

NONO[®] ANUÁRIO

'COMING TOGETHER

is a beginning.
Keeping together is progress.
Working together is **success.**

(Henry Ford)



tela

cidade

inspiração

pintar

Consegues ver a vida de um ângulo

horizonte

janela

paisagem

arte

arquitectura

diferente?

NOKIA
Connecting People



Nokia 7900 Prism



Nokia 7500 Prism

Será que uma tela tem que ser em tela?
O teu ponto de vista único é o que te
distingue. E no teu mundo o design
inovador e a tecnologia de ponta
fundem-se na perfeição. Descobre
uma nova perspectiva feita de linhas
simples e texturas sensuais.
Na Prism Collection.

www.nokia.pt

NONO[®] ANUÁRIO CLUBE DOS CRIATIVOS

'COMING TOGETHER

is a beginning.
Keeping together is progress.
Working together is **success.**

(Henry Ford)

TÍTULO NONO ANUÁRIO DO CLUBE DE CRIATIVOS
DE PORTUGAL

DESIGN DNA Design New Approach

PAGINAÇÃO Ana Paulo

IMPRESSÃO Roto & Filhos II, S.A.

TIRAGEM 500 Exemplares

DEPÓSITO LEGAL 225 900/05

CLUBE DE CRIATIVOS DE PORTUGAL

Rua Carlos Costa 1-1º Sala A

1050-046 Lisboa

telm. 91 332 50 33

tel. 21 312 15 65/6

fax. 21 312 15 69

clubedecriativos@apap.co.pt

www.clubecriativos.com

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 reduzida sem o consentimento por escrito, dos proprietários dos respectivos direitos. A tipografia "Maciza" foi desenhada por Ipsum Planet para a revista Neo2 - WWW.neo2.es

"Este anuário foi impresso em papel Couché Premium Mate Volume CreatorGala Matt 150g da Torraspapel Portugal

A superfície mate e o seu alto volume, fazem de CreatorGala Matt um papel excepcional para trabalhos que requerem uma maior espessura. Em geral, está recomendado para todo o tipo de trabalhos de edição."



COMING TOGETHER

INTRODUÇÃO

JÚRI

GRANDE PRÉMIO

TELEVISÃO / CINEMA

- Melhor Filme de TV / Cinema p.18
- Melhor Campanha
- Melhor Realização
- Melhor Fotografia
- Melhor Banda Sonora
- Melhores Efeitos Especiais

RÁDIO

- Melhor Spot de Rádio p.104
- Melhor Campanha
- Melhor Banda Sonora

IMPRENSA

- Melhor anúncio de Imprensa p.124
- Melhor Campanha de Imprensa
- Melhor Fotografia
- Melhor Ilustração

OUTDOOR

- Melhor Outdoor p.166
- Melhor Campanha
- Melhor Poster
- Melhor Campanha Poster

CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

- TV / Cinema p.192
- Imprensa
- Outras acções

MEDIA ALTERNATIVA

- Media alternativa p.214
- Campanha

MARKETING RELACIONAL

- Mailing Dimensional p.224
- Mailing Standard
- Media Alternativa
- Programa de Fidelização
- Acção integrada
- Direct Response - Imprensa
- TV
- Email
- Field Marketing

DESIGN EDITORIAL

- Brochure / Catálogo p.258
- Relatório e contas
- Publicações Periódicas

DESIGN GRÁFICO

- Posters p.274
- Auto-promoção
- Outros

ILUSTRAÇÃO E FOTOGRAFIA

- Ilustração e Fotografia p.290

IMAGEM CORPORATIVA

- Nova Marca / Imagem p.298
- Re-Branding
- Logótipos e Símbolos

EMBALAGENS

- Rótulos p.314
- Embalagens

PROJECTO GLOBAL p.320

TIPOGRAFIA ORIGINAL p.326

NEW MEDIA

- Institucional p.330
- Mini site
- Motion Graphics
- CD ROM e DVD
- Baner Isolado
- Campanha
- Comunicação
- Video Advertising

DESIGN DO AMBIENTE E DESIGN DE EQUIPAMENTO

- Stand p.364
- Espaço Comercial
- Equipamento

MEIOS

- Melhor Solução Criativa Utilização de Espaço Comercial TV p.372
- Melhor Solução Criativa Utilização / Criação Conteúdos TV Sponsorship
- Melhor Solução Criativa Utilização de Espaço Comercial Imprensa
- Melhor Solução Criativa Utilização / Criação Conteúdos Outdoor
- Melhor Solução Criativa Utilização / Criação Conteúdos Digitais
- Melhor Solução Criativa Multiméios

Jovens Criativos p.390

MELHOR AGÊNCIA p.396 DE PUBLICIDADE / MARKETING RELACIONAL / DESIGN

MELHOR ANONCIANTE DE PUBLICIDADE / MARKETING RELACIONAL / DESIGN

APOIOS E PATROCÍNIOS p.400

Um Anuário, qualquer Anuário, não é apenas o retrato do trabalho criativo de um ano. É o retrato da situação económica do país, do momento social e cultural, da visão dos directores de marketing, da capacidade das agências venderem as suas ideias, do talento das equipas de produção, da inspiração de um fotógrafo ou de um realizador, do ouvido de um produtor de som, da sensibilidade de um produtor gráfico e não menos importante, o retrato das opiniões e interações de um grupo de pessoas fechadas dentro de uma sala escura durante muitas horas. Sim, o júri. Um júri não é apenas um conjunto de pessoas que provaram o seu talento nesta área. É um conjunto de critérios que diferem não só de pessoa para pessoa como consoante a hora do dia, a fome, o cansaço ou até aquela comichão irritante num ponto inalcançável das costas. O trabalho de jurado não é fácil e conseguir chegar a consensos mais difícil ainda. Por isso, o meu respeito vai não só para todos os profissionais enumerados acima como sobretudo para os membros dos júris deste ano. Este livro é um retrato da opinião de cada um, de todos juntos e das circunstâncias. É um excelente retrato como verão mais à frente.

An Annual, any Annual, is not only the portrait of the work done by creative people in a particular year but also the portrait of the economy, the social and cultural momentum the vision of marketing directors, the ability of agencies selling their ideas, the talent of production teams, the inspiration of photographers and directors, the sensitivity of sound engineers and mostly the portrait of the opinions and interaction of a bunch of people closed in a dark room for hours. It's not an easy job and this Annual is a portrait of each opinion, of their consensus and of circumstances. A pretty good portrait by the way.

JUDITE MOTA
PRESIDENTE DO CLUBE DE CRIATIVOS

Foi com especial orgulho que aceitei o convite para ser presidente do júri de publicidade no 9º Festival do Clube de Criativos de Portugal. Aliás, foi com surpresa que recebi o convite para ser presidente do júri de publicidade no 9º Festival do Clube de Criativos de Portugal. Ou melhor, foi com alguma perplexidade que recebi a carta em que me convidavam para ser presidente do júri de publicidade no 9º Festival do Clube de Criativos de Portugal. Bom, para ser honesto, fiquei indignado. Enquanto criativo e sócio do clube. Mas quem sou eu para ser Presidente do Júri? Então não era suposto o trabalho ser avaliado pelos melhores criativos, gente de reputação intocável? Eu nem reputação tenho, meus amigos. Ainda assim, quero dar os parabéns ao clube pela criatividade da escolha, uma vez que o óbvio teria sido convidar alguém sério e credível. Eles lá sabem o que fazem, porque a verdade é que asseguraram a qualidade da votação com um painel de jurados como deve de ser. Estou convencido que eles garantiram um bom anuário. É sempre difícil escolher os melhores trabalhos do ano. Eu sei porque estava lá e vi. E vi decência e competência na escolha. O resultado segue dentro de algumas páginas, espero que gostem e que sirva de inspiração para sermos cada vez mais originais, mais surpreendentes, melhores. Seja num folheto, seja na escolha de quem preside aos júris.

I was especially proud to accept the invitation to be president of the advertising jury in the 9th Festival of the Portuguese Creatives Club. I mean, I was especially surprised to be invited to be president of the advertising jury in the 9th Festival of the Portuguese Creatives Club. Better yet, I was quite perplexed when I got a letter inviting me to be president of the advertising jury in the 9th Festival of the Portuguese Creatives Club. Well, to be honest I was shocked. As a creative and a club member. But who am I to be president of the jury? Wasn't the best work supposed to be appraised by the best creatives, people of an untouchable reputation? I don't even have a reputation, my friends. Anyway, I would like to congratulate the club for the creativity of its choice, given that the obvious would be to choose someone serious and credible. They must know what they are doing, because they guaranteed the quality of the voting with a decent panel of jurors. I'm convinced they made an excellent yearbook. It's always difficult to choose the best work of the year. I know because I was there and saw it. I also saw decency and competence in their choices. You can check the result in the following pages. I hope you appreciate it and that it may serve as an inspiration in order for us to be more and more original, surprising, better. Either when it comes to creating a leaflet or selecting a president of a jury.

NUNO JERÓNIMO
PRESIDENTE DO JÚRI DE PUBLICIDADE

2007 foi um ano atípico para o Marketing Relacional. Não na forma como decorreram as votações dos prémios, mas nos resultados e na qualidade do trabalho inscrito.

Pela primeira vez assistimos a um resultado no mínimo estranho. O anunciante do ano em Marketing Relacional foi uma agência, com uma forte percentagem de prémios na categoria de auto-promoção. Isto fez-me pensar - e os elementos do júri - se a forma como estão definidas as categorias é a mais correcta. Será que devemos redefinir categorias? Criar categorias novas?

Falando nos trabalhos em si, notou-se que houve menos peças acima da média, do que em anos anteriores. Não sei se por falta de criatividade, se por culpa da crise e dos cortes em publicidade por parte dos anunciantes, se por outra razão qualquer. Mas é um facto, que as melhores peças inscritas eram, de uma forma geral, muito equivalentes entre si em termos criativos, sem serem excelentes. Isto reflectiu-se na quantidade de ouros atribuídos, que foram poucos.

Falando em termos globais, o festival foi positivo e as votações foram justas. Existem algumas arestas por limar, mas é importante que o festival continue e acontecer nos próximos anos. Em termos criativos o festival do CCP é aquele que nos dá todos os anos a oportunidade de ver e promover o que de melhor se faz por cá, em todas as áreas. Tenho a certeza que 2008 vai ser um bom ano e cá estarei para contribuir para que assim seja. Força CCP.

2007 was a somehow different year for Direct Marketing.

Not in the way the judging went on, but in the results and the overall quality of the work.

For the first time in years we had a strange outcome. The client of the year was an agency with a strong percentage of prizes in self promotion work. This made me and the rest of the jury think. Are the categories well defined. Should we create new rules regarding self promotion work. Or should we create new categories?

Regarding the work, few really stood out as in previous years. Maybe because of the crisis and the cuts in clients spendings, maybe just because of less creativity. The fact is that we judged good work but nothing really excellent. As a result of this fewer gold awards than in previous years were given out.

In global terms, we had a good festival and fair judging. There are some things that we could improve for the next festival but I hope it lasts for many years to come. It is our opportunity to see and promote some of the best work done during a year. I'm confident that 2008 will be a good creative year and happy to contribute for the festival's success.

MARCO BARRENTO **PRESIDENTE DO JÚRI DE MARKETING REALACIONAL**

2007 stands for the year of the inclusion of Media in the Portuguese Creativity Club Awards!

More than raising the discussion if this inclusion should or not have happened before, this first participation is a clear statement about the relevancy of creative media solutions to reinforce communication efficacy. The development of media creative solutions, always adjusted to brand and target values, excels the advertising message from the advertising clutter, reinforcing brand values and bridging the distance to their consumers, allowing a more qualitative "contact" in a context where consumers may have their advertising barriers less active.

It was a privilege and a pleasure to preside this first media awards, where the entire jury team was committed to raise the relevancy of media as media, stating the difference between creativity and creative media, rewarding both the most innovative solutions presented as well as its relevancy and contribution to brands' results and their success!

2007 representa o ano de inclusão da Media nos prémios do Clube de Criativos de Portugal!

Mais do que discutir se a inclusão da Media já deveria ou não ter acontecido, esta primeira participação é o claro reconhecimento do papel da criatividade na forma como os media são utilizados para reforçar a eficácia da comunicação. O desenvolvimento de soluções criativas, sempre que ajustadas aos valores da marca e do seu público, permitem fazer sobressair a mensagem publicitária do ruído publicitário, reforçar os valores das próprias marcas e aproximá-la dos valores dos consumidores, permitindo ainda um "contacto" diverso, num contexto em que os consumidores poderão ter as suas "barreiras" menos activas.

Foi um privilégio e um prazer ter presidido a estes primeiros prémios de media, onde toda a equipa se empenhou em dar relevo à media pela media, deixando inequívoca a diferença entre criatividade e media criativa, premiando não só o que de mais inovador foi apresentado, como também o contributo e relevância das soluções para o sucesso das marcas!

MÁRIO MATEUS **PRESIDENTE DO JÚRI DE MEIOS**

O reconhecimento e consequente criação de uma nova categoria de prémios para os projectos de comunicação digital, não podia ser mais natural, particularmente pelo Clube de Criativos de Portugal, o fórum por excelência dos profissionais que todos os dias pensam e criam projectos de comunicação que hoje mais do que não poder ignorar, têm a necessidade de explorar com toda a sua potencialidade este novo meio. Um meio que já saiu da sua infância, um meio que assume a sua maturidade, um meio incontornável para as marcas, que bem utilizado pode conduzi-las a um novo paradigma de proximidade com os seus consumidores. Os projectos que nesta edição do festival chegaram a finalistas são disso testemunho, um exemplo do compromisso, da dedicação e do elevado grau de profissionalismo com que estes profissionais os abraçaram. Por tudo isto e muito pelo o que ficar por dizer neste curto espaço, foi para mim um privilégio presidir ao júri desta nova e ambiciosa categoria de prémios.

The recognition and subsequent creation of a new Award category for digital communication projects couldn't be more appropriate, being CCP [Portugal's Creative Club] the checkpoint where all professionals that think and create new communication projects meet. Nowadays, this category can no longer be ignored, but explored to its fullest potentiality. This area has already left its childhood, has evolved and has assumed its plain development; has taken an unavoidable importance to any brand that aims to reach a closer connection with its consumers.

All projects that achieved the final stage of this year's Festival are the living proof of this, an example of dedication and high professionalism of all those who have put their efforts on doing a great job.

For all these reasons and many more left unsaid, it has been a great privilege for me to preside the jury of this new and ambitious Awards category.

JOÃO CARDOSO FERNANDES
PRESIDENTE DO JÚRI WEB DESIGN E NEW MEDIA

Ao fixar no papel estas palavras, enfrento de novo, aquele que é provavelmente o maior desafio dos criativos, o confronto com a página em branco. Neste embate diário, em que começamos a dar corpo e alma a uma nova ideia, o olhar atento e o pensamento crítico sobre tudo o que nos rodeia, são instrumentos indispensáveis à criatividade. É esta criatividade que encontra espaço no Festival do Clube de Criativos de Portugal para brilhar e ser partilhada.

É de extrema importância, tanto para os actuais profissionais do design como para os futuros profissionais a existência de espaços de partilha e reflexão e é nesse contexto que encaro o FCCP. Um festival feito por criativos para criativos é o evento ideal para se ver, reflectir, discutir e premiar as grandes ideias criativas.

É no entanto notório, o afastamento cada vez maior de algumas agências, relativamente a eventos desta natureza. Empresas com a responsabilidade e o potencial para contribuir de forma positiva para a credibilização e afirmação do design, quer nacional, quer internacionalmente, deveriam participar de forma a impulsionar e dinamizar a visibilidade do design no mercado.

Fica aqui o desafio à participação destas empresas, em nome da qualidade e do crescimento que ambicionamos para o design, assim como o desafio aos promotores e organizadores deste evento para criar mecanismos eficazes de persuasão que levem as melhores empresas, os grandes designers, as jovens promessas a participar e contribuir para a continuidade e crescimento deste Festival.

É igualmente importante para o Festival e para o design, que num mercado em permanente mutação e numa época onde é cada vez mais difícil desenvolver projectos ambiciosos e diferenciadores, que as agências e os clientes não tenham medo de inovar e de arriscar. É determinante investir em investigação, experimentação e talento. É preciso que o embate diário com a página em branco seja um desafio permanente que motive o crescimento e a evolução do design.

While writing these words on paper, I face again, that which is probably a creative greatest challenge, confronting a blank page. In this daily confrontation, where we begin to shape a new idea, an attentive look and a sharp judgement about all things that surround us, are indispensable tools for creativity. It is this creativity that finds, in Portugal's Creative Club Festival, a place to shine and to be shared.

It is extremely important, for today and for tomorrow's professional designers, the existence of places for sharing and for reflection, and it is in that context that I understand the FCCP. A festival done by creatives for creatives is the perfect event to see, to reflect, to discuss and to distinguish great creative ideas.

It's notorious however, how some agencies have become increasingly distanced from events like these. Companies with the responsibility and the potential to contribute in a positive way, for the festival's success and for the national and international recognition of design, that should participate in order to push forward design's visibility in the market. That said, I leave here the challenge for these companies to participate, in the name of quality and growth that we aspire for design, and also a request for the promoters and organizers of this event, to create efficient persuasion mechanisms, that bring the best companies, the good designers and the young promises to participate and to contribute for the festival's growth and continuance.

It's equally important for the festival and for design, that in this permanent changing market and in a time where it has become more and more difficult to develop ambitious and differentiated projects, for agencies and clients not to be afraid to innovate and take risks. We must invest in research, experimentation and talent. It is necessary that the daily confrontation with the blank page, becomes a permanent challenge that motivates design growth and evolution.

MIGUEL REIS
PRESIDENTE DO JÚRI DESIGN

Este festival é sem dúvida o último local onde esperaria encontrar uma homenagem tão significativa à participação dos nossos clientes no processo criativo. Um Clube que se afirma exclusivo desde logo pela designação que utiliza, "dos criativos", partilha desta forma livre e de espontânea vontade o mérito destes e de outros projectos eleitos como referências inspiradoras para a nossa profissão. A verdade é que as nossas ideias não chegariam longe sem a projecção que estes "criativos honorários" lhes dão. Criar em conjunto é uma capacidade em evolução que se desenvolve cada vez mais nas equipas que, por vocação, dedicam a sua vida a ter ideias. Porque pior do que não as ter, é tê-las boas na gaveta. É realmente um mérito que deve ser partilhado com os temerários clientes que têm a coragem, a visão e a criatividade de "pô-las cá fora". Esperamos nós, os criativos e a selecção de trabalhos que apresentamos neste anuário, que a inspiração ultrapasse as barreiras das nossas empresas para o lado das vossas.

Resta-me agradecer ao CCP em meu nome e de toda a equipa DNA, a oportunidade que nos proporcionaram de ilustrar este tema e de colar esta nossa interpretação à selecção de criatividade deste ano (os nossos clientes eram criativos, tivemos sorte).

This festival is without a doubt the last place where one would expect to find such a significant tribute to the participation of our customers in the creative process. A club, whose exclusivity is immediately apparent from its name, "for creative artists", shares freely and spontaneously the merit of these and other projects chosen as inspirational to our profession. The truth is that our ideas would not go far without the impetus provided by these "honorary creative artists". Group creativity is an evolving skill that is progressively developed in teams who, by their vocation, dedicate their lives to having ideas. Because worse than not having any ideas is having good ones filed away in a drawer. This really is a value that should be shared with those fearless customers who have the courage, vision and creativity to "bring them out". We, the creative artists and the selection of works we present in this yearbook, hope that inspiration crosses over the boundaries of our companies and into yours.

Finally, I would like to thank CCP, on behalf of myself and the whole DNA team, for the opportunity that they have given us to illustrate this theme and affix our interpretation on this year's selection of creativity (lucky for us, our customers were creative).

ALEXANDRE DE CARVALHO COSTA
DIRECTOR CRIATIVO
DNA T&R

Júri COP 9 Festival

PUB

Presidente | **Nuno Jerónimo** | BBDO

José Ricardo | Y & R
Jorge Barrote | JWT
Tiago Rebelo | RSCG
Pedro Magalhães | Brandia
Rui Silva | Ogilvy & Mather
João Taveira | McCann
Sara Ferreira | Partners
Gezo Marques | TBWA
Pedro Amorim | Garage Films
Gonçalo Almeida | Bate-Chapas

PUB TÉCNICO

Presidente | **Nuno Jerónimo** | BBDO

João Roque | Leo Burnett
João Rola | Display
José Pedro Sousa | Ministério dos Filmes
Filipe Rebelo | Máq. Invisível
Eugénio Marques | Bikini

MKR

Presidente | **Marco Barrento** | Proximity

Fernando Costa | OgilvyOne
José Castelo | Wunderman
Celso Eduardo | G2 Lisbon | Grey
Ricardo Henriques | Brandia
Pedro Oliveira | HPP
Jorge Menezes | McCann

DESIGN

Presidente | **Miguel Reis** | 37 Design

José Carlos Mendes | Mola
Rui Melo | Euro RSCG Design
Ana Melo | By
Monica do Vale | Strat
Ana Pessoa | Btug
Rui Sampaio de Faria (3D) | Snord
Luís Mileu | Brandia
Miguel Figueiredo | OgilvyDesign

NEW MEDIA

Presidente | **João Fernandes** | View

Carlos Guedes | Full Six
Nuno Salvaterra | Pkage
Pedro Rodrigues | Independente
Peter Monte | Independente
Nuno Baltazar | Independente
Alexandre Rodrigues | Six&Co
Luis Neng | Spirituc

MEIOS

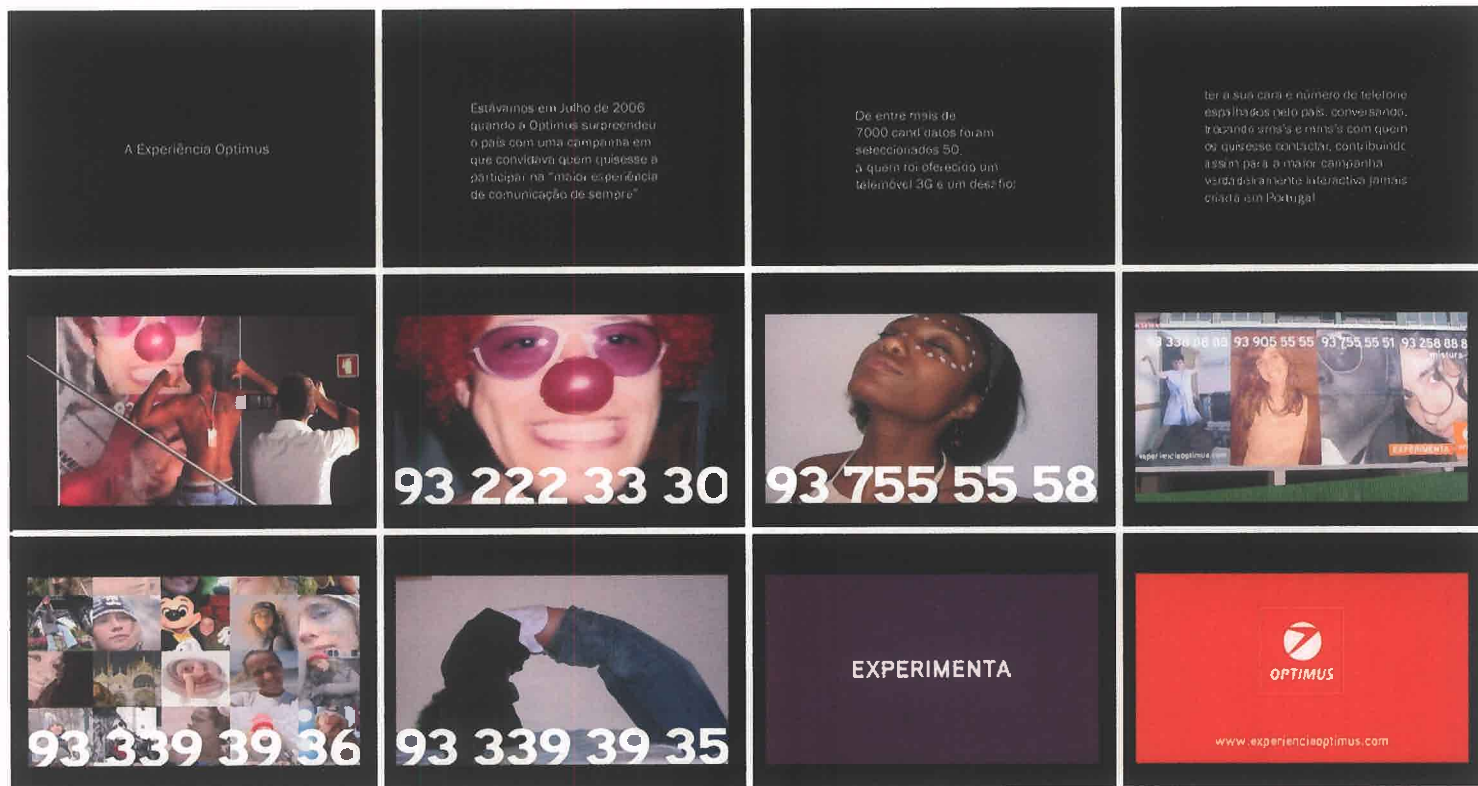
Presidente | **Mário Mateus** | Initiative

Fernando Cruz | Havas Media
Ruben de Almeida Domingues | Mediaedgeia
Paula Folgado | Tempo OMD
Paula Almeida | Optimedia
Nuno Fernandes | Canal
Daniel Tavares | Executive Media
Manuel Falcão | Nova Expressão

GRAN PREMIO



Autocarros Optimus. Como forma de potenciar o seu novo conceito de comunicação, a Optimus decorou vários autocarros com um desafio lançado a um grupo de grafiteiros: experimentem.

