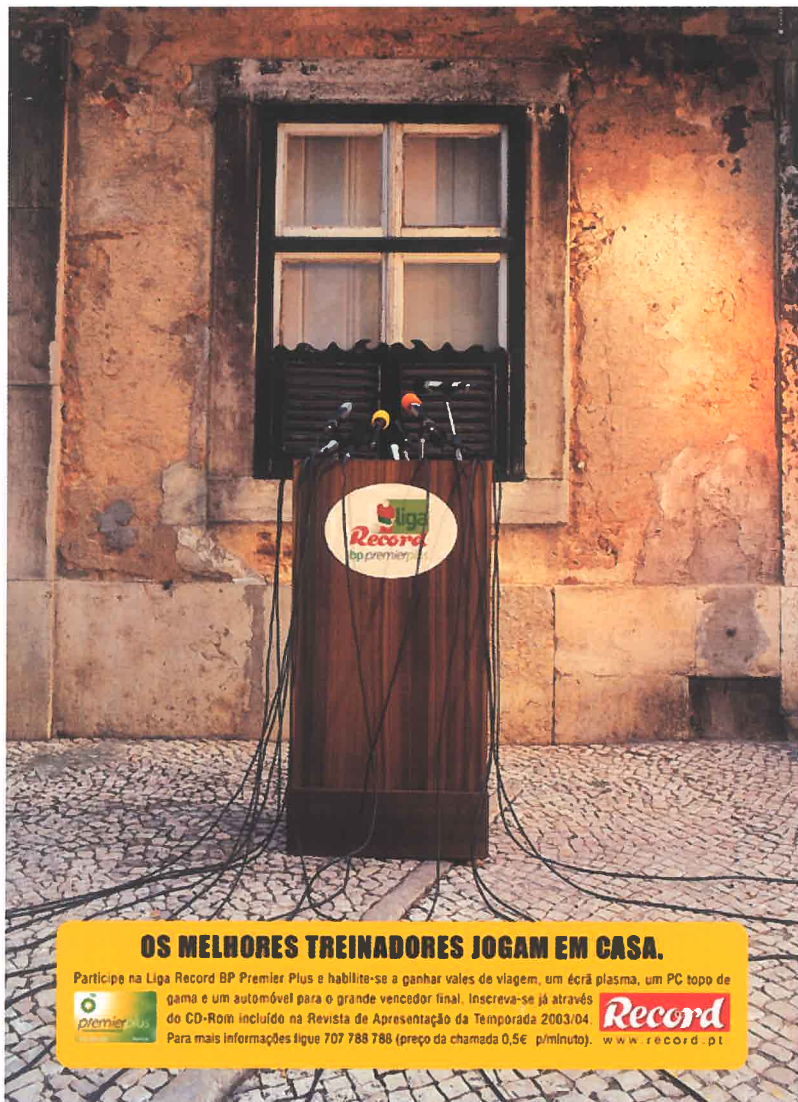


TINTIN

O repórter mais famoso do mundo está no Público

Não perca as aventuras de Tintim, todas as sextas por apenas mais €4.





OS MELHORES TREINADORES JOGAM EM CASA.

Participe na Liga Record BP Premier Plus e habilite-se a ganhar vales de viagem, um ecrã plasma, um PC topo de gama e um automóvel para o grande vencedor final. Inscreva-se já através do CD-Rom incluído na Revista de Apresentação da Temporada 2003/04. Para mais informações ligue 707 788 788 (preço da chamada 0,5€ p/minuto). www.record.pt



IMPrensa / ANúncios +

TÍTULO: JANELA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA |
DIRECTOR DE ARTE: LUIS MOREIRA / PAULO BENFICA | REDACTOR: NUNO LEAL | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ALEXANDER KOCH | RETOQUE
DIGITAL: NUNO DUARTE | PRODUTORA DE FOTOGRAFIA: NAIR MONTEIRO | DATA DE INSERÇÃO: 10/12/2003

5000 EDIÇÕES A MARCAR A DIFERENÇA. Dia 29 não perca um suplemento especial com os momentos que mais marcaram a vida do Público. Há 13 anos que o Público não é todo igual.

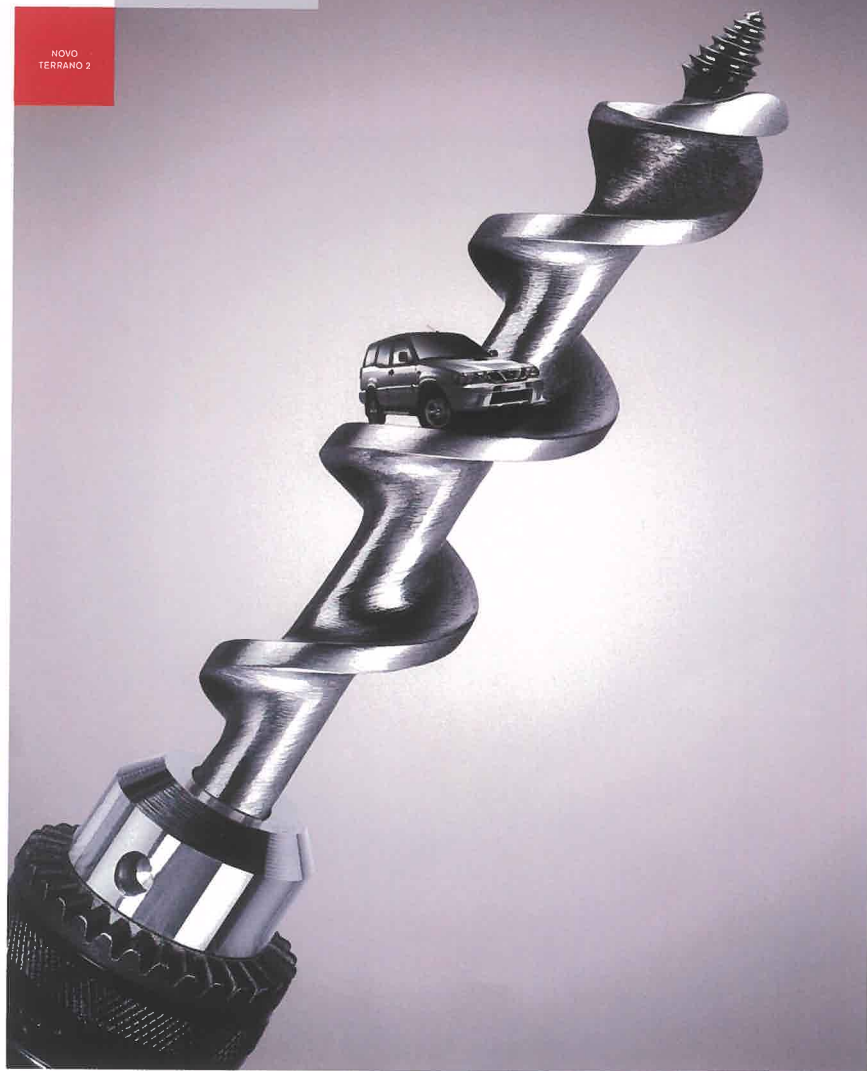
PÚBLICO



SHIFT expectations

PARA QUEM TRABALHA
EM LOCAIS INACESSÍVEIS.

NOVO
TERRANO 2



IMPRENSA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: BROCA | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE:
DIOGO VIEIRA DE MELLO | SUPERVISOR CRIATIVO: MARCO DIAS | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: YORG
BREGULLA | DATA DE INSERÇÃO: MARÇO 2004



IMPrensa / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: CÃES - PULGA SEM ABRIGO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: BAYER | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | REDACTOR: GABRIELA HUNNICUTT | DIRECTOR DE ARTE: JORGE BARROTE | DATA DE INSERÇÃO: 05/06/2003



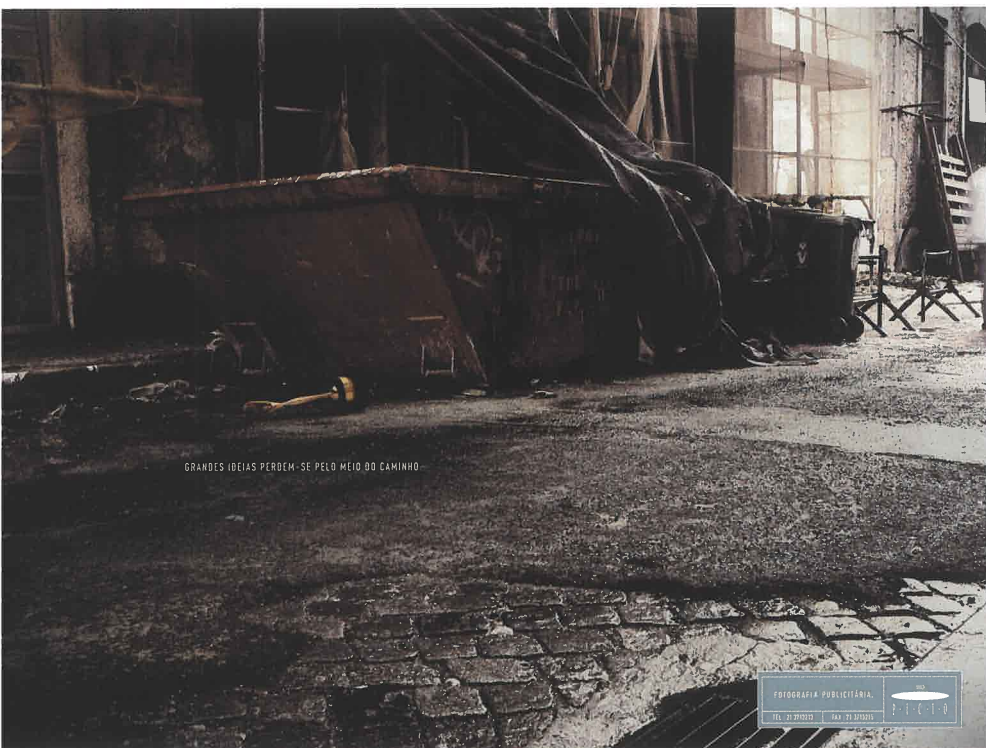
IMPrensa / ANúNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: CAMARATE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÓNIMO/ANDRÉ MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: SARA FERREIRA | REDACTOR: JOSÉ VIEIRA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: SAIS DE PRATA | DATA
DE INSERÇÃO: DEZEMBRO 2003



IMPrensa / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: CANGURU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE: DIOGO VIEIRA DE MELLO | SUPERVISOR CRIATIVO: MARCO DIAS | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: PLATINUM | DATA DE INSCRIÇÃO: MARÇO 2003



GRANDES IDEIAS PERDEM-SE PELO MEIO DO CAMINHO

FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA
TEL. 21.2992323 FAX 21.3470211

IMPRENSA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: CLIO | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: PICTO | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE: CARsus
DIAS | REDACTOR: ALEXANDRE OKADA | FOTOGRAFIA: CHICO PRATA

Habla con Varela

Financ. escritórios em Barcelona e Madrid. O mesmo contacto de sempre: Miguel Varela +351 21 303 16 00



tangerina azul filmes
Lisboa Madrid Barcelona
tangerina@tangerinafilmes.com

IMPRESA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: HABLA COM VARELA | AGÊNCIA: OGILVY & MATHER PORTUGAL PUBLICIDADE | ANUNCIANTE: TANGERINA AZUL | DIRECTOR CRIATIVO: JOSÉ CARLOS CAMPOS | DIRECTOR DE ARTE: JOÃO BACELAR | REDACTOR: RUI SILVA | DATA DE INSERÇÃO: 5/02/2004

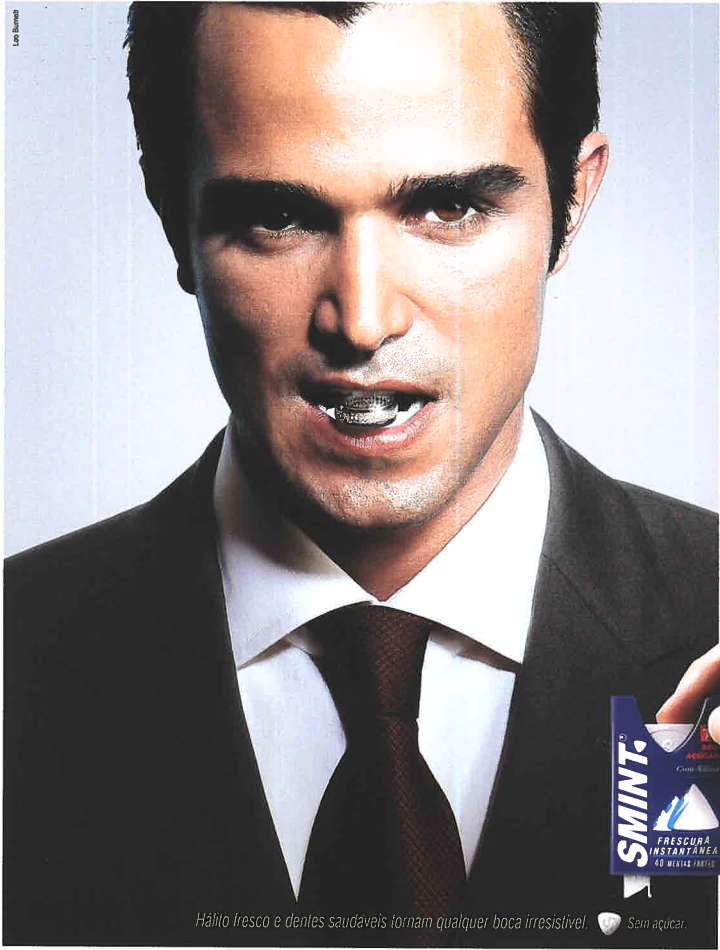
JOHN FITZGERALD KENNEDY
(pág.1 — pag.304)

Este Sábado, o Público
traz-lhe 304 páginas
sobre a vida de JFK.
"John Fitzgerald Kennedy
- A Life in Pictures",
uma edição da Phaidon,
por apenas mais €34.

PÚBLICO



Leo Burnett



Hálito fresco e dentes saudáveis tornam qualquer boca irresistível.  *Sem açúcar.*

IMPRENSA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: JÓIA | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: SMINT | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE: IVO PURVIS | REDACTOR: ALEXANDRE OKADA



SAIBA QUEM JOGA NA PRÓXIMA ÉPOCA.



Não começa o campeonato sem a Revista de Apresentação da Temporada 2003/04. As novidades, as fichas completas de todos os jogadores, treinadores e árbitros da Super Liga e da 2ª Liga, e os estádios do Euro 2004. Inclui ainda um CD e duas inscrições grátis para concorrer à fantástica Liga Record BP Premier Plus. Tudo, por apenas 3 euros. **Nos bancas, a partir de Domingo, 27 de Junho.**

movi
mentos
PERPETUOS

PÚBLICO

Conheça
o outro lado de
Carlos Paredes

Descubra o homem por trás da guitarra, numa homenagem
de várias personalidades, às sextas-feiras com o Público.



IMPRENSA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: OUTRO LADO DE CARLOS PAREDES | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO
JERÔNIMO/ANDRÉ MOREIRA | DIRECTOR DE ARTE: RUI FAZENDA | REDACTOR: MARCO PULIDO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ON SHOT |
DATA DE INSERÇÃO: MARÇO 2004

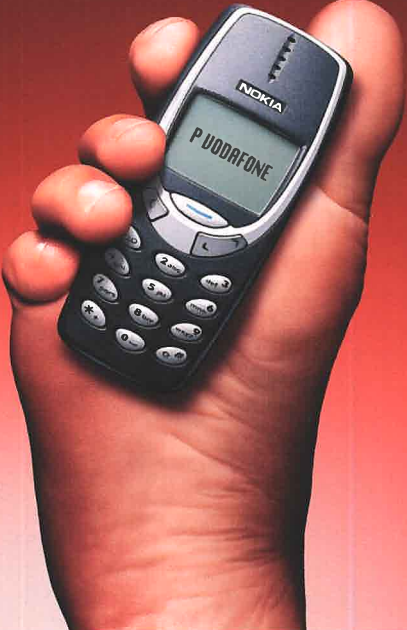
www.hyundai.pt



HYUNDAI, A ÚNICA MARCA AUTOMÓVEL
PATROCINADORA DO EURO 2004*

IMPrensa / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: PARKING | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: HYUNDAI | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA/JUDITE MOTA |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MARIO TOSCANI | RETOQUE DIGITAL:
MARIO TOSCANI | DATA DE INSCRIÇÃO: 20/04/2004

A hand holding a silver and black Nokia mobile phone. The phone's screen displays 'P VODAFONE'. The background is a solid red color.


How are you?

Vodafone
Kit Mãos Livres
€79.90



IMPrensa / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: PÉ | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: CARUS DIAS | REDACTOR: JOÃO OLIVEIRA | DATA DE INSCRIÇÃO: 20/02/2004



Depois de uma cerveja de puro malte ficas muito mais exigente.

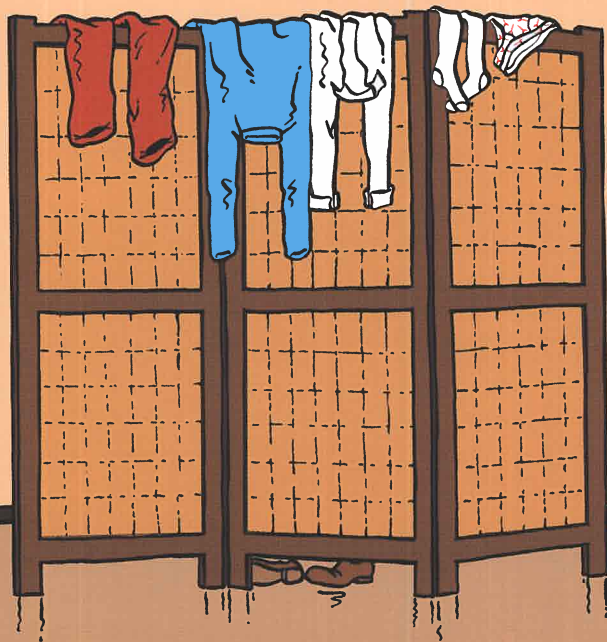
Tagus é a única cerveja nacional de puro malte de cevada, produzida apenas com ingredientes naturais e responsável por momentos únicos de pura felicidade que duram por mais de uma hora após, muito de cevada e água. Por isso, não é de admirar que quem experimenta a excepcional qualidade de uma Tagus apeteça ao contrário como o melhor que a vida tem para oferecer.



TAGUS

IMPRESA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: PISCINA | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: CEREURO - TAGUS | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: VERA MACHADO | REDACTOR: VITOR ELIAS | FOTÓGRAFO: KENTON TATCHER | DATA DE INSCRIÇÃO: 01/05/2004



TINTIM POSTO A NU. Fique íntimo do Tintim com a compilação de todos os artigos publicados no jornal, incluindo análises e pormenores do repórter mais famoso do mundo, dos seus amigos e do próprio Hergé. Uma obra indispensável com todas as aventuras explicadas, Tintim por tintim. **Dia 5 de Março por apenas mais €4.**

PÚBLICO



VOL.07

Agora o seu jornal
não se fica pelo desporto.

Todas as 2^{as}, um DVD com imagens reais
da SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.

Saiba mais com o Record, na desportiva.

ÀS SEGUNDAS.
€6.35 + JORNAL

Record
www.record.pt



**FOI NO JOGO AÉREO
QUE SE DECIDIU
O RESULTADO FINAL.**

Depois de uma cerveja de puro malte ficas muito mais exigente.

Neste é a única cerveja comercializada pelo método tradicional, produzida apenas com ingredientes naturais e fermentada a temperatura baixa da caverna de granito que apenas permite o uso de água, malte de cevada e levedura. Portanto, não há aditivos nem nada que prejudique a digestão e o equilíbrio alimentar de quem gosta apenas de cerveja com o melhor, sem a mistura com outros.

TAGUS

IMPrensa / ANúncios shortLIST

TÍTULO: RESTAURANTE | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: CEREURO - TAGUS | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: VERA MACHADO | REDACTOR: VITOR ELIAS | FOTÓGRAFO: KENTON TATCHER | DATA DE INSERÇÃO: 03/04/2004

Este é um anúncio ao Novo Fiat Panda
a comemorar o dia Europeu sem carros.

NATIONAL GEOGRAPHIC
PORTUGAL

28

SORRIA,
ESTÁ A SER
VIGIADO

SORRIA,
ESTÁ A SER
VIGIADO

SORRIA,
ESTÁ A SER
VIGIADO

SORRIA,
ESTÁ A SER
VIGIADO

O fim da privacidade em nome da segurança.
Conheça o admirável mundo novo da vigilância no séc. XXI.

www.nationalgeographic.pt

NATIONAL GEOGRAPHIC
PORTUGAL
TODOS
VIGIADOS

Colo da Botafogo
Instituto de São Paulo
Ministério da Cidadania
do Estado de São Paulo
do Estado de São Paulo
do Estado de São Paulo

IMPRENSA / ANÚNCIOS SHORTLIST

TÍTULO: SORRIA, AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: LUÍS MOREIRA | REDACTOR: NUNO LEAL | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: DORA NOGUEIRA | RETOQUE DIGITAL: NUNO DUARTE | DATA DE INSERÇÃO: 12/11/2003

IMPRENSA — CAMPANHA

CAMPANHA ANUÁRIO CCP | AGÊNCIA: MKT | ANUNCIANTE: CCP — OURO

FALTA DE ENERGIA? | AGÊNCIA: DDB LISBOA | ANUNCIANTE: BOERHINGHER — PRATA

ARQUITECTOS | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — BRONZE

DVD'S 2ª GUERRA MUNDIAL | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD — BRONZE

ACIMA DO COMUM | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: BES — SHORT LIST

CAMPANHA INT. EXPERIMENTA DESIGN | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: EXPERIMENTA DESGN — SHORT LIST

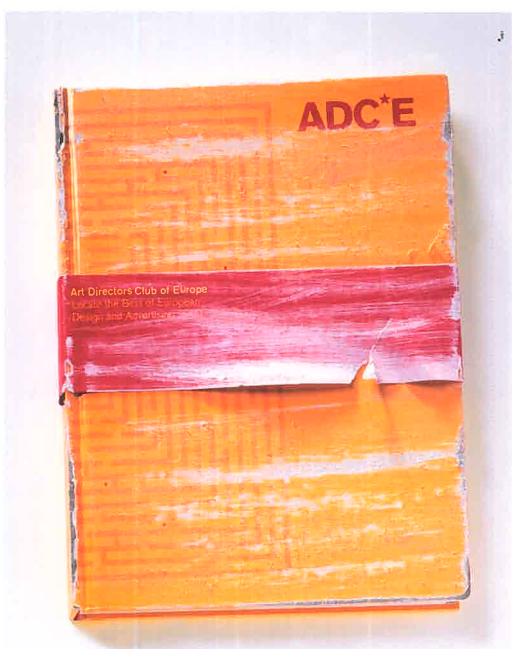
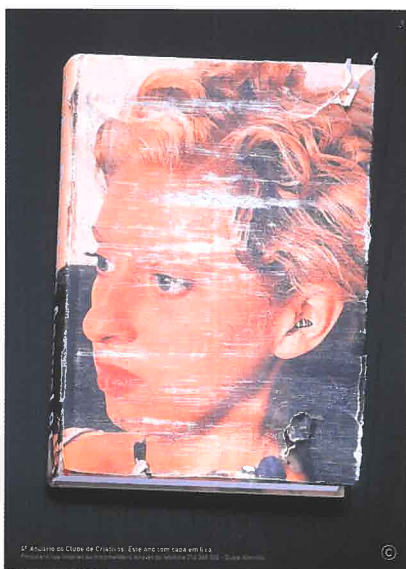
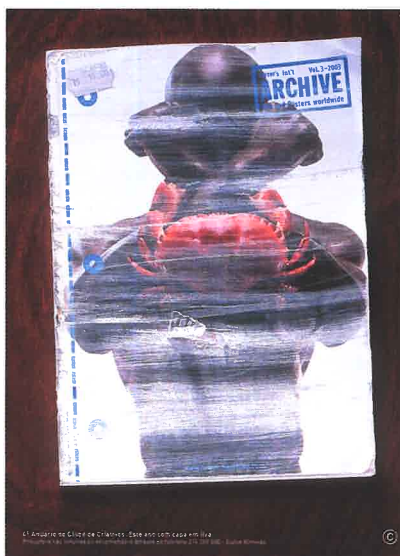
COLUNISTAS | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — SHORT LIST

LIVRO, LÂMPADA, GOLF E ALIANÇA | AGÊNCIA: J.WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: PÁGINAS AMARELAS — SHORT LIST

PHARMATON | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: BOERHINGHER — SHORT LIST

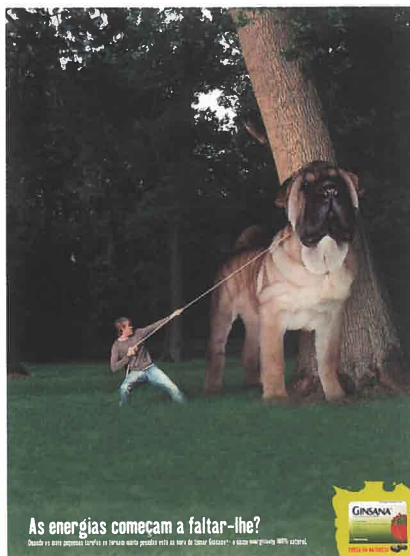
RECORD 54 | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD — SHORT LIST

RI-TE, RI-TE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — SHORT LIST



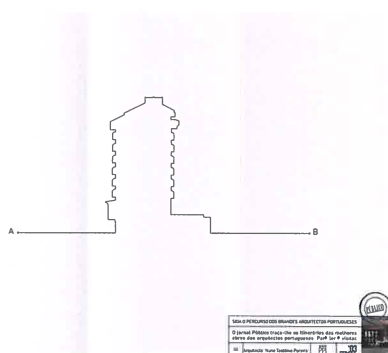
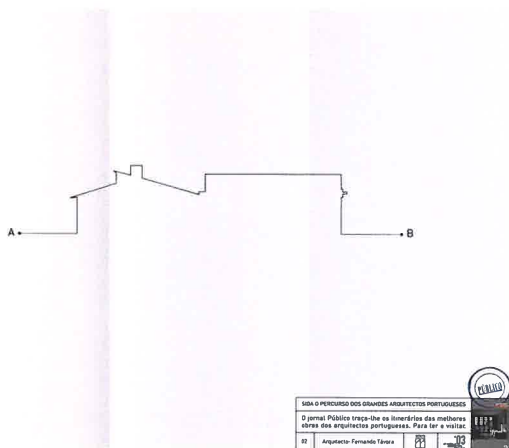
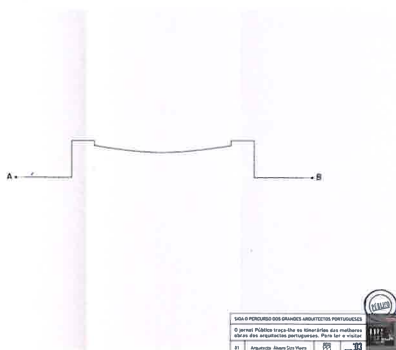
IMPRENSA / CAMPANHA +++

TÍTULO: CAMPANHA ANUÁRIO CCP | AGÊNCIA: MMT | ANUNCIANTE: CCP | DIRECTOR CRIATIVO: MIGUEL COIMBRA | DIRECTOR DE ARTE: ALBERTO FARIA | REDACTOR: MARIA JOÃO VENÂNCIO | DATA DE INSERÇÃO: 10/05/2004



IMPRESA / CAMPANHA ++

TÍTULO: FALTA DE ENERGIA | AGÊNCIA: DOB LISBOA | ANUNCIANTE: BOEHRINGER INGELHEIM | DIRECTOR DE ARTE: DUARTE PINHEIRO
DE MELO / DANIEL MENEZES | REDACTOR: ALEXANDRA DUARTE / TOMÁS MAYER | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004



IMPRENSA / CAMPANHA +

TÍTULO: ARQUITECTOS | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÓNIMO/ANDRÉ MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: SARA FERREIRA | REDACTOR: JOSÉ VIEIRA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: PAULO DAVIDE/LUIS MIGUEL | DATA DE
INSERÇÃO: NOVEMBRO 2003

VOL.05

Agora o seu jornal
está ao fim pela primeira vez.
Todos os 2º, em DVD com imagens reais
da SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.
Saiba mais sobre a Record, as deslocações.