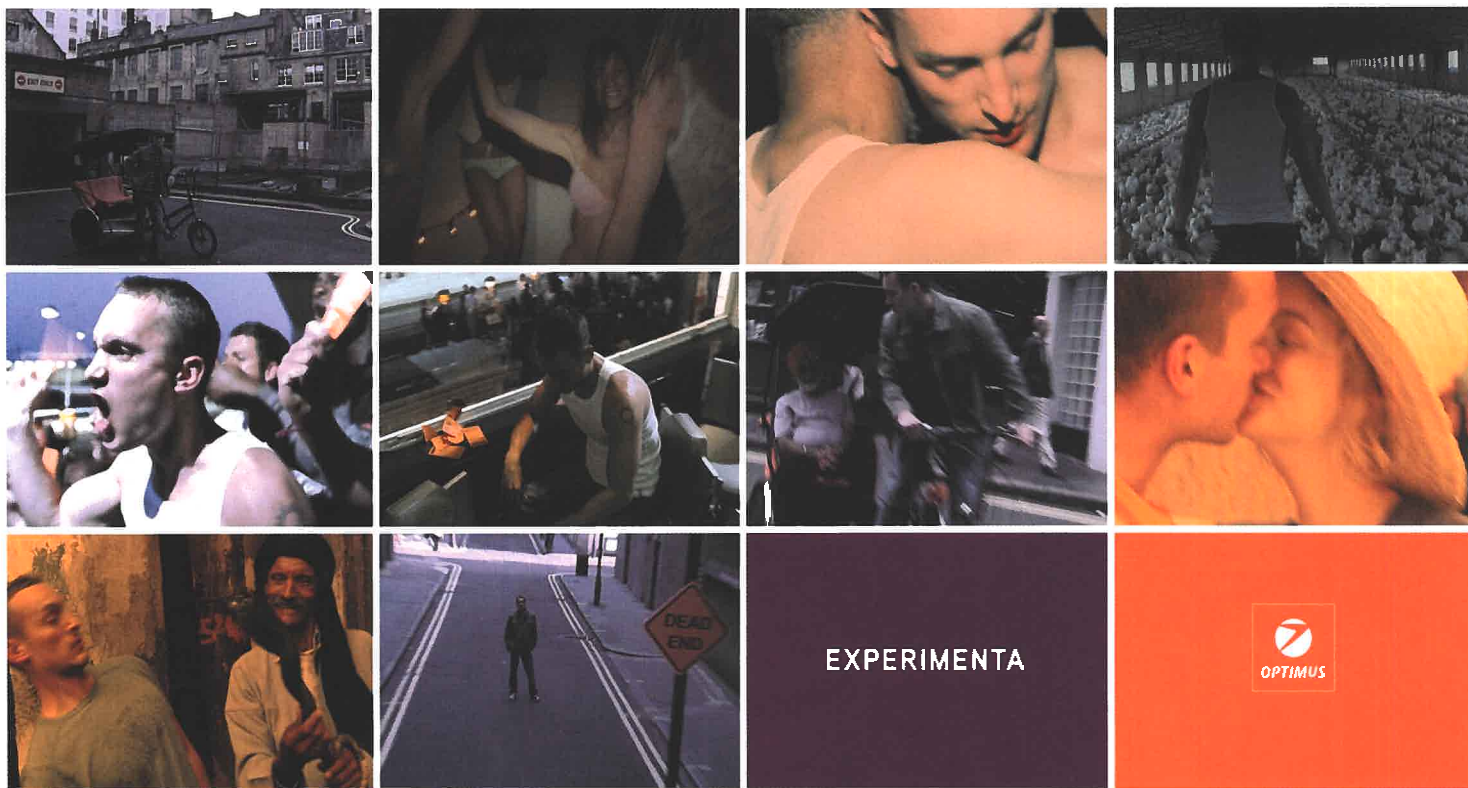


Experiência Optimus

Estávamos em Julho de 2006 quando a Optimus surpreendeu o país com uma campanha em que convidava quem quisesse a participar na "maior experiência de comunicação de sempre".

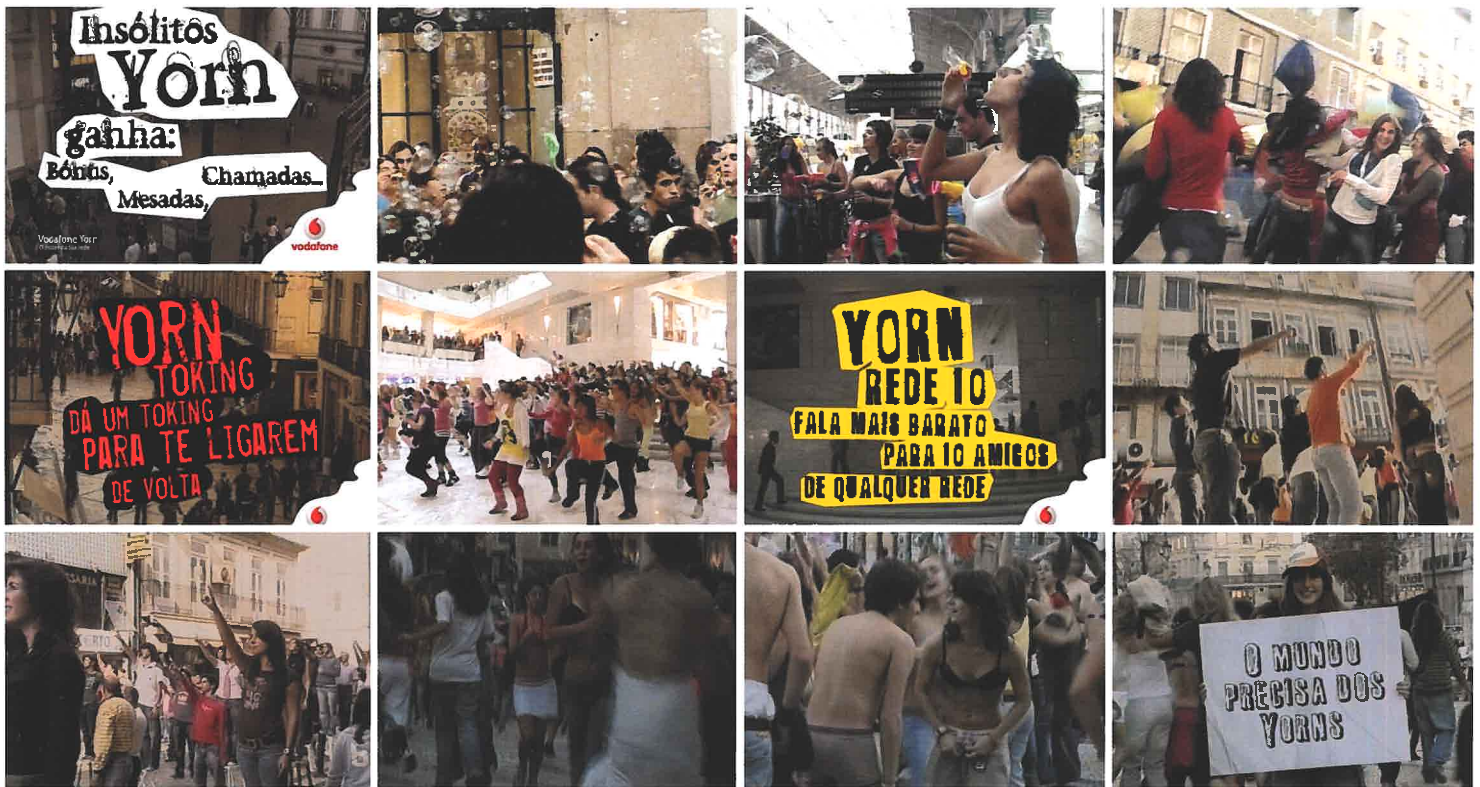
De entre mais de 7000 candidatas foram seleccionados 50, a quem foi oferecido um telemóvel 3G e um desafio: ter a sua cara e número de telefone espalhados pelo país, conversando, trocando sms's e mms's com quem os quisesse contactar, contribuindo assim para a maior campanha verdadeiramente interactiva jamais criada em Portugal.

TELEVISÃO CINEMA



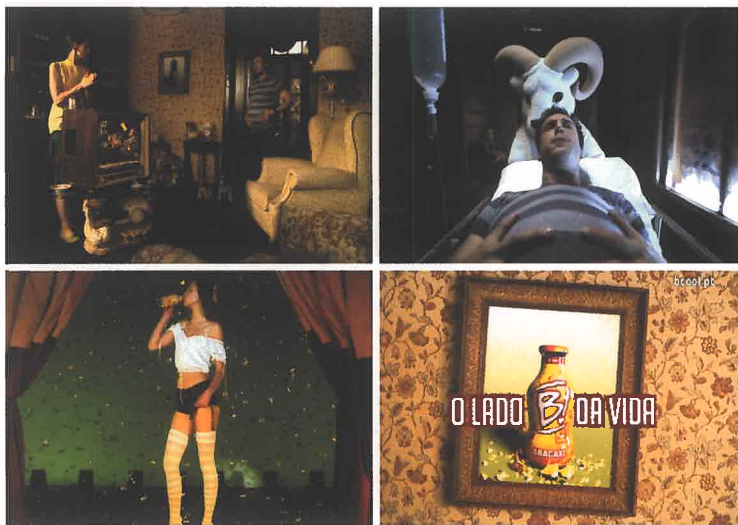
Para lançar o conceito "Experimenta" na televisão foi pedido a dois realizadores que interpretassem livremente o mesmo script. Uma experiência de comunicação em si mesma, da qual resultaram duas visões, dois estilos, duas linguagens distintas de comunicação e dois filmes que foram para o ar ao mesmo tempo, reforçando o novo conceito adoptado pela Optimus, ela própria a primeira a experimentar.





Flash Mobs. Campanha composta por 6 filmes onde multidões de Yorns (recrutados entre clientes Yorn) surgem de repente num espaço público, fazem a sua cena (trocar de roupa, soprar bolas de sabão, apontar para o céu, guerra de almofadas, aeróbica) para desaparecerem logo em seguida. Tudo porque "O mundo precisa dos Yorns". As reacções de surpresa dos transeuntes são genuínas.

This campaign includes 6 movies where mobs of Yorn young clients irrupt into the streets, do their thing (pillow fight, change clothes, aerobics) and disappear. "The world needs Yorn people" says the final tag.



O parto que Dali gostava de ter sonhado. O lado B da vida. É uma menina, o que na China é mau, mas os homens do planeta aplaudem.

A man is giving birth in a twisted world where everything isn't exactly what it should be. It only makes sense in the "B side of life".

PRATA

TÍTULO Menina | AGÊNCIA Brandia Central | ANUNCIANTE B! | DIRECTOR CRIATIVO Marco Dias | REDACTOR João Freitas
 DIRECTOR DE ARTE Jorge Ferrão | RTV Rui Pregal da Cunha | PRODUTOR Miguel Rebelo da Silva
 REALIZADOR Tiago Guedes Carvalho e Frederico Cerejeiro | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA João Lança Morais | PÓS-PRODUÇÃO Pix Mix | PRODUTORA DE SOM
 Som de Lisboa | TÉCNICO DE SOM Victor Castro | BANDA SONORA Take it Easy



A vida é uma viagem. Há um rio e uma margem. Onde é que queres estar?

PRATA

TÍTULO Rio | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Bidarra | REDACTOR Francisco Alves
DIRECTOR DE ARTE Raul van Harten | RTV Maria João Monteiro | PRODUTOR Garage - Miguel Varela | REALIZADOR João Nuno Pinto
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Cáçá | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE SOM Indigo



PRATA

TÍTULO Turista Especial | AGÊNCIA JWT Lisboa | ANUNCIANTE Santa Casa da Misericórdia | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Magalhães, Rui Soares, Jorge Barrote e João Oliveira | REDACTOR Marco Figueiredo | DIRECTOR DE ARTE Vanessa Castelau | RTV Alfredo Carvalho | PRODUTOR Alberto Rodrigues | REALIZADOR José Pedro Sousa | PÓS-PRODUÇÃO Íngreme | PRODUTORA DE SOM Índigo



Alfredo Kung Fu VS. Tuna académica vampírica.

Yorn's hero, Alfred The Great, faces a deranged band of vampire Kung Fu university students. This band reminds a 'tuna', a folk group of students with long black coats from Coimbra University who sing the 'Coimbra fado' in the cold of night.

BRONZE

TÍTULO Alfredo Lee - tv | **AGÊNCIA** Brandia Central | **ANUNCIANTE** Vodafone Yorn | **DIRECTOR CRIATIVO** Marco Dias | **REDACTOR** Miguel Martinho
DIRECTOR DE ARTE Tiago Prandi | **RTV** Ana Romano | **PRODUTOR** Miguel Rebelo da Silva | **REALIZADOR** Peco
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA João Lança Morais | **PÓS-PRODUÇÃO** Pix Mix | **PRODUTORA DE SOM** Som de Lisboa
TÉCNICO DE SOM Victor Castro | **BANDA SONORA** Música de Livraria



ASSINATURA: Zapp. É a minha net móvel.

DESCRITIVO: Cyber Café Móvel. Para comunicar o tráfego ilimitado Zapp a 29,90 Euros, o filme conta-nos a história de um rapaz que monta um cyber café móvel e com ele percorre as estradas do país. Pelo caminho, apanha mais e mais clientes, em grupos cada vez mais numerosos, que usam a sua net móvel sem parar.

SIGNATURE: Zapp. My mobile net.

DESCRIPTION: Mobile Cyber Cafe. To communicate Zapp Limitless traffic at € 29.90, this film tells a story of about a boy that creates a mobile cyber cafe and he goes through out the country and along the way stops to pick up several groups of people that use its mobile net non-stop.

BRONZE

TÍTULO Cyber Café | AGÊNCIA Lowe Lisboa | ANUNCIANTE Radiomóvel - Zapp | DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque / João Coutinho
 REDACTOR Pedro Batalha / Ana Simões | DIRECTOR DE ARTE Luís Nora | PRODUTOR Mistério dos Filmes | REALIZADOR Miguel Coimbra
 DIRECTOR DE FOTOGRAFIA André Szankowski | PÓS-PRODUÇÃO Íngreme | PRODUTORA DE SOM Índigo | TÉCNICO DE SOM Victor Mingates
 BANDA SONORA Arquivo



Um cavaleiro viaja do mundo medieval até aos dias de hoje.
A viagem é realidade num imponente Dragão. É uma viagem
que Super Bock faz com a sua Super Bock Abadia.
Um presente do passado.

A knight travels from the medieval world to the present day
on a majestic dragon. A journey that Super Bock undertakes
with their Super Bock Abadia.
The past in the present / A past present

BRONZE

TÍTULO Dragão | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE Unicer - Super Bock Abadia | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Pulido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda | RTV Sandra Augusto | PRODUTOR Rodrigo Almeida e Paola Maluf
REALIZADOR Sérgio Henriques | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Luis Branquinho | PÓS-PRODUÇÃO Platige | PRODUTORA DE SOM Dizplay
TÉCNICO DE SOM João Rôla



O teu operador de telecomunicações oferece-te o auricular bluetooth na compra de um telemóvel. Portanto agora que tens as mãos livres usa-as para fazeres o que te apetece.

BRONZE

TÍTULO Escalada | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | DIRECTOR CRIATIVO Nuno Cardoso | REDACTOR Nuno Leal
 DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis | RTV Ricardo Cansado | PRODUTOR Alberto Rodrigues - Ministério dos Filmes
 REALIZADOR Marco Martins | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE SOM Índigo
 BANDA SONORA Daniel Jonhston - "Casper the friendly ghost"



BRONZE

TÍTULO Euribor | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE BES | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Bidarra | REDACTOR Francisco Alves
DIRECTOR DE ARTE Raoul Van Harten | RTV Carlos Jorge Antunes | PRODUTOR Miguel Varela - Garage | REALIZADOR Pedro Amorim
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes (Cáçã) | PÓS-PRODUÇÃO CEE | PRODUTORA DE SOM Indigo



Qualificações. Só passa na Sport TV

www.sporttv.pt

BRONZE

TÍTULO F1 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV | DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz
REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis | RTV Martim Lemos



BRONZE

TÍTULO Fantasias de Natal | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE PT Comunicações
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Botelho Moniz
DIRECTOR DE ARTE Vasco Carvalho/Tomás Lemos | RTV Martim Lemos



BRONZE

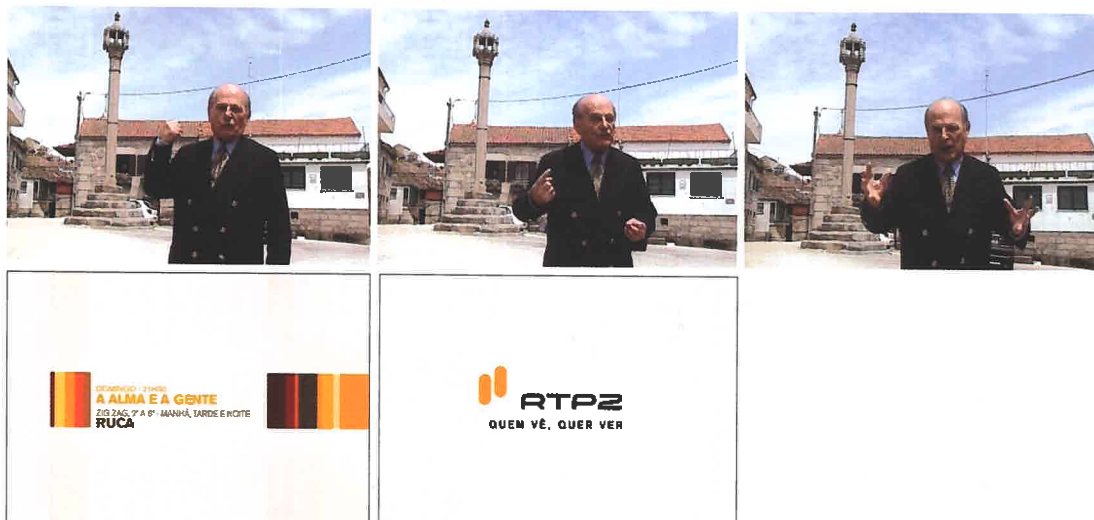
TÍTULO My Mail | AGÊNCIA JWT Lisboa | ANUNCIANTE Vodafone Portugal | DIRECTOR CRIATIVO Jorge Barrote e João Oliveira
REDACTOR Tiago Cruz | DIRECTOR DE ARTE Vasco Branco e Isaac Almeida | RTV Alfredo Carvalho





SHORTLIST

TÍTULO 1820 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE PT Comunicações
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Cristina Amorim
DIRECTOR DE ARTE Orlando Gonçalves | RTV Martim Lemos



Os programas de histórias infantis estão na RTP2. José Hermano Saraiva conta-nos como, certo dia, Ruca ficou de castigo.

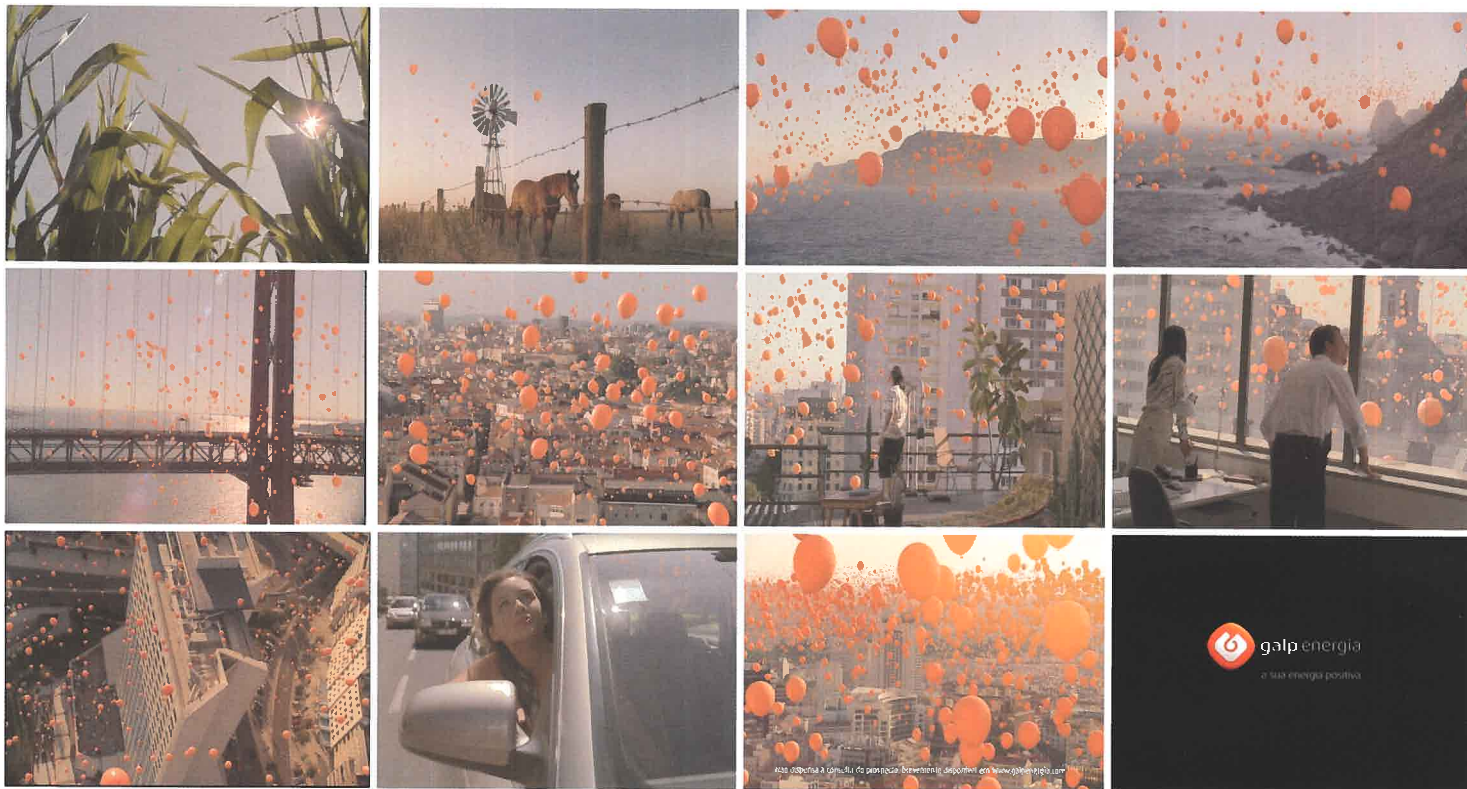
The programmes about history and the best stories for children are in RTP2. José Hermano Saraiva tells us how, one day, Ruca was punished.

Signature: RTP2. Who sees it, wants to see.



SHORTLIST

TÍTULO *Árbitro* | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Worten | DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Borntempo
REDACTOR João Taveira | DIRECTOR DE ARTE José Marques | RTV Soraya Mittica



SHORTLIST

TÍTULO Balões | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Galp Energia | DIRECTOR CRIATIVO Nuno Jerónimo
REDACTOR José Vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira | RTV Rodrigo Abreu | PRODUTOR Miguel Varela - Garage
REALIZADOR Garage Kids | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes | PÓS-PRODUÇÃO Platige | PRODUTORA DE SOM Indigo
BANDA SONORA Somewhere over the rainbow - Israel Kamakawiwo'ole



Filme para o Relançamento do Teatro Maria Matos. Uma cena do Auto da Barca do Inferno é revivida nos dias de hoje pelos lisboetas, porque Lisboa Ama o Teatro.

Relaunching of Maria Matos Theatre. Often referred to as the Father of Portuguese drama, Gil Vicente's Auto da Barca do Inferno is re-enacted in everyday situations, because Lisbon loves the Theatre.

SHORTLIST

TÍTULO Barca do Inferno | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE Teatro Maria Matos
 DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira / Judite Mota | REDACTOR Matilde Melo | DIRECTOR DE ARTE Mariana P. Coelho/Nuno Tristão



Luis Filipe Scolari faz suas as palavras de muitos portugueses que são fãs de alguma coisa. Esses fãs entusiasmados são as pessoas certas para o novo produto da CGD, o Caixa Fã.

Luis Filipe Scolari puts in his own words the feelings of many portuguese who are fans of something special. Those fans are the right target for the new CGD product, Caixa Fã.

SHORTLIST

TÍTULO Caixa Fã | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE CGD - Caixa Geral de Depósitos
DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira / Judite Mota | REDACTOR Judite Mota | DIRECTOR DE ARTE Pedro Ferreira
PRODUTOR Take It Easy | REALIZADOR Tiago Guedes



Os programas mais sérios e as melhores séries estão na RTP2. Entrevista de Paula Moura Pinheiro a Alberto Pimenta, onde se questiona o porquê de Jack Bauer ter sempre bateria no telemóvel.

The most serious programmes and the best serials are in RTP2.

An interview between the interviewer and a guest, Alberto Pimenta, to whom is asked to explain how Jack Bauer has always battery in his mobile.

Signature: RTP2. Who sees it, wants to see.

SHORTLIST

TÍTULO Câmara Clara+24 | AGÊNCIA Lowe Lisboa | ANUNCIANTE RTP - RTP2
DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque/João Coutinho | REDACTOR César Silva | DIRECTOR DE ARTE José Gomes



SHORTLIST

TÍTULO Concurso | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE PT Comunicações
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima
DIRECTOR DE ARTE Vasco Thomaz/Vasco Carvalho | RTV Martim Lemos



SHORTLIST

TÍTULO Duplo | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Worten | DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo
REDACTOR João Taveiral | DIRECTOR DE ARTE José Marques



Flash mob de yorns com sessão de bolhas de sabão.

SHORTLIST

TÍTULO Flash Move Bolhas | AGÊNCIA Brandia Central | ANUNCIANTE Vodafone Yorn | DIRECTOR CRIATIVO Marco Dias
REDACTOR Miguel Martinho | DIRECTOR DE ARTE Tiago Prandi | RTV Rui Pregal da Cunha | PRODUTOR Tangerina Azul
REALIZADOR Sérgio H, Paulo H, Paula G, João M, Nuno B, Nuno N, Salomão | PÓS-PRODUÇÃO FX



SHORTLIST

TÍTULO Graffiti | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Worten | DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo
REDACTOR João Taveira | DIRECTOR DE ARTE Luis Carvalho



SHORTLIST

TÍTULO Inventor | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE PT Comunicações
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomáz | REDATOR Cristina Amorim | DIRECTOR DE ARTE Orlando Gonçalves
RTV Martim Lemos



Os programas infantis e as séries que ninguém esquece estão na RTP2. Diálogo entre o Noddy e a Ursa Teresa em que ambos discutem qual a melhor forma de tratar uma doença.

The programmes and for children and the unforgettable serials are in RTP2. Dialogue between Noddy and Theresa Bear, they argue about the best way to treat a disease.

Signature: RTP2. Who sees it, wants to see.

SHORTLIST

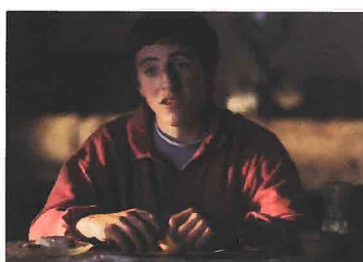
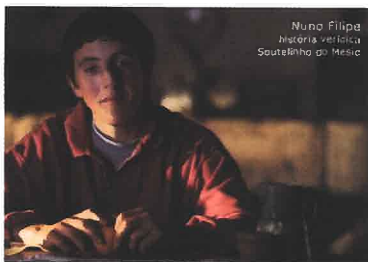
TÍTULO Noddy+Serviço Urgência | **AGÊNCIA** Lowe Lisboa | **ANUNCIANTE** RTP - RTP2
DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque/João Coutinho | **REDACTOR** César Silva / Ana Simões
DIRECTOR DE ARTE José Gomes



SHORTLIST

TÍTULO Ovelhas | AGÊNCIA JWT Lisboa | ANUNCIANTE Vodafone Portugal | DIRECTOR CRIATIVO Jorge Barrote e João Oliveira
REDACTOR João Oliveira | DIRECTOR DE ARTE Jorge Barrote | RTV Alfredo Carvalho | PRODUTOR Francisco Saalfeld
REALIZADOR Marco Schillacci | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Marco Schillacci | PÓS-PRODUÇÃO Alcântara Estúdios
PRODUTORA DE SOM Indigo





SHORTLIST

TÍTULO Pastor | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE TV Cabo Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomáz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Paulo Pinto
RTV Martim Lemos



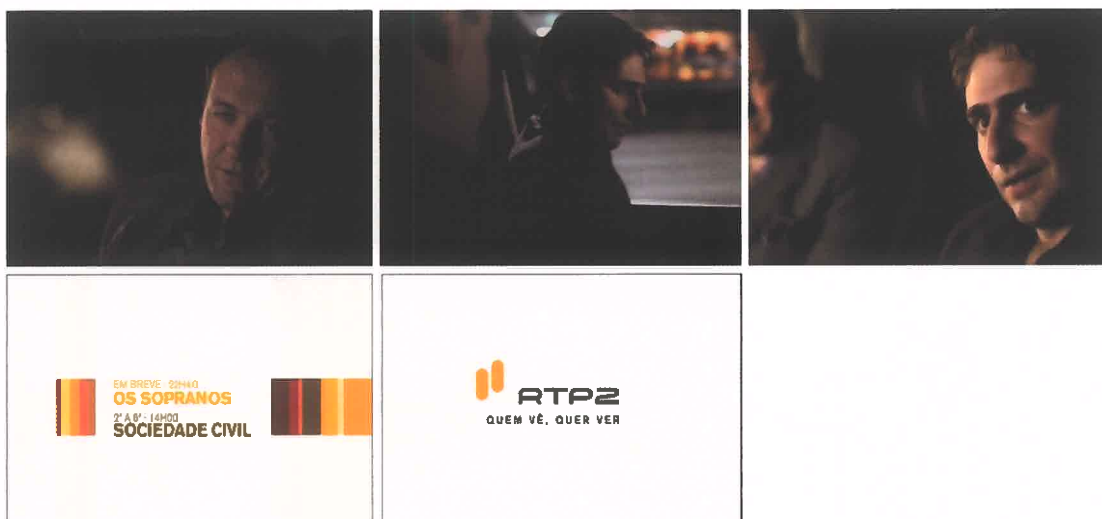
CHAMADAS GRÁTIS
DAS 21H ÀS 01H
SEXTA-FEIRA À SÁBADO
DE 1.º DE JUNHO À 31 DE ABRIL
MARQUE 922 8 8000 88

**AGORA
É OUTRA
CONVERSA**



SHORTLIST

TÍTULO Poema | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE PT Comunicações
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima
DIRECTOR DE ARTE Vasco Thomaz/Vasco Carvalho | RTV Martim Lemos



As melhores séries e os programas mais sérios estão na RTP2. Diálogo entre duas personagens dos sopranos, que discutem qual o melhor local para se poderem livrar de um corpo.

The best serials and the most serious programmes are in RTP2.

Dialogue between two characters of sopranos, they want to find the best place to get rid of a body.

Signature: RTP2. Who sees it, wants to see.



Yorns vestidos de cães-esquimó puxam trenó para ganhar uma viagem.

Yorn people dressed up as eskimo dogs pull a sleigh in order to win a trip.

SHORTLIST

TÍTULO Yorn Snow Race | **AGÊNCIA** Brandia Central | **ANUNCIANTE** Vodafone Yorn | **DIRECTOR CRIATIVO** Marco Dias
REDACTOR Miguel Martinho | **DIRECTOR DE ARTE** Marco Dias, Carlos Vieira | **RTV** Ana Romano | **PRODUTOR** Miguel Varela
REALIZADOR Garage Kids | **DIRECTOR DE FOTOGRAFIA** Ricardo Prates | **PÓS-PRODUÇÃO** Bikini
PRODUTORA DE SOM Som de Lisboa | **TÉCNICO DE SOM** Miguel Guia | **BANDA SONORA** Joaquim Albergaria, Edgar Leito, Rui Mota



ASSINATURA: Tristão + Humanos / Sara+Hélder + Buraka Som Sistema. A 1ª vez é sempre na 3. Antena 3. www.antena3.pt
 Tu e "Humanos" / Tu e "Buraka", sempre que estás com a tua música preferida, estás na Antena 3.

SIGNATURE: Tristão + Humanos / Sara+Hélder + Buraka Som Sistema. The 1st time is always in the 3. Antena 3. www.antena3.pt

DESCRIPTION: You and "Humanos" / You and "Buraka", whenever you're with your favourite music, you're in Antena 3.



ASSINATURA: Tristão + Humanos / Sara + Hélder + Buraka Som Sistema. A 1ª vez é sempre na 3. Antena 3. www.antena3.pt
Tu e "Humanos" / Tu e "Buraka", sempre que estás com a tua música preferida, estás na Antena 3.

SIGNATURE: Tristão + Humanos / Sara + Hélder + Buraka Som Sistema. The 1st time is always in the 3. Antena 3. www.antena3.pt

DESCRIPTION: You and "Humanos" / You and "Buraka", whenever you're with your favourite music, you're in Antena 3.



PRÉMIO

TÍTULO Ele / Ela | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Bidarra | REDACTOR Hellington Vieira
DIRECTOR DE ARTE Juliano Bertoldi | RTV Ricardo Cansado | PRODUTOR Alberto Rodrigues - Ministério dos Filmes
REALIZADOR Marco Martins | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE SOM Indigo



SHORTLIST

TÍTULO Air Guitar | AGÊNCIA McCann | ANUNCIANTE Worten | REALIZADOR Júlio Alves
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul



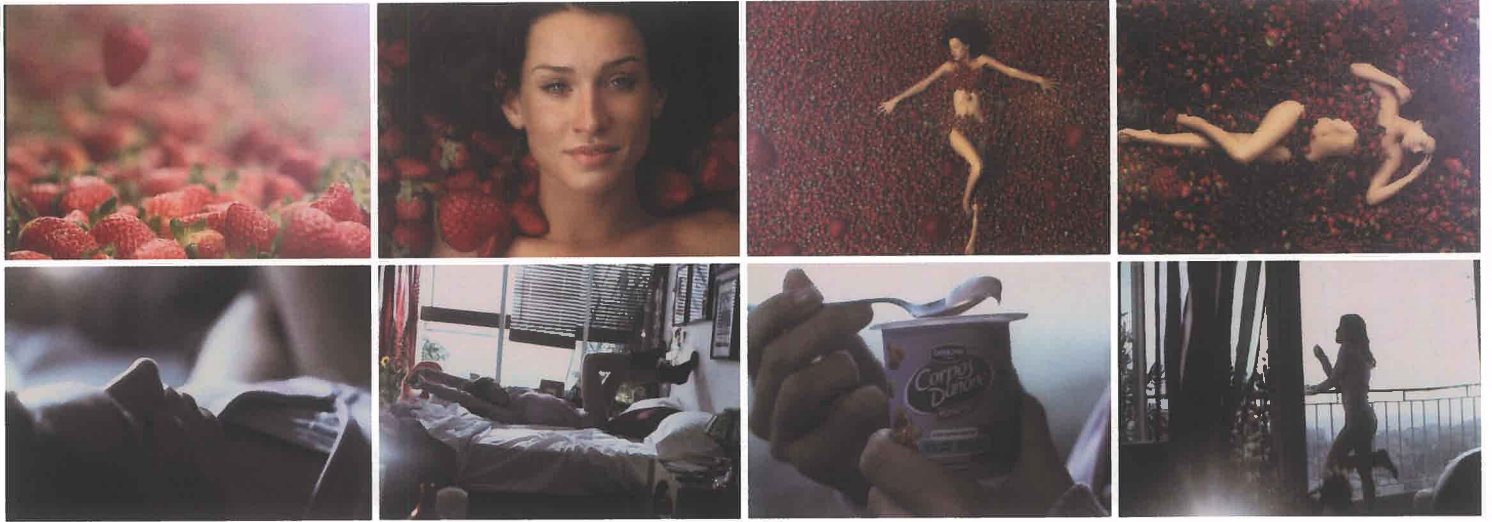
SHORTLIST

TÍTULO Apaixonados | AGÊNCIA Ogilvy Portugal | CLIENTE MTV Portugal | DIRECTOR CRIATIVO Edson Athayde
REDACTOR João Guimarães e André Pereira | REALIZADOR Bruno Pinhal | RTV Paulo Carrapito
PRODUTORA DE IMAGEM Ozono Filmes



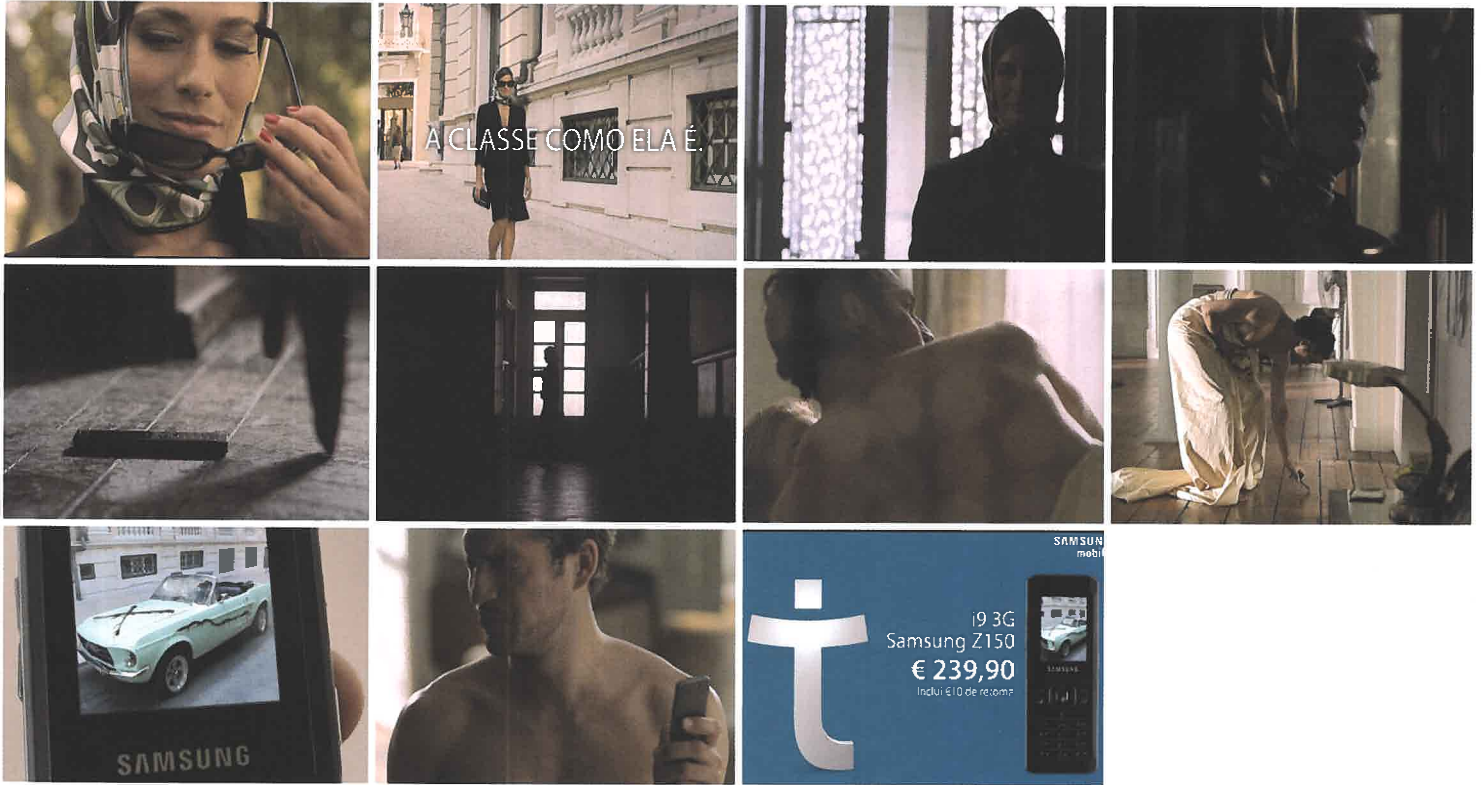
SHORTLIST

TÍTULO Balões | **AGÊNCIA** BBDO Portugal | **ANUNCIANTE** Galp Energia | **DIRECTOR CRIATIVO** Nuno Jerónimo
REDACTOR José Vieira | **DIRECTOR DE ARTE** Sara Ferreira | **RTV** Rodrigo Abreu | **PRODUTOR** Miguel Varela - Garage
REALIZADOR Garage Kids | **DIRECTOR DE FOTOGRAFIA** Carlos Lopes | **PÓS-PRODUÇÃO** Platige | **PRODUTORA DE SOM** Indigo
BANDA SONORA Somewhere over the rainbow - Israel Kamakawiwo'ole



SHORTLIST

TÍTULO Beauty | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE Danone | DIRECTOR CRIATIVO Teresa Leite e Maria João Andrade
REDACTOR Amanda Lopes | DIRECTOR DE ARTE Carolina Alário | RTV Jaime Graça | REALIZADOR Salomão Figueiredo
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul



SHORTLIST

TÍTULO Classe | **AGÊNCIA** Euro RSCG | **ANUNCIANTE** Tmn | **DIRECTOR CRIATIVO** Paulo Monteiro
CRIATIVOS Tiago Rebelo e Rui Miguel | **RTV** Hugo Israel | **REALIZADOR** Sérgio Henriques | **FOTOGRAFIA** Rui Poças
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | **PRODUTORA DE SOM** Som de Lisboa



SHORTLIST

TÍTULO Cyber Café | AGÊNCIA Lowe Lisboa | ANUNCIANTE Radiomóvel - Zapp | DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque / João Coutinho | REDACTOR Pedro Batalha / Ana Simões | DIRECTOR DE ARTE Luís Nora | PRODUTOR Misnistério dos Filmes | REALIZADOR Miguel Coimbra | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA André Szankowski | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme



SHORTLIST

TÍTULO Dominó | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | RTV Maria João Monteiro
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA André Szankowski | PÓS-PRODUÇÃO Bikini | PRODUTORA DE IMAGEM Garage Films
PRODUTORA DE SOM Indigo



SHORTLIST

TÍTULO Dragão | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE Unicer - Super Bock Abadia | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Pulido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda | RTV Sandra Augusto | REALIZADOR Sérgio Henriques
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Luis Branquinho | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PÓS-PRODUÇÃO Platige



Alain Robert - The French 'SPIDERMAN'



Alain Robert - The French 'SPIDERMAN'



Com o auricular bluetooth, enquanto falamos



Com o auricular bluetooth, enquanto falamos



Com o auricular bluetooth, enquanto falamos



podemos utilizar as mãos para escalar



www.optimus.pt

auricular bluetooth grátis

Exclusão Zona Mourão 11	€19,90	Zona Mourão V3	€149,90
-------------------------	--------	----------------	---------



EXPERIMENTA



SHORTLIST

TÍTULO Escalada | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | DIRECTOR CRIATIVO Nuno Cardoso | REDACTOR Nuno Leal
DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis | RTV Ricardo Cansado | PRODUTOR Alberto Rodrigues - Ministério dos Filmes
REALIZADOR Marco Martins | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE SOM Índigo
BANDA SONORA Daniel Johnston - \"Casper the friendly ghost\"



SHORTLIST

TÍTULO king Sapo | AGÊNCIA Normajeán | ANUNCIANTE Sapo | RTV Luisa Branco | REALIZADOR Salomão Figueiredo
FOTOGRAFIA André Szankowski | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PRODUTORA DE SOM Dizplay



SHORTLIST

TÍTULO Poema | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE PT Comunicações
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima
DIRECTOR DE ARTE Lourenço Thomaz/Vasco Carvalho | RTV Martim Lemos | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul



SHORTLIST

TÍTULO Pombinhos | AGÊNCIA TBWA | ANUNCIANTE Minipreço | RTV António Serrano | REALIZADOR Miguel Coimbra
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes | PRODUTORA DE IMAGEM Ministério dos Filmes | PRODUTORA DE SOM Analógico



SHORTLIST

TÍTULO Primavera | AGÊNCIA JWThompson | ANUNCIANTE Vodafone | RTV Alfredo Carvalho
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Ricardo Prates | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE IMAGEM Garage Films
PRODUTORA DE SOM Som de Lisboa



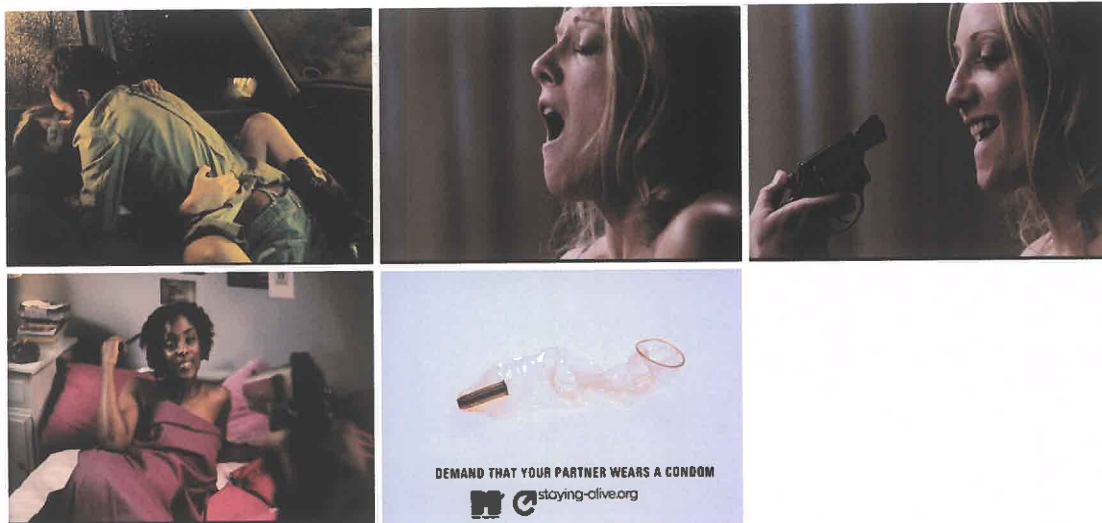
SHORTLIST

TÍTULO Rio | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Bidarra | REDACTOR Francisco Alves
DIRECTOR DE ARTE Raul van Harten | RTV Maria João Monteiro | PRODUTOR Garage Films - Miguel Varela
REALIZADOR João Nuno Pinto | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Caca | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE SOM Indigo