AS SEGUNDAS
€9.35 + JORNAL

Record
www.record.pt



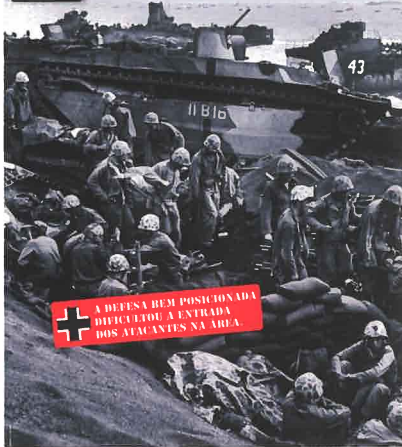
AS JOGADAS QUE O MUNDO NUNCA ESQUECEU.

VOL.06

Agora o seu jornal
está ao fim pela primeira vez.
Todos os 2º, em DVD com imagens reais
da SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.
Saiba mais sobre a Record, as deslocações.

AS SEGUNDAS
€9.35 + JORNAL

Record
www.record.pt



A DEFESA BEM POSICIONADA DIFICULTOU A ENTRADA DOS ALEMÃES NA ÁREA.

VOL.07

Agora o seu jornal
está ao fim pela primeira vez.
Todos os 2º, em DVD com imagens reais
da SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.
Saiba mais sobre a Record, as deslocações.

AS SEGUNDAS
€9.35 + JORNAL

Record
www.record.pt



FOI NO JOGO AEREO QUE SE DECIDIU O RESULTADO FINAL.

VOL.08

Agora o seu jornal
está ao fim pela primeira vez.
Todos os 2º, em DVD com imagens reais
da SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.
Saiba mais sobre a Record, as deslocações.

AS SEGUNDAS
€9.35 + JORNAL

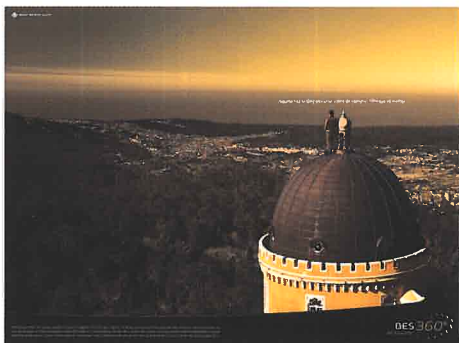
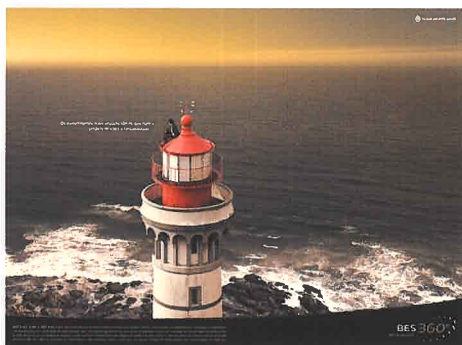
Record
www.record.pt



A FORMAÇÃO ADVERSÁRIA FOI IMPOTENTE PARA RESPONDER AO RIGOR TÁTICO DOS RIVAIS.

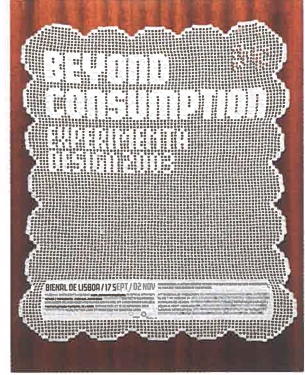
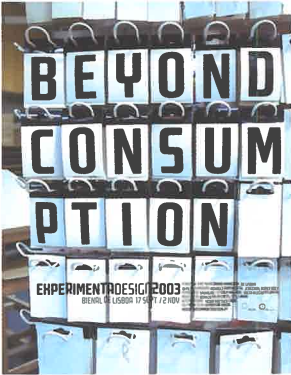
IMPRESSA / CAMPANHA +

TÍTULO: DVD'S 2ª GUERRA MUNDIAL | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA/JUDITE DE SOUSA | DIRECTOR DE ARTE: NUNO TRISTÃO | REDACTOR: NUNO SILVA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ASSOCIATED PRESS | DATA DE INSCRIÇÃO: 15/01/2004



IMPRESA / CAMPANHA SHORTLIST

TÍTULO: ACIMA DO COMUM | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: BES | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÔNIMO ANDRÉ / MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: PAULO PINTO | REDACTOR: PEDRO LIMA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: PAULO DAVIDE/CARLOS NORONHA | DATA DE
INSERÇÃO: FEVEREIRO 2004



IMPRENSA / CAMPANHA SHORTLIST

TÍTULO: CAMP.INT.EXPERIMENTA DESIGN | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: EXPERIMENTA DESIGN | DIRECTOR CRIATIVO: RUI MORAIS
 | DIRECTOR DE ARTE: RUI MORAIS | DATA DE INSERÇÃO: 18/05/2003



PÚBLICO

Segunda



A. Lima e Silva

Terça



A. Buarque

Quarta



P. Coelho

Quinta



M. S. Yassier

Sexta



T. Vitor

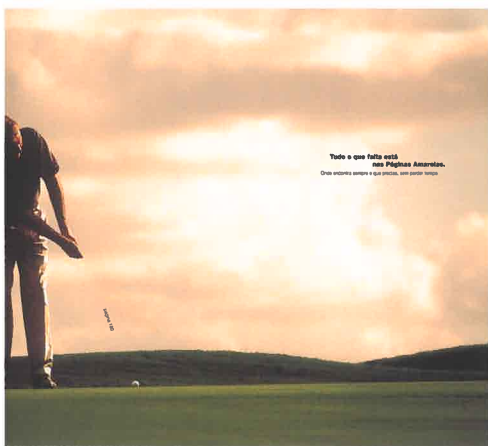
O repórter mais famoso do mundo está no Público

Ele passa as semanas de férias, todos os dias que aparece, cada dia



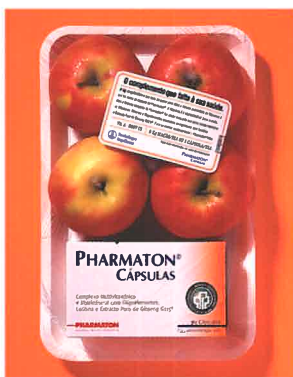
IMPRENSA / CAMPANHA SHORTLIST

TÍTULO: COLUNISTAS | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÔNIMO/ANDRÉ MOREIRA | DIRECTOR DE ARTE: ORLANDO GONÇALVES | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA | ILUSTRADOR: ON SHOT | DATA DE INSERÇÃO: SETEMBRO 2003



IMPRENSA / CAMPANHA SHORTLIST

TÍTULO: LIVRO, LÂMPADA, GOLF E ALIANÇA | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: PÁGINAS AMARELAS | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: JORGE BARROTE | REDACTOR: GABRIELA HUNNICUTT | DATA DE INSERÇÃO: 01/05/2003



Muito mais que um simples multivitamínico.

IMPRENSA / CAMPANHA SHORTLIST

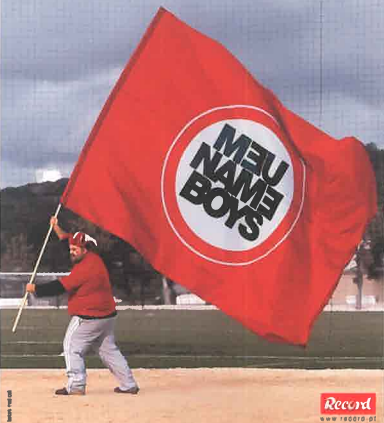
TÍTULO: PHARMATON | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: BOEHRINGER INGELHEIM | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: LUÍS MOREIRA | REDACTOR: GONÇALO VIANA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: LEO HOL | RETOQUE DIGITAL: LEO HOL | DATA DE INSERÇÃO: 10/15/2003



CONCURSO ANIVERSÁRIO RECORD

COMECE A TORCER POR SI.

Nos 54 anos do Record vamos torcer por si também. Guarde o Cartão de Jogo do concurso, que sai aos domingos entre 9 de Novembro e 14 de Dezembro, e use-o para ganhar prémios imediatos, prémios semanais ou o prémio final.



Record
www.record.pt



CONCURSO ANIVERSÁRIO RECORD

COMECE A TORCER POR SI.

Nos 54 anos do Record vamos torcer por si também. Guarde o Cartão de Jogo do concurso, que sai aos domingos entre 9 de Novembro e 14 de Dezembro, e use-o para ganhar prémios imediatos, prémios semanais ou o prémio final.



Record
www.record.pt



CONCURSO ANIVERSÁRIO RECORD

COMECE A TORCER POR SI.

Nos 54 anos do Record vamos torcer por si também. Guarde o Cartão de Jogo do concurso, que sai aos domingos entre 9 de Novembro e 14 de Dezembro, e use-o para ganhar prémios imediatos, prémios semanais ou o prémio final.



Record
www.record.pt

IMPRESA / CAMPANHA SHORTLIST

TÍTULO: RECORD 54 ANOS | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RECORD | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA
 | DIRECTOR DE ARTE: NUNO TRISTÃO | REDACTOR: NUNO SILVA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ON SHOT | PRODUTORA DE FOTOGRAFIA:
 NAIR MONTEIRO | DATA DE INSERÇÃO: 15/01/2004



IMPRENSA / CAMPANHA SHORTLIST

TÍTULO: RI-TE, RI-TE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO BIDARRA | DIRECTOR DE ARTE: JOAQUIM PENA | REDACTOR: PEDRO BIDARRA | DATA DE INSERÇÃO: SETEMBRO 2003

IMPrensa — MELHOR FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA

LAND OF FOOTBALL | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: ICEP

PARKING EURO 2004 | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: HYUNDAI



IMPRESA / MELHOR FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA

TÍTULO: LAND OF FOOTBALL | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: ICEP | DIRECTOR CRIATIVO: PAULO MONTEIRO | DIRECTOR DE ARTE: PAULO MONTEIRO/RUI FURTADO | REDACTOR: CARLOS LUZ/ NUNO LOUÇÃO

www.hyundai.pt



HYUNDAI. A ÚNICA MARCA AUTOMÓVEL
PATROCINADORA DO EURO 2004™



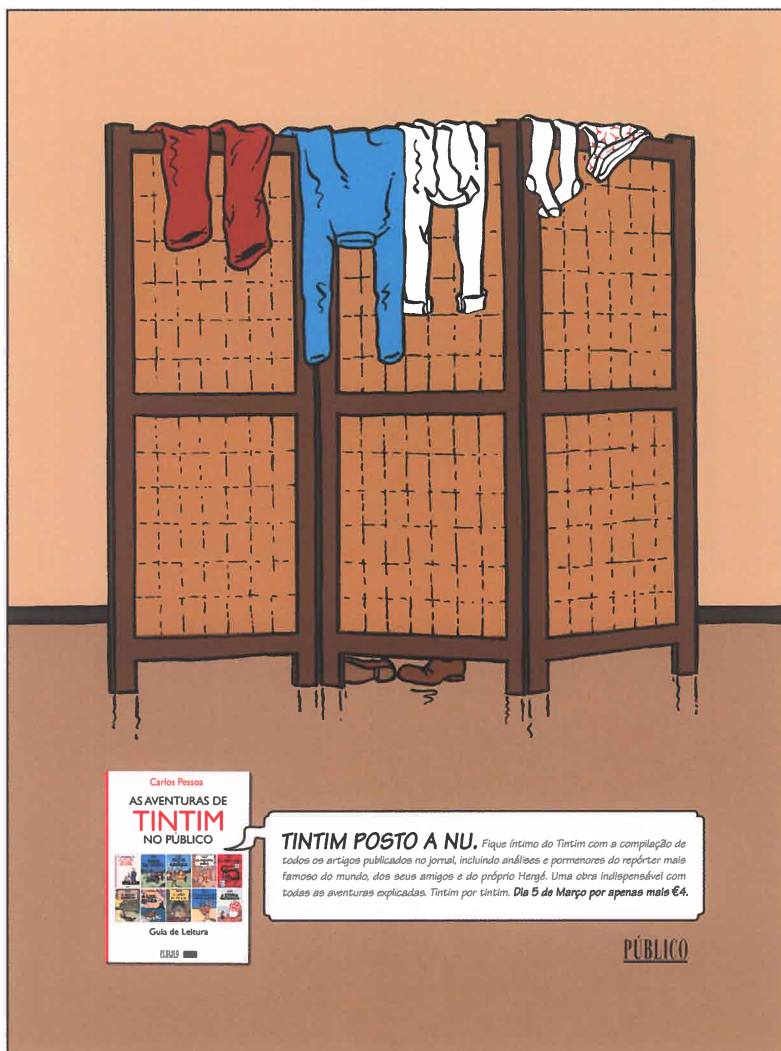
IMPRENSA / MELHOR FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA

TÍTULO: PARKING EURO 2004 | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: HYUNDAI | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA/JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MARIO TOSCANI | RETOQUE DIGITAL: MARIO TOSCANI | DATA DE INSERÇÃO: 20/04/2004

IMPrensa — MELHOR ILUSTRAÇÃO

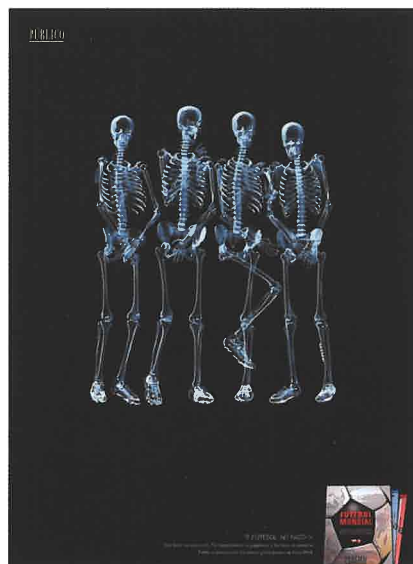
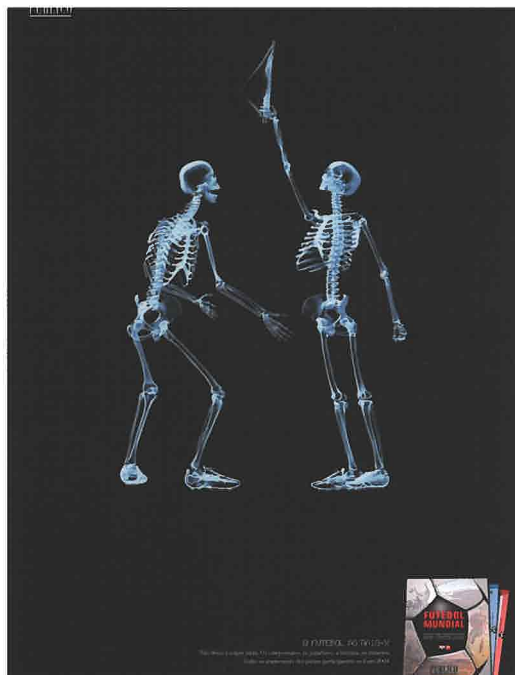
RAIO X | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — MELHOR ILUSTRAÇÃO

POSTO A NU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO



IMPRENSA / MELHOR ILUSTRAÇÃO

TÍTULO: POSTO A NU | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÔNIMO/ANDRÉ MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: JOAQUIM PENA | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ANDRE KANO | DATA DE INSERÇÃO:
MARÇO 2004



IMPRENSA / MELHOR ILUSTRAÇÃO

TÍTULO: RAIOS X | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÔNIMO/ANDRÉ MOREIRA | DIRECTOR DE ARTE: DIOGO VIEIRA DE MELLO | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: PLATINUM | DATA DE INSCRIÇÃO: MARÇO 2004

IMPrensa — Melhor Copy

CAMPAÑA SUMÓLICOS FC | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: SUMOL
PORSCHE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: EXTRUSÃO

Nasceu o Sumólicos Futebol Clube



Acaba de nascer o clube onde o sabor a vitória vai ser uma constante neste campeonato.

As principais contratações já foram feitas – Deco, Tiago e Ricardo.

Fontes próximas confirmam, por outro lado, a grande adesão de sócios que se tem feito sentir em Portugal. "Também quero ser sumólico!!!" - gritava à saída da conferência de imprensa de apresentação do clube uma criança de mão dada à mãe. Esta é a prova irrefutável deste fenómeno.

Se ainda não és sócio apressa-te. Este clube compensa bem os seus apoiantes. Não basta seres simpatisante, é preciso fazeres alguma coisa. Começa por comprar uma lata ou garrafa Sumol e apreciar as novas contratações na cena do futebol português enquanto saboreias a tua bebida. Depois, caso queiras fazer parte de uma equipa que dá o litro e que nunca baixa os braços quando o objectivo são os golos, basta entrares em www.sumolicosfc.com e registar-te.

Não custa nada e ainda podes ganhar inúmeros prémios. Entra em campo com esta promoção. Os golos estão à tua espera.

UNIDOS PELO SISTEMA



Deco, Ricardo e Tiago, os rostos visíveis do SUMÓLICOS FC, pronunciaram-se esta semana, em conferência de imprensa, sobre o "sistema do sabor". Interrogados pelos jornalistas se o SUMÓLICOS FC é uma equipa beneficiada pelo "sistema", os três jogadores foram claros nas respostas: «Claro que sim! A nossa equipa faz parte do sistema do sabor. O nosso objectivo é dar golos e, por isso, agimos com método. Estamos sistematicamente a beber Sumol. Sempre que abrimos uma lata é difícil não dar um golinho. É um gesto maquinal, sistemático, e que se repete até à última gota. É mais forte do que nós».

Os três jogadores foram ainda mais longe ao afirmar: «Não temos medo da pressão. Gostamos de bebidas com gás. E depois, não estamos sozinho. Temos recebido muitas manifestações de sumolidariedade de todos os sumólicos que nos visitam em www.sumolicosfc.com». Estas afirmações mereceram o aplauso dos adeptos e do público presente, que, de lata erguida, entoaram o hino do SUMÓLICOS FC.

À porta da conferência uma multidão de Sumólicos gritava «Sumos pelo sistema! Sumos pelo sistema!», enquanto aguardava a saída dos jogadores.



IMPRENSA / MELHOR COPY

TÍTULO: CAMPANHA SUMÓLICOS F.C. | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: SUMOL | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: MARCELO MEDEIROS/RICARDO GASPAR | REDACTOR: EDUARDO BORGES/JOAQUIM ROCHA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: SAIS DE PRATA | DATA DE INSCRIÇÃO: 01/01/2004

[illegible]

— 20 —

Ⓒ Ⓒ

TÍTULO: PORSCHE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: EXTRUSÃO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÔNIMO/ANDRÉ MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: ANDRÉ MOREIRA | REDACTOR: NUNO JERÔNIMO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: SAIS DE PRATA | DATA DE
INSERÇÃO: MARÇO 2004

IMPrensa — MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

PINBALL | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO — MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

MOVIMENTO | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO

20 ANOS — RUANDA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI

20 ANOS — TCHECHENIA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI

20 ANOS — ZAIRE | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI



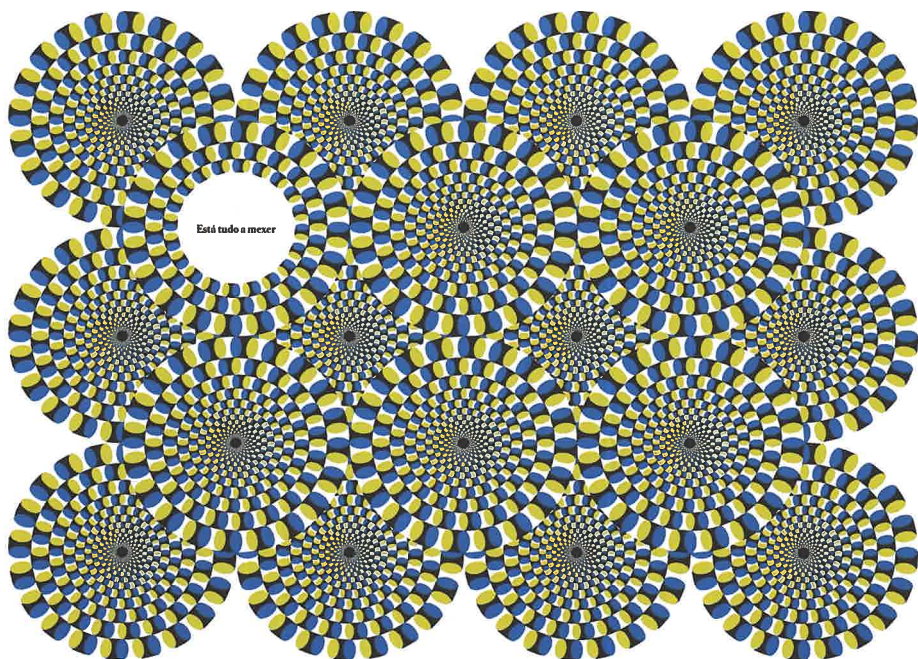
154cy prontos para a aventura.

IMPRENSA / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: PINBALL | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: ENTREPOSTO | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO MORAIS LEITÃO | DIRECTOR DE ARTE:

DIOGO VIEIRA DE MELLO | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: PLATINUM | RETOQUE DIGITAL: PLATINUM | DATA DE

INSERÇÃO: MARÇO 2004



No domingo, o Público oferece-lhe o caderno político do e-U. Não fique parado, a universidade já está a mexer.