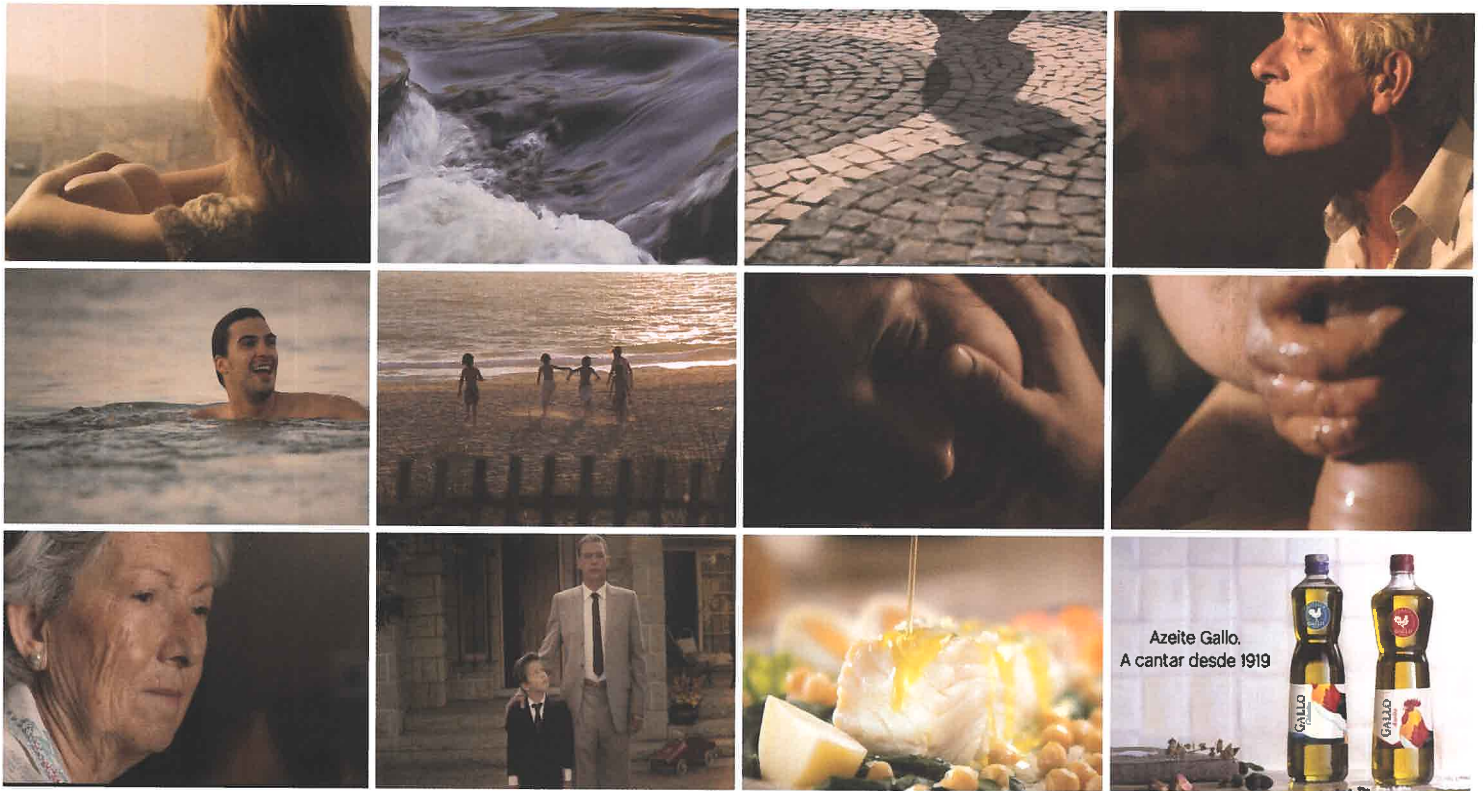
SHORTLIST

TÍTULO Tanto faz como fazes | AGÊNCIA McCann Erikson | ANUNCIANTE Liga Portuguesa Contra a Sida | DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory e Carlos Bomtempo | COPYWRITER Fábio Seidl | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes RTV Nuno Calado | REALIZADOR Marco Martins | PRODUTORA DE IMAGEM Ministério dos Filmes | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme PRODUTORA DE SOM Índigo | LOCUTOR Isabel Abreu



SHORTLIST

TÍTULO Tiro | AGÊNCIA Ogilvy | URL <http://video.google.com/videoplay?docid=-3481014237607217018&hl=en>
CLIENTE Global Media AIDS Initiative | DIRECTOR CRIATIVO Edson Athayde/Paul Smith | REDACTOR Sérgio Costa
RTV Christina Bell | PRODUTORA DE IMAGEM Stink



SHORTLIST

TÍTULO Tiram-me tudo | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Fima/Azeite Galo | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Albert Roige
RTV Ricardo Cansado | PRODUTORA DE IMAGEM Bikini | PRODUTORA DE SOM Digital Mix



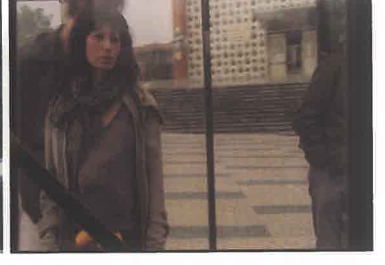
PRÉMIO

TÍTULO Tiram-me tudo | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Fima/Azeite Galo | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Albert Roige RTV
Ricardo Cansado | PRODUTORA DE IMAGEM Bikini



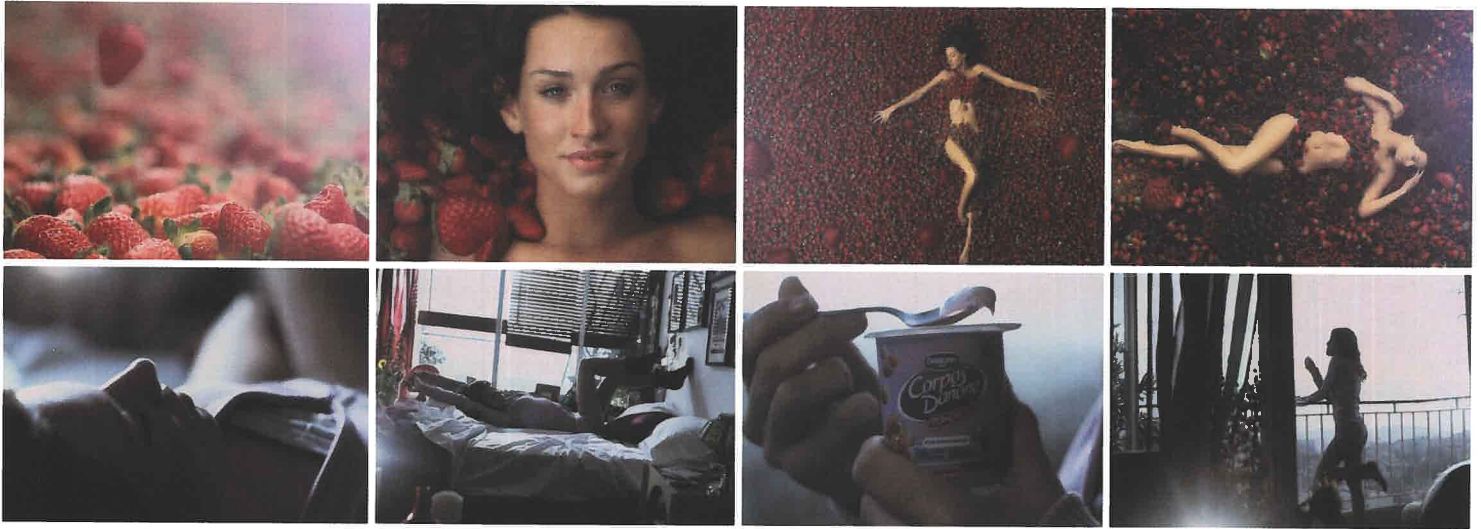
SHORTLIST

TÍTULO Abandono Escolar | **AGÊNCIA** BBDO Portugal | **ANUNCIANTE** EIS | **DIRECTOR CRIATIVO** Pedro Bidarra | **COPY** Clara Castro
DIRECTOR DE ARTE Rita Ferreira | **RTV** Ricardo Cansado | **PRODUTORA DE IMAGEM** Garage Films | **REALIZADOR** Garage Kids
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Luis Branquinho | **PRODUTOR** Miguel Varela | **PÓS PRODUÇÃO** Bikini | **PRODUTORA DE SOM** Indigo



SHORTLIST

TÍTULO Ajuda de mãe | AGÊNCIA Partners | ANUNCIANTE Ajuda de mãe | REALIZADOR Júlio Alves
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PRODUTORA DE SOM Dizplay



SHORTLIST

TÍTULO Beauty | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE Danone | DIRECTOR CRIATIVO Teresa Leite e Maria João Andrade
REDACTOR Amanda Lopes | DIRECTOR DE ARTE Carolina Alário | RTV Jaime Graça | REALIZADOR Salomão Figueiredo
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul



SHORTLIST

TÍTULO Caixa Fã | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE CGD - Caixa Geral de Depósitos | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira / Judite Mota
REDACTOR Judite Mota | DIRECTOR DE ARTE Pedro Ferreira | PRODUTOR Take It Easy! REALIZADOR Tiago Guedes

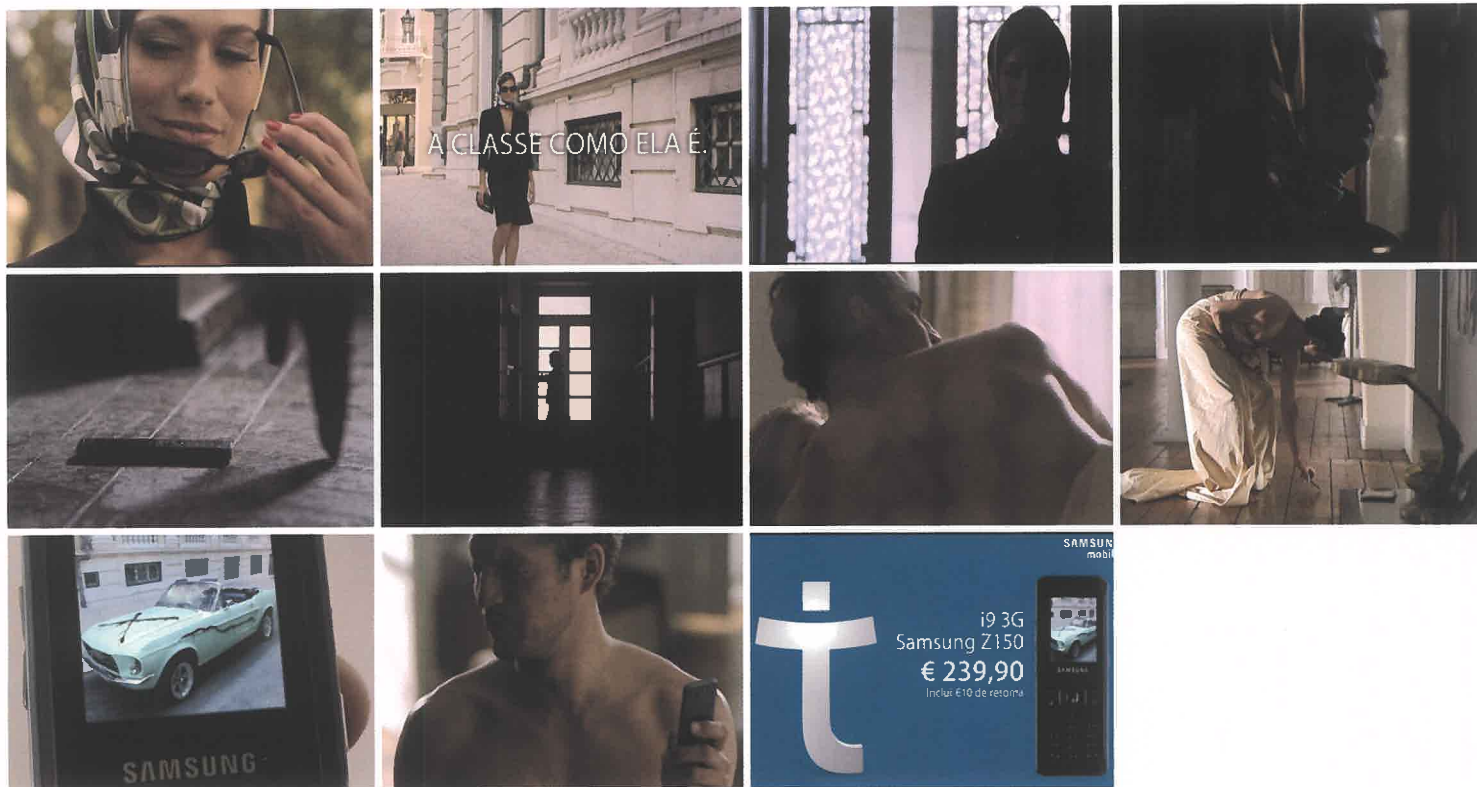


CaixaWorks. O Cartão de Crédito que põe a sua empresa a funcionar. Vários negócios e e empresas vão começando gradualmente a trabalhar com a ajuda da Caixa Geral de Depósitos.

Caixa Works. Starts up your business. Many different small offices/companys are starting up and getting started with the help of CGD.

SHORTLIST

TÍTULO Caixa Works | **AGÊNCIA** Y&R | **ANUNCIANTE** CGD – Caixa Geral de Depósitos
DIRECTOR CRIATIVO Judite Mota e Pedro Ferreira | **COPY** José Ricardo Monteiro | **DIRECTOR DE ARTE** Luis Moreira
REALIZADOR Miguel Coimbra | **PRODUTORA DE IMAGEM** Ministério dos Filmes | **DIRECTOR DE FOTOGRAFIA** Carlos Lopes
PRODUTORA DE SOM Indigo



SHORTLIST

TÍTULO Classe | AGÊNCIA Euro RSCG | ANUNCIANTE Tmn | DIRECTOR CRIATIVO Paulo Monteiro
CRIATIVOS Tiago Rebelo e Rui Miguel | RTV Hugo Israel | REALIZADOR Sérgio Henriques | FOTOGRAFIA Rui Poças
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PRODUTORA DE SOM Som de Lisboa



SHORTLIST

TÍTULO Dragão | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE Unicer - Super Bock Abadia | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Putido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda | RTV Sandra Augusto | REALIZADOR Sérgio Henriques
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Luis Branquinho | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PÓS-PRODUÇÃO Platige



SHORTLIST

TÍTULO Há um A em ti | AGÊNCIA BBDO | ANUNCIANTE Optimus | RTV Ricardo Cansado | REALIZADOR Marco Martins
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Carlos Lopes | PRODUTORA DE IMAGEM Ministério dos Filmes | PRODUTORA DE SOM Indigo



SHORTLIST

TÍTULO king Sapo | AGÊNCIA Normajeat | ANUNCIANTE Sapo | RTV Luisa Branco | REALIZADOR Salomão Figueireda
FOTOGRAFIA André Szankowski | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PRODUTORA DE SOM Dizplay



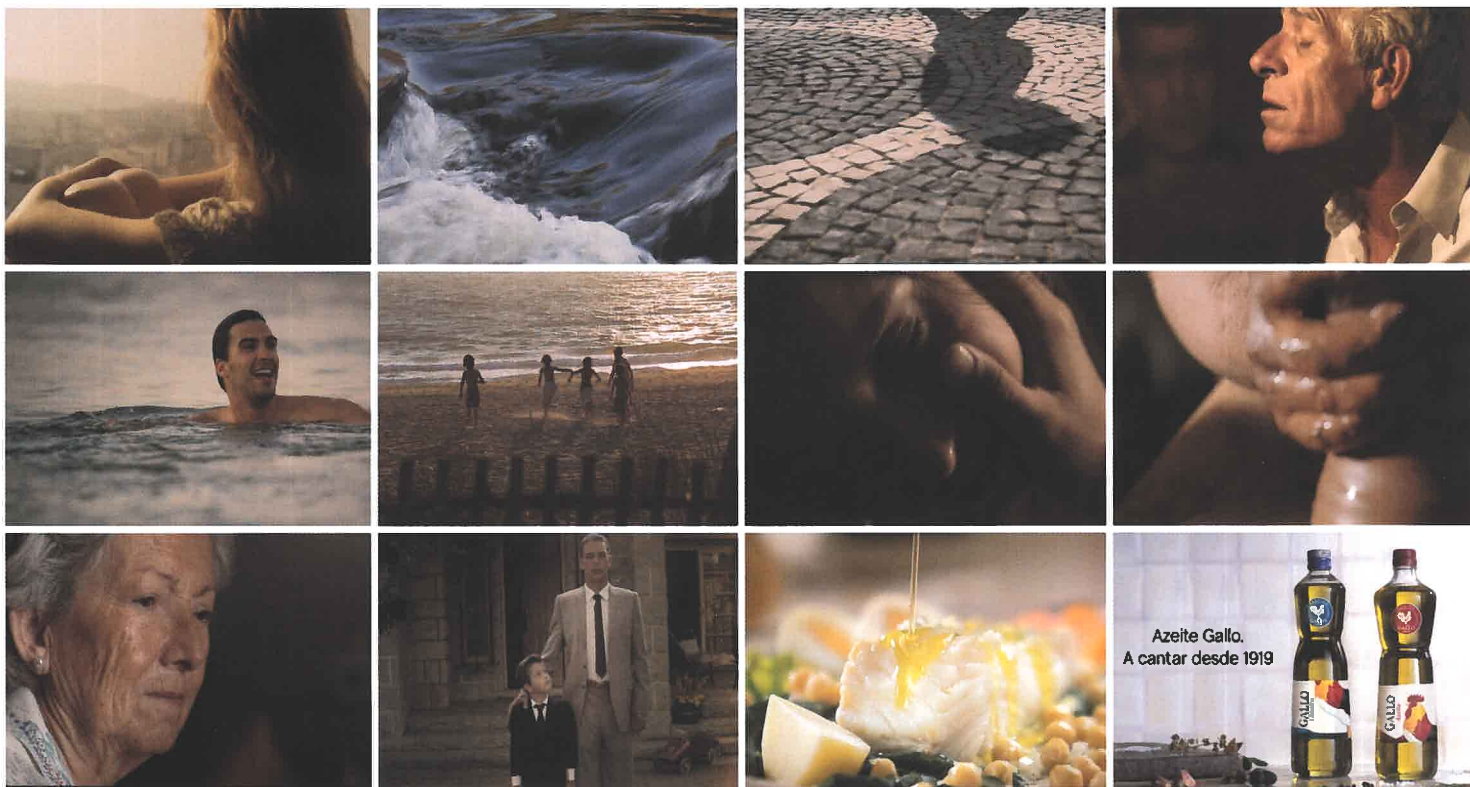
SHORTLIST

TÍTULO Primavera | AGÊNCIA JWThompson | ANUNCIANTE Vodafone | RTV Alfredo Carvalho
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Ricardo Prates | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE IMAGEM Garage Films
PRODUTORA DE SOM Som de Lisboa



SHORTLIST

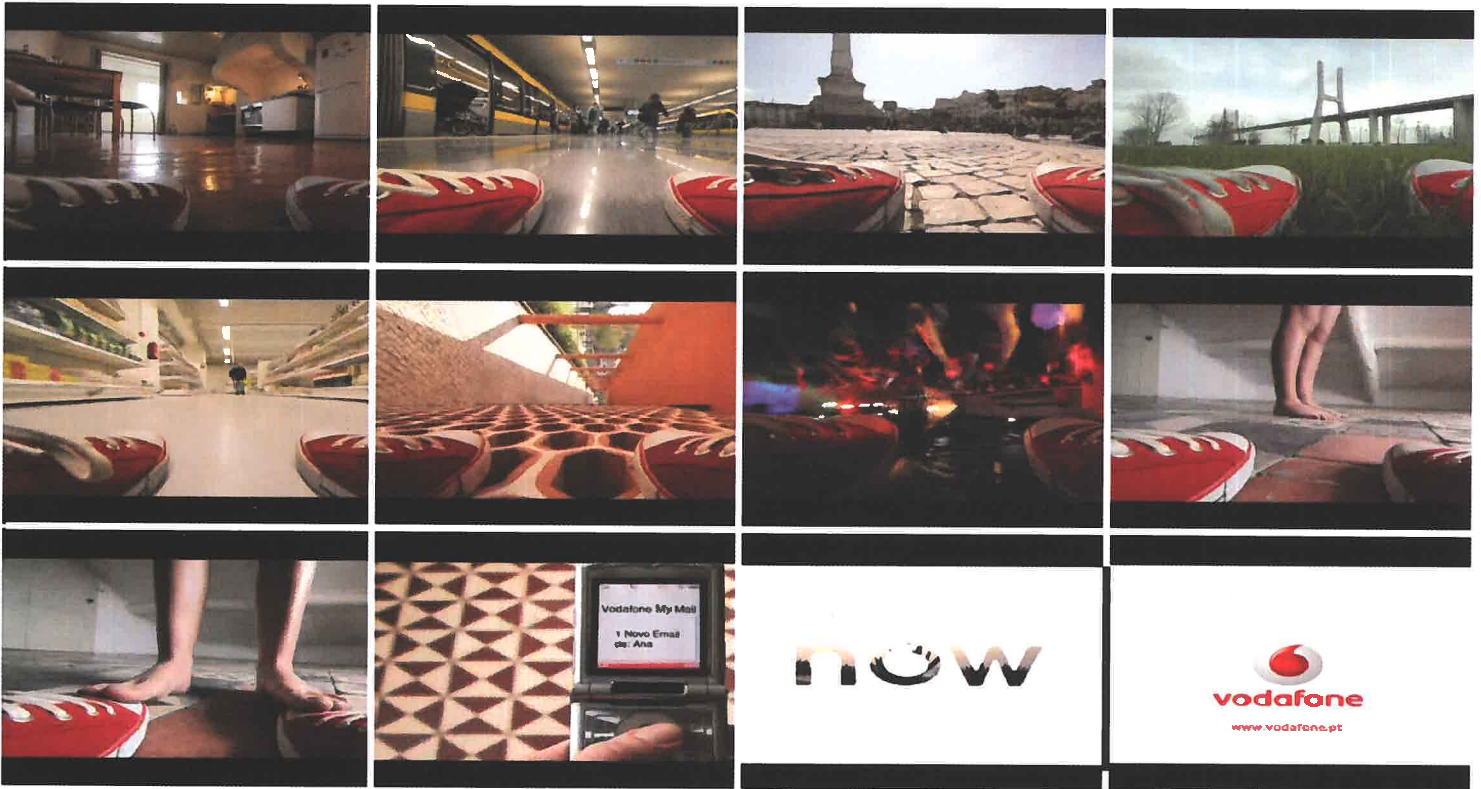
TÍTULO Rio | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Optimus | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Bidarra | REDACTOR Francisco Alves
DIRECTOR DE ARTE Raul van Harten | RTV Maria João Monteiro | PRODUTOR Garage Films - Miguel Varela
REALIZADOR João Nuno Pinto | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Cáca | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE SOM Indigo



SHORTLIST

TÍTULO Tiram-me tudo | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Fima/Azeite Galo | DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Albert Roige RTV CRicardo Cansado | PRODUTORA DE IMAGEM Bikini | PRODUTORA DE SOM Digital Mix





MENÇÃO HONROSA

TÍTULO PÉS | AGÊNCIA JWT Lisboa | ANUNCIANTE Vodafone Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Jorge Barrote e João Oliveira | REDACTOR Tiago Cruz
DIRECTOR DE ARTE Vasco Branco e Isaac Almeida | RTV Alfredo Carvalho
PRODUTORA DE SOM Digital Mix Eventos



MENÇÃO HONROSA

TÍTULO A paixão como ela é | AGÊNCIA Euro RSCG Lisboa Publicidade | ANUNCIANTE TMN
DIRECTOR CRIATIVO Tiago Rebelo/ Paulo Pinto | REDACTOR José Lexim Diogo
DIRECTOR DE ARTE Sérgio Alves | RTV Marta Queiroz | REALIZADOR Augusto Fraga
PRODUTORA DE IMAGEM Krypton | PRODUTORA DE SOM Indigo



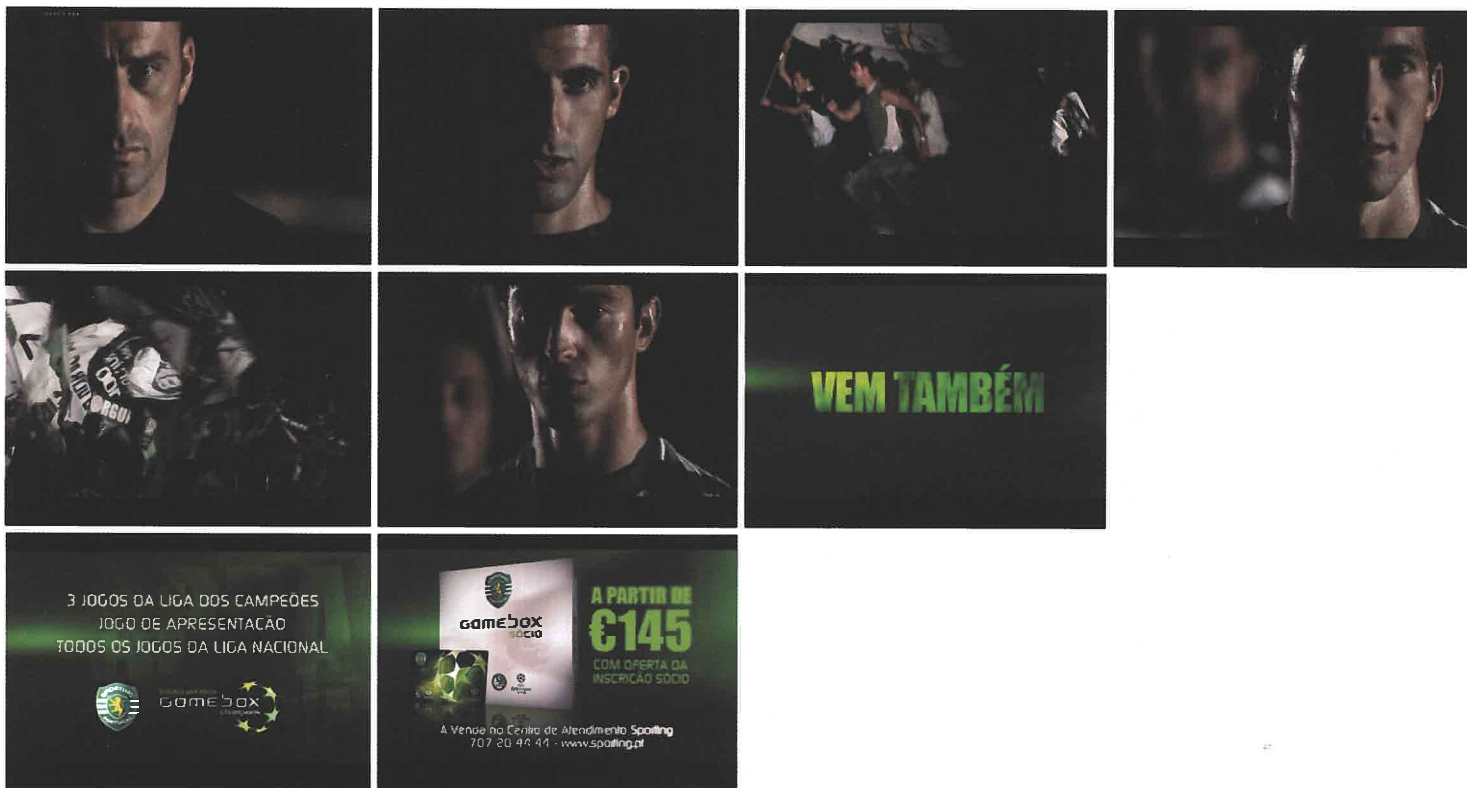
SHORTLIST

TÍTULO Caixa Fã | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE CGD - Caixa Geral de Depósitos | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira / Judite Mota
REDACTOR Judite Mota | DIRECTOR DE ARTE Pedro Ferreira | PRODUTOR Take It Easy! REALIZADOR Tiago Guedes



SHORTLIST

TÍTULO Dragão | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE Unicer - Super Bock Abadia | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Pulido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda | RTV Sandra Augusto | REALIZADOR Sérgio Henriques
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Luis Branquinho | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PÓS-PRODUÇÃO Platige
PRODUTORA DE SOM Dizplay | TÉCNICO DE SOM João Rôla





SHORTLIST

TÍTULO Preconceito | AGÊNCIA Euro RSCG Lisboa Publicidade | ANUNCIANTE Montepio
DIRECTOR CRIATIVO Tiago Rebelo/ Paulo Pinto | REDACTOR Tiago Rebelo | DIRECTOR DE ARTE Paulo Pinto
RTV Carlos Camara | MÚSICA Artur Costa | SONOPLASTIA Miguel Melo | PRODUTORA DE IMAGEM Suzana Fiuza
PRODUTORA DE SOM Índigo



SHORTLIST

TÍTULO Primavera | AGÊNCIA JWThompson | ANUNCIANTE Vodafone | RTV Alfredo Carvalho
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Ricardo Prates | PÓS-PRODUÇÃO Ingreme | PRODUTORA DE IMAGEM Garage Films
PRODUTORA DE SOM Som de Lisboa



SHORTLIST

TÍTULO Samurais | AGÊNCIA Santa Fé | ANUNCIANTE Rede 4 | DOP Carlos Lopes | PRODUTORA DE IMAGEM Bikini
PRODUTORA DE SOM Digital Mix Eventos



SHORTLIST

TÍTULO Yorn Snow Race | **AGÊNCIA** Brandia Central | **ANUNCIANTE** Vodafone Yorn | **DIRECTOR CRIATIVO** Marco Dias
REDACTOR Miguel Martinho | **DIRECTOR DE ARTE** Marco Dias, Carlos Vieira | **RTV** Ana Romano | **PRODUTOR** Miguel Varela
REALIZADOR Garage Kids | **DIRECTOR DE FOTOGRAFIA** Ricardo Prates | **PÓS-PRODUÇÃO** Bikini
PRODUTORA DE SOM Som de Lisboa | **TÉCNICO DE SOM** Miguel Guia | **BANDA SONORA** Joaquim Albergaria, Edgar Leito, Rui Mota





PRÉMIO

TÍTULO Dragão | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE Unicer - Super Bock Abadia | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Pulido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda | RTV Sandra Augusto | REALIZADOR Sérgio Henriques
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA Luis Branquinho | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PÓS-PRODUÇÃO Platige
PRODUTORA DE SOM Dizplay | TÉCNICO DE SOM João Rôla



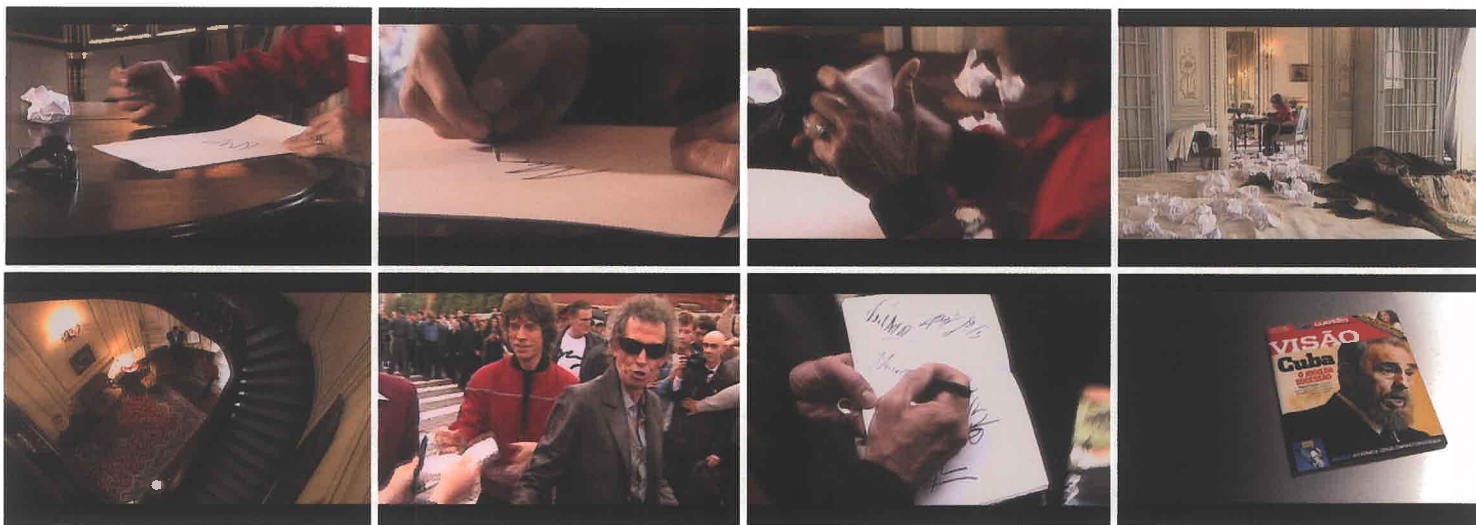
SHORTLIST

TÍTULO Beauty | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE Danone | DIRECTOR CRIATIVO Teresa Leite e Maria João Andrade
REDACTOR Amanda Lopes | DIRECTOR DE ARTE Carolina Alário | RTV Jaime Graça | REALIZADOR Salomão Figueiredo
PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul



SHORTLIST

TÍTULO king Sapo | AGÊNCIA Normajejan | ANUNCIANTE Sapo | RTV Luisa Branco | REALIZADOR Salomão Figueiredo
FOTOGRAFIA André Szankowski | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PRODUTORA DE SOM Dizplay



SHORTLIST

TÍTULO Mick Jagger | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE Visão - Impresa | DIRECTOR CRIATIVO Tico Moraes
REDACTOR José Ricardo Monteiro | DIRECTOR DE ARTE Luis Moreira | REALIZAÇÃO Júlio Alves
PÓS-PRODUÇÃO Bikini | PRODUTORA DE IMAGEM Tangerina Azul | PRODUTORA DE SOM Digital Mix Eventos

RÁDIORÁDIO

V.O.M: Acabamos de receber mais uma participação no passatempo Correio Verde. Desta vez, alguém que nos mandou... uma língua! Que original! Vamos falar com o ouvinte. Ora viva! Como se chama?

V.O.M.2: (ao telefone) Mmmm mmm mmmm mmm mmm mmmm.

V.O.M: Pois... Então, muitos parabéns! Satisfeito por ir ao concerto?

V.O.M.2: (ao telefone) Mmmm mmm!!!! Mmmm mmm mmm.

V.O.M: E Quer explicar aos ouvintes como participar?

V.O.M.2: (ao telefone) Mmmm mmm!!!! Mmmm, mmm, mmm. Mmmmm.

V.O.M: Exacto. Usando o Correio Verde dos CTT, envie tudo o que lhe faça lembrar os Rolling Stones para a Rádio Comercial. Os objectos mais criativos ganham bilhetes duplos para o concerto. E como o Correio Verde é tão simples, não precisa de pesar nem de pôr selar. É só enviar. É assim, não é?

V.O.M.2: (ao telefone) Mmmm.

VM 1: "We have just received an entry from a participant of the Correio Verde pastime, who sent us a tongue. How original. Lets talk to the participant. "Hey/Hi there. What is your name?"

VM 2: Mmmmmmmmmmm!

VM 1: "Well, congratulations. Are you pleased to be going to the concert?"

VM 2: Mmmmmmmmmmm!

VM 1: "Would you like to explain to the others how to participate?"

VM 2: Mmmmmmmmmmm!

Voz Off: "Exactly! Using Correio Verde from CTT, send anything that you have that reminds you of the Rolling Stones to Radio Comercial. The most original object wins a double ticket to the concert. As Correio Verde is so simple, you don't need to think, just send it. That's it, right?"

VM 2: Mmmmmmmmmmm!

A Rádio Comercial e os CTT Correio Verde resolveram oferecer bilhetes para o concerto dos Rolling Stones. A mecânica é simples. Enviar para a Rádio Comercial algo que lembre a banda dentro de uma embalagem de Correio Verde. No spot alguém mandou a língua



SFX: Telemóvel a tocar

V.M. - Tou.

V.F. - Tou querido, hoje saíste mais cedo?

V.M. - É que tenho uma reunião!

SFX: GPS voz feminina - Saída na segunda à esquerda.

V.F. - Quem é que tá aí contigo? Com quem é que vais sair na 2ª?

V.M. - Ninguém porquê?

SFX: GPS voz feminina - A 50m na rotunda...

V.F. - Eu tou a ouvir uma voz aí no carro! Quem é que tá aí contigo! Diz-me! Diz-me!

V.O. - Novo Opel Astra Edition agora com oferta do sistema de navegação portátil para que possa apaixonar-se pela condução e saber sempre por onde vai. Descubra-o num distribuidor Opel. Oferta limitada à gama Astra de passageiros até 31 de Dezembro e ao stock existente

SFX: Música grega.

Voz de Homem: (a falar depressa, quase sem respirar) Cláudia, Atenas é de gregos! Num dia via Acrópole, o Pártenon, as Cariátides no Erectéion, o Teatro de Dionísio, o Kolonaki, a Anafiotika, o Museu Benaki, a Plaka e o render da guarda em Syntagma. À noite, vou jantar em Thisio e partir uns pratos. Adeus e um feta, que o preço da chamada deve ser uma tragédia.

SFX: Música Vodafone.

Voz de Companhia: Calma. Com a Vodafone Travel fale no estrangeiro ao mesmo preço por minuto do seu tarifário em Portugal. Por apenas mais 80 cêntimos por chamada, diga tudo sem pressas. Ligue 1222, informe-se e adira. Disponível apenas nas redes Vodafone aderentes.

Viva o momento. Now. Vodafone

Um pequeno diálogo entre uma mulher enamorada (com uma voz sexy mas meio tonta) e o seu açougueiro andaluz.

MULHER: Diz-me aquilo outra vez...

INSÓLITO: Cala-te mujer...

MULHER: Vá lá

INSÓLITO: Bueno... carrega tu Yorn con doce euros y meio durante a semana y puedes hablar a un cêntimo lo minuto para nueve unos lo fin de semana seguinte.

MULHER: Podemos falar de coisas bonitas?

INSÓLITO: A un cêntimo lo minuto.

MULHER: Podemos falar da minha mãezinha?

INSÓLITO: Todo! un fin de semana muy cêntimental.

MULHER: Oh, paulito... tu sabes como hablar a una chica melancólica.

INSÓLITO: Insólitos Yorn. Tudo pode acontecer.

Short dialogue between a woman in love, who speaks with a sexy but silly voice, and her Andalusian butcher.

WOMAN: Tell me once more...

INSÓLITO: (speaks in Spanish) Shut up woman...

WOMAN: Come on...

INSÓLITO: (again in Spanish) 'Bueno' ... charge your Yorn cell phone with twelve euros and a half during the week and you can talk one whole minute for just one cent to 91s in the next weekend.

WOMAN: Can we talk about beautiful things?

INSÓLITO: One cent a minute...

WOMAN: Can we talk about my mommy?

INSÓLITO: Everything you want! It'll be a very sentimental weekend.

WOMAN: Oh, Paulito... you really know how to talk to a melancholic 'chica'.

Música é cantada às partes, com longas pausas.

GRUPO: Hoje é... Dia de... Fes...ta... Cantam as... Nos...sas al...mas...

Entra música incidental.

V.C. (Ricardo Pereira): No aniversário de 10 anos da Worten tudo vem assim: às prestações. Aproveite o megacrédito sem juros e comece a pagar só em 2007. Worten sempre.

Music is sung with several breaks, with long pauses between the words.

GROUP: Ha... ppy... birth... day... Ha... ppy... birth... day... to... you...

Cut to Worten music.

ANNCR: In Worten's 10th birthday, everything comes in installments. Use our MegaCredit with 0% interest and you can start paying only in 2007. Worten always.

Som de musica acompanhada por vozes de macacos.

VOZ DE COMPANHIA: National Geographic e canal de música VH1 Classic entre muitos outros canais. Entre no mundo fantástico da TV Cabo. São mais de 65 canais espalhados pela casa.

Ligue 808 200 400 ou vá a uma loja TV Cabo.

Há coisas fantásticas, não há?

Music accompanied by monkey voices.

VOICE OVER: National Geographic and channel of music VH1 Classic plus 63 other channels. Subscribe now to Funktastic Life of TV Cabo.

Dial 808 200 400 or go to a TV Cabo Shop.

Some things are really fantastic, aren't they?



VOZ MASCULINA: (ao telefone, muito rápido) Passe-me ao Dr. Rodrigues, com urgência se faz favor...

VOZ FEMININA: (com toda a calma) Concerteza. É só um momentinho...

Música de espera, cantada em ritmo de balada rock, com a seguinte letra

Calma calma, quanto mais espera mais paga, paga

VOZ FEMININA: Aguarde só mais um pouco

Aguarde um pouco, pague cada vez mais,

pay baby pay,

Sem strees, sem pressa...

VOZ DE COMPANHIA: Com o novo Plano PT Ilimitado Empresas da PT Prime, a música é outra: Fale o tempo que quiser na rede fixa dentro do horário escolhido sem pagar mais por isso. Informe-se das vantagens ilimitadas deste plano através do 16206.

VOZ MASCULINA: Estou...posso falar com o Engº Ferreira?

VOZ FEMININA: É só um minuto.

Quanto mais tempo se espera, pior é

Parece que é pouco mas não é.

Paga e paga cada segundo

E vais ter a maior conta do mundo

Estás à espera a pagar, estás à espera a pagar , estás à espera a pagar.

VOZ DE COMPANHIA: Se já tivesse um Plano de Preços PT para empresas, a musica era outra! Com o plano recompensa por cada 120 minutos de chamadas feitas na rede fixa PT Comunicações ou destinos móveis a sua empresa recebe 1 euro de desconto na factura mensal.

Ligue 16206 e informe-se sobre os novos Planos PT para empresas. Valor sem IVA incluído

VOICE 1: Hello...may I speak to Engineer Ferreira?

VOICE 2: Just a moment.

Lyrics to the Song playing on the recording machine while he holds:

The long you wait, the worse it is

It doesn't look much, but it is

You pay and you pay for every second

You're gonna get a giant bill, I reckon

You're waiting and paying.

You're waiting and paying.

You're waiting and paying.

You're waiting and paying.

VOICE OVER: If you already had a PT Price Plan for companies, the music would be quite different. With the Reward Plan, for every 120 minutes of calls you make, your company gets 1 euro cut from the phone bill.

Dial 16206 to know everything about the new PT Plans for companies. No tax included.

VOZ MASCULINA (ao telefone): Estou...queria falar com o Arquitecto Mendes...

VOZ FEMININA: É só um momento...

Música de espera com a seguinte letra

Meu irmão vais ver, que se ficas aí com o telefone na mão
A conta do telefone vai ser um dinheirão... [pois vai, pois vai]

Meu irmão, enquanto esperas aí, há um senão
É que a factura do telefone não vai ser barata não... [pois não, pois não]

Meu irmão, olha o tempo a passar e os periodos a contar e o teu papel é apenas pagar...
[ah,ah,ah,ah]

Meu irmão se queres falar, aguenta aí porque vais ter de pagar , não vale a pena preocupar... [ah,ah,ah,ah]

VOZ DE COMPANHIA: Se já tivesse um Plano de Preços PT para empresas a musica era outra! Com o Flat Rate Chamada pagava apenas 10 cêntimos por chamada até 1 hora de conversação.

Ligue 16206 e informe-se sobre os novos Planos PT para empresas.
Para chamadas locais e nacionais na rede fixa PT Comunicações. Mensalidade de 3 euros e 95 cêntimos. Valores sem IVA incluído.

VOICE 1 (on the phone): Hello, I'd like to talk to architect Mendes...

VOICE 2: Just a moment...

Lyrics to the Song playing on the recording machine while he holds:

My brother you will see, if you stay on the phone waiting,

A giant phone bill you will be creating.

[yes you will, yes you will]

My brother, while you sit there waiting, hesitant

The phone bill is going to be exorbitant

[yes it will, yes it will]

My brother, look at the time flyin' by, the beeps beepin' and all you're doin' is payin'

My brother if you want to be talkin', you better be waitin' because you're gonna be payin', no need for you to be worryin'

VOICE OVER: If you already had a PT Price Plan for companies, the music would be quite different. With the U plan you would pay just 1.8 cents a minute on local calls made between 9 a.m. and 7 p.m.

Dial 16206 to know everything about the new PT Plans for companies.

50 euros monthly fee for local and national PT calls under 100 euros. No tax included.

ZÉ PEDRO: Qual é coisa qual é ela que é peluda, tem quatro patas, duas orelhas compridas, uma crina, um focinho de cavalo, leva meio mundo às costas, zurra e faz o que lhe apetece, porque é teimosa que nem um... sei lá, que nem uma mula?

É a Euribor. Por isso, se não tem pais ricos nem ganhou a lotaria, faça como eu, escolha a taxa que não sai do sítio. A taxa fixa do BES, que garante a mesma prestação mês após mês, ano após ano.

VO: Mais uma das grandes soluções de Crédito Habitação BES. Quem sabe, sabe e o Zé Pedro é que sabe.

CONSULTA

ZÉ PEDRO: Eu entro no consultório, ele olha para mim e pergunta: "então o que é que o atormenta?". Eu deito-me na marquesa e digo "...ui".

"Ui?", pergunta ele.

"É a Euribor, doutor. Fiz um crédito habitação e agora estou montado nela.

"E como é variável", diz ele.

"Variável que nem uma porta", respondo eu. "Eu digo desce, ela sobe; eu digo pára, ela corre; eu digo senta, ela salta; eu digo deita, ela pula; eu digo rebola, ela ri-se. É uma besta, Doutor. Não obedece".

"Hmm", diz ele.

"Hmm, digo eu. "Eu não tenho pais ricos nem ganhei a lotaria! Mudo é para a taxa fixa do BES, que essa não sai do sítio,

VO: Mais uma das grandes soluções de Crédito Habitação BES. Quem sabe, sabe e o Zé Pedro é que sabe.

VOZ MASCULINA (ao telefone, muito rápido): Passe-me ao Dr. Rodrigues, com urgência se faz favor...

VOZ FEMININA (com toda a calma): Concerteza. É só um momentinho...

Música de espera, cantada em ritmo de balada rock, com a seguinte letra
Calma calma, quanto mais espera mais paga, paga...

VOZ FEMININA: Aguarde só mais um pouco.

... Aguarde um pouco, pague cada vez mais, pay baby pay,
Sem strees, sem pressa...

VOZ DE COMPANHIA: Com o novo Plano PT Ilimitado Empresas da PT Prime, a música é outra: Fale o tempo que quiser na rede fixa dentro do horário escolhido sem pagar mais por isso. Informe-se das vantagens ilimitadas deste plano através do 16206.

Este é o ritmo da vida
que palpita o coração
Põe-te em forma
Antes que o teu corpo te deixe na mão
Larga a bebida, deixa de comer mal e de fumar
Leva a vida com boa onda,
põe o teu corpo a exercitar
Vida há só uma e não tem de ser pa sofrer
Trata bem do coração, não deixes parar de bater
Trata bem do coração, não deixes parar de bater
Trata bem do coração, Põe-te a mexer!
Põe-te a mexer!