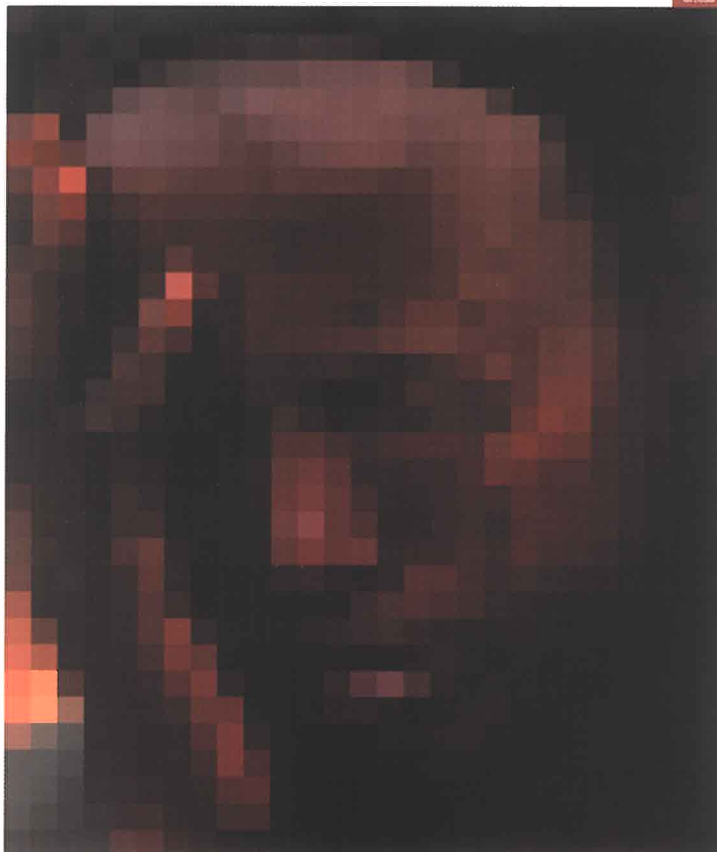


IMPRENSA / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: MOVIMENTO | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÓNIMO/ANDRÉ MOREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: DIOGO VIEIRA DE MELLO | REDACTOR: NUNO CARDOSO | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: ON SHOT | DATA DE INSCRIÇÃO:
DEZEMBRO 2003

AMÍ 20 ANOS A ENFRENTAR UM MUNDO QUE NINGUÉM QUER VER.

Hoje 20 anos a Associação Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere não ver. Porque é demasiado violento, demasiado rápido, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fome, das catástrofes naturais em países longínquos mas é também o mundo da exclusão social ao vir de espaldas da nossa casa. Com os nossos voluntários a caminhar juntos temos feito história e construído futuro. Com os nossos voluntários a caminhar juntos vamos continuar a lutar por mais vinte anos.



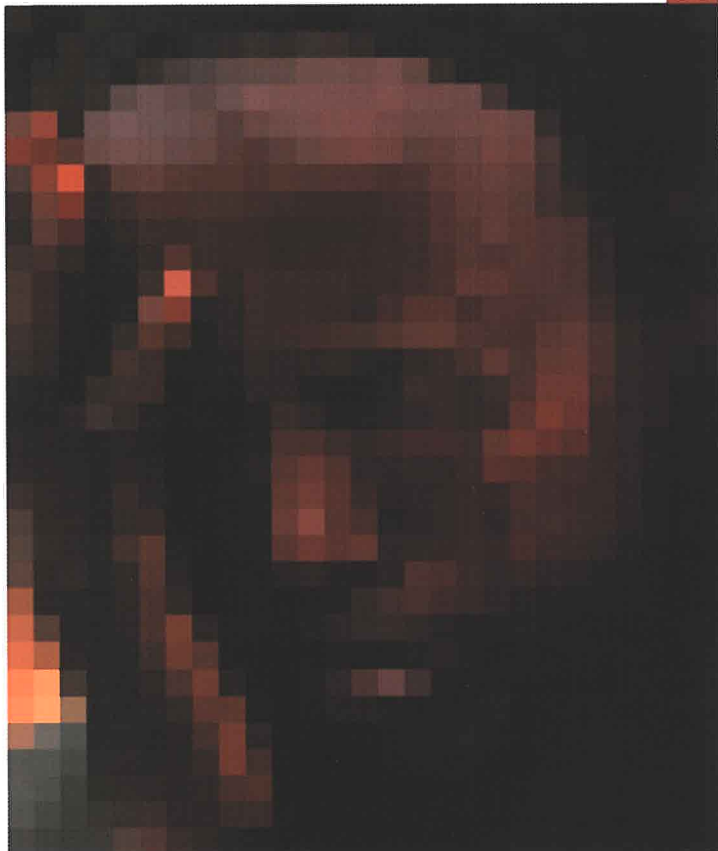
Gratuito em publicidade nos MB (até 10/10/11) PT/USD/AR

IMPRENSA / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: 20 ANOS - RUANDA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI | DIRECTOR CRIATIVO: JUDITE MOTA / PEDRO FERREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MAGNUM PHOTOS | DATA DE INSCRIÇÃO:
01/02/2004

AMI: 20 ANOS A ENFRENTAR UM MUNDO QUE NINGUÉM QUÊR VER

Há 20 anos a Associação Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere não ver. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fomes, das catástrofes naturais em países brigueiros mas é também o mundo da exclusão social ao virar da esquina da nossa casa. Com os médicos voluntários e com a sua ajuda temos hoje história a construir juntos. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda vamos continuar a lutar-lo por mais vinte anos.



Óptico do Hospital de São João

IMPRENSA / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: 20 ANOS - TCHECHENIA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI | DIRECTOR CRIATIVO: JUDITE MOTA / PEDRO FERREIRA | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MAGNUM PHOTOS | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004

AMÍ 20 ANOS A ENFRENTAR UM MUNDO QUE NINGUÉM QUER VER.

Hoje 20 anos a Assistência Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere não ver. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fome, das catástrofes naturais em países longínquos mas é também o mundo do exclusão social ao vir da esquina da nossa casa. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda temos feito história e construído futuro. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda vamos continuar a lutar por mais vinte anos.

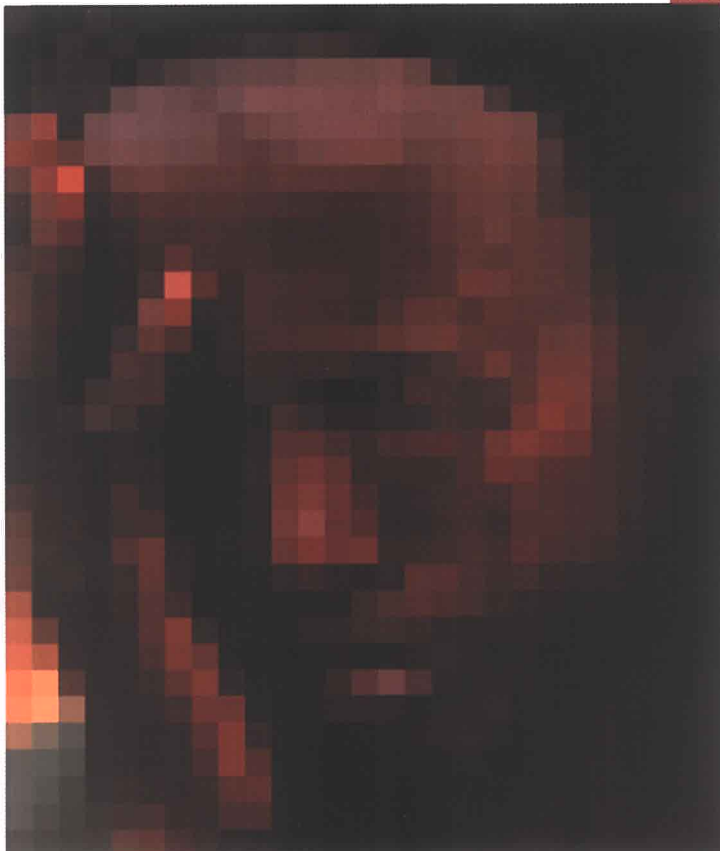


Imagem em transparência para Web (1024x1024 pixels)

IMPRENSA / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: 20 ANOS - ZAIRE | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI | DIRECTOR CRIATIVO: JUDITE MOTA / PEDRO FERREIRA |

DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MAGNUM PHOTOS | DATA DE INSERÇÃO:

01/02/2004

OUTDOOR

OUTDOOR — ANÚNCIOS

TRANSPARENTE | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: HEINZ — OURO

TRABALHO E LAZER | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT — PRATA

CAMERA DE VIDEO - LEAD | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC — BRONZE

LABIRINTO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: NESTLÉ — BRONZE

TORNADO | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC — BRONZE

BIG BROTHER - CAMERA | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: TVI — SHORTLIST

FETICHE | AGÊNCIA: STRAT | ANUNCIANTE: SUPER BOCK — SHORTLIST

PÉ | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE — SHORTLIST

REFLORESTAÇÃO | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: SUMOL — SHORTLIST



OUTDOOR +++

TÍTULO: TRANSPARENTE | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: HEINZ | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE: MARIA JOÃO ANDRADE | REDACTOR: GONÇALO VIANA



1 - Este outdoor era colado de 2ª feira até 6ª feira.



2 - No fim-de-semana, era substituído por este.

OUTDOOR ++

TÍTULO: TRABALHO E LAZER | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE: ANDRÉ KIRKELIS | REDACTOR: OCTAVIO SCHIAVON



(vista da frente)



(vista lateral)

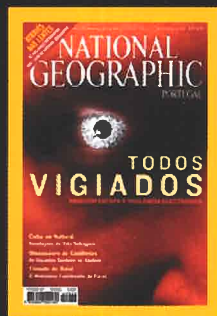
Este outdoor é lenticular. Consoante o ângulo de onde se olha,
a câmara mexa-se e vigia quem o olha.

OUTDOOR ++

TÍTULO: BIG BROTHER - CAMERA | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: TVI | DIRECTOR CRIATIVO: JORGE TEIXEIRA | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO BEXIGA | REDACTOR: MARCELO LOURENÇO | FOTOGRAFIA: PICTO (FRANCISCO PRATA) | DATA DE INSERÇÃO: -



SORRIA, ESTÁ A SER VIGIADO.
Conheça o admirável mundo novo da vigilância no séc. XXI.



OUTDOOR +

TÍTULO: CÂMARA DE VÍDEO | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: LUÍS MOREIRA | REDACTOR: NUNO LEAL | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MÁQUINA INVISÍVEL | PRODUTOR DE FOTOGRAFIA: NAIR MONTEIRO | DATA DE INSERÇÃO: 10/12/2003
O OUTDOOR TINHA UMA T2 INTERMITENTE SEMPRE ANDO UMA CÂMARA DE VÍDEO



Labirinto KitKat: um poster foi colocado numa paragem de autocarro no vidro onde não há publicidade. Trata-se de um labirinto impossível e, acreditem ou não, pessoas esperaram pelo próximo autocarro para terminar o labirinto.

OUTDOOR +

TÍTULO: LABIRINTO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: NESTLÉ | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: JOSÉ CARLOS FONSECA | REDACTOR: LIBER MATTEUCCI | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: JOSÉ C. FONSECA | DATA DE INSERÇÃO: 01/04/2003



OUTDOOR +

TÍTULO: TORNADO | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE MOTA | DIRECTOR DE ARTE: JOANA LARANJEIRO | REDACTOR: ANA SIMÕES / TERESA PINTO LEITE | FOTOGRAFIA/ ILUSTRADOR: NG | PRODUTORA DE FOTOGRAFIA: NAIR MONTEIRO | DATA DE INSERÇÃO: D 10/01/2004

Fetiche.



Seja responsável. Beba com moderação.

Super Bock Stout.

www.superbock.pt



OUTDOOR SHORTLIST

TÍTULO: FETICHE | AGÊNCIA: STRAT | ANUNCIANTE: UNICER | DIRECTOR CRIATIVO: HÉLDER PEREIRA / ANTÓNIO LANDEIRO | DIRECTOR DE ARTE: RICARDO ALVES | REDACTOR: PEDRO VIEIRA | PRODUÇÃO FOTOGRAFICA: JOANA AMORIM | FOTOGRAFIA: SAIS DE PRATA | PÓS PRODUÇÃO: FILIPE SANTOS | DATA DE INSERÇÃO: JANEIRO 2004

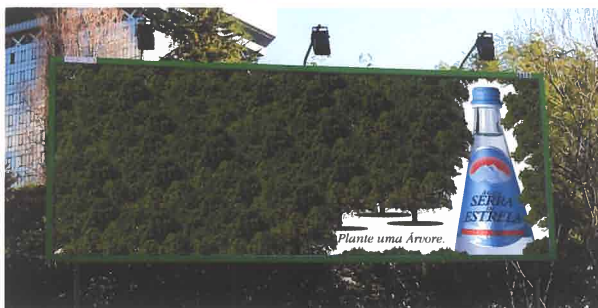
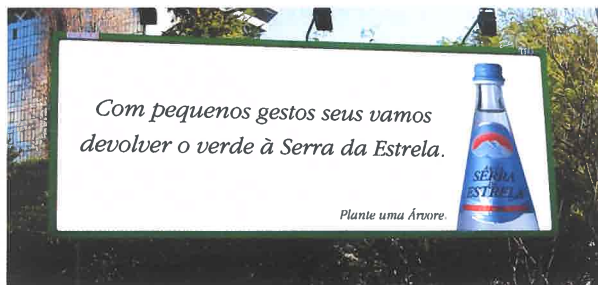
Vodafone
Kit Mãos Livres
€79,90



How are you?

OUTDOOR SHORTLIST

TÍTULO: PÉ | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: VODAFONE | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: CARLOS DIAS | REDACTOR: JOÃO OLIVEIRA | DATA DE INSCRIÇÃO: 20/02/2004



OUTDOOR SHORTLIS

TÍTULO: REFLORESTAÇÃO | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: SASSEL - ÁGUA SERRA DA ESTRELA | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES |
DIRECTOR DE ARTE: ANA PINHAL | REDACTOR: LÚCIO ABRUNHOSA | FOTOGRAFO: PICTO | DATA DE INSERÇÃO: 26/08/2003

OUTDOOR — CAMPANHA

ESPONJAS E ESPONJÃO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — BRONZE



OUTDOOR / CAMPANHA

TÍTULO: ESPONJAS E ESPONJÃO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DIRECTOR DE ARTE: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: DEZEMBRO 2003

OUTDOOR — POSTER / CARTAZES

PRESUNTO | AGÊNCIA: DDB LISBOA | ANUNCIANTE: LACTOGAL — PRATA

BIG BROTHER -WC | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: TVI — BRONZE

NOZ | AGÊNCIA: DDB LISBOA | ANUNCIANTE: LACTOGAL — BRONZE

CARTA FORA DO BARRALHO | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: BBDO — SHORTLIST

CORES | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT — SHORTLIST

INSPIRA-SE | AGÊNCIA: MAISMERCADO, SERV. DE PROM. E VENDA | ANUNCIANTE: NOKIA — SHORTLIST

PIT STOP | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT — SHORTLIST

VELHO | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT — SHORTLIST

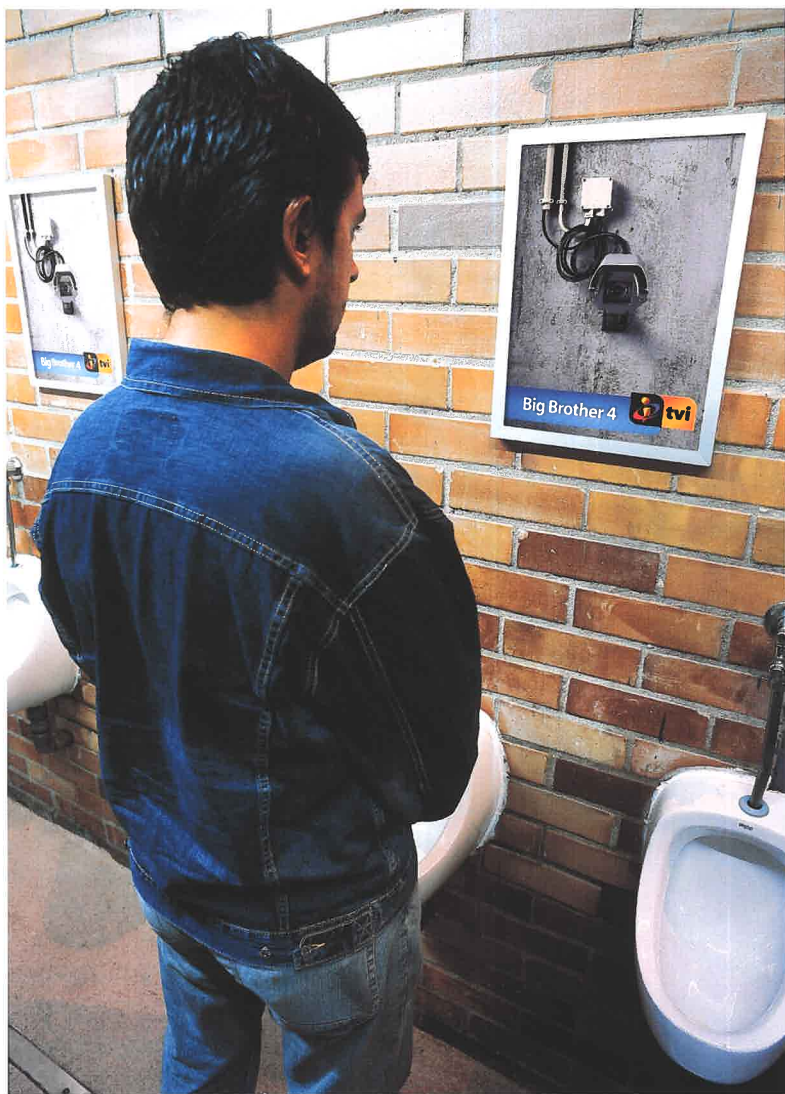


Queijo com pedaços de presunto.

GRESSO®
Gourmet

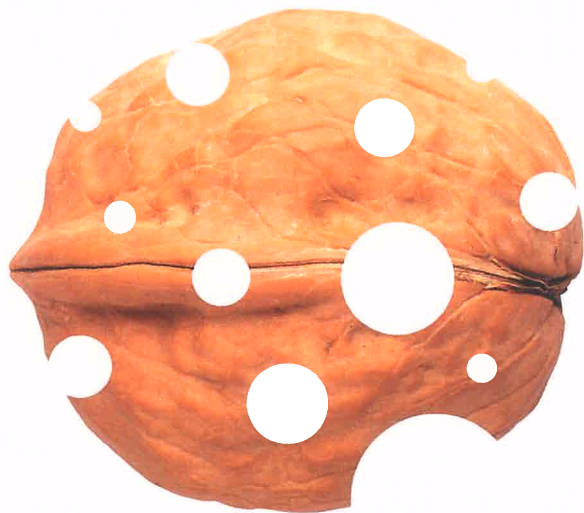
OUTDOOR / POSTER / CARTAZ ++

TÍTULO: PRESUNTO | AGÊNCIA: DDB LISBOA | ANUNCIANTE: LACTOGAL | DIRECTOR CRIATIVO: DUARTE PINHEIRO DE MELO | DIRECTOR DE ARTE: DUARTE PINHEIRO DE MELO / MARCO DIAS | REDACTOR: TOMÁS MAYER | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MÁQUINA INVISÍVEL | DATA DE INSERÇÃO: 11/2003



OUTDOOR / POSTER / CARTAZ +

TÍTULO: BIG BROTHER - WC | AGÊNCIA: EURO RSCG MRT | ANUNCIANTE: TVI | DIRECTOR CRIATIVO: JORGE TEIXEIRA | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO BEXIGA | REDACTOR: MARCELO LOURENÇO | FOTOGRAFIA: PICTO (FRANCISCO PRATA) | DATA DE INSERÇÃO: -



GRESSO
Gourmet

Queijo com pedaços de nozes.



OUTDOOR / POSTER / CARTAZ +

TÍTULO: NOZ | AGÊNCIA: DOB LISBOA | ANUNCIANTE: LACTOGAL | DIRECTOR CRIATIVO: DUARTE PINHEIRO DE MELO | DIRECTOR DE ARTE: DUARTE PINHEIRO DE MELO / MARCO DIAS | REDACTOR: TOMÁS MAYER | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MÁQUINA INVISÍVEL | DATA DE INSCRIÇÃO: 11/2003

PROCURAMOS

descobrir quem tem o que é preciso, quem espera outra coisa que não a coisa que todos esperam. Queremos enfim alguém capaz de decifrar esta carta. Não precisa

A BBDO procura futuros publicitários. Para isso, resolvemos fazer a carta do baralho onde todos esperam descobrir o BBDO no ISCTE. Até Maio a retirar até 30 de Abril pelas 15h00. Ou visita www.bbdo.pt.

BBDO

A BBDO procura futuros publicitários. Para isso, resolvemos fazer a carta do baralho onde todos esperam descobrir o BBDO no ISCTE. Até Maio a retirar até 30 de Abril pelas 15h00. Ou visita www.bbdo.pt.

BBDO

PROCURAMOS

descobrir quem tem o que é preciso, quem espera outra coisa que não a coisa que todos esperam. Queremos enfim alguém capaz de decifrar esta carta. Não precisa

OUTDOOR / POSTER / CARTAZ SHORTLIST

TÍTULO: CARTA FORA DO BARALHO | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: BBDO | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO BIDARRA | DIRECTOR DE ARTE: JOAQUIM PENA | REDACTOR: PEDRO BIDARRA | DATA DE INSCRIÇÃO: ABRIL 2003

FIAT



Disponível nas cores:



Os carros de ontem nos dias de hoje.

De 24 a 26 de Outubro no Autódromo do Estoril.



OUTDOOR / POSTER / CARTAZ SHORTLIST

TÍTULO: CORES | AGÊNCIA: LEO BURNETT | ANUNCIANTE: FIAT | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE: TICO
MORAES | REDACTOR: CRISTINA LEÃO | FOTOGRAFIA: HULTON - CASA DA IMAGEM

Inspira-te.

**NOKIA
7600**

Inspirado pela diferença.



A Nokia acaba de lançar um ícone do design: o novo N7600, um telemóvel de 3ª geração inspirado pela diferença. Agora, é a tua vez de criar o futuro das telecomunicações móveis. Inscreve-te no Concurso de Design "4ª Geração Nokia" e desenha o Nokia da próxima geração de telemóveis. O melhor trabalho ganha uma visita ao Museu do Design de Londres, e os 5 primeiros classificados, telemóveis N7600. Inspira-te e participa.

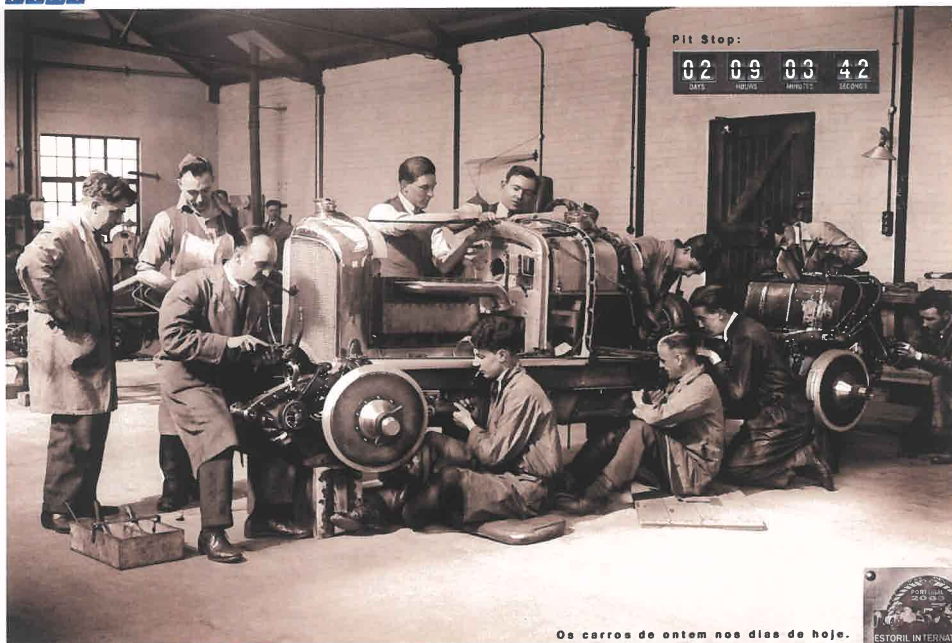
Consulta o regulamento na Associação de Estudantes ou em www.nokia.pt. Data limite de entrega: 10.05.04.

CONCURSO NOKIA
DESIGN

OUTDOOR / POSTER / CARTAZ SHORTLIST

TÍTULO: INSPIRA-SE | AGÊNCIA: MAIS MERCADO, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA | ANUNCIANTE: NOKIA | DIRECTOR CRIATIVO: JORGE COELHO / ANTÓNIO BEZERRA | DIRECTOR DE ARTE: SÓNIA HENRIQUES | REDACTOR: JORGE COELHO | DATA DE INSERÇÃO: 26/01/2004

FIAT



Os carros de ontem nos dias de hoje.

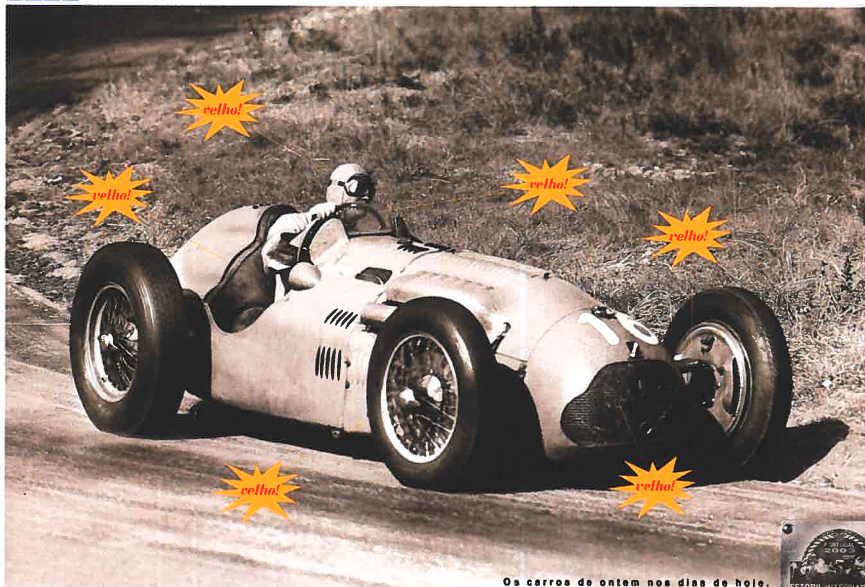
De 24 a 26 de Outubro no Autódromo do Estoril



OUTDOOR / POSTER / CARTAZ SHORTLIST

TÍTULO: PIT STOP | AGÊNCIA: LEO BURNETT LISBON | ANUNCIANTE: FIAT | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE: TICO MORAES | REDACTOR: CRISTINA LEÃO | FOTOGRAFIA: HULTON - CASA DA IMAGEM

FIAT



Os carros de ontem nos dias de hoje.
De 24 a 26 de Outubro no Autódromo do Estoril.



OUTDOOR / POSTER / CARTAZ SHORTLIST

TÍTULO: VELHO | AGÊNCIA: LEO BURNETT LISBON | ANUNCIANTE: FIAT | DIRECTOR CRIATIVO: ALEXANDRE OKADA | DIRECTOR DE ARTE:
TICO MORAES | REDACTOR: CRISTINA LEÃO | FOTOGRAFIA: HULTON - CASA DA IMAGEM

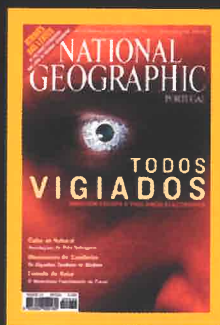
OUTDOOR — MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

CÂMARA DE VÍDEO | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC

POSTER MERRELL - TRANSPIRAÇÃO | AGÊNCIA: HOT PUBLICIDADE | ANUNCIANTE: MERRELL



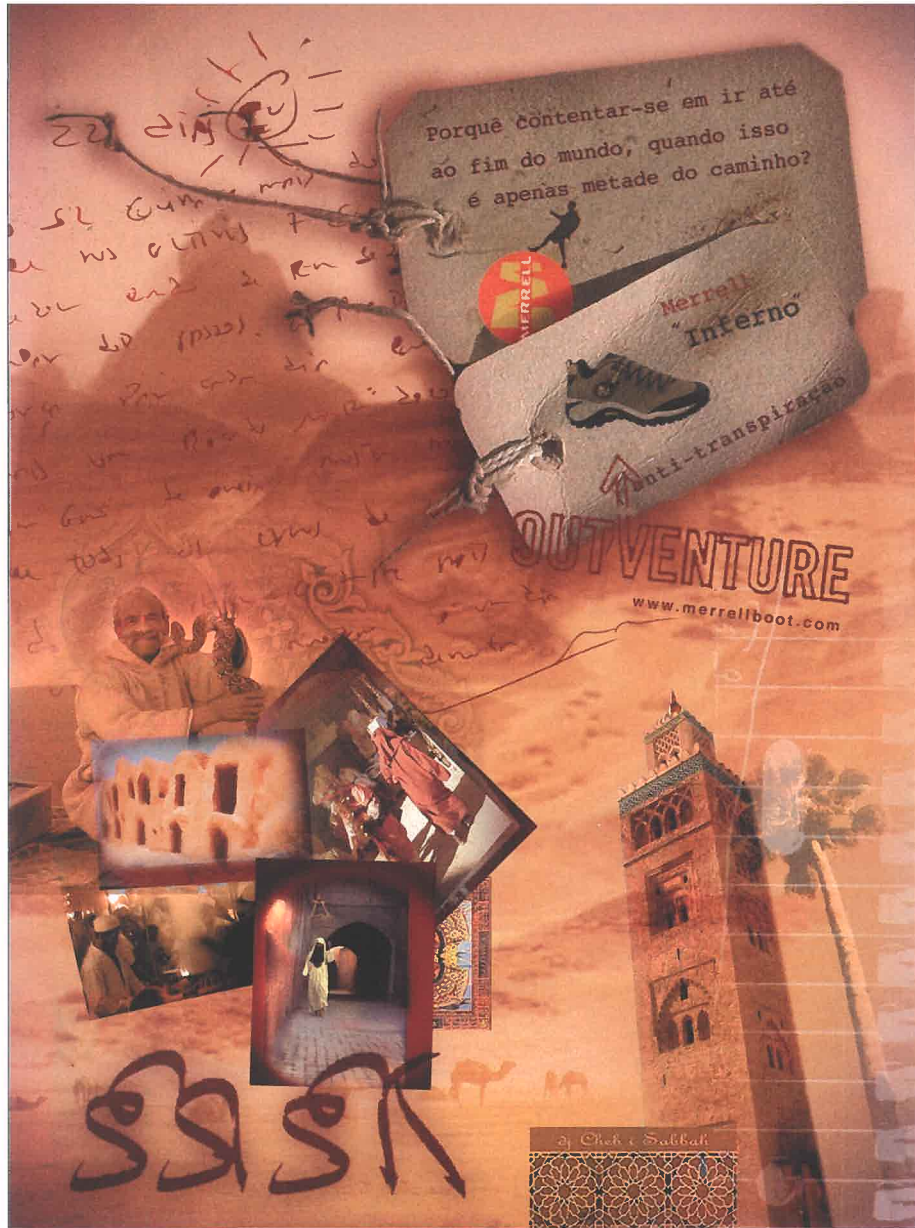
SORRIA, ESTÁ A SER VIGIADO.
Conheça o admirável mundo novo da vigilância no séc. XXI.



OUTDOOR / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: CÂMERA DE VÍDEO - LED | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: NATIONAL GEOGRAPHIC | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO FERREIRA / JUDITE NOTA | DIRECTOR DE ARTE: LUÍS MOREIRA | REDACTOR: NUNO LEAL | FOTOGRAFIA / ILUSTRADOR: MÁQUINA INVISÍVEL | PRODUTORA DE FOTOGRAFIA: NAIR MONTEIRO | DATA DE INSERÇÃO: 10/12/2003

O OUTDOOR TINHA UMA LUZ INTERMITENTE, SIMULANDO UMA CÂMERA REAL.
THE OUTDOOR HAD A BLINKING LED LIGHT SIMULATING A REAL CAMERA.



OUTDOOR / MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

TÍTULO: POSTER MERRELL-TRANSPIRAÇÃO | AGÊNCIA: HOT PUBLICIDADE | ANUNCIANTE: MERRELL | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO MADEIRA |
DIRECTOR DE ARTE: JOÃO MADEIRA | REDACTOR: CARLOS DIAS | DATA DE INSERÇÃO: 23/12/2003

OUTDOOR — PUBLICIDADE MULTIBANCO

NÃO FORAM ATRIBUÍDOS PRÉMIOS

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



RENAULT

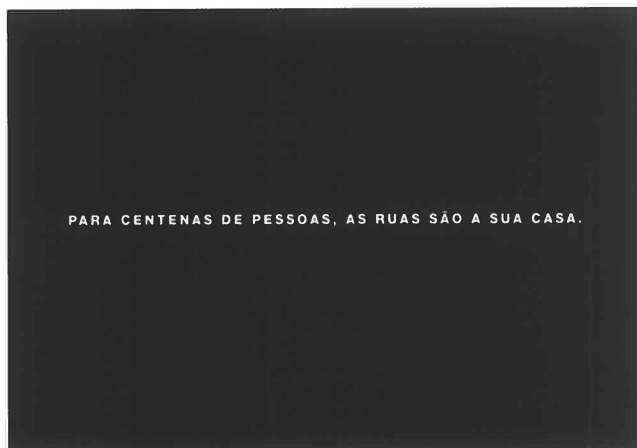
CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO — TELEVISÃO

RUAS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: EXÉRCITO DE SALVAÇÃO — PRATA

RESTAURANTE | AGÊNCIA: TANGERINA AZUL | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA — BRONZE

20 ANOS - URBANO | AGÊNCIA: BARES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI

PASSADEIRA | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: APPDA



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / TELEVISÃO ++

TÍTULO: RUAS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: EXÉRCITO DE SALVAÇÃO | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO MAGALHÃES | REDACTOR: RUI SOARES | PRODUTORA DE IMAGEM: SYNC | REALIZADOR: RUI SOARES/PEDRO
MAGALHÃES | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA DE INSERÇÃO: 01/04/2003



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / TELEVISÃO ++

TÍTULO: RESTAURANTE | AGÊNCIA: YOUNG & RUBICAN | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA | DIRECTOR CRIATIVO: ALBANO HOMEM DE MELO | DIRECTOR DE ARTE: ANDRÉ MOREIRA | REDACTOR: JOSÉ RICARDO MONTEIRO | PRODUTORA: TANGERINA AZUL | REALIZADOR: GIDEON NEL | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | FOTOGRAFIA: ALBANO HOMEM DE MELO | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO: CEE | DATA DE INSERÇÃO: 03/06/2003

"RESTAURANTE"

EMP. 1: O MEU PEDIDO DA 67

EMP. 2: SAI COLESTEROL REFORÇADO PARA A MESA 10!

EMP.1: UMA DE HIPERTENSÃO PARA A 4.

EMP. 2: MAIS DIABETES PARA O BALCÃO... PASSA A 2!

EMP.1: OLHA AQUI O ATAQUE CARDÍACO COM OVO A CAVALO.

EMP.2: E ESSE ENFARTE DE MIOCÁRDIO BEM PASSADO, É PARA HOJE OU PARA AMANHÃ?

VOZ DE COMPANHIA: DE FACTO, O QUE COME É MUITAS VEZES FATAL PARA A SUA SAÚDE. NÃO MORRA PELA BOCA. SIGA A RECEITA DA FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA. CUIDE DA SUA ALIMENTAÇÃO E DO SEU BEM-ESTAR.

PORTUGUESE HEART FOUNDATION

WAITER 1: WHERE'S THE ORDER FOR TABLE 67

WAITER 2: THERE IT GOES: ONE REINFORCED CHOLESTEROL FOR TABLE 10!

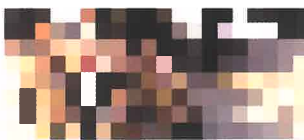
WAITER 1: ONE HIGH BLOOD PRESSURE FOR TABLE 4.

WAITER 2: MORE DIABETES AT THE COUNTER... GIVE ME NUMBER 2!

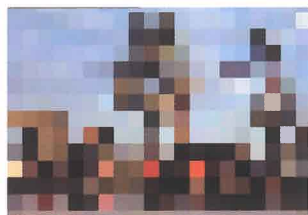
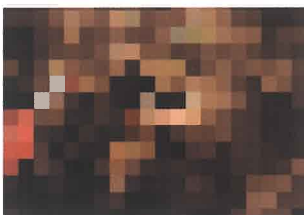
WAITER 1: HERE, ONE HEART ATTACK WITH EGG SUNNY SIDE UP.

WAITER 2: WHAT ABOUT THAT CORONARY HEART DISEASE, IS IT FOR TODAY OR TOMORROW?

VOICE OFF: THE FACT IS: WHAT YOU EAT CAN OFTEN BE DEADLY TO YOUR HEALTH. DON'T LET YOUR APPETITE KILL YOU. FOLLOW THE ADVICE OF THE PORTUGUESE HEART FOUNDATION. BE HEALTHY. YOUR LIFE DEPENDS ON IT.



AMI. Há 20 anos a enfrentar um mundo
que ninguém quer ver.



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / TELEVISÃO SHORTLIST

TÍTULO: 20 ANOS – URBANO | AGÊNCIA: BATES RED CEL | ANUNCIANTE: AMI | DIRECTOR CRIATIVO: JUDITE MOTA / PEDRO FERREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | PRODUTORA DE IMAGEM: ZOO FILMES | RTV: CRISTINA PRAYCEI /
NAIR MONTEIRO | REALIZADOR: JOSÉ SACRAMENTO | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | BANDA SONORA: INDIGO | PÓS-PRODUÇÃO VÍDEO:
INGREME | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / TELEVISÃO SHORTLIST

TÍTULO: PASSADEIRA | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: APPDA | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO PIRES | DIRECTOR DE ARTE: MAFALDA DINIZ
| COPY: NUNO GASPAR | PRODUTORA DE IMAGEM: KRYPTON | RTV: ANA RONDÃO | REALIZADOR: FRED OLIVEIRA | DIRECTOR DE
FOTOGRAFIA: ANDRÉ SZANKOWSKY | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA DE INSERÇÃO: 20/01/2004

UM RAPAZ E UM CEGO ATRAVESAM UMA PASSADEIRA. AO CONTRÁRIO DO QUE A LOCUÇÃO NOS LEVA A PENSAR, SÓ NO FIM PERCEBEMOS QUE É O CEGO QUE ESTÁ A AJUDAR O RAPAZ, ALERTANDO PARA O FACTO DAS PESSOAS AUTISTAS PASSAREM DESPERCEBIDAS MAS TAMBÉM PRECISAREM DA NOSSA ATENÇÃO.

APPDA "CROSSWALK"

A BOY AND A BLIND MAN ARE CROSSING A CROSSWALK. FROM THE VOICE OVER ONE WOULD BE LED TO BELIEVE THAT THE BOY IS HELPING THE BLIND MAN. BUT, AS THE TWIST IS REVEALED WE UNDERSTAND THAT ACTUALLY IT WAS THE BLIND MAN THAT WAS HELPING THE BOY TO CROSS. THE INTENTION IS TO SHOW THAT MOST OF THE TIMES WE ARE UNAWARE OF AUTISTIC PEOPLE, STILL, THEY NEED OUR HELP.

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO — IMPRENSA

JOSÉ, NUNO E ISABEL | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON ANUNCIANTE: EXÉRCITO DE SALVAÇÃO — OURO

20 ANOS - ANGOLA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI — PRATA

20 ANOS - QUITO | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI — PRATA

20 ANOS - RUANDA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI — PRATA

20 ANOS - TCHECHENIA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI — PRATA

20 ANOS - ZAIRE | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI — PRATA

PLANTAS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: EXÉRCITO DE SALVAÇÃO — BRONZE

CUIDADO COM O MARIDOL | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON ANUNCIANTE: APAV — SHORTLIST

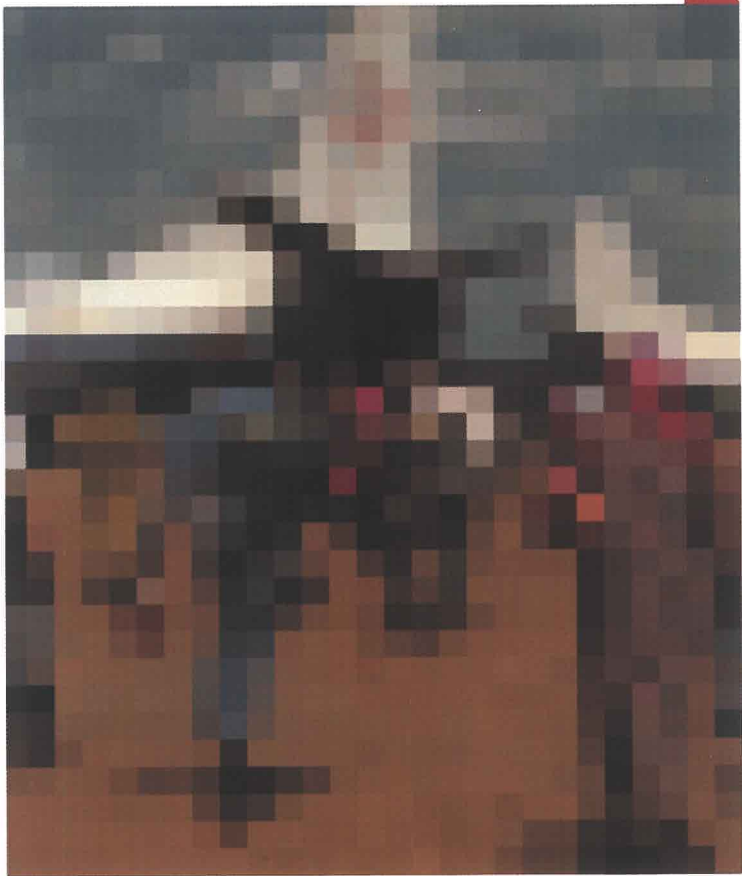


CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / IMPRENSA +++

TÍTULO: JOSÉ, NUNO E ISABEL | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON ANUNCIANTE: EXÉRCITO DE SALVAÇÃO | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO MAGALHÃES | REDACTOR: RUI SOARES | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA: RUI SOARES/PEDRO MAGALHÃES | FOTOGRAFIA: RUI SOARES/PEDRO MAGALHÃES | DATA DE INSERÇÃO: 01/12/2003

AMI HÁ 20 ANOS A AMEALHAR UM MUNDO DEMAGIADO CHOCANTE.

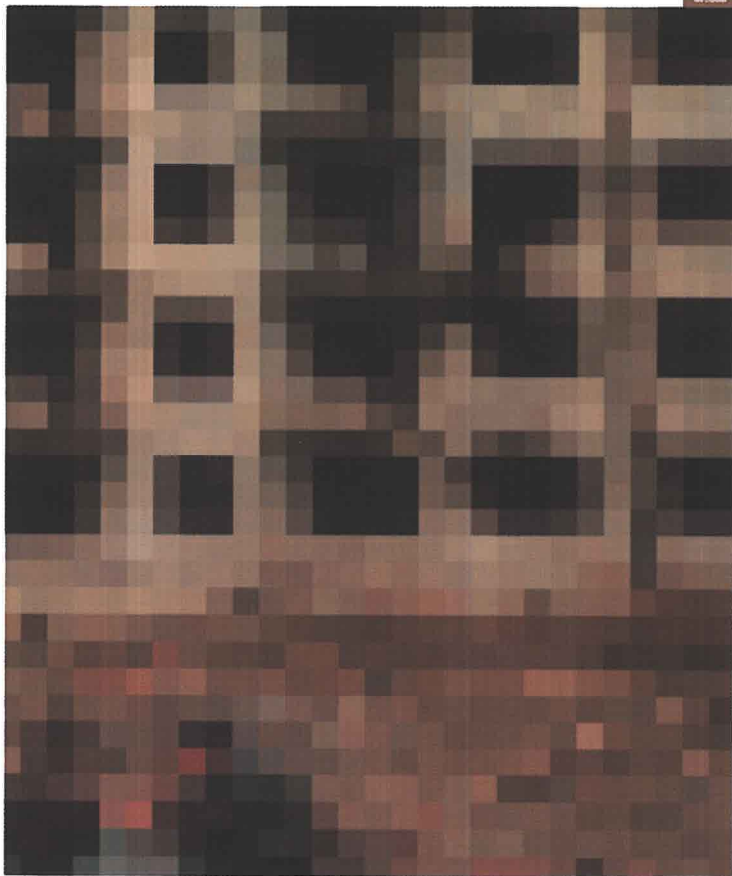
Há 20 anos a Assistência Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere ignorar. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fomes, das catástrofes naturais em países longínquos mas é também o mundo das exclusões sociais ao nível da saúde ou mesmo da vida. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda temos feito história e construído futuro. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda vamos continuar a fazê-lo.



Financiado por: Fundação para a VSB 003/02/14027/19/0000/0

AMI HÁ 20 ANOS A AMENIZAR UM MUNDO DEMASIADO CHOCANTE.

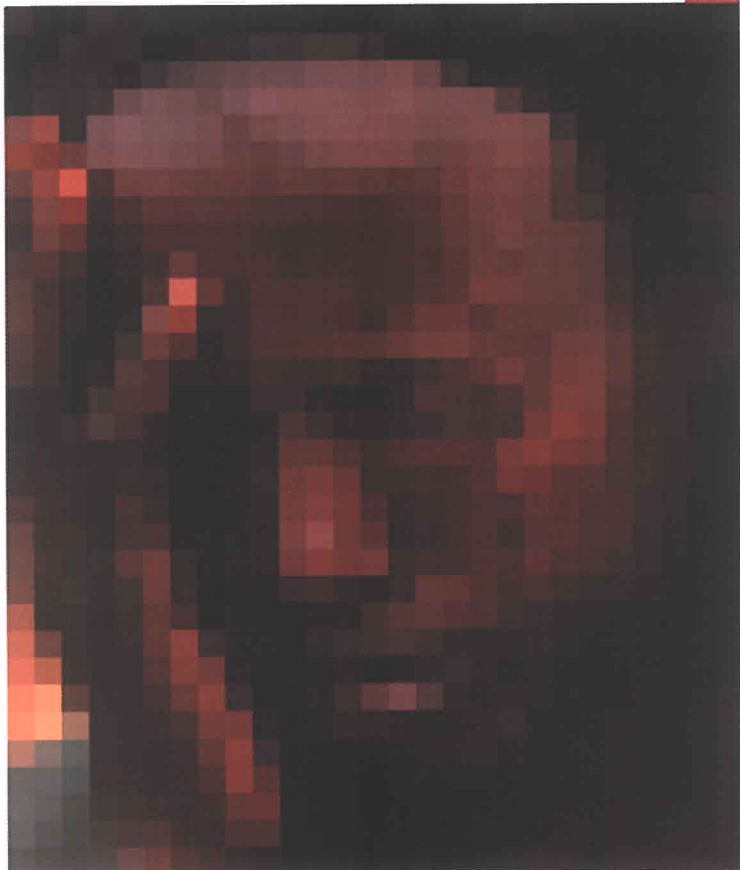
Há 20 anos a Associação Médica Internacional enfrenta um mundo que a missão das pessoas precisa mudar. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fome, dos catástrofes naturais, dos crimes horrendos mas é também o mundo da exclusão social, do VIH, da insegurança da nossa casa. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda sempre temos a capacidade de construir a paz. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda vamos continuar a trabalhar.



Comunicado de imprensa 2013 nº 01/2013/01/2013

AMI NÁ 20 ANOS A ENFRENTAR UM MUNDO QUE NINGUÉM QUER VER.

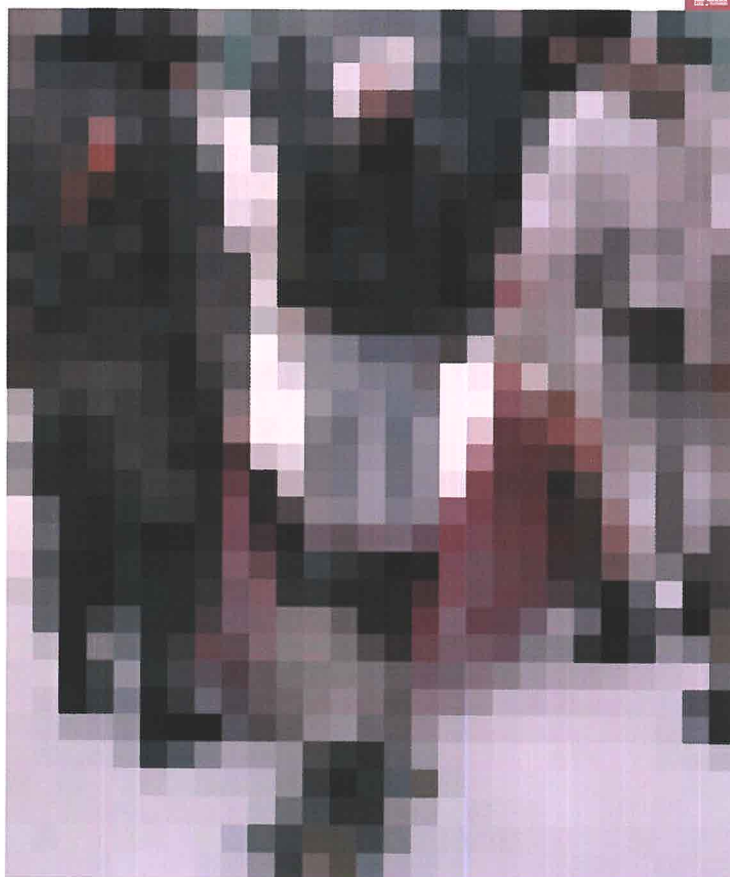
Há 20 anos a Assistência Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere não ver. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fomes, das catástrofes naturais em países frágeis mas é também o mundo da exclusão social ao virar da esquina da nossa casa. Com os nossos voluntários e com a que aqui temos feito história e construímos futuros. Com os nossos voluntários e com a que aqui vamos continuar a fazê-lo por mais vinte anos.



Dependentes por representação para MIB 002 754 7000 7000 7000

AMI NÂ 20 ANOS A AMENIZAR UM MUNDO DEMASIADO CHOCANTE.

Ha 20 anos a Associação Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere ignorar. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fome, das catástrofes naturais em saliente longeuza mas é também o mundo da evolução social ao ver a equidade da nossa causa. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda ignoramos tempo e condições futuras. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda vamos continuar a fazer-lo.