E no dia 24 junta o teu ao nosso pa formar um enorme coração
Num dia cheio de actividades, amizade e emoção
Deixa de ser careta, vem que não tens nada a perder
Segue o nosso conselho e põe o teu corpo a mexer
Vida há só uma e não tem de ser pa sofrer
Trata bem do coração, não deixes parar de bater
Trata bem do coração, não deixes parar de bater
Trata bem do coração, Põe-te a mexer!
Põe-te a mexer!

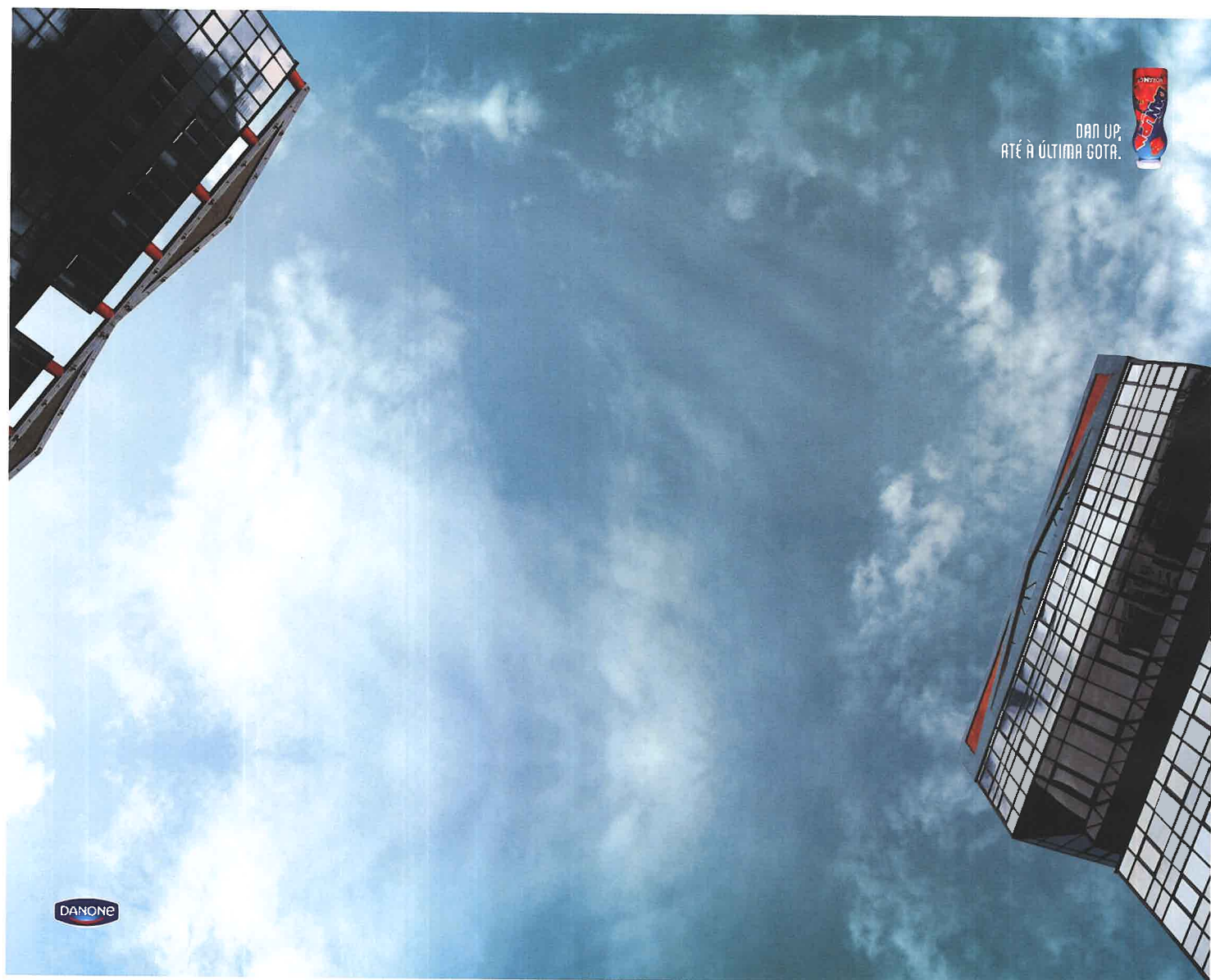
Voz-Off: Este é um conselho da Fundação Portuguesa de Cardiologia. Dia 24 de Setembro é o Dia Mundial do Coração. Junta-te a nós neste dia para formar um enorme coração humano. Mais informações em www.diamundialdocoracao.com ou através do 213815000. Põe-te a mexer!

This is the rythm of life
That keeps the beat on your heart
Work yourself ripe
Before your body falls apart
Lay off the booze, stop smoking and eating poorly
Live life with a great vibe
Get your body pumping fully
You only live once and there's no place for suffering
Take care of your heart, don't let it stop pumping
Take care of your heart, don't let it stop pumping
Take care of your heart, get moving!
Get moving!

And on the 24th Join yours with ours to form a massive heart
In a day filled with friendship, activities and a lot of heart
Stop being so dull, join us, what have you got to lose
Follow our advice and get your body on the move
Take care of your heart, don't let it stop pumping
Take care of your heart, don't let it stop pumping
Take care of your heart, get moving!
Get moving!

VOZ-OFF: This is an advice by the Portuguese Heart Foundation. On the 24th of September the world celebrates the World Heart Day. Join us on that day to form a massive human heart. More info on www.diamundialdocoracao.org or call us at 213815000. Get moving!

IMPRINTS ARENSA



DAN UP,
ATÉ À ÚLTIMA GOTTA.



DANONE

SHORTLIST

TÍTULO Prédios | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE Danone | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira
REDACTOR Gonçalo Viana | DIRECTOR DE ARTE Fabio São Pedro | FOTOGRAFIA Claus Spellfeld



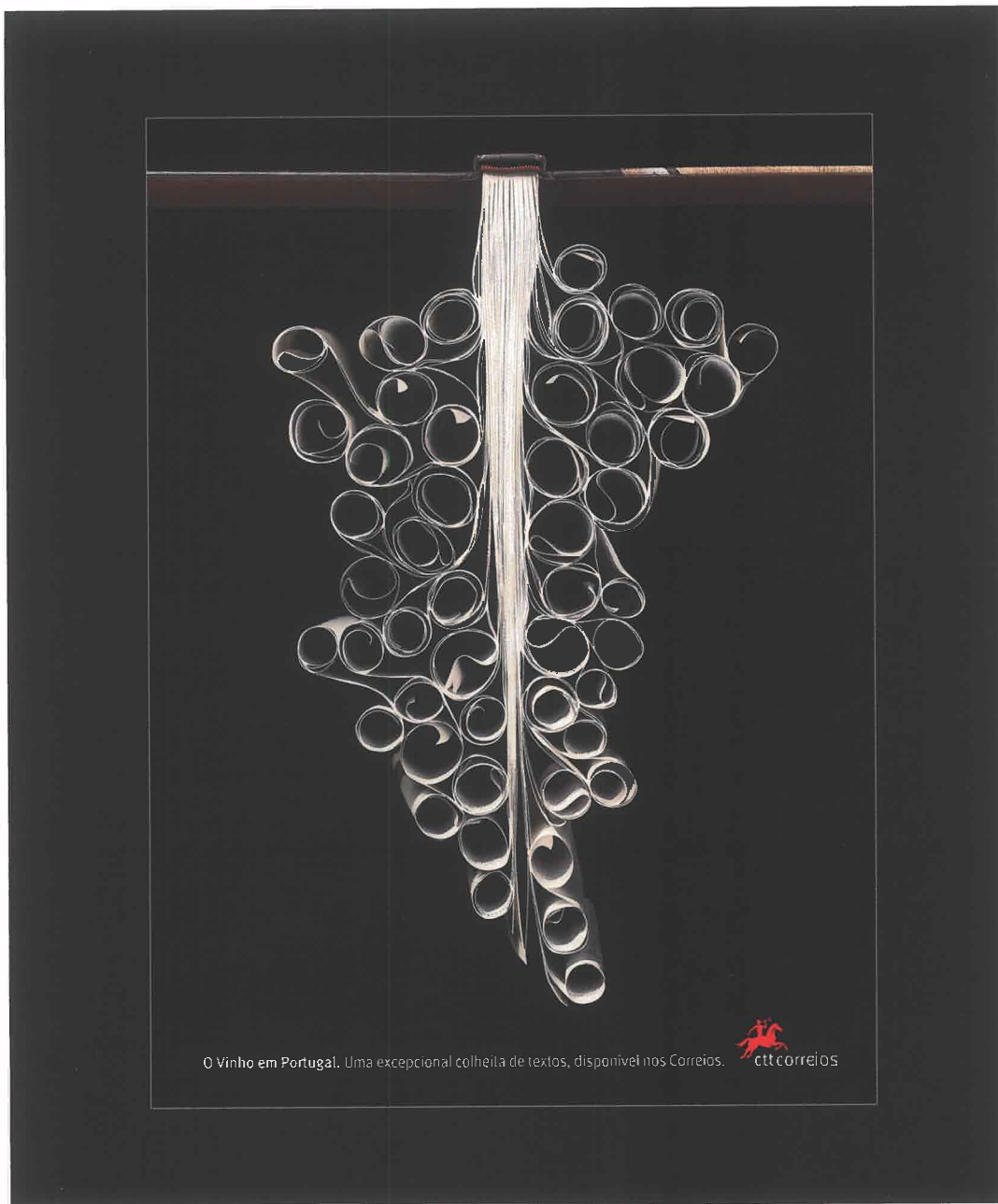
Nova Escala Euro IV. Cabe o mundo inteiro de sentar.



Arca de Noé

SHORTLIST

TÍTULO Arca de Noé | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR José vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira



Mais edição CTT Filatelia. Um livro com uma edição de selos dedicada ao "Vinho em Portugal". Um cacho de uvas diferente para celebrar esta grande edição CTT Filatelia.

SHORTLIST

TÍTULO "Cacho de Uvas | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE CTT Filatelia | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Pulido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda | PRODUTOR GRÁFICO Vasco Moreira | FOTOGRAFIA Xico Prata
PÓS-PRODUÇÃO Sistemas Rafael/Strat

- AMOR, ACHAS-ME GORDA?

- MOBY DICK (H. MELVILLE), METAMORPHOSIS (F. KAFKA), TRANSFORMAÇÕES MÁGICAS (C. PLAISTED).

SÓ É GORDO QUEM QUER (J. UCHÔA JR), O MEU QUERIDO TITANIC (P. CAGIAPA), TOLERÂNCIA (P. THEBES),

PELOS CAMINHOS DA FÉ (M. SILVA), PLANO DE 4 SEMANAS PARA CABER NO SEU BIQUÍNI (VÁRIOS)

MASSAGENS PARA EMAGRECER (VÁRIOS), DICIONÁRIO DAS DIETAS (G. D. VAS), DIETA SEM CASTIGO (P. VELHO).

A DIETA DOS MÉDICOS CHEGOS (F. LINDBERG), CRISES: DE AMEAÇAS A OPORTUNIDADES (A. MENDES, F. FERREIRA),

SABER LIDAR COM AS PESSOAS (A. ESTANQUEIRO), MANUAL DE BOAS MANEIRAS (Á. AMARAL), A PALAVRA MÁGICA (R. ZINA),

A RAZÃO TEM SEMPRE CLIENTE (M. VILHINHO), DIPLOMACIA: DOCE E AMARGA (J. C. DE MAGALHÃES),

COMO APRESENTAR EM PÚBLICO (VÁRIOS), A PREPARAÇÃO DO ATOR (C. STANISLAVSKI), ARTISTA DE CIRCO (M. PINTO),

OS MELHORES CONTOS PORTUGUESES DO SÉCULO XIX (LANDS), COMUNICAR COM SUCESSO (P. WOOD),

GASTAR PALAVRAS (P. KELLERMAN), GUERRA E PAZ (L. TOLSTÓI), O SILÊNCIO DE UM HOMEM SÓ (M. MARQUELO).

 **MEDIABOOKS**
LER DÁ-LHE RESPOSTAS.

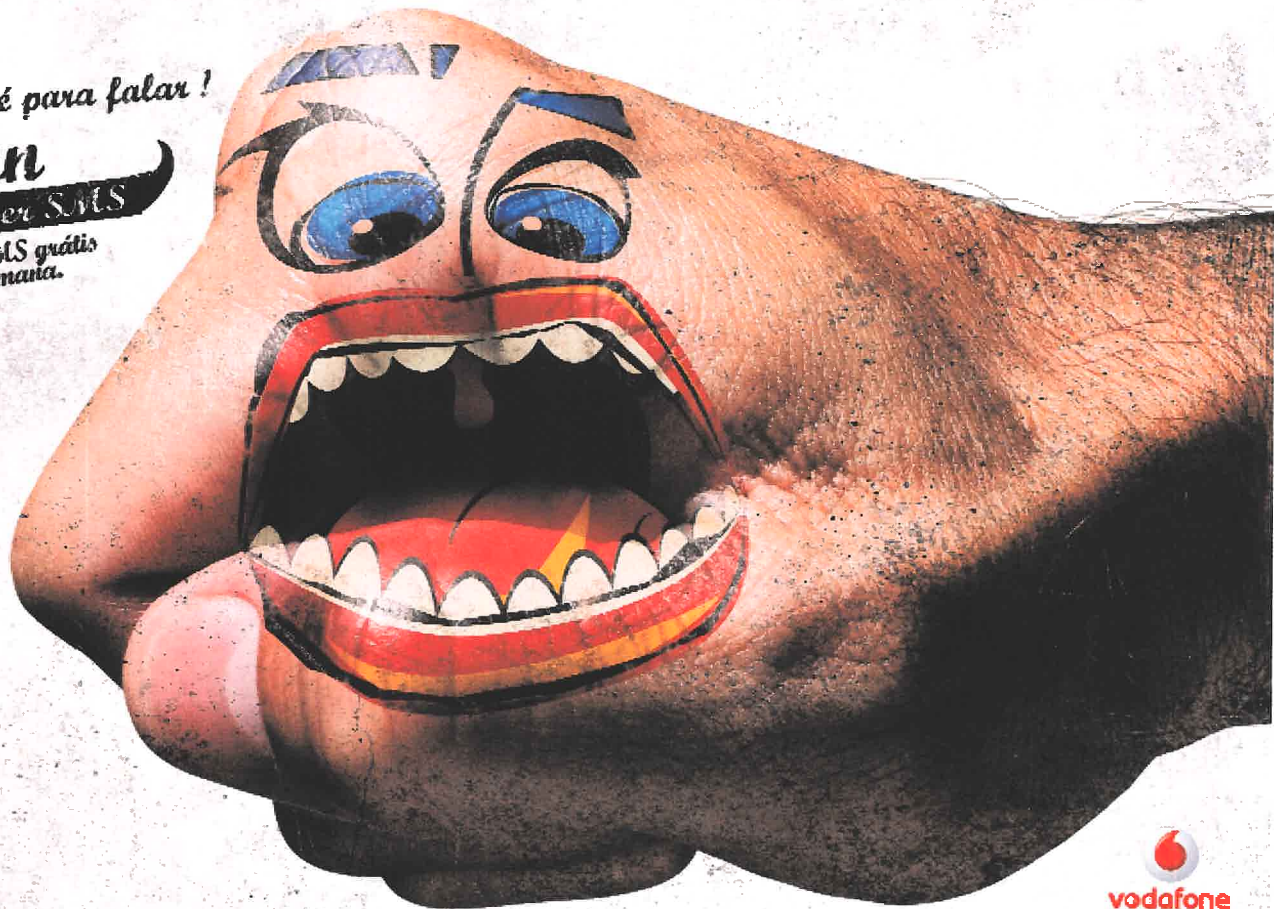
Campanha Institucional para uma Livraria.

SHORTLIST

TÍTULO Gorda | AGÊNCIA Leo Burnett | ANUNCIANTE Media Books | DIRECTOR CRIATIVO Fernando Bellotti
REDACTOR Chacho | DIRECTOR DE ARTE Bruno Ribeiro

Tens mãos é para falar!

Yorn
Power SMS
1.500 SMS grátis
por semana.



\"Tens mãos é para falar\".

SHORTLIST

TÍTULO Mão de homem | AGÊNCIA Brandia Central | ANUNCIANTE Vodafone Yorn | DIRECTOR CRIATIVO Marco Dias
REDACTOR Miguel Martinho | DIRECTOR DE ARTE Tiago Prandi | FOTOGRAFIA Claus | ILUSTRAÇÃO Julius Ohta

Tens mãos é para falar!

Yorn
Power SMS
1.500 SMS grátis
por semana.



"Tens mãos é para falar".

SHORTLIST

TÍTULO Mão de mulher | AGÊNCIA Brandia Central | ANUNCIANTE Vodafone Yorn | DIRECTOR CRIATIVO Marco Dias
REDACTOR Miguel Martinho | DIRECTOR DE ARTE Tiago Prandi | FOTOGRAFIA Claus | ILUSTRAÇÃO Julius Ohta



GAIUS CILNIUS MAECENAS

¹ *Entidade não-GO-
BAL WEALTH MA-
NAGEMENT (entidade
financeira, instituição
nacionalizada, fund, com
sa), não regulada pela
do Investment e Finance
and COINTEGRATE
ADVISORY e PRIVATE
EQUITY.*

² *Si trata de Lisboa.*

São vários os mecenas famosos na história, mas poucos conhecem quem lhes deu o nome, Maecenas, o próprio. Romano, político e conselheiro do imperador Caeser Augustus, ninguém sabe se algum dia lhe terá passado pela cabeça que, dois milénios depois, andaria nas bocas do mundo como sinónimo de patrono das artes. A verdade é que aconteceu. Um pouco como a expressão inglesa *Private Banking*¹, que se tornou em Portugal sinónimo de Banco Privado Português².

Mas como até em gramática todos os caminhos vão dar a Roma, este texto não será excepção. Gaius de seu primeiro nome era, como não podia deixar de ser, o arquétipo do onecenas. Por isso não é de estranhar que tivesse sido rico, o que foi verdade, como não é de estranhar que se tivesse rodeado de artistas durante toda a vida, o que também aconteceu. Rico por herança, a sua riqueza cresceu ainda mais pela sua proximidade com o imperador, cuja influência proporcionou a Gaius a independência³ necessária para poder escapar à típica adoração romana a Marte (deus da guerra), trocando-a por outra forma de estar na vida, mais dedicada a Minerva (deusa da inteligência e sabedoria).

Al está uma deusa que também tem lugar na nossa mitologia. Porque tem tudo a ver com dinheiro (aliás, podia até ser a deusa do dinheiro se existisse) viro que só com muita sabedoria e inteligência é que se consegue fazer muito dinheiro.

Que o digam os nossos clientes, convertidos por um dos bancos mais capitalizados do mundo no seu regimento, com mais de 200 milhões de euros em capitais próprios.

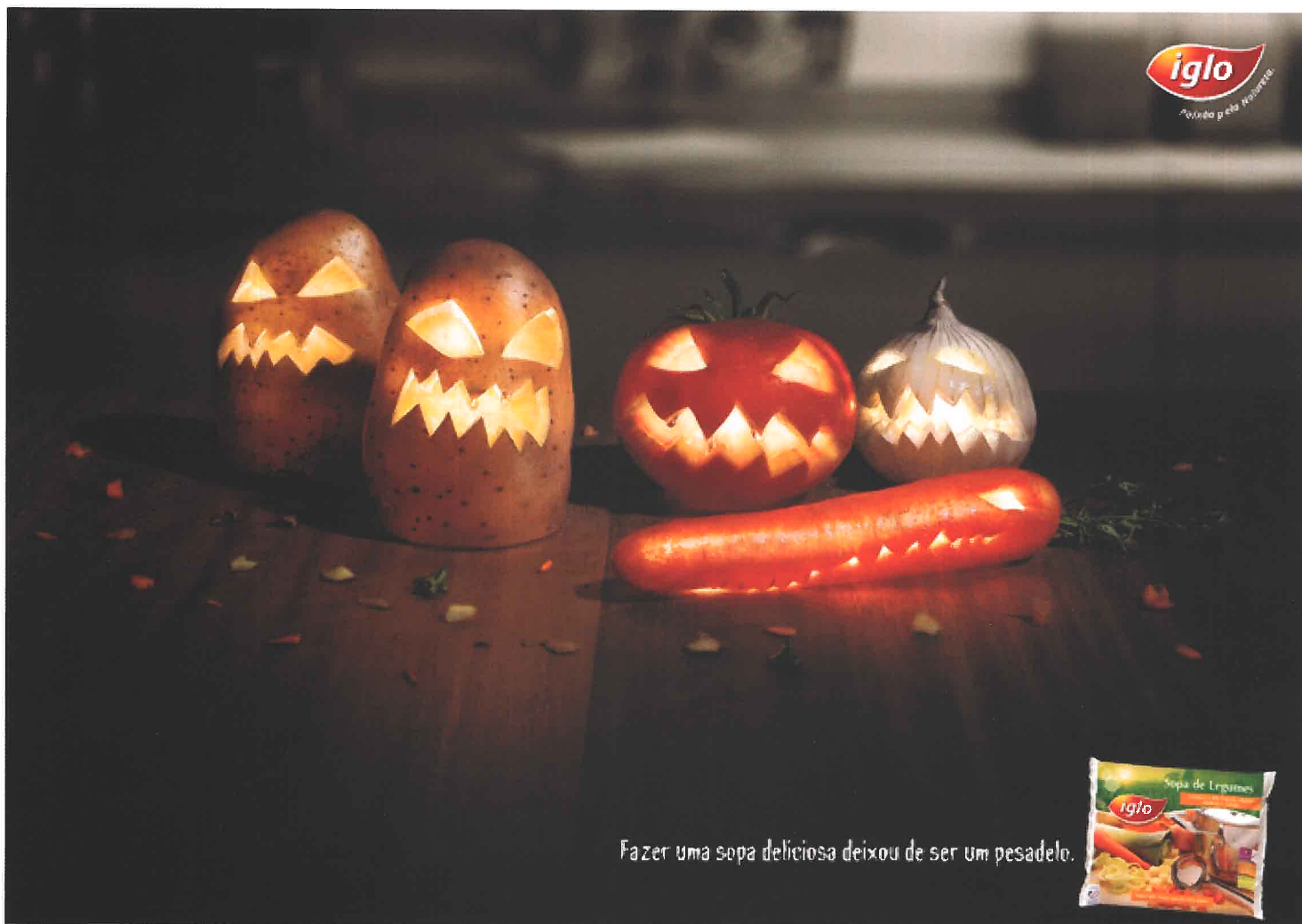
E também Virgílio, Horácio, Varius Rufus, Plotius Tucca, Valgius Rufus ou Domitius Marsus. Um sem número de importantes poetas da era antes de Cristo que usufruíram do apoio incondicional de Maecenas, que incluía dinheiro e casas de luxo onde poderiam viver à larga e dar largas ao seu talento. Porém eles os primeiros artistas subsidiados da história, homens que tiveram a fortuna de encontrar alguém cuja visão e pensamento estavam acima da sua própria fortuna.

É caro leitor, para que a sua fortuna não dependa exclusivamente da fortuna³ ligue para um dos nossos *Private Bankers*, disponíveis para falar consigo através do 21 313 70 00 (Lisboa), 22 615 39 15 (Porto) ou 00 34 912 972 500 (Madrid). Depois, se quiser continuar a frustrar-se o nome do romano, é consigo.

³ *Não também um equi-
libranos da nossa total
independência, não a gub-
queir incoerentes. É um gub-
fido, obviamente, a não a
que ser de interesse das
nossas deusas.*

³ *Serão a sua fonte aliada
a quem após pelo ISSRA-
TICA E DE PERSONA
AUSCHAU, que aliás de
proprietários valdelegitima
muito porquê de muitas auto-
públicas, gerando a neces-
sidade de capital investido,
Sempre.*





Fazer uma sopa deliciosa deixou de ser um pesadelo.

Fazer uma sopa deliciosa deixou de ser um pesadelo.
Campanha para o lançamento das embalagens de legumes
para sopa, já cortados e prontos a cozinhar.

SHORTLIST

TÍTULO Pesadelo | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Unilever
DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo | REDACTOR António Páscoa | DIRECTOR DE ARTE Marco Leal



Audi A3 2.0 TDI. Agora com 170 cavalos.

Audi A3 2.0 TDI. Now with 170 horse power.

SHORTLIST

TÍTULO "Rédeas" | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE Siva - Audi | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Rui Silva | DIRECTOR DE ARTE Joaquim Pena | PRODUTOR GRÁFICO Vasco Moreira
FOTOGRAFIA Rogério Serraqueiro

**NAQUELA ALTURA
OS CONCERTOS
VIAM-SE COM LSD
AGORA VÊEM-SE
EM DVD**

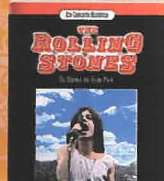

**BRIAN JONES TINHA MORRIDO HÁ 2 DIAS. OS STONES
MOSTRARAM QUE ESTAVAM MAIS VIVOS QUE NUNCA.**

ROLLING STONES

5 de Julho de 1969

A VISÃO orgulha-se de apresentar um DVD histórico de um dos maiores e mais marcantes concertos dos Rolling Stones: dia 5 de julho de 1969, 500 mil pessoas juntaram-se para uma enorme homenagem no Hyde Park em Londres. Leve para sua casa as grandes músicas e imagens únicas do grupo nos anos 60.

Com a Visão, nas bancas dia 10 de Agosto por apenas mais **€6.99**



VISÃO Tenho uma.

SHORTLIST

TÍTULO Rolling Stones | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE Impresa - Visão
DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira / Judite Mota | REDACTOR José Ricardo Monteiro | DIRECTOR DE ARTE Luís Moreira

Miguel wrote:
João, deixei o relatório na W.C.
M.

João replied:
Winston Consulting?
Wang&Cohen?
Wayne&Cash?
Walter Consuming?
Will&Carpenter?
J.

Sms by Mail



Porque os negócios não devem ser abreviados.

E porque uma mensagem clara poupa tempo e mal-entendidos chegou o SMS by Mail. Uma aplicação que integrada com o Outlook do seu PC permite enviar SMS detalhados e sem pressas por e-mail para qualquer telemóvel. Faça o download da aplicação em www.vodafone.pt ou solicite um CD numa loja Vodafone.


Aproveite ainda os pacotes de SMS by Mail para enviar mensagens a preço reduzido.

Viva o momento.
now



COM O COLESTEROL NÃO SE BRINCA.

O colesterol elevado é um dos fatores de risco para doenças cardiovasculares como ataques cardíacos ou derrames cerebrais. Qual é a melhor forma de se prevenir? Falar com o seu médico ou dirigir-se ao Centro de Saúde da sua residência. É, sempre presente que há coisas com que não se pode brincar e o colesterol é uma delas.



INSTITUTO DE SAÚDE PÚBLICA
ESTADO DE SÃO PAULO



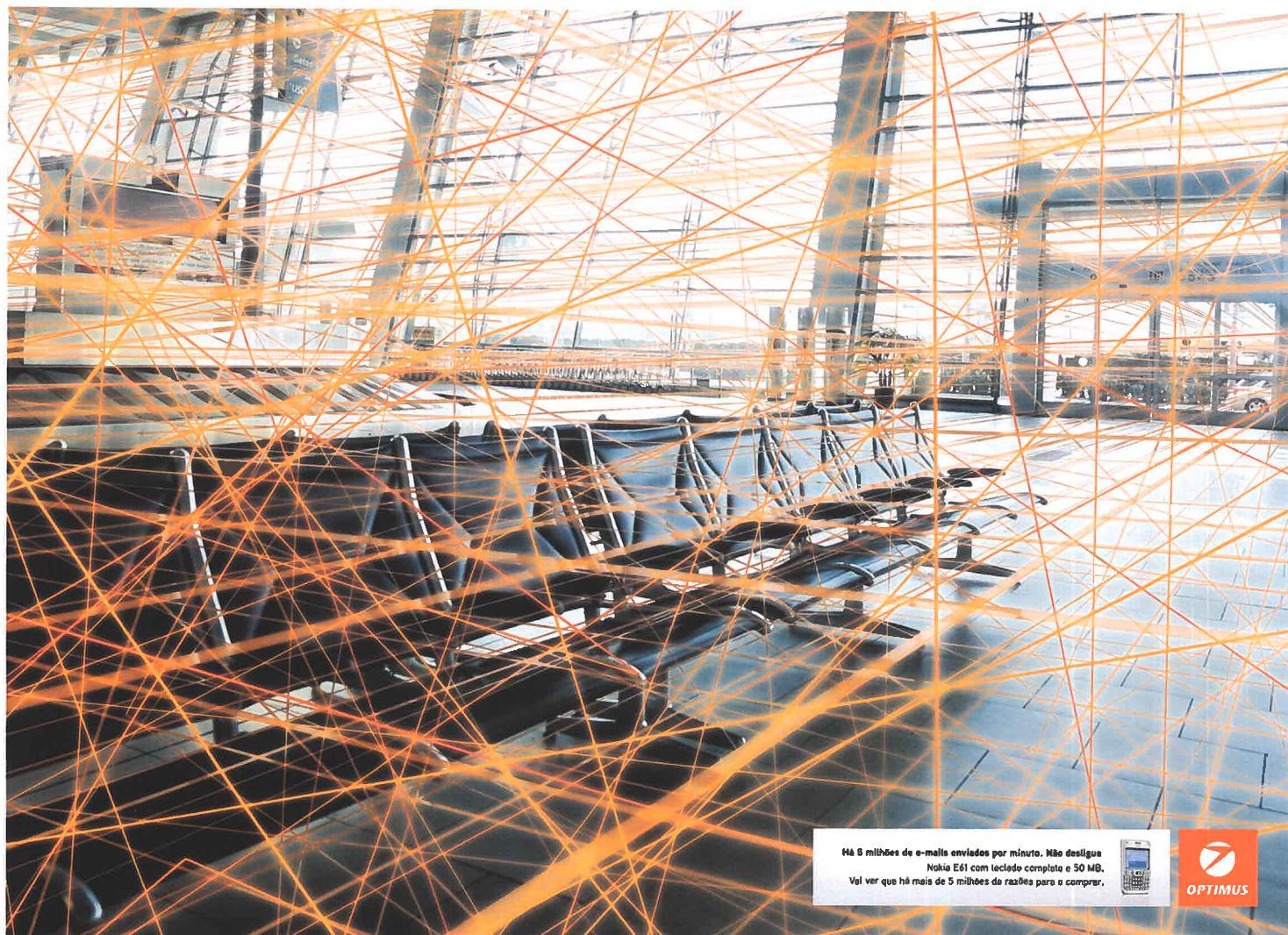
COM O COLESTEROL NÃO SE BRINCA.

O colesterol elevado é um dos factores de risco para doenças cardiovasculares, como ataques cardíacos ou trombose cerebral. Qual é a melhor forma de se prevenir? Falar com o teu médico ou dirigir-se ao Centro de Saúde de tua residência. E ter sempre presente que os exames que não se pode brincar a o colesterol é uma delas.

PRATA
Ministério da Saúde

PRATA

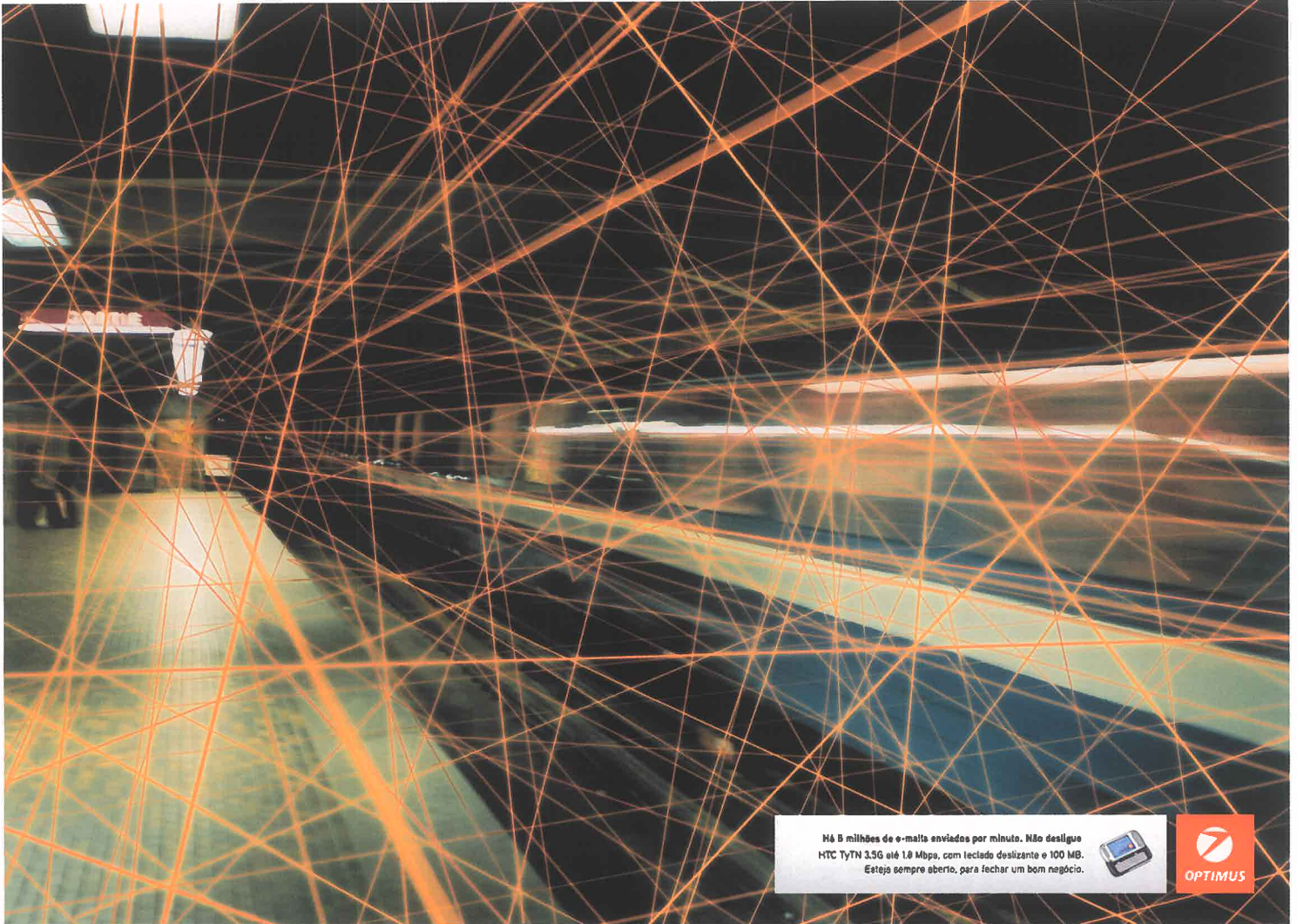
TÍTULO Colestrol - Peluche | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Ministério da Saúde - Direcção Geral de Saúde
DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bortempo | REDACTOR Fábio Seidl | DIRECTOR DE ARTE Diogo Mello



Há 5 milhões de e-mails enviados por minuto. Não desligue
Nokia E61 com teclado completo e 50 MB.
Val ver que há mais de 5 milhões de razões para o comprar.



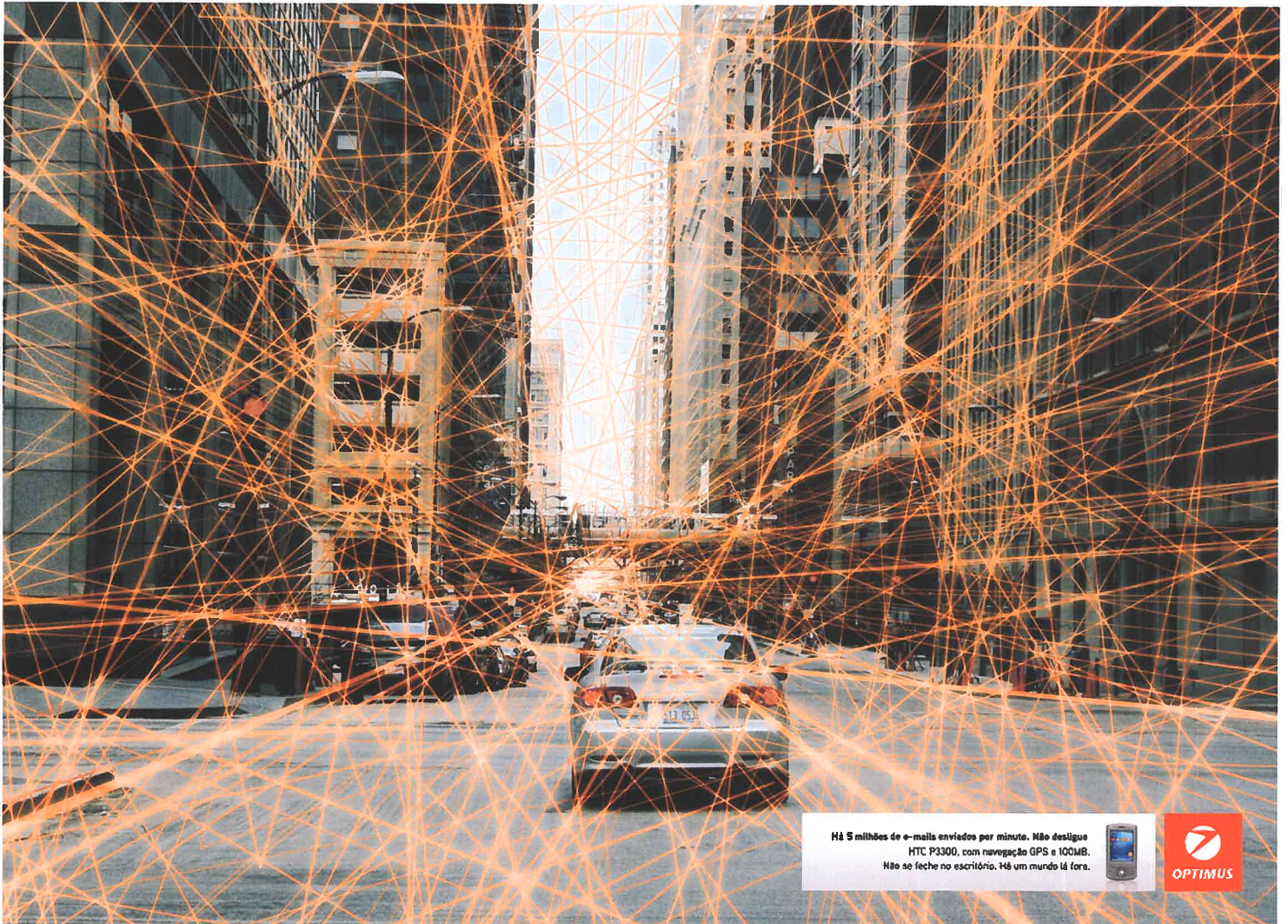
Com os novos PDA's da Optimus Negócios, pode ceder ao seu e-mail sempre que quiser.



Há 8 milhões de e-mails enviados por minuto. Não desligue
HTC TyTN 3.5G até 1.8 Mbps, com teclado deslizante e 100 MB.
Esteja sempre aberto, para fechar um bom negócio.



Com os novos PDA's da Optimus Negócios, pode ceder ao seu e-mail sempre que quiser.



Há 5 milhões de e-mails enviados por minuto. Não desligue
HTC P3300, com navegação GPS e 100MB.
Não se feche no escritório. Há um mundo lá fora.



Com os novos PDA's da Optimus Negócios, pode ceder ao seu e-mail sempre que quiser.

PÚBLICO

PULMÕES

Pulmão direito
Pulmão esquerdo
Lobo superior direito
Lobo inferior direito
Lobo superior esquerdo
Lobo inferior esquerdo
Sacos bronquiais
Arterias pulmonares
Veias pulmonares

VIAJE PELO SEU CORPO COM
O ATLAS DO CORPO HUMANO

Por mais €9,90 com o PÚBLICO

atlas do corpo humano

BRONZE

TÍTULO Coleção Atlas do Corpo Humano - Pulmões | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Público
DIRECTOR CRIATIVO Nuno Jerónimo | REDACTOR José Vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira
PRODUTOR FOTOGRAFIA Pedro Domingos

PÚBLICO

CÉREBRO

Telencéfalo

Corpo caloso

Circunvoluções

Cerebelo

Ponte

Medula Oblonga

Medula Espinal

Médula

ATLAS DO CORPO HUMANO

Ótima análise e conteúdo de referência

VIAJE PELO SEU CORPO COM O ATLAS DO CORPO HUMANO

Por mais €9.90 com o PÚBLICO

PÚBLICO

Tibia

Calcâneo

Astrágalo

Cuneiformes

PÉ

Cubóide

Articulações

Metatarsos

Falange

VIAJE PELO SEU CORPO COM
O ATLAS DO CORPO HUMANO

Por mais €9,90 com o PÚBLICO

ATLAS DO
CORPO HUMANO



Lava-me Colt

BRONZE

TÍTULO Lava-me Colt | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis



Lava-me Grandis

BRONZE

TÍTULO Lava-me Grandis | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis



Lava-me Strakar

BRONZE

TÍTULO Lava-me Strakar | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis



A MAGIA
DOS PLAYOFFS DA NBA.
EM EXCLUSIVO.

CANAIS
SPORTV
2 CANAIS PELO PREÇO DE 1

www.sporttv.pt

Plasticina 1

BRONZE

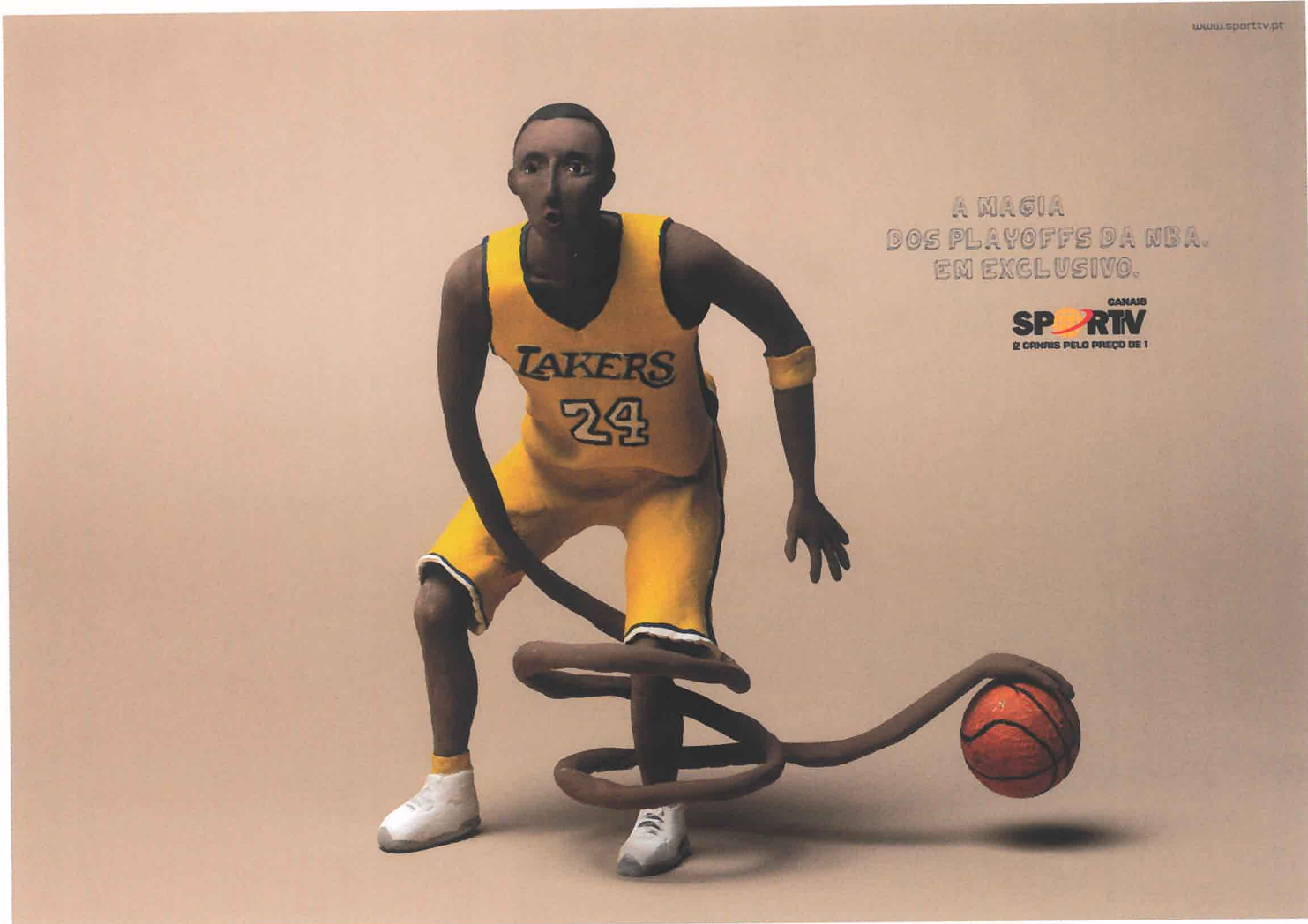
TÍTULO Plasticina 1 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV | DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz
REDACTOR José vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira | FOTOGRAFIA Sais de Prata | ILUSTRAÇÃO Nuno Beato



Plasticina 2

BRONZE

TÍTULO Plasticina 2 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV | DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz
REDACTOR José vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira | FOTOGRAFIA Sais de Prata | ILUSTRAÇÃO Nuno Beato



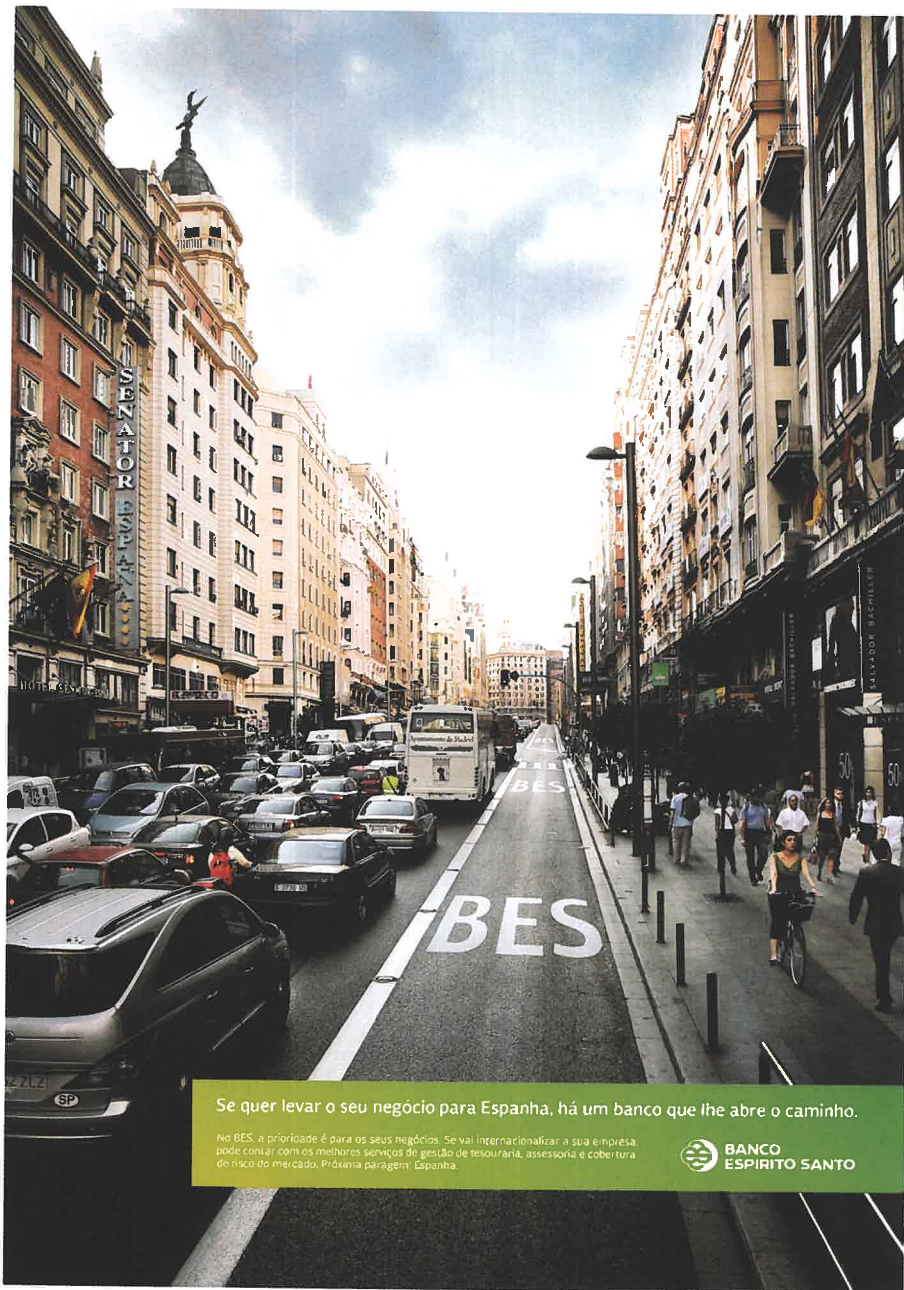
A MAGIA
DOS PLAYOFFS DA NBA.
EM EXCLUSIVO.