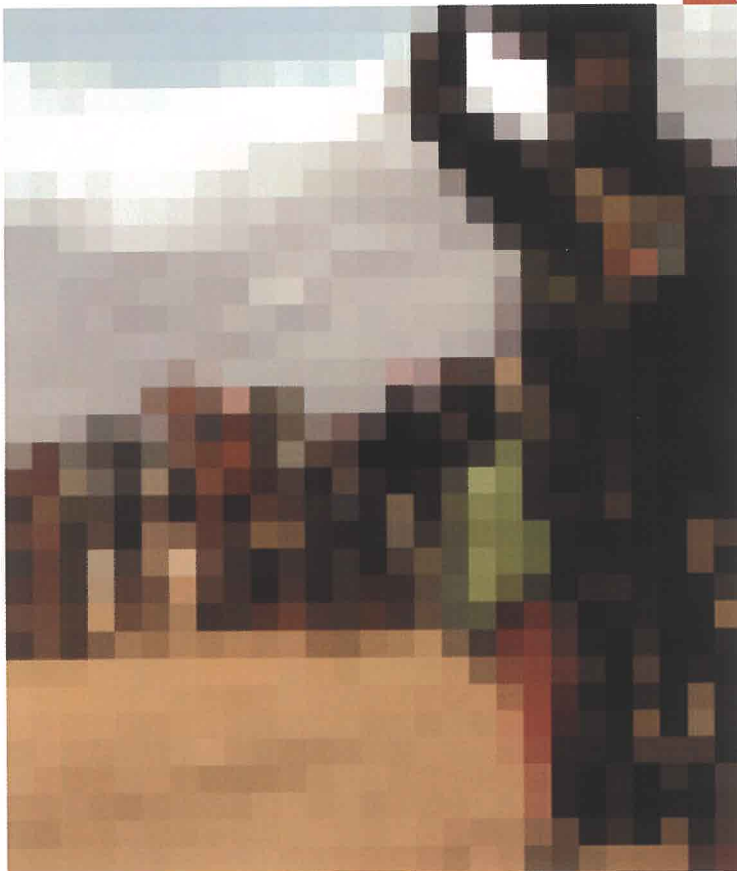
Online do trabalho para Web: 001/01/02/04/05/06/07/08/09

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / IMPRENSA ++

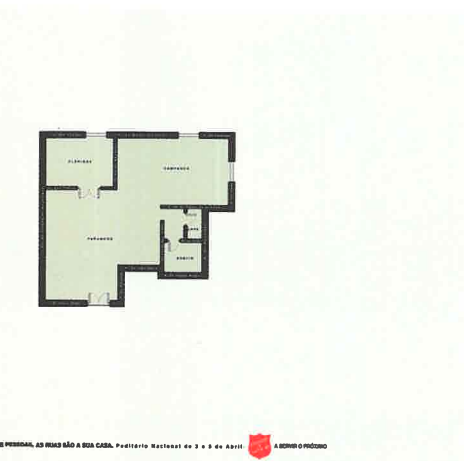
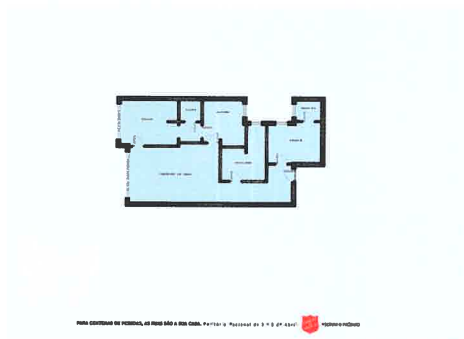
20 ANOS - TCHECHÊNIA | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: AMI | DIRECTOR CRIATIVO: JUDITE MOTA / PEDRO FERREIRA |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FERREIRA | REDACTOR: JUDITE MOTA | FOTOGRAFIA: MAGNUM PHOTOS | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004

AMÍ 20 ANOS A ENFRENTAR UM MUNDO QUE NINGUÉM QUER VER

Hoje 20 anos a Associação Médica Internacional enfrenta um mundo que a maioria das pessoas prefere não ver. Porque é demasiado violento, demasiado injusto, demasiado triste. É o mundo das guerras, das fomes, das catástrofes naturais em países longínquos mas é também o mundo da exclusão social ao virar da esquina da nossa casa. Com os nossos voluntários e com o seu ajuda temos feito história e construído futuros. Com os nossos voluntários e com a sua ajuda vamos continuar a fazê-lo por mais vinte anos.

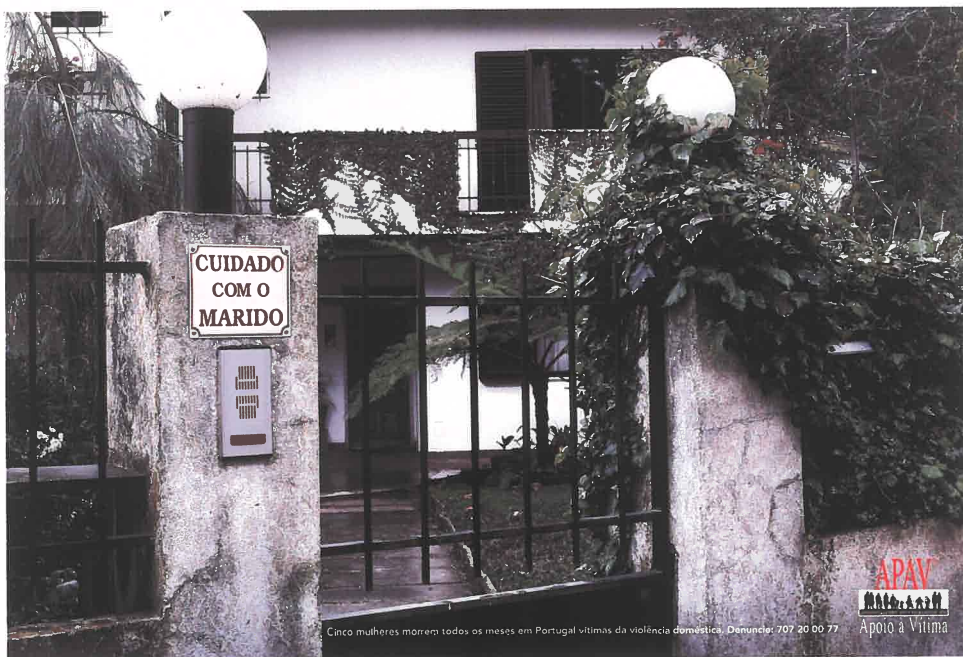


Impressão por transferência para HEB 018/7501/0007/01/01/01/01



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / IMPRENSA +

PLANTAS | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: EXÉRCITO DE SALVAÇÃO | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO |
DIRECTOR DE ARTE: PEDRO MAGALHÃES | REDACTOR: RUI SOARES | DATA DE INSERÇÃO: 01/04/2003



CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / IMPRENSA — SHORTLIST

CUIDADO COM O MARIDO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: APAV | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO |

DIRECTOR DE ARTE: JORGE BARROTE | REDACTOR: GABRIELA HUNNICUTT | FOTOGRAFIA: FRANCISCO PRATA (PCTO) | DATA DE INSCRIÇÃO:

01/05/2003

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO — RÁDIO

JURAMENTO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: APAV — PRATA

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / RÁDIO ++

JURAMENTO | AGÊNCIA: J. WALTER THOMPSON | ANUNCIANTE: APAV | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO ESPÍRITO SANTO | DIRECTOR DE ARTE: JORGE BARROTE | REDACTOR: GABRIELA HUNNICUTT | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | DATA DE INSERÇÃO: 20/11/2003

UMA VOZ MASCULINA DIZ EM PRIMEIRO PLANO:

V.MASC.: EU, ANTÓNIO JOSÉ, PROMETO ESMURRAR-TE E HUMILHAR-TE, ATIRAR-TE AO CHÃO E DAR-TE PONTAPÉS, NOS MOMENTOS DE RAIVA E DE FÚRIA, SEM DÓ NEM PIEDADE, DURANTE TODOS DIAS DA MINHA VIDA. ATÉ QUE A MORTE NOS SEPRE.

NESTE MOMENTO UMA VOZ DE COMPANHIA FEMININA EXPLICA:

V.C.: CINCO MULHERES MORREM TODOS OS MESES EM PORTUGAL VÍTIMAS DE AGRESSÕES. A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA É CRIME PÚBLICO. TODOS TÊM O DEVER DE DENUNCIAR.

25 DE NOVEMBRO. DIA INTERNACIONAL CONTRA A VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES.

APOIO: APAV. ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE APOIO À VÍTIMA.

“VOWS”

WE HEAR A MALE VOICE SAYING:

- I, ANTÓNIO JOSÉ, PROMISE TO PUNCH YOU AND HUMILIATE YOU, THROW YOU ON THE FLOOR AND KICK YOU DURING MY MOMENTS OF ANGER AND FURY, WITH NO PITY OR MERCY, ALL DAYS OF MY LIFE. TILL DEATH DO US PART.

THEN A FEMALE ANNOUNCER EXPLAINS:

- FIVE WOMEN DIE EACH MONTH IN PORTUGAL VICTIMS OF DOMESTIC VIOLENCE. DOMESTIC VIOLENCE IS A PUBLIC RIME. EVERYONE HAS THE DUTY TO DENOUNCE.

NOVEMBER 25. INTERNATIONAL DAY AGAINST THE VIOLENCE AGAINST WOMEN.

SUPPORT: PORTUGUESE ASSOCIATION FOR VICTIM SUPPORT.

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO — OUTRAS ACÇÕES

FACTURA AMI | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: AMI — PRATA

PONHAM-SE A ANDAR | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA — BRONZE

VÃ DAR UMA VOLTA | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA — BRONZE

VÃ PASSEAR | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA — BRONZE

NAMORADOS | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA — SHORTLIST

FESTIVAL "AGITA AGORA" CHEIO DE SURPRESAS

shake

Provocar, Mudar e Contagiar. www.bricing.nl.pt €3,5

The Shake Concept

AMI INTERNATIONAL MEDICAL ASSISTANCE

AMI - Avenida Lúcio 25049-1140 LISBOA CODEX
Rua José Patrocínio, 49 1040-000 LISBOA
TEL: 21 330 21 00 FAX: 21 330 21 00
E-MAIL: amimedicina@nail.telepac.pt
INTERNET: www.hudisco-88a.org

ARTICLE	CASH SALE	EUR
One month food supply for one homeless person at "Porta Mulas" Centre		42,00
Five plastic shelters for homeless people		53,00
One month supply for food for one homeless person		24,00
Emergency medical kits for 1000 people at a refugee camp for one month		375,00
TOTAL	INEXTINGIBLE	

AMI believes that a life is worth. But AMI is not able to know how many people it will help on their mission. That is why AMI don't is so important that is why AMI's help depends on your help.

THANK YOU

ON BEHALF OF EVERY PERSON YOU WILL HELP AMI WISHES YOU A HAPPY CHRISTMAS AND A HAPPY NEW YEAR

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / OUTRAS AÇÕES ++

FACTURA AMI | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: AMI | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DIRECTOR DE ARTE: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 12/2003

Ponham-se a andar!

Mexa-se. Parar é morrer.

Um conselho da Fundação Portuguesa de Cardiologia
para o mês de Maio. Mês do Coração.



FUNDAÇÃO PORTUGUESA
DE CARDIOLOGIA

Vá dar uma volta!

Mexa-se. Parar é morrer.

Um conselho da Fundação Portuguesa de Cardiologia
para o mês de Maio. Mês do Coração.



FUNDAÇÃO PORTUGUESA
DE CARDIOLOGIA

Vá passear!

Mexa-se. Parar é morrer.

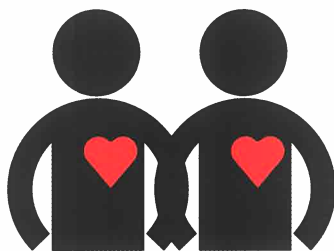
Um conselho da Fundação Portuguesa de Cardiologia
para o mês de Maio. Mês do Coração.



FUNDAÇÃO PORTUGUESA
DE CARDIOLOGIA

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / OUTRAS ACÇÕES +

TÍTULO: VÁ PASSEAR | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA | DIRECTOR CRIATIVO:
SUSANA SEQUEIRA / LOURENÇO THOMAZ | DIRECTOR DE ARTE: JOÃO RIBEIRO | REDACTOR: VASCO THOMAZ | DATA DE INSERÇÃO:
15/03/2004



FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA

DIA DOS NAMORADOS É TAMBÉM DIA DO DOENTE CORONÁRIO. NÃO SE ESQUEÇA DO SEU CORAÇÃO.

CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO / OUTRAS ACÇÕES SHORTLIST

TÍTULO: NAMORADOS | AGÊNCIA: MSTF PARTNERS | ANUNCIANTE: FUNDAÇÃO PORTUGUESA DE CARDIOLOGIA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA SEQUEIRA / LOURENÇO THOMAZ | DIRECTOR DE ARTE: JOÃO RIBEIRO | REDACTOR: VASCO THOMAZ | DATA DE INSERÇÃO:

15/03/2004

NEW MEDIA

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



NEW MEDIA

POSTAL TAXISTA | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — OURO

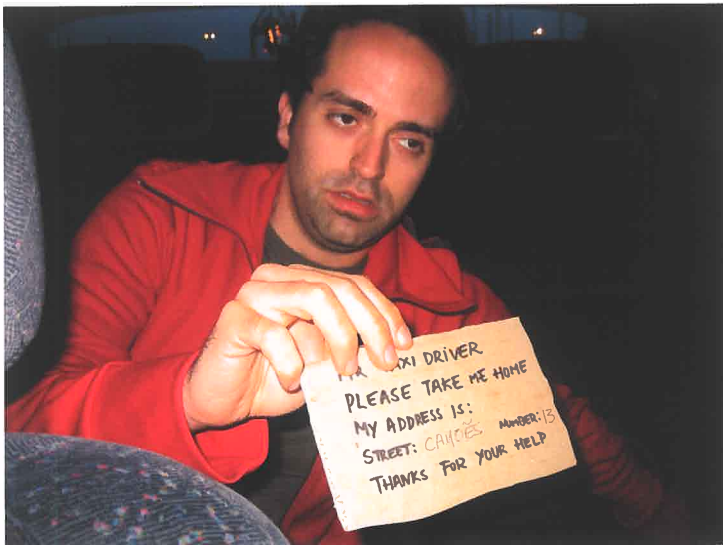
BRINCADEIRAM DE FIM DE ANO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — PRATA

SERÁ DEMAIS PEDIR A TAÇA? | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA — BRONZE

NÃO BEBAS COMO UM VIDRÃO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — BRONZE

SIGA AQUELE CLIO | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: RENUALT — SHORTLIST

SR. TAXISTA
LEVE-ME A CASA S.F.F.
A MORADA É :
RUA: Nº:
Muito OBRIGADO PELA SUA AJUDA



NEW MEDIA +++

TÍTULO: POSTAL TAXISTA | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DIRECTOR DE ARTE: LEONOR RASTEIRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 08/2003

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE ESPONJA.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE FARRAPO.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE GANDA MALUCO.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE BORRACHO.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

RETIRA ESTES AUTOCOLANTES E COLA-OS NAS COSTAS DOS TEUS AMIGOS



NEW MEDIA ++

BRINCADEIRA DE FIM DE ANO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DESIGNER: RUI PEDRO | COPY: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 12/2003



NEW MEDIA +

TÍTULO: SERÁ DE MAIS PEDIR A TAÇA? | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA | DIRECTOR CRIATIVO: PEDRO BIDARRA |

REDACTOR: PEDRO BIDARRA/NUNO JERÓNIMO | RTV/FOTO PRODUCER: RICARDO CANSAD/RODRIGO ABREU | PRODUTORA DE IMAGEM:

TANGERINA AZUL | REALIZADOR/COMPOSITOR: PEDRO AMORIM | PRODUTORA DE SOM: INDIGO | MÚSICA: MANUEL FARIA, NUNO TEMPERO |



NEW MEDIA +

TÍTULO: NÃO BEBAS COMO UM VIDRÃO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DIRECTOR DE ARTE: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSCRIÇÃO: 12/2003



MEDIA SHORTLIST

TÍTULO: SIGA AQUELE CLIO | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: RENAULT | DIRECTOR CRIATIVO: BÉ VAZ MENA/C. ZANCUOGHI | DIRECTOR DE ARTE: GITO | REDACTOR: CRISTINA AMORIM | MRTV: MARTA METRASS/RAUL NUNES | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004

A DECORAÇÃO DOS TÁXIS COM A FRASE "SIGA AQUELE CLIO" SERVIU PARA COMPLEMENTAR E REFORÇAR A MENSAGEM DO FILME DE TELEVISÃO (EM QUE UM RAPAZ MANDAVA O TAXISTA SEGUIR UM CLIO E ESTE RIA ÀS GARGALHADAS PERANTE A IMPOSSIBILIDADE DE ALCANÇAR UM CARRO TÃO POTENTE). OS TÁXIS DAS PRINCIPAIS CIDADES PORTUGUEAS MANTIVERAM ESTA DECORAÇÃO MESMO DEPOIS DE O FILME DEIXAR DE PASSAR NA TELEVISÃO, PROLONGANDO ASSIM AINDA MAIS O IMPACTO DO FILME, UMA VEZ QUE BASTAVA VER UM TÁXI PARA QUE AS PESSOAS RECORDASSEM TODA A MENSAGEM DO FILME.

FOLLOW THAT CLIO [MEDIA SHORTLIST]

IT ALL STARTED WITH A TV SPOT WHERE A YOUNG MAN ENTERED A BRAND NEW TAXI AND ASKS THE TAXI DRIVER TO FOLLOW A CLIO. AS THE YOUNG MAN SAID THIS PHRASE, THE DRIVER LAUGHS HIS HEART OUT, AS IT WAS OBVIOUSLY IMPOSSIBLE TO FOLLOW SUCH A POWERFUL CAR. THE PAINTING OF ACTUAL TAXIS IN ALL THE MAIN PORTUGUESE CITIES WITH THE PHRASE "FOLLOW THAT CLIO" WAS MEANT TO ACT BOTH AS A COMPLIMENT AND AS A REMINDER OF THE SPOT AND WAS MAINTAINED LONG AFTER ITS EXHIBITION, SINCE RESEARCH SHOWED THAT PEOPLE RECALLED THE WHOLE MESSAGE OF THE FILM JUST BY SEEING THE TAXIS ON THE STREET.

MARKETING RELACIONAL

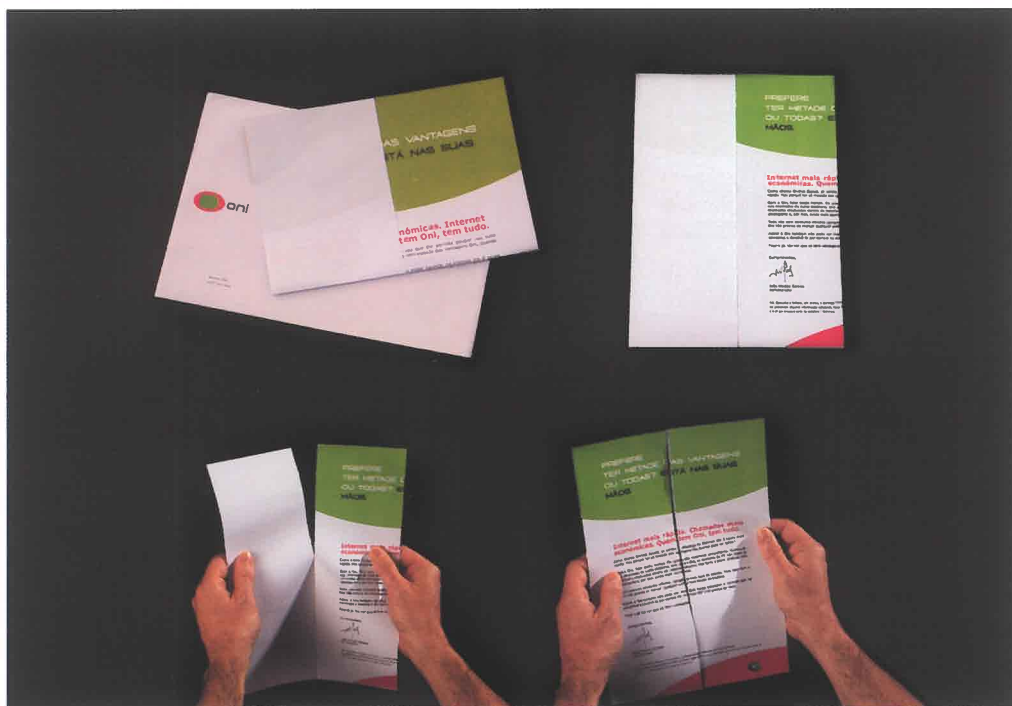
MARKETING RELACIONAL — MAILING STANDARD

METADE DAS VANTAGENS OU TODAS? | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI — SHORTLIST

OFFICE AREA | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: OPTIMUS — SHORTLIST

ONIPREMIUM-MAILING ANGARIAÇÃO | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI — SHORTLIST

INSTRUÇÕES PARA UMA VIDA MELHOR | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: ALLIANZ — SHORTLIST



MARKETING RELACIONAL / MAILING STANDARD SORTLIST

METADE DAS VANTAGENS OU TODAS? | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI | DIRECTOR CRIATIVO: JAYME KOPKE | DESIGNER: RUI DOMINGOS | REDACTOR: JAYME KOPKE | PRODUÇÃO: LUÍS FERNANDES | DATA DE INSERÇÃO: 12/03/2004



MARKETING RELACIONAL / MAILING STANDARD SORTLIST

OFFICE AREA | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: OPTIMUS | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO GEADA | DESIGNER: NUNO DUARTE
| REDACTOR: PEDRO NEVES | PRODUÇÃO: MIGUEL FIGUEIREDO | DATA DE INSERÇÃO: 01/10/2003



MARKETING RELACIONAL / MAILING STANDARD SORTLIST

ONIPREMIUM-MAILING ANGARIAÇÃO | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI | DIRECTOR CRIATIVO: JAYME KOPKE | DESIGNER: MARCO BARRETO | REDACTOR: JOSÉ CASTELO / JAYME KOPKE | PRODUÇÃO: LUÍS FERNANDES- | DATA DE INSERÇÃO: 15/03/2004

Instruções para uma vida melhor



1. Desenvolva o seu hábito de fazer exercício físico regularmente e consulte o médico.



2. Alise o abdómen com um pouco de óleo.



3. Faça o mesmo que o médico lhe recomendou.



4. É igualmente bom se cuidar e a saúde.



5. Coloque os dentes corretamente e não se esqueça de visitar o dentista.



6. Se não for tão saudável, consulte o médico.

Apresentamos as nossas instruções para melhorar a sua vida.

A Allianz sabe que você já é uma pessoa preocupada, ou não fosse um dos seus 450.000 clientes em Portugal. Mas como nestas coisas nunca é demais prevenir, a Allianz apresenta-lhe um seguro de saúde que muda consigo, ou seja, adapta-se a si e ao ciclo de vida da sua família.

O MediAll é o único seguro em que não paga por cuidados de que não necessita.

Siga as instruções acima e fale com a Allianz e com o seu Mediador para ter uma vida melhor.

MediAll
O seguro de saúde que muda consigo.

Allianz



MARKETING RELACIONAL / MAILING STANDARD HORTLIST

INSTRUÇÕES PARA UMA VIDA MELHOR | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: ALLIANZ | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DESIGNER: TOCAS | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 8/2003

MARKETING RELACIONAL — DIMENSIONAL

- MAR PROXIMITY | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: PROXIMITY PORTUGAL — PRATA
- DROPMAIL READY4B | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI — SHORTLIST
- GALP GÁS DÁ-LHE + | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA — SHORTLIST
- LANÇAMENTO ONICHAMPIONS | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI — SHORTLIST
- PACOTE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO — SHORTLIST
- TAMPAS | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: PUBLICIS — SHORTLIST
- RELANÇAMENTOS FARMACÊUTICOS | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — SHORTLIST



MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL ++

MAR PROXIMITY | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: PROXIMITY PORTUGAL | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO GEADA |

DESIGNER: JOÃO GEADA / NUNO DUARTE | REDACTOR: PEDRO NEVES / PEDRO VARGAS | PRODUÇÃO: MIGUEL FIGUEIREDO | DATA DE

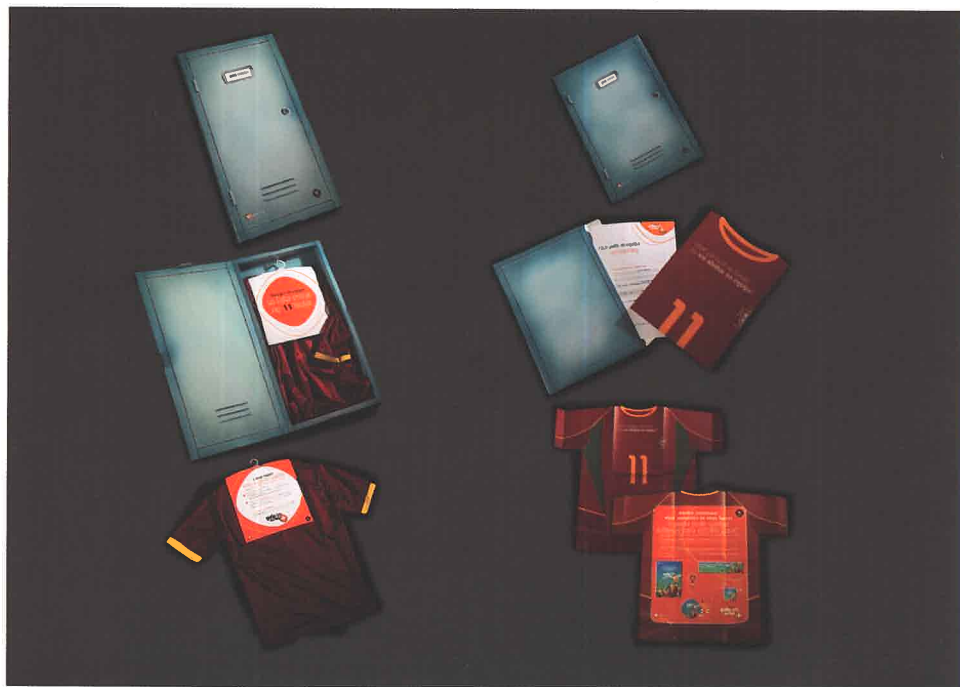
INSERÇÃO: 18/12/2003



MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL SHORTLIST

DROPMAIL READY4B | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI | DIRECTOR CRIATIVO: JAYME KOPKE | DESIGNER: RUI DOMINGOS |

REDACTOR: JAYME KOPKE | PRODUÇÃO: LUÍS FERNANDES | DATA DE INSERÇÃO: 08/03/2004



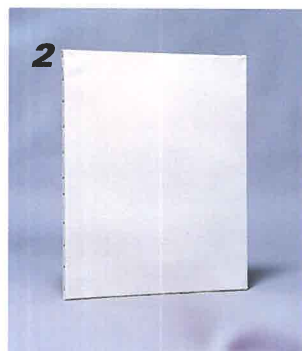
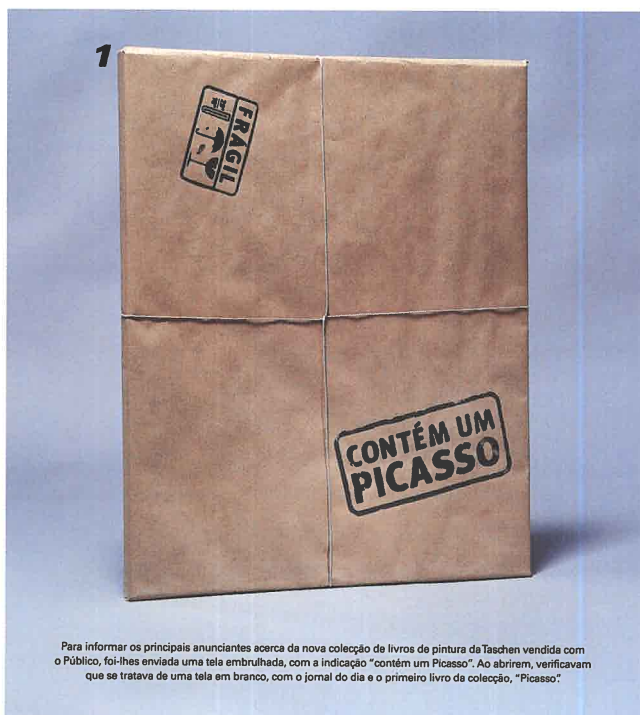
MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL SHORTLIST

GALP GÁS DÁ-LHE + | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA | DIRECTOR CRIATIVO: JAYME KOPKE | DESIGNER: RUI DOMINGOS | REDACTOR: JOAQUIN COELHO | PRODUÇÃO: LUÍS FERNANDES | DATA DE INSCRIÇÃO: 01/02/2004



MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL SHORTLIST

LANÇAMENTO ONICHAMPIONS | AGÊNCIA: WUNDERMAN | ANUNCIANTE: ONI | DIRECTOR CRIATIVO: JAYME KOPKE | DESIGNER: RUI DOMINGOS | REDACTOR: JAYME KOPKE | PRODUÇÃO: LUÍS FERNANDES/SORAIA PINTO | DATA DE INSCRIÇÃO: 12/03/2004



MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL SHORTLIST

PACOTE | AGÊNCIA: BBDO | ANUNCIANTE: PÚBLICO | SUPERVISORES CRIATIVOS: NUNO JERÓNIMO/ANDRÉ MOREIRA | DESIGNER: RUI FAZENDA | REDACTOR: MARCO POLIDO | DATA DE INSERÇÃO: 09/10/2003



MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL SHORTLIST

TAMPAS / CARTÃO DE BOAS FESTAS DA PUBLICIS | AGÊNCIA: PUBLICIS | ANUNCIANTE: PUBLICIS | DIRECTOR CRIATIVO: BÉ VAZ

MENA/C. ZANCUOGHI | DESIGNER: GITO | REDACTOR: CRISTINA AMORIM | PRODUÇÃO: HÉLDER NETO / RUI MARIANO | DATA DE INSERÇÃO:
20/12/2003



MARKETING RELACIONAL / DIMENSIONAL SHORTLIST

RELANÇAMENTOS FARMACÊUTICOS | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTIC | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DESIGNER: RUI PEDRO | REDACTOR: JOÃO GALHARDAS | DATA DE INSERÇÃO: 03/2003

MARKETING RELACIONAL — ACÇÃO / EVENTO ESPECIAL / POINT OF SALE

GO NAKED | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN — OURO

ACÇÃO UNILEVER | AGÊNCIA: MAISMERCADO, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VEDAS | ANUNCIANTE: UNILEVER — PRATA

GURONZAN | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — PRATA

SALVA O TRÂNSITO DA TERRA | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: ALLIANZ — PRATA

CAIXEIRO VIAJANTE | AGÊNCIA: CASA DO MAILING | ANUNCIANTE: PFIZER — SHORTLIST

HORA DE PONTA - CRONÓMETRO | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: TRANSP, PÚBLICOS GRANDE LISBOA — SHORTLIST



MARKETING RELACIONAL / ACÇÃO / EVENTO ESPECIAL / POINT OF SALE +++

GO NAKED | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN | DIRECTOR CRIATIVO: RUI MORAIS | DESIGNER: ANTÓNIO NÉU | REDACTOR: JOAQUIM ROCHA | PRODUÇÃO: GONÇALO CASTEL-BRANCO | DATA DE INSERÇÃO: 15/10/2003





MARKETING RELACIONAL / ACÇÃO / EVENTO ESPECIAL / POINT OF SALE ++

GURONSAN | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE |
 DESIGNER: LEONOR RASTEIRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSCRIÇÃO: 07/2003





MARKETING RELACIONAL / ACÇÃO / EVENTO ESPECIAL / POINT OF SALE SHORTLIST

CAIXEIRO VIAJANTE | AGÊNCIA: CASA DO MAILING | ANUNCIANTE: PFIZER | DIRECTOR CRIATIVO: MIGUEL CURTO | DESIGNER: ANTÓNIO BALTAZAR | REDACTOR: HUGO VEIGA | PRODUÇÃO: TERESA MARTINEZ | DATA DE INSCRIÇÃO: 10/03/2004

MARKETING RELACIONAL — OUTROS MEDIA — ELECTRÔNICA

SMS CROQUETES PEDIGREE | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: MASTERFOODS — PRATA

BLUE CARD | AGÊNCIA: OGILVY & MATHER PORTUGAL PUBLICIDADE, S. | ANUNCIANTE: AMERICAN EXPRESS — SHORTLIST





MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ELECTRÔNICA SHORTLIST

BLUE CARD | AGÊNCIA: OGILVY & MATHER PORTUGAL PUBLICIDADE, S. | ANUNCIANTE: AMERICAN EXPRESS | DIRECTOR CRIATIVO: HEITOR PATO | DESIGNER: FERNANDO COSTA | REDACTOR: JOÃO GUIMARÃES | DATA DE INSERÇÃO: 15/09/2003

MARKETING RELACIONAL — OUTROS MEDIA — ALTERNATIVA

ARRUMADOR I AGÊNCIA: MAISMERCADE, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA I ANUNCIANTE: NOKIA — BRONZE

VÍRUS I AGÊNCIA: MAISMERCADE, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA I ANUNCIANTE: NOKIA — BRONZE

POSTAL TAXISTA I AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL I ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — BRONZE

ESPONJÃO I AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL I ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — SHORTLIST

BRINCADEIRA DE FIM DE ANO I AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL I ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — SHORTLIST

NÃO BEBAS COMO UM VIDRÃO I AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL I ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — SHORTLIST



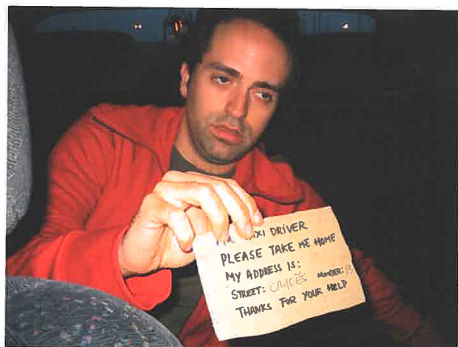
MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ALTERNATIVA +
ARRUMADOR | AGÊNCIA: MAISMERCADO, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA | ANUNCIANTE: NOKIA | DIRECTOR CRIATIVO: JORGE COELHO/
ANTÔNIO BEZERRA | DESIGNER: ANTÔNIO BEZERRA | REDACTOR: JORGE COELHO | PRODUÇÃO: HUGO AZEVEDO | DATA DE INSERÇÃO:
10/09/2003



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ALTERNATIVA +

VIRUS | AGÊNCIA: MAISMERCADO, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA | ANUNCIANTE: NOKIA | DIRECTOR CRIATIVO: JORGE COELHO/ANTÔNIO BEZERRA | DESIGNER: ANTÔNIO BEZERRA | REDACTOR: JORGE COELHO | PRODUÇÃO: HUGO AZEVEDO | DATA DE INSERÇÃO: 10/09/2003

SR. TAXISTA
LEVE-ME A CASA S.F.F.
A MORADA É:
RUA: Nº:
Muito OBRIGADO PELA SUA AJUDA



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ALTERNATIVA +

POSTAL TAXISTA | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE |
DESIGNER: LEONOR RASTEIRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 08/2003



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ALTERNATIVA SHORTLIST

ESPONJÃO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE |

DESIGNER: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 12/2003

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE ESPONJA.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE FARRAPO.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE GANDA MALUCO.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

**GURONSAN NÃO PATROCINA
ESTE BORRACHO.**
PATROCINA O DIA A SEGUIR.

RETIRA ESTES AUTOCOLANTES E COLA-OS NAS COSTAS DOS TEUS AMIGOS.



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ALTERNATIVA SHORTLIST

BRINCADEIRA DE FIM DE ANO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTIC | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DESIGNER: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 12/2003



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / ALTERNATIVA SHORTLIST

NÃO BEBAS COMO UM VIDRÃO | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DIRECTOR DE ARTE: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSCRIÇÃO: 12/2003

MARKETING RELACIONAL — OUTROS MEDIA — CAMPANHA INTEGRADA

GURONSAN | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA — OURO

MAR PROXIMITY | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: PROXIMITY PORTUGAL — PRATA

NATAL | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: PROXIMITY PORTUGAL — PRATA

CELEBRITY | AGÊNCIA: UZINA | ANUNCIANTE: CASINO DA MADEIRA — SHORTLIST

SALMÃO A LA MINUTE | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: NORGE — SHORTLIST



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / CAMPANHA INTEGRADAA +++

GURONSAN | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: JABA FARMACÊUTICA | DIRECTOR CRIATIVO: SUZANA ALBUQUERQUE |
 DESIGNER: RUI PEDRO | REDACTOR: PEDRO BATALHA | DATA DE INSERÇÃO: 07/2003



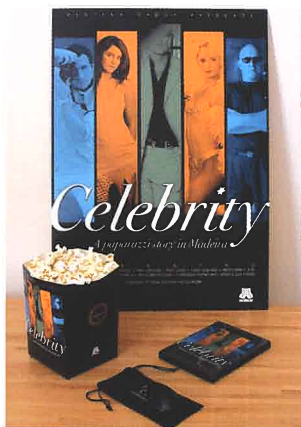
MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / CAMPANHA INTEGRADA ++

MAR PROXIMITY | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: PROXIMITY PORTUGAL | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO GEADA |
 DESIGNER: JOÃO GEADA / NUNO DUARTE | REDACTOR: PEDRO NEVES / PEDRO VARGAS | PRODUÇÃO: MIGUEL FIGUEIREDO | DATA DE
 INSERÇÃO: 18/12/2003



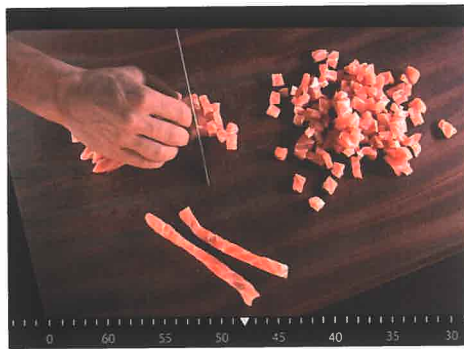
MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / CAMPANHA INTEGRADA ++

NATAL | AGÊNCIA: PROXIMITY PORTUGAL | ANUNCIANTE: PROXIMITY PORTUGAL | DIRECTOR CRIATIVO: JOÃO GEADA | DESIGNER: LUÍS GONÇALVES | REDACTOR: ANDRÉ VASCONCELOS | PRODUÇÃO: MIGUEL FIGUEIREDO/MÁRIO MARTINS | DATA DE INSERÇÃO: 18/12/2003



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / CAMPANHA INTEGRADA SHORTLIST

CELEBRITY | AGÊNCIA: UZINA | ANUNCIANTE: CASINO DA MADEIRA | DIRECTOR CRIATIVO: GUSTAVO SUAREZ | DESIGNER: PAULO CONDEZ
| REDACTOR: EVANDRO LIMA



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / CAMPANHA INTEGRADA SHORTLIST

SALMÃO A LA MINUTE | AGÊNCIA: TOUCH ME RED CELL | ANUNCIANTE: NORGE | DIRECTOR CRIATIVO: SUSANA ALBUQUERQUE | DIRECTOR DE ARTE: TOCAS | REDACTOR: PEDRO DIAS | PRODUTORA: TRIx

MARKETING RELACIONAL — OUTROS MEDIA — OUTROS

ESPRESSO | AGÊNCIA: MAISMERCADO, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA | ANUNCIANTE: PSD — BRONZE
SMILE FOR YOU | AGÊNCIA: SHIFT DESIGN | ANUNCIANTE: BP — SHORTLIST



MARKETING RELACIONAL / OUTROS MEDIA / OUTROS +

ESPRESSO | AGÊNCIA: MAIS MERCADO, SERVIÇO DE PROMOÇÃO E VENDA | ANUNCIANTE: PSD AÇORES | DIRECTOR CRIATIVO: JORGE COELHO ANTÔNIO BEZERRA | DESIGNER: CARLOS CALADO | REDACTOR: JORGE COELHO | PRODUÇÃO: CARLOTA CRESPO | DATA DE INSERÇÃO: 11/10/2003



DESIGN GRÁFICO

CATEGORIA PATROCINADA POR:
CATEGORY SPONSORED BY:



DESIGN GRÁFICO — BROCHURA — CATÁLOGO

DOSSIER IMPRENSA FOREVER 20ª EDIÇÃO MODALISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODALISBOA — PRATA

EXPERIMENTA DESIGN 2003 | AGÊNCIA: SECRETONIX | ANUNCIANTE: EXPERIMENTA DESIGN — BRONZE

PASSAGENS | AGÊNCIA: SECRETONIX | ANUNCIANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA — BRONZE

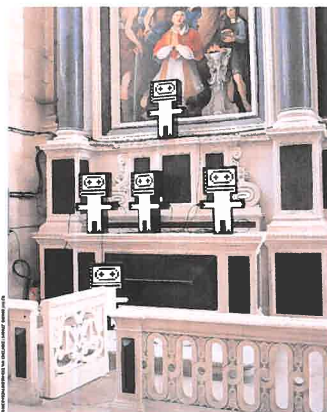


DESIGN GRÁFICO / BROCHURA / CATÁLOGO ++

DOSSIER IMPRENSA FOREVER 20ª EDIÇÃO MODALISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODALISBOA | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA
/ RICARDO MEALHA | DESIGNER: ANA CUNHA | DATA DE INSERÇÃO: 04/2003

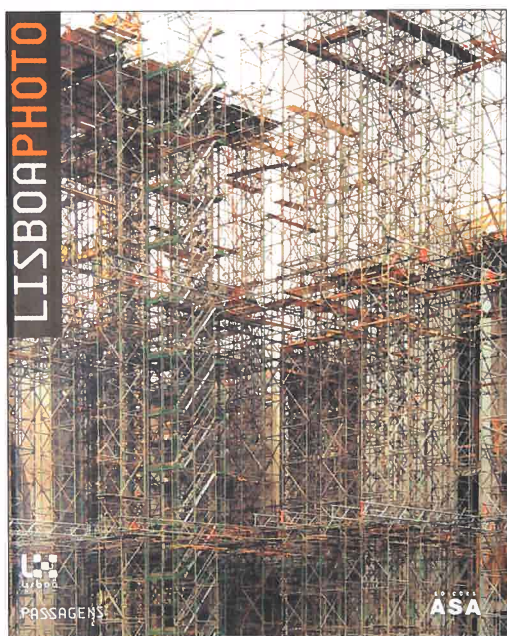
1. The first step is to identify the problem.

As FXP Manobras são de uso comum entre os alunos que possuem uma compreensão mais ampla e profunda sobre as regras e procedimentos que regem o funcionamento da escola. Os alunos que possuem uma compreensão mais ampla e profunda sobre as regras e procedimentos que regem o funcionamento da escola.



DOI: 10.1002/polb.20738





DESIGN GRÁFICO — DESIGN EDITORIAL — PUB PERIÓDICAS

DIFERE | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: DIFERE — BRONZE

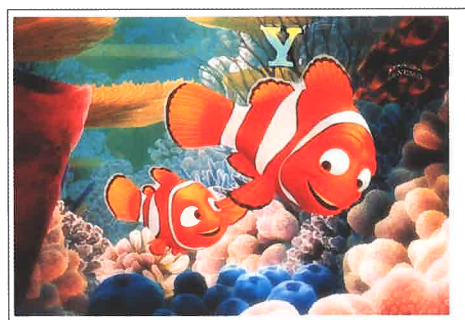
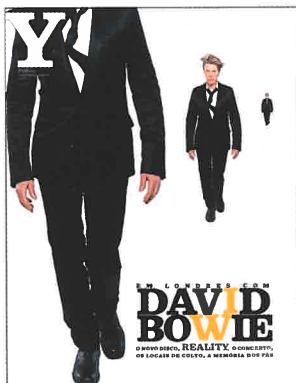
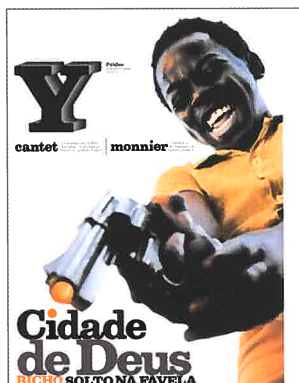
Y | AGÊNCIA: PÚBLICO SA | ANUNCIANTE: PÚBLICO — BRONZE



DESIGN GRÁFICO / DESIGN EDITORIAL / PUB PERIÓDICAS +

DIFERE | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: DIFERE | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: DIOGO POTES |

DATA DE INSERÇÃO: 2003



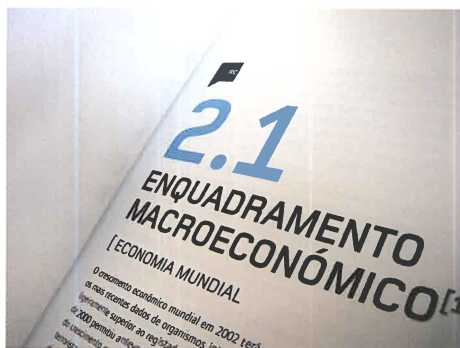
DESIGN GRÁFICO — LIVROS

ANUÁRIO CLUBE CRIATIVOS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CCP — PRATA



DESIGN GRÁFICO — RELATÓRIO E CONTAS

RELATÓRIO E CONTAS EDP | AGÊNCIA: SHIFT DESIGN | ANUNCIANTE: EDP



DESIGN GRÁFICO — RELATÓRIO E CONTAS

RELATÓRIO E CONTAS EDP | AGÊNCIA: SHIFT DESIGN | ANUNCIANTE: EDP | DIRECTOR CRIATIVO: RITA OLIVEIRA | DESIGNER: RICARDO CORREIA/JOÃO PACHECO | DATA DE INSCRIÇÃO: 01/05/2003

DESIGN GRÁFICO — TIPOGRAFIA

MORGAN AVEC | AGÊNCIA: SECRETONIX | ANUNCIANTE: FELICIANO TYPE FOUNDRY— BRONZE

HEADLINE | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: RMAC — SHORTLIST

Biblioteca

High command transmission

Ascendonica

Place verification operations

At some distance from the Sun, the supersonic solar wind will be held back from further expansion by the interstellar wind. The first feature to be encountered by a spacecraft as a result of this interstellar wind/solar wind interaction will be the termination shock where the solar wind slows from supersonic to subsonic speed and large changes in plasma flow direction and magnetic field orientation occur. Passage through the termination shock ends the termination shock phase and begins the heliosheath exploration phase. While the exact location of the termination shock is not known, it is very possible that Voyager 1 will complete the termination shock

MOLIÈRE

LA PICARDE EN 1973

HARMONIE

NOUVELLE REVUE SCIENTIFIQUE UNIVERSELLE

CLERMONTOISES

ÉTUDES SUR LES MONUMENTS DU MOYEN-ÂGE





HeadLINE
vs. Clube dos Criativos

Although the head line shows
how a person think
it does not show how intelligent you are.

Horizontal

A fork in the headline shows the ability to see more than one point of view.

creative people

A short head line indicates a person whose thinking is simple and straight to the point.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Abcdef,123,@6?

DESIGN GRÁFICO — AUTO PROMOÇÃO

APRIL MELTDOWN | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: RED CELL GROUP — BRONZE

RMAC DESIGN | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: RMAC — SHORTLIST

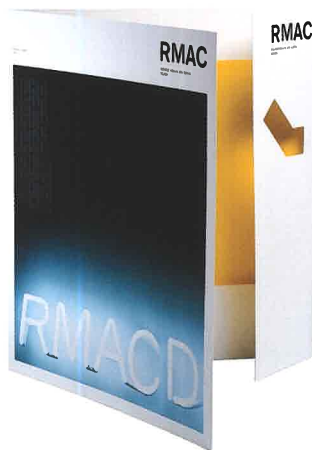
SELO EXPERIMENTA/CTT CORREIOS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: BRANDIA/CTT — SHORTLIST

SUPER 004 | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: RMAC — SHORTLIST



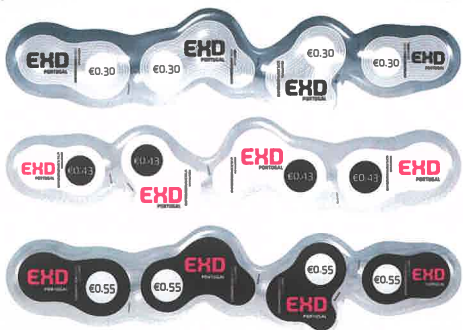
DESIGN GRÁFICO / AUTO PROMOÇÃO +

APRIL MELTDOWN | AGÊNCIA: BATES RED CELL | ANUNCIANTE: GRUPO RED CELL | DIRECTOR DE ARTE: NUNO TRISTÃO | REDACTOR: NUNO SILVA | PRODUTOR: JOAQUIM TORRES / OLGA ALVES



DESIGN GRÁFICO — AUTO PROMOÇÃO SHORTLIST

RMAC DESIGN | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: RMAC | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA/RICARDO MATOS | DATA DE INSERÇÃO: 09/2003



DESIGN GRÁFICO / AUTO PROMOÇÃO SHORTLIST

SELO EXPERIMENTA/CTT CORREIOS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: BRANDIA/CTT | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO CABRAL |

DESIGNER: GONÇALO CABRAL | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/10/2003



DESIGN GRÁFICO / AUTO PROMOÇÃO SHORTLIST

SUPER 004 | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: RMAC | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: RICARDO MEALHA/
RICARDO MATOS | DATA DE INSERÇÃO: 01/2004

DESIGN GRÁFICO — POSTERS E CARTAZES

PARA ALÉM DO CONSUMO | AGÊNCIA: SECRETONIX | ANUNCIANTE: EXPERIMENTA DESIGN — BRONZE

POSTER SAGMEISTER | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CCP — SHORTLIST

REGULAMENTO 6º FESTIVAL CCP | AGÊNCIA: SECRETONIX | ANUNCIANTE: CCP — SHORTLIST

REI 2,0 NOT SQUARE | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA — SHORTLIST



DESIGN GRÁFICO / POSTERS E CARTAZES +

PARA ALÉM DO CONSUMO | ATELIER: SECRETONIX | CLIENTE: EXPERIMENTA DESIGN | DIRECTOR DE ARTE: PEDRO FALCÃO | DESIGNER:
PEDRO FALCÃO | DATA: 2003



DESIGN GRÁFICO / POSTERS E CARTAZES SHORTLIST

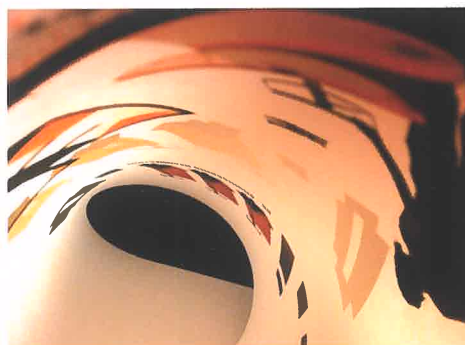
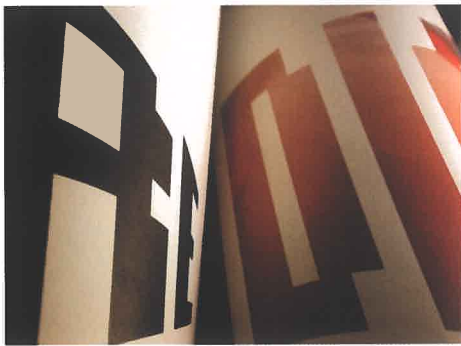
POSTER SAGMEISTER | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CCP | DIRECTOR CRIATIVO: RUI MORAIS | DESIGNER: RUI MORAIS |

PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/04/2003



DESIGN GRÁFICO / POSTERS E CARTAZES SHORTLIST

REGULAMENTO 6º FESTIVAL CCP | ATELIER: SECRETONIX | CLIENTE: CLUBE DE CRIATIVOS DE PORTUGAL | DIRECTOR DE ARTE/
 DESIGNER: MÁRIO FELICIANO | DATA: 2003



DESIGN GRÁFICO / POSTERS E CARTAZES SHORTLIST

REI 2,0 NOT SQUARE | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: GALP ENERGIA | DIRECTOR CRIATIVO: PAULO ROCHA | DESIGNER: GONÇALO CABRAL | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/10/2003

DESIGN GRÁFICO — ILUSTRAÇÃO

CAMOFLAGE | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: CAMOFLAGE



SIGN GRÁFICO — ILUSTRAÇÃO

MOFLAGE | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: CAMOFLAGE | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: ANA NHA/RICARDO MEALHA/DIOGO POTES/RICARDO MATOS | DATA DE INSERÇÃO: 01/2004

DESIGN GRÁFICO — OUTRAS PEÇAS

CONVITE ABSOLUX LUX FRÁGIL | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: LUX FRÁGIL — OURO

POWER BRANDS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN — BRONZE

SELO EXPERIMENTA/CTT CORREIOS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT — GRANDE PRÊMIO

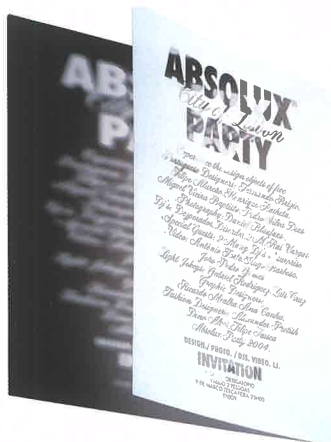
AGENDA MODALISBOA 2004 | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODALISBOA — SHORTLIST

CONVITE SPAZIO BUONDI | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: NESTLÉ — SHORTLIST

KIT DE NORMAS FROTA BP GÁS | AGÊNCIA: SHIFT DESIGN | ANUNCIANTE: BP — SHORTLIST

OUTRAS PEÇAS CONVITE NOVA COLECCÇÃO ALVES/GONÇALVES | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: ALVES/GONÇALVES — SHORTLIST

YORNS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN — SHORTLIST



DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS +++

CONVITE ABSOLUX LUX FRÁGIL | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: LUX FRÁGIL | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA |

DESIGNER: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DATA DE INSERÇÃO: 02/2004

[illegible]

DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PECAS +

RAFAEL CORDEIRO | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004



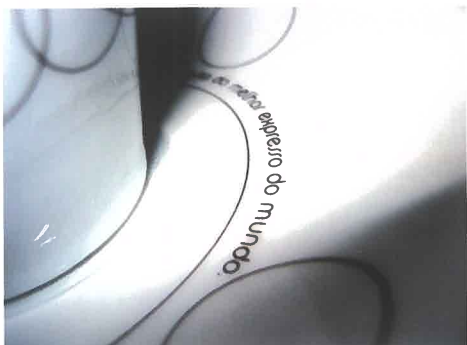
DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS / GRANDE PRÊMIO

SELO EXPERIMENTA/CTT CORREIOS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO CABRAL | DESIGNER: GONÇALO CABRAL | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/10/2003



DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS SHORTLIST

AGENDA MODALISBOA 2004 | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODALISBOA | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA / RICARDO MEALHA |
DESIGNER: ANA CUNHA / DIOGO POTES | DATA DE INSERÇÃO: 10/2003



DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS SHORTLIST

CONVITE SPAZIO BUONDI | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: NESTLÉ | DIRECTOR CRIATIVO: MIGUEL REIS | DESIGNER: MARIA JOÃO LIMA/PEDRO GONÇALVES | REDACTOR: VASCO DURÃO | DATA DE INSERÇÃO: 01/02/2004



DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS SHORTLIST

KIT DE NORMAS FROTA BP GÁS | AGÊNCIA: SHIFT DESIGN | ANUNCIANTE: BP | DIRECTOR CRIATIVO: RITA OLIVEIRA | DESIGNER: JOÃO CRACEL | DATA DE INSERÇÃO: 01/012004



DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS SHORTLIST

CONVITE NOVA COLECCÇÃO ALVES/GONÇALVES | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: ALVES/GONÇALVES | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: RICARDO MEALHA | DATA DE INSERÇÃO: 04/2004



DESIGN GRÁFICO / OUTRAS PEÇAS SHORTLIST

YORNS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: YORN | DIRECTOR CRIATIVO: RUI MORAIS | DESIGNER: VASCO COTTA | REDACTOR: RAFAEL CORDEIRO/VASCO COTTA | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/08/2003

CORPORATE BRAND DESIGN

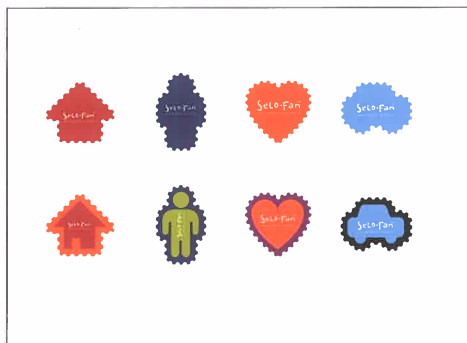
CORPARATE/BRAND — IDENTITY (PEQUENAS E MÉDIAS INSTITUIÇÕES)

BRANDING SELOFAN | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT — PRATA

SPORT 21ª MODA LISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODA LISBOA — PRATA

FOREVER — 20ª EDIÇÃO — MODA LISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODA LISBOA — BRONZE

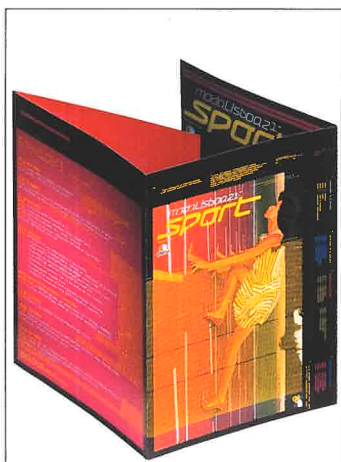
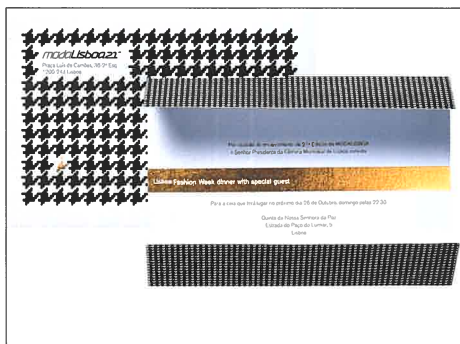
VOYAGER 03 | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: EXPERIMENTA DESIGN — SHORTLIST



CORPORATE/BRAND / IDENTITY (PEQUENAS E MÉDIAS INSTITUIÇÕES) ++

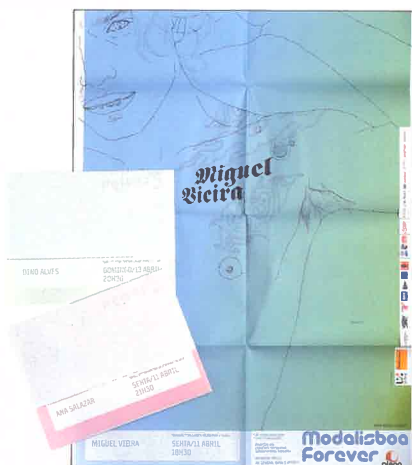
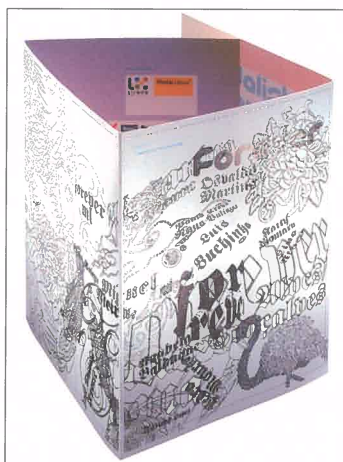
BRANDING SELOFAN | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT | DIRECTOR CRIATIVO: PAULO ROCHA | DESIGNER: GONÇALO CABRAL |

PRODUTORA: BRANDIA | OUTROS: GONÇALO FONSECA / TERESA PERRY | DATA DE INSERÇÃO: 01/09/2003



CORPORATE/BRAND / IDENTITY (PEQUENAS E MÉDIAS INSTITUIÇÕES)++

SPORT 21ª MODALISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODALISBOA | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/ RICARDO MEALHA |
DESIGNER: ANA CUNHA/ RICARDO MEALHA/DIOGO POTES | DATA DE INSCRIÇÃO: 10/2003



CORPORATE/BRAND / IDENTITY [PEQUENAS E MÉDIAS INSTITUIÇÕES] +

FOREVER - 20ª EDIÇÃO - MODALISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: MODALISBOA | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO
MEALHA | DESIGNER: ANA CUNHA | DATA DE INSERÇÃO: 04/2003



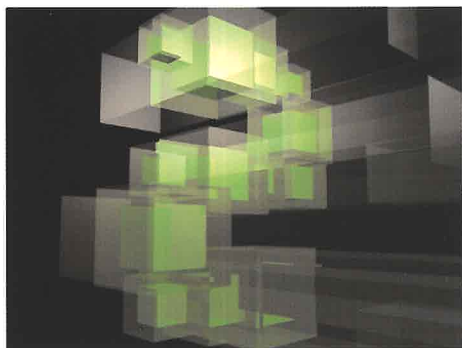
CORPORATE/BRAND / IDENTITY (PEQUENAS E MÉDIAS INSTITUIÇÕES) SHORTLIST

VOYAGER 03 | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: EXPERIMENTA DESIGN | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: RICARDO MATOS | DATA DE INSERÇÃO: 06/2003

CORPARATE/BRAND — IDENTITY [GRANDES INSTITUIÇÕES]

BRANDING DOIS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: RTP — OURO

BRANDING RTP | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: RTP — BRONZE



CORPORATE/BRAND / IDENTITY [GRANDES INSTITUIÇÕES] +++

BRANDING DOIS | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: RTP | DIRECTOR CRIATIVO: PAULO ROCHA | DESIGNER: GONÇALO CABRAL |
PRODUÇÃO: BRANDIA | OUTROS: JOSÉ MENDES / CARLOS GUERREIRO | DATA DE INSERÇÃO: 01/11/2003



BRANDING RTP | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: RTP | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO CABRAL | DESIGNER: JOSÉ CARLOS MENDES |
PRODUÇÃO: FROG | DATA DE INSERÇÃO: 01/03/2004

CORPARATE/BRAND — SIMBOLOS E LOGOTIPOS

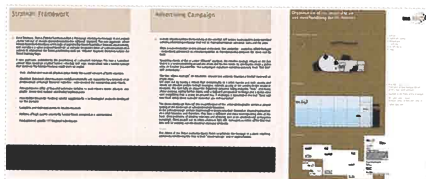
IDENTIDADE 5º ANUÁRIO CC | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CCP — PRATA

BES 360º | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: BES — BRONZE

BP 75 ANOS EM PORTUGAL | AGÊNCIA: SHIFT DESIGN | ANUNCIANTE: BP — SHORTLIST



BES 360°



CORPORATE/BRAND / SIMBOLOS E LOGOTIPOS +

BES 360° | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: BES | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/ RICARDO MEALHA | DESIGNER: RICARDO MEALHA/RICARDO MATOS | DATA DE INSERÇÃO: 01/2004



PACKAGING

PACKAGING — RÓTULOS

PSCKGNG ZEN | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: ZEN — SHORTLIST

MOLHOS CALVÊ SALADAS | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: FIMA — SHORTLIST



ZEN [LUGAR DE
BEM-ESTAR
LISBOA.



PACKAGING / RÓTULOS SHORTLIST

PACKAGING ZEN | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: ZEN | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RIACRDO MEALHA | DESIGNER: ANA CUNHA/RIACRDO MEALHA | DATA DE INSERÇÃO: 06/2003



PACKAGING / RÓTULOS SHORTLIST

MOLHOS CALVÉ SALADAS | AGÊNCIA: LOWE | ANUNCIANTE: FIMA | DIRECTOR CRIATIVO: JOSÉ SOVERAL | DESIGNER: JOÃO MIGUEL MARTINS | FOTÓGRAFO: KENTON TATCHER | PÓS-PRODUÇÃO: PAULO GOULÃO | DATA DE INSERÇÃO: 02/06/2004

PACKAGING — EMBALAGENS

PACK SELO EXPERIMENTA/CTT | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT— PRATA
JP MOSCATEL | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: JP VINHOS — SHORTLIST



PACKAGING / EMBALAGENS ++

PACK SELO EXPERIMENTA/CTT | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO CABRAL | DESIGNER: GONÇALO CABRAL | PRODUTORA: BRANDIA | OUTROS: NUNO PINHO | DATA DE INSERÇÃO: 01/10/2003



PACKAGING / RÓTULOS SHORTLIST

JP MOSCATEL | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: JP VINHOS | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO CABRAL | DESIGNER: CRISTINA GOMES |
 PRODUTORA: BRANDIA | DATA DE INSERÇÃO: 01/06/2003

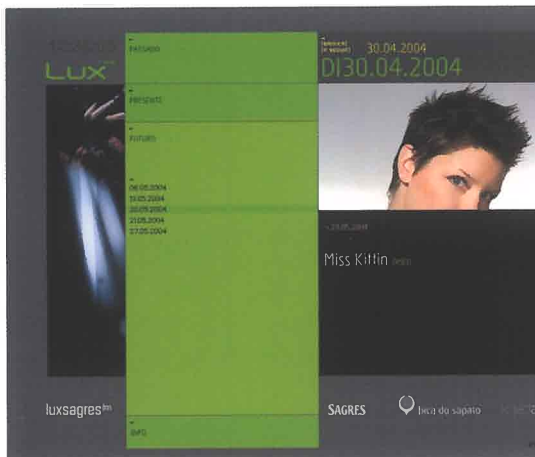
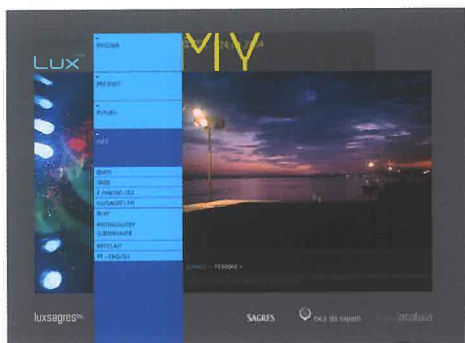
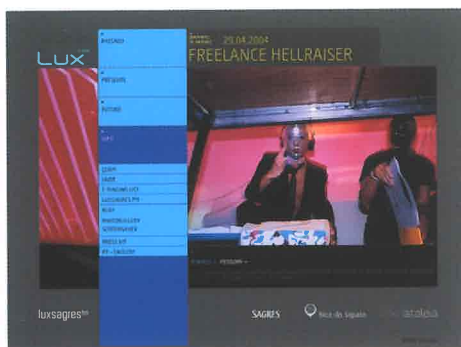
WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA

WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA — SITE

WEBSITE LUX FRÁGIL | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: LUX FRÁGIL — PRATA

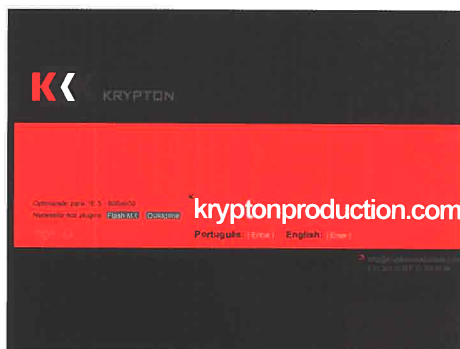
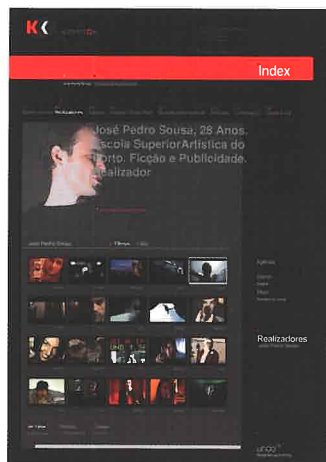
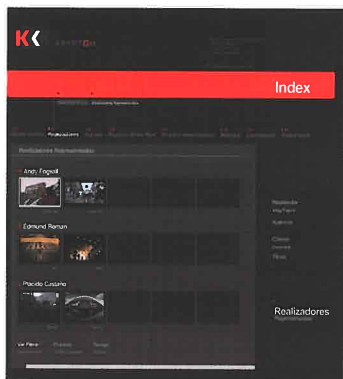
KRYPTON PRODUCTIONS | AGÊNCIA: UNDO.TW | ANUNCIANTE: KRYPTON — BRONZE

WWW.ESTADOESPIRITO.COM | AGÊNCIA: DESIGN ATPT | ANUNCIANTE: ESTADO DE ESPIRITO — SHORTLIST



WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA / SITE ++

WEBSITE LUX FRÁGIL | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: LUX FRÁGIL | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA | DESIGNER: PATRICK GOOR | DATA DE LANÇAMENTO: 02/2004



ESTADO ESPÍRITO

DISSEMINAÇÕES

WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA / SITE SHORTLIST

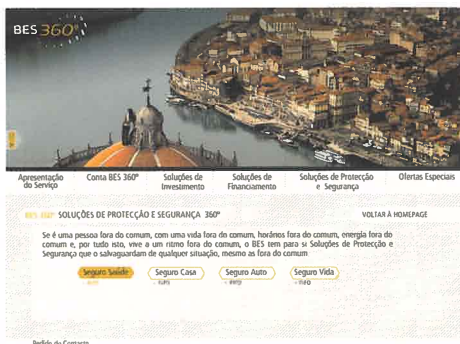
WWW.ESTADODESPIRITO.COM | AGÊNCIA: DESIGN ATPT | ANUNCIANTE: ESTADO DE ESPÍRITO | DIRECTOR CRIATIVO: JOGER AFONSO |
DESIGNER: FILIPE DUARTE | DATA DE LANÇAMENTO: 20/02/2004

WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA — MINI SITE

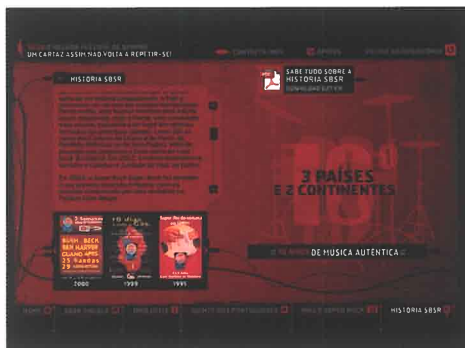
BES 360° | AGÊNCIA: BY | ANUNCIANTE: BES —BRONZE

OPTIMUS JOVENS | AGÊNCIA: BY | ANUNCIANTE: OPTIMUS — SHORTLIST

SUPER BOCK SUPER ROCK | AGÊNCIA: FULLSIX | ANUNCIANTE: SUPERBOCK — SHORTLIST







WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA / MINI SITE SHORTLIST

SUPER BOCK SUPER ROCK | AGÊNCIA: FULLSIX | ANUNCIANTE: UNICER | DIRECTOR CRIATIVO: NUNO AGUIAR | DESIGNERS: ZURITA FERNANDES/ MARTA MORAES/ SIMONE BIFFI/ JOSÉ PEDRO VALENTE | PROGRAMAÇÃO: HUGO SILVEIRA

WEB DESIGN E MEDIA INTERATIVA — OUTRO

KIOSKE OPTIMUS | AGÊNCIA: BY | ANUNCIANTE: OPTIMUS

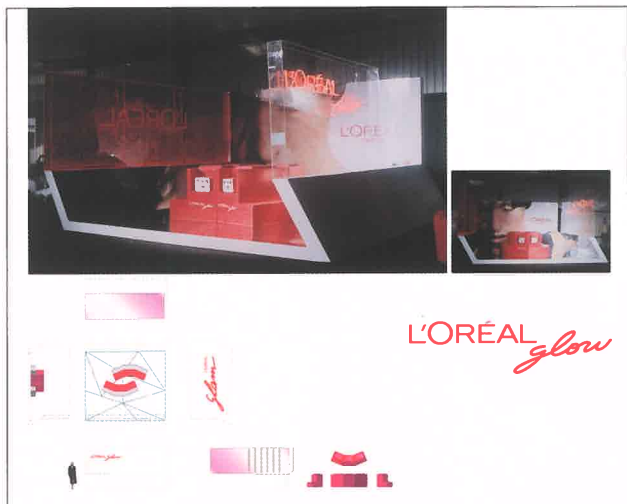


DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL

DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL — STAND

STAND L'ORÉAL BY MODALISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: L'ORÉAL — PRATA

UNDERCOVER 3D | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: VODAFONE — SHORTLIST



L'ORÉAL *glow*

DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL / STAND ++

STAND L'ORÉAL BY MODALISBOA | AGÊNCIA: RMAC | ANUNCIANTE: L'ORÉAL | DIRECTOR CRIATIVO: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA |
DESIGNER: ANA CUNHA/RICARDO MEALHA/RICARDO MATOS | DATA DE LANÇAMENTO: 04/10/2003



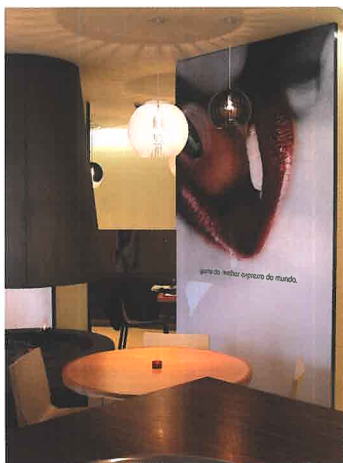
DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL / STAND SHORTLIST

UNDERCOVER 3D | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: VODAFONE | DIRECTOR CRIATIVO: RUI MORAIS | DESIGNER: PAULA CARDOSO/ANTÓNIO NÉU | PRODUÇÃO: BRANDIA | DATA DE LANÇAMENTO: 01/03/2004

DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL — ESPAÇO COMERCIAL

SPAZIO BUONDI | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: NESTLÉ — OURO

LOJA SELOFAN | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT — BRONZE



DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL / ESPAÇO COMERCIAL ++

SPAZIO BUONDI | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: NESTLÉ | DIRECTOR CRIATIVO: INÊS MORAIS | DESIGNER: JOSÉ SILVEIRA DIAS |

COPY: VASCO DURÃO | DATA DE LANÇAMENTO: 01/02/2004



DESIGN DE AMBIENTE INDUSTRIAL / ESPAÇO COMERCIAL +

LOJA SELOFAN | AGÊNCIA: BRANDIA | ANUNCIANTE: CTT | DIRECTOR CRIATIVO: GONÇALO FONSECA/GONÇALO CABRAL | DESIGNER: TERESA PERRY/RODRIGO LIMA | PRODUÇÃO: BRANDIA | OUTROS: VASCO DUPÃO | DATA DE LANÇAMENTO: 01/09/2003

JOVENS CRIATIVOS

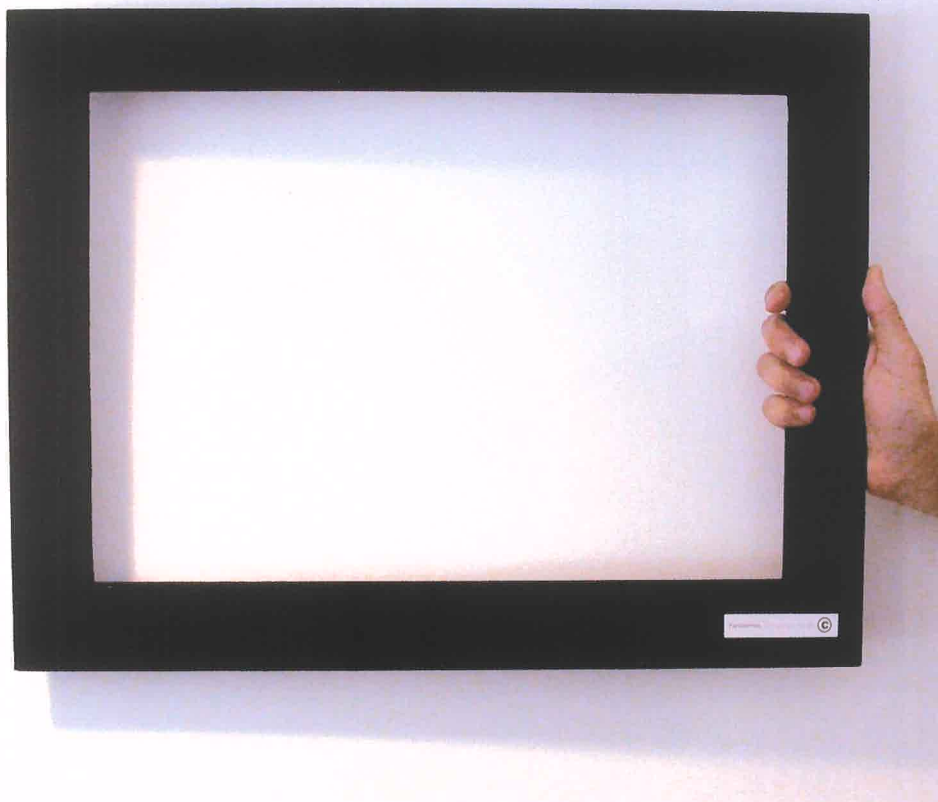
JOVENS CRIATIVOS

INVISÍVEL I CRIATIVO: DIOGO VIEIRA MELLO/PAULO PINTO — PRÉMIO

FANTASMAS I CRIATIVO: HILDEU ANDRADE JÚNIOR/JOANA FARIA — MENÇÃO HONROSA

GHOST 1 I CRIATIVO: RICARDO DIAS — MENÇÃO HONROSA

ÓBITO / COPYWRITER / EUTANÁSIA CRIATIVO: RUI ARAÚJO/CRISTINA TORRES — MENÇÃO HONROSA



JOVENS CRIATIVOS PRÊMIO

INVISÍVEL | AGÊNCIA: BBDO | CLIENTE: CCP | AGÊNCIA: BBDO | DIRECTOR DE ARTE: DIOGO VIEIRA MELLO/PAULO PINTO

Ogilvy, Leo Burnett, J Walter Thompson

São poucos os fantasmas que merecem entrar no nosso anuário.

© CLUBE DE CRIATIVOS DE PORTUGAL

JOVENS CRIATIVOS MENÇÃO HONROSA

FANTASMAS | AGÊNCIA: LEO BURNETT/WUNDERMAN | DIRECTOR DE ARTE: JOANA FARIA | REDACTOR: HILDEU ANDRADE JÚNIOR

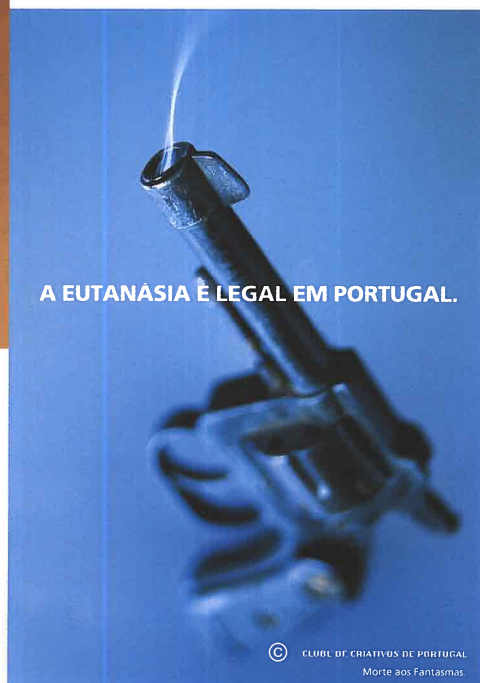
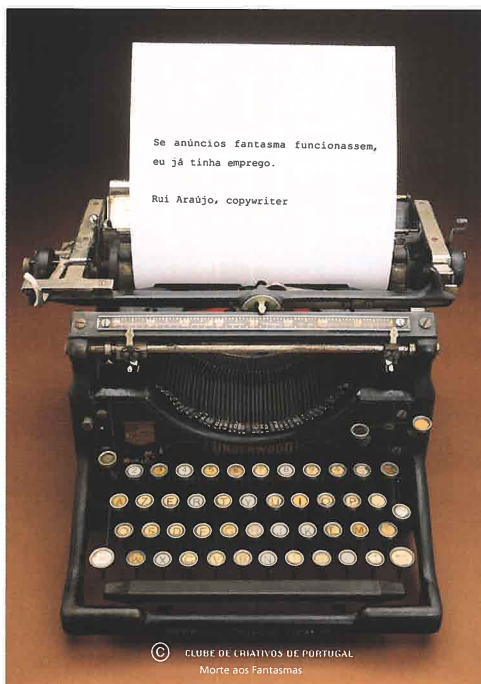
GHOST

que descansem em paz



JOVENS CRIATIVOS MENÇÃO HONROSA

GHOST 1 | CLIENTE: CLUBE DE CRIATIVOS | CRIATIVO: RICARDO DIAS



JOVENS CRIATIVOS MENÇÃO HONROSA

ÓBITO / COPYWRITER / EUTANÁSIA | CLIENTE: CLUBE DE CRIATIVOS | DIRECTORA DE ARTE: CRISTINA TORRES | COPYWRITE: RUI ARAÚJO

MELHOR AGÊNCIA — PUBLICIDADE

J. WALTER THOMPSON

MELHOR AGÊNCIA — DESIGN

BRANDIA

MELHOR ANÚNCIANTE — PUBLICIDADE

PÚBLICO

MELHOR ANÚNCIANTE — DESIGN

JABA FARMACÊUTICA

6º © {

APOIOS / PATROCÍNIOS



montaini@montainifilms.com www.montainifilms.com



NG5, DEIXAMOS A NOSSA MARCA



Nova Geração 5
Produções Publicitárias

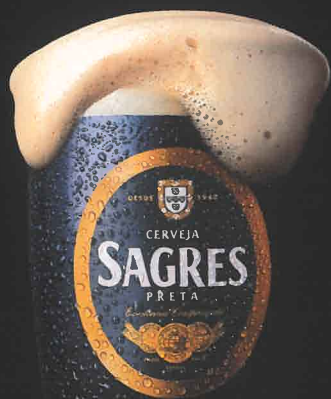
IMP RES SÃO DIGI TAL GRA NDE SFO RMA TOS



©

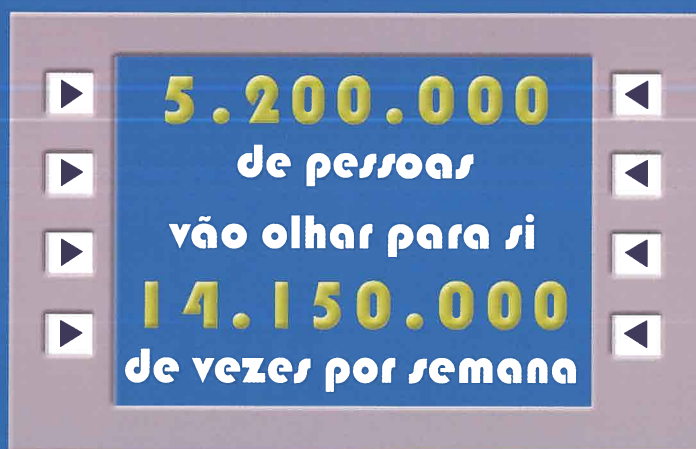
À SAÚDE DE U
MAIS PEQUEN

MUNDOS DOS CLUBES OS DO MUNDO



SAGRES PRETA. PARA UMA ESMAGADORA MINORIA.

EFICÁCIA!!!



NÃO HÁ NADA COMO ESTAR SOZINHO



SPECTACOLOR PORTUGAL

EXPLORAÇÃO DE MEIOS PUBLICITÁRIOS



COMBOIOS LINHA DE CASCAIS

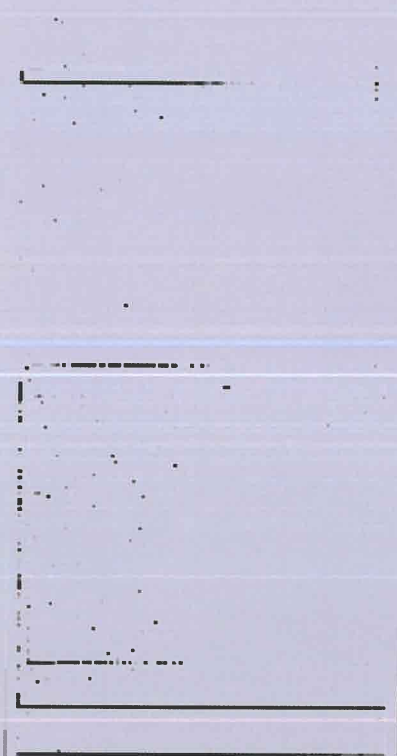
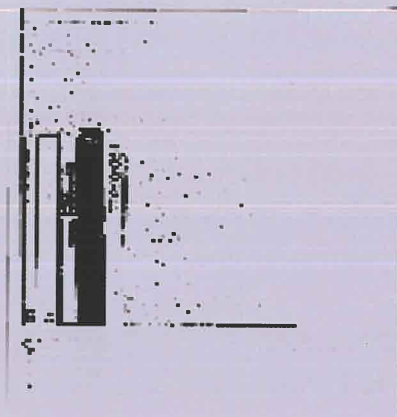
Ótima exposição num percurso
de grande visibilidade.
Mais de 3 milhões de passageiros/mês.

EMPENNA EIXO NORTE/SUL



Ótima localização. Grandes dimensões.
Excelente visibilidade. Impacto assegurado.

E SER VISTO POR MILHÕES DE PESSOAS



APAP a fazer dupla com o CCP desde 1997

BDO Consulting - Consultoria e Gestão, SA



Escritórios em Lisboa, Porto, Faro, Funchal, Praia,
Maputo, Luanda e em 600 outras cidades do Mundo. ¶

As vezes, é preciso olhar para as coisas de uma forma diferente. O essencial está, muitas vezes, escondido. Da mesma maneira todos sabem. Mas não são. No briefing sabemos que o mundo da publicidade não se cria sozinho. É o nosso trabalho que faz o nosso mundo girar. O nosso cérebro pensar. Ao longo dos últimos 15 anos publicamos milhares das mesmas campanhas e 200 das mesmas propostas. E se cada vez que o fazemos, tornamos a certeza de que essa era a maneira certa. Todas as semanas tentamos fazer um jornal melhor, e agora ainda mais com o novo grafismo e concepção. Pode ser apenas um detalhe, mas são os detalhes que fazem a diferença.

briefing

Há 15 anos a escrever a história da publicidade.

Inveja | Temos inveja do bom

trabalho. Admiramos os criativos, os comerciais e as
equipas de marketing que promovem bom trabalho.
Porque com bom trabalho ganhamos todos.

Nos anuários do CCP há muito para invejar e aplaudir.
E para tentar ultrapassar. A inveja é boa conselheira.

Ligue para o 21 454 45 45 e fale com Pedro Janela
ou Gonçalo Castelo Branco. A BY é a única agência
de comunicação em Portugal a reunir as competências de Design
Gráfico, Ambientes, Webdesign e Publicidade numa mesma
unidade. Sem dúvida, motivo de inveja para a concorrência
e vantagem para os nossos Clientes | www.bycom.com.pt



New media

Design

Ambientes

Advertising



Lisboa

CÂMARA MUNICIPAL



EPC - VISÃO DE LISBOA, LDA
Av. Marechal Gomes da Costa nº35
1800-255 Lisboa
Telf: 00351 218591085 /90
Fax: 00351 218591083



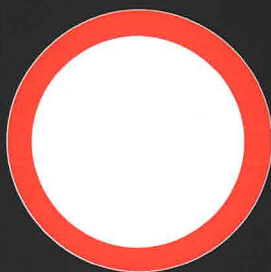
JCDecaux

a vitrine do mundo



Telefone 21 303 10 20
www.kryptonproduction.com
info@kryptonproduction.com

revpub*



excepto
criativos

Contactos para Publicidade*

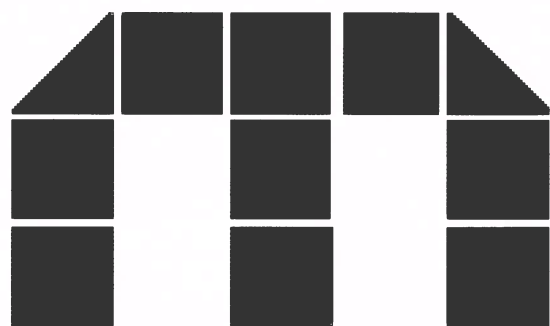
Patrícia Albuquerque (Directora) - 210 410 317

Elisabete Pais de Sousa - 210 410 318

João Paulo Pereira - 210 410 319

*só para quem tem criatividade

Meios & Publicidade



MinistérioDosFilmes

Ouro

Pág. 777*

Prata

Pág. 777*

Bronze

Pág. 187*

**Quem tem as Páginas
Amarelas tem tudo.®**



**Páginas
Amarelas**

Consulte também pelo telefone 707 20 22 22 ou em paginasamarelas.pt

* Página da Lista da Região de Lisboa 2004/2005. Se é de outra região, consulte o índice da sua Lista.

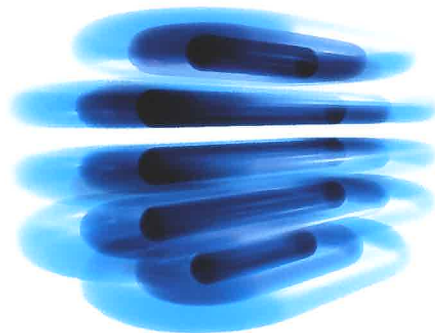
SE GOSTA DESTE ANÚNCIO ENVIE UM EMAIL PARA: **gosto@proximity.pt**

SE NÃO GOSTA, ENVIE UM EMAIL PARA: **naogosto@proximity.pt**



5 Anos obcecados
pela comunicação
criativa, interactiva
e mensurável.

proximity Portugal



De todos e de cada um

Serviço Público não é um produto, é uma vocação. E o resultado desta verdade aparece, de forma transparente, no estudo "Marcas de Confiança", onde a RTP é eleita como a marca de televisão em que os portugueses mais confiam. Mais um bom motivo para continuar a nossa evolução, com a qualidade e a credibilidade que fazem da sua RTP a referência nacional de televisão.



www.rtp.pt



RTP
RADIOTELEVISÃO PORTUGUESA

Qual é a marca automóvel que você pensa em primeiro lugar quando se fala em segurança?



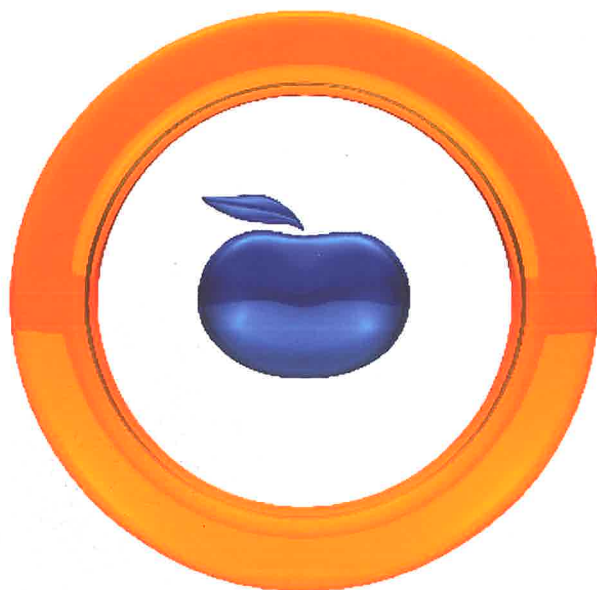
A TELEVISÃO DO FUTURO
NO CANAL 9 DA TV CABO

Errou.

 A Renault é a única marca que tem 7 modelos com a classificação máxima de 5 estrelas nos testes de segurança do Euro NCAP, o organismo europeu independente que tem por missão estabelecer os padrões de segurança na indústria automóvel e que efectua os crash-tests mais rigorosos. Renault Modus, Renault Mégane, Renault Scénic, Renault Mégane Coupé-Cabriolet, Renault Laguna, Renault Espace e Renault Vel Satis.

RENAULT
CRIAMOS AUTOMÓVEIS





www.tangerinaazul.com

DONE*

MENSAGEM: A Netcabo é o melhor ISP Internet Service Provider.

SUPOORTE DA MENSAGEM: Os leitores da PC Guia, revista líder do sector em Portugal elegeram a Netcabo como o Melhor Serviço de Internet.

OUTRAS VANTAGENS: Velocidade de download, assistência técnica, constante inovação e oferta de produtos.

TOM DA COMUNICAÇÃO: Informativo e directo.

OBJECTIVOS DA COMUNICAÇÃO: Que os leitores do Anuário da Publicidade tomem a mesma decisão que os leitores da PC Guia.

DESTACAR A BOLD: Nº de telefone 808 200 400, Lojas e Agentes TV Cabo.

* MELHOR SERVIÇO
Internet

04

VOTAÇÃO DOS LEITORES PC GUIA



A INTERNET PARA QUEM VAI À FRENTE.

6º © {

O Clube de Criativos de Portugal [CCP] tem como missão estimular o mercado português de Publicidade e Design recolhendo e premiando os melhores trabalhos produzidos todos os anos, promovendo o debate e proporcionando o diálogo entre profissionais nacionais e estrangeiros. Uma grande atenção também é dada aos jovens criativos e estudantes, motivando e orientando a nova geração que vem aí a caminho.

The Portuguese Creative Club [CCP] aims to stimulate the portuguese Advertising and Design market by collection and rewarding its best work every year, promoting debates and the dialogue among portuguese and foreign professionals. A great effort is also put towards young creatives and students, motivating and education the upcoming generation.

SÓCIOS

ABEL DA CRUZ COELHO
AD9 - PUBLICIDADE LDA
ALEXANDRA CRISTINA F.SANTANA FRANCO DIAS
ALEXANDRE MANUEL PEREIRA PATACA
ALEXANDRÉ MONTENEGRO RODRIGUES
ANA FILIPA PINHO DE OLIVEIRA E NEVES
ANA JUDITE LAMEIRINHA MOTA
ANA NUNES NEVES
ANA PAULA GONÇALVES
ANA VIEIRA
ANAISSA LOPES
ANDRÉ DA COSTA PIMENTA MOREIRA
ANTÓNIO JÚLIO VALARINHO
ANTÓNIO MANUEL CABRITA TEIXEIRA
ANTÓNIO SÉRGIO MARQUES BAGORRO
BRUNO TOMÉ MARTINHO ROLO
BY DESIGN - SERVIÇOS DE DESIGN, LDA
CAIXA ALTA DESENHO GRÁFICO PUBLICIDADE, LDA.
CARLA SOFIA GONÇALVES ESTEVES
CARLOS COSTA ALMEIDA COELHO
CENTRAL MODELS - MODELOS & MANEQUINS, LDA
CLAUSO ROBERTO GUIMARÃES DAS NEVES
CRISTINA FRADE MARTINHO
DIOGO LEITÃO ANAHORY
DIOGO PEIXOTO
ELISABETE SUSANA FRANCO PEREIRA
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
FABIO SEIDL
FILIPA FONSECA SILVA
FILIPE MANUEL DAS NEVES FERREIRA
GEZO MARQUES
GISELA MARIA BARRADAS FERNANDES
HENRIQUE MARIA PALHELO SALGADO
HUGO FILIPE PEQUENO SOARES
HUGO MIGUEL GOMES BAETA DE OLIVEIRA
ISABEL BILRO
JAYME DE MATTOS KOPKE
JOANA MARIA ABREU SOBERANO
JOANA MARTINS GUTERRES CARDOSO

JOANA SILVEIRA TEIXEIRA DE ALMEIDA LOUREIRO
JOÃO AFONSO V. S. LOPES COUTINHO
JOÃO CORREIA DE MATOS DORNELLAS GYSNEIROS
JOÃO DE OLIVEIROS VIEIRA NOGUEIRA
JOÃO GARCIA PEREIRA MENDES
JOÃO NAVARRO A. FONSECA DE SOUSA LEIRIA
JOÃO PEDRO RIBEIRO DO CANTO LAGIDO
JOÃO SUCENA MOREIRA PINTO GEADA
JORGE NÉLSON FRANCO COSTA
JOSÉ CARLOS BOMTEMPO TEIXEIRA
JOSÉ MIGUEL DOS REIS
JOSÉ PEDRO VALENTE
LATITUDES - DESIGN E PUBLICIDADE
LILIANA SILVA DE AZEVEDO MOREIRA
LUÍS FERREIRA
MADALENA PORTUGAL RIBEIRO TIAGO DE CASTRO
MANUEL RENDEIRO
MARCO WILMELMSEN BARRENTO
MARGARETE NASCIMENTO DA SILVA
MARIA SARAGOÇA MENDES DE CARVALHO FELGUEIRAS
MARIA SILVA
MARIA TERESA GARCAO R MARTINS FERREIRA
MÁRIO AURÉLIO VIEIRA BRAGA
MIGUEL ARAÚJO
MIGUEL LOPES ALVES CAMPOS GOMES
MIGUEL MATEUS DE MASCARENHAS PALMA
MÔNICA OSÓRIO
MONTAINI FILMS
NFF - PRODUÇÃO DE FILMES, LDA
NUNO CAMPOS SAMPAIO
NUNO MIGUEL CARREIRA RIÇA
NUNO REMÍCIO
OLGA MARIA MENDES DIAS
PALETA DE IDEIAS - ATELIER DE PUBLICIDADE, LDA.
PATRÍCIA MARIA ROVISCO PINTO
PAULO JORGE SOARES DA SILVA
PAULO SOARES BEMFICA
PEDRO ALCADA
PEDRO ALEXANDRE CRUZ FERREIRA

PEDRO ALEXANDRE PEREIRA RIBEIRO
PEDRO MANUEL BRILHANTE DOS SANTOS
PEDRO MANUEL DE AZEVEDO MARTINS
PEDRO MANUEL QUINTAS MONTEIRO
PEDRO MIGUEL CARVALHO MIRANDA PIRES
PEDRO MIGUEL DE OLIVEIRA SILVA BICA
PEDRO MIGUEL RAMOS VIEIRA DA SILVA
PEDRO OLIVEIRA
PEDRO ROLDÃO
PETER DICKINSON
RICARDO JORGE MARTINS ARAÚJO
RICARDO MIRANDA
RITA ANDREIA FREITAS CAIRES
RITA SUSANA COSTA BALTAZAR
RITA TORRES BAPTISTA
RUI FERNANDO CORTES MELO LOBO
RUI LOPES
RUI LOURENÇO HELENA
RUI PEDRO LOPES SARAIVA
RUTE ISABEL CUSTÓDIO
SANDRA MÔNICA TEIXEIRA MACHADO
SANDRINE JENNY BOEBAERT
SARA BALONAS
SÉRGIO FILIPE CONDE MARÇAL
SHOW FILMES, LDA
SILVIA CATARINA SANTOS PAULINO ROSA
SOFIA ASSALINO
SOFIA CATARINA PAIVA RAMOS
SÓNIA ALEXANDRA SOARES MARQUES
SPIRITUC - CONS.DE MARKETING E GESTÃO, LDA
STEPHAN ONKEN
SUSANA DE CARVALHO
SUSANA FERREIRA AZENHA
SUSANA FILIPE DE OLIVEIRA FRANCISCO
SUSANA MARGARIDA DE CARVALHO FERREIRA DÓRDIO
TIAGO COUTO TEIXEIRA CRUZ
UNICER - SERVIÇOS GESTÃO EMPRESARIAIS A/C SR[A]
ENG[A] JOANA QUEIROZ RIBEIRO
VANESSA COUACHÃ
VASCO ALVES
VASCO ANTÓNIO BAETA CONDESSA
VICTOR CARMELO NUNES DE SOUSA
VSC2P COMUNICAÇÃO E IMAGEM S.A.

PATROCÍNIOS

EPC — rádio

JCDECAUX — Outdoor

KRYPTON — Jingle/banda sonora

MINISTÉRIO DOS FILMES — Cat técnica imprensa melhor copy

MONTAINI FILMS — TV/Cinema ver com Lurdes

NG5 — Design Gráfico

PÁGINAS AMARELAS — Workshop de Publicidade

TANGERINA AZUL — Cat téc TV/Cinema Melhor efeito especial/Pós-produção

RENAULT — Causas Sociais /Bem público

SAGRES PRETA — Imprensa

SPETACOLOR multibanco ver com Lurdes

APOIOS

APAP

BDO BINDER

BRIEFING

BY

CMARA MUNICIPAL DE LISBOA

CP PROXIMITY

MEIOS E PUBLICIDADE

RTP

SIC RADICAL

TVCABO

AGRADECIMENTOS

Ingreme — Ricardo Portela

Indigo — Manuel Faria

CTP-Produção

Secretonix — Mário Feliciano

Nuno Jeronimo e André Moreira — BBDO

Montaini Films — Francisco Saalfeeld

Nuno Calado

Ana Paulo - Prod.e Ed. Gráficas, Lda — ampaulo@sapo.pt

Maria de Lurdes P. Matta — Secretária-geral do CCP

Rita Tovar Faro — CCP