CANAL
SPORTV
E GRÁFIS PELO PREÇO DE 1

Plasticina 3

BRONZE

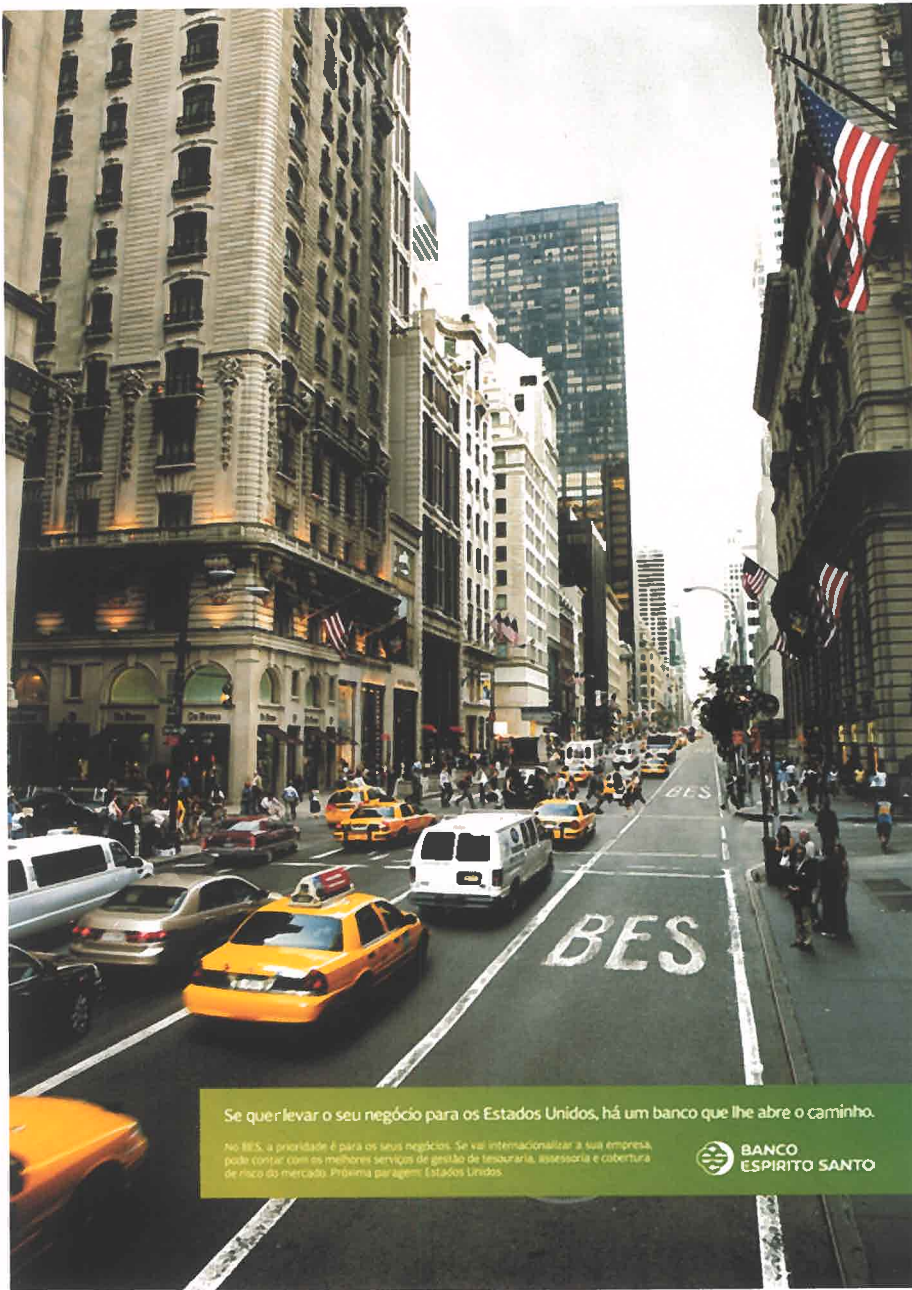
TÍTULO Plasticina 3 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV | DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz
REDACTOR José Vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira | FOTOGRAFIA Sais de Prata | ILUSTRAÇÃO Nuno Beato



Se quer levar o seu negócio para Espanha, há um banco que lhe abre o caminho.

No BES a prioridade é para os seus negócios. Se vai internacionalizar a sua empresa, pode contar com os melhores serviços de gestão de tesouraria, assessoria e cobertura do risco do mercado. Próxima paragem: Espanha.






Se quer levar o seu negócio para os Estados Unidos, há um banco que lhe abre o caminho.

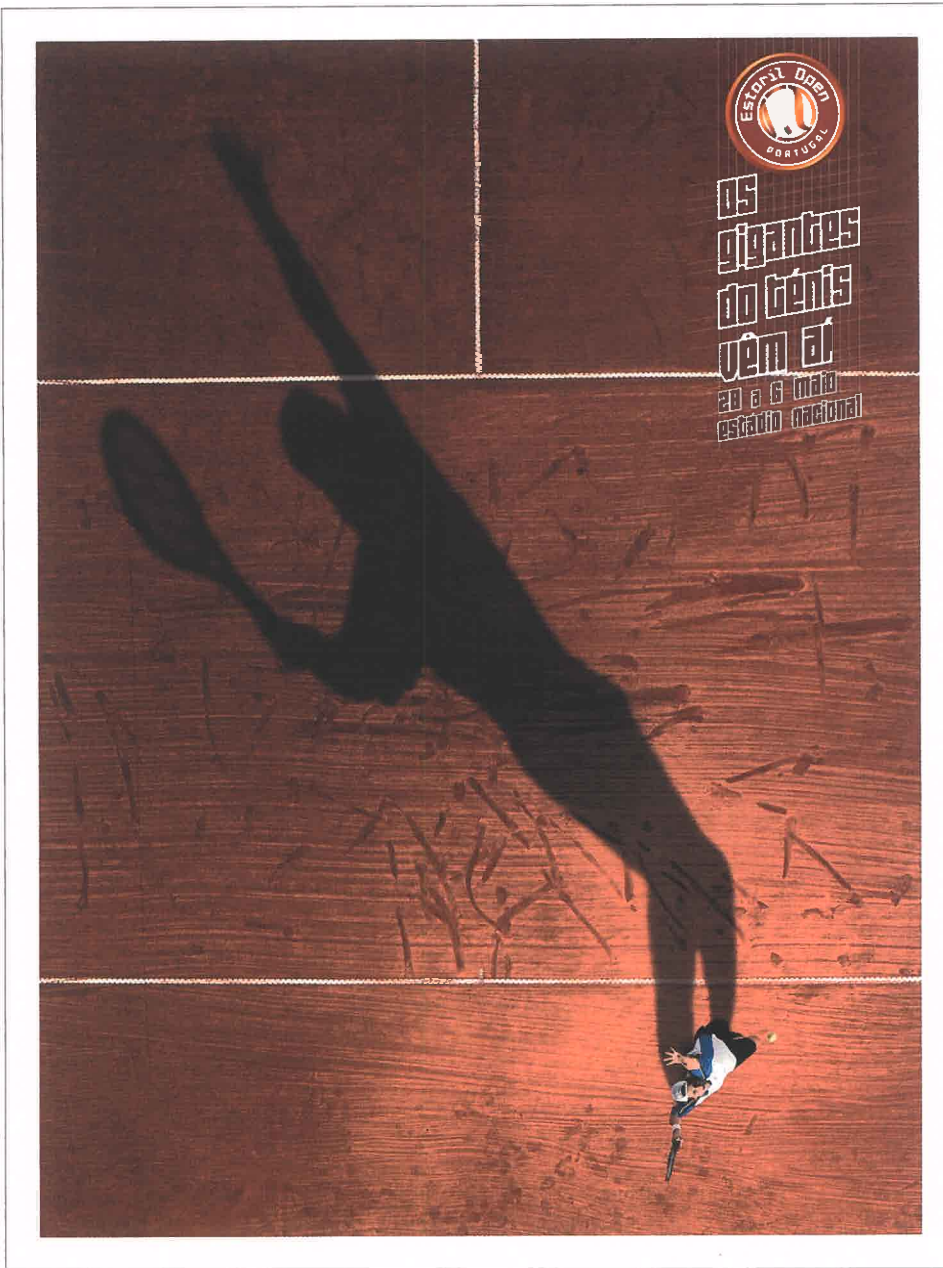
No BES, a prioridade é para os seus negócios. Se vai internacionalizar a sua empresa, pode contar com os melhores serviços de gestão de tesouraria, assessoria e cobertura de risco do mercado. Programa paragem, Estados Unidos.



Se quer levar o seu negócio para o Brasil, há um banco que lhe abre o caminho.

No BES, a prioridade é para os seus negócios. Se vai internacionalizar a sua empresa, pode contar com os melhores serviços de gestão de tesouraria, assessoria e cobertura de risco do mercado. Próxima paragem: Brasil.

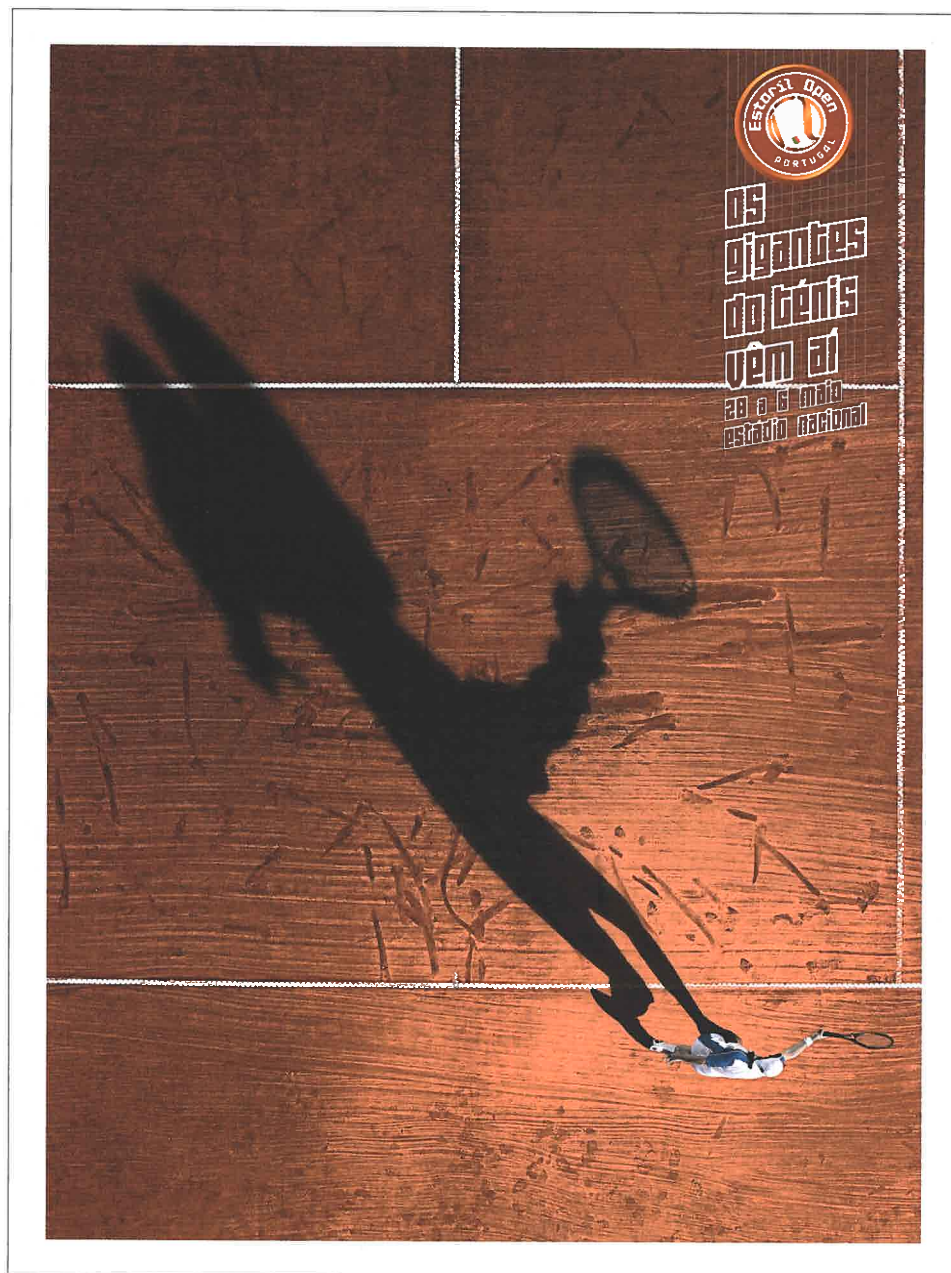
 **BANCO
ESPIRITO SANTO**



Gigante 1

SHORTLIST

TÍTULO Gigante 1 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Lagos Sport
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima
DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis e Paulo Pinto



Gigante 2

SHORTLIST

TÍTULO Gigante 2 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Lagos Sport
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima
DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis e Paulo Pinto



PRÉMIO

TÍTULO Terreiro do Paço | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE AMI - Assistência Médica Internacional
DIRECTOR CRIATIVO Tico Moraes | REDACTOR Teresa Pinto Leite | DIRECTOR DE ARTE Maria João Andrade
PÓS-PRODUÇÃO Andy Wagner - ImageTAP



SHORTLIST

TÍTULO Jerónimos | **AGÊNCIA** Y&R | **ANUNCIANTE** AMI - Assistência Médica Internacional
DIRECTOR CRIATIVO Tico Moraes | **REDACTOR** Teresa Pinto Leite | **DIRECTOR DE ARTE** Maria João Andrade
FOTOGRAFIA Rudy Huhold | **PÓS-PRODUÇÃO** Estúdio Icone



TEMOS TODOS OS ARGUMENTOS
E NÃO PRECISAMOS DE NENHUM.



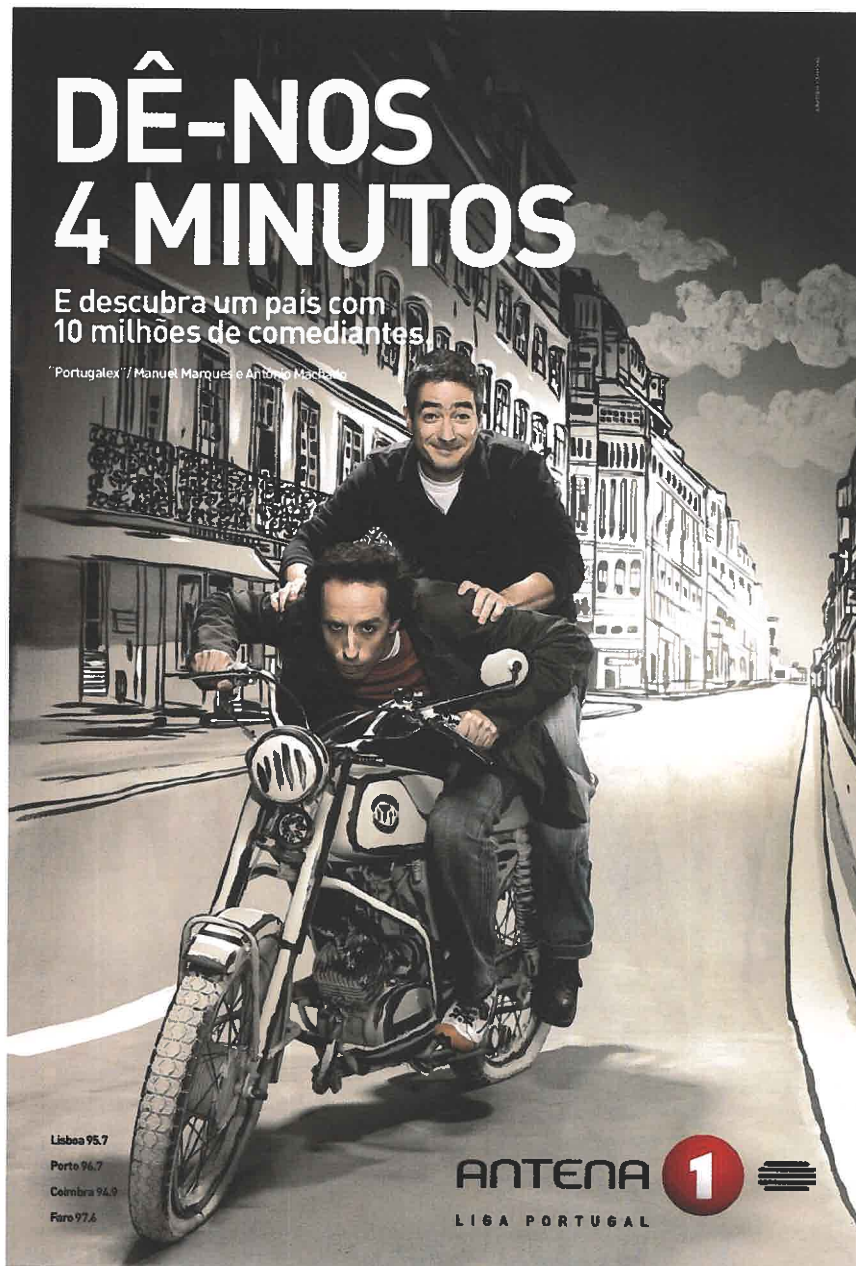

Caixa Geral
de Depósitos



TEMOS TODOS OS ARGUMENTOS
E NÃO PRECISAMOS DE NENHUM.

SHORTLIST

TÍTULO Caixa Mulher Fã | AGÊNCIA Y&R | ANUNCIANTE CGD – Caixa Geral de Depósitos
DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira e Judite Mota | DIRECTOR DE ARTE Joana Faria | REDACTOR José Quintela
FOTOGRAFIA Filipe Rebelo



**DÊ-NOS
4 MINUTOS**

E descubra um país com
10 milhões de comediantes

*Portugalex / Manuel Marques e António Machado

Lisboa 95.7
Porto 96.7
Coimbra 96.9
Faro 97.6

ANTENA 1
LIGA PORTUGAL

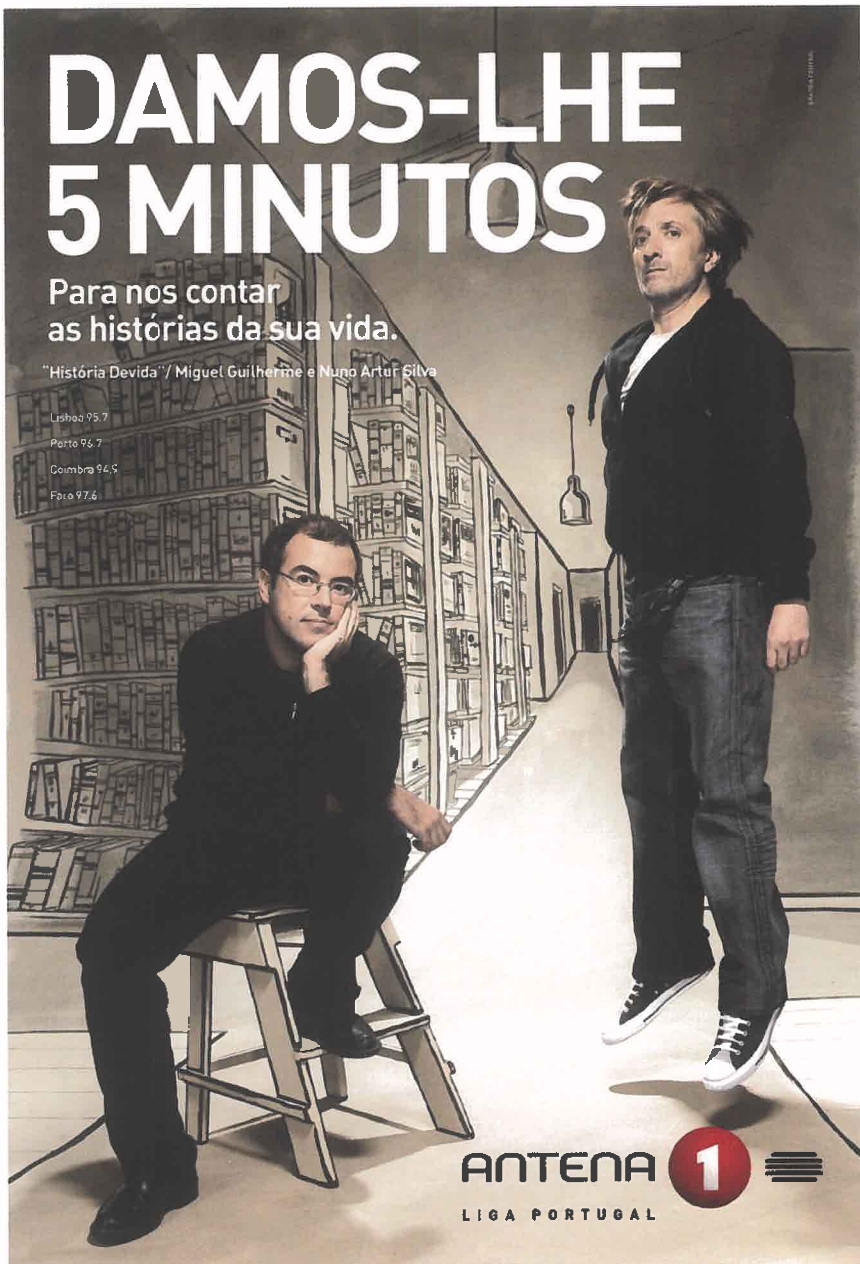
ANTENA 1 logo: a red circle with the number 1 and three horizontal lines to its right.

Dê-nos 4 minutos.
E descubra um país com 10 milhões de comediantes.

Give us 4 minutes.
And discover a country with 10 million comedians.

PRÊMIO

TÍTULO Portugalex | AGÊNCIA Brandia Central | ANUNCIANTE Antena 1 | DIRECTOR CRIATIVO Marco Dias
REDACTOR Ricardo Miranda / Tomás Mayer | DIRECTOR DE ARTE Pedro Magalhães | PRODUTOR Ana Romano
FOTOGRAFIA Krypton Photo | ILUSTRAÇÃO João Parrinha



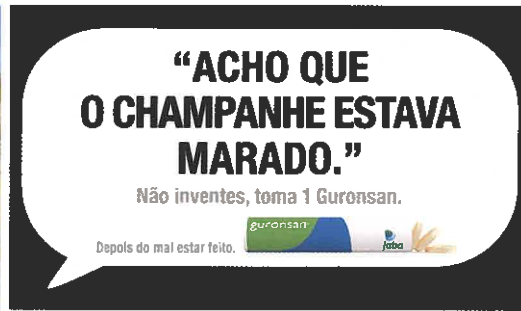
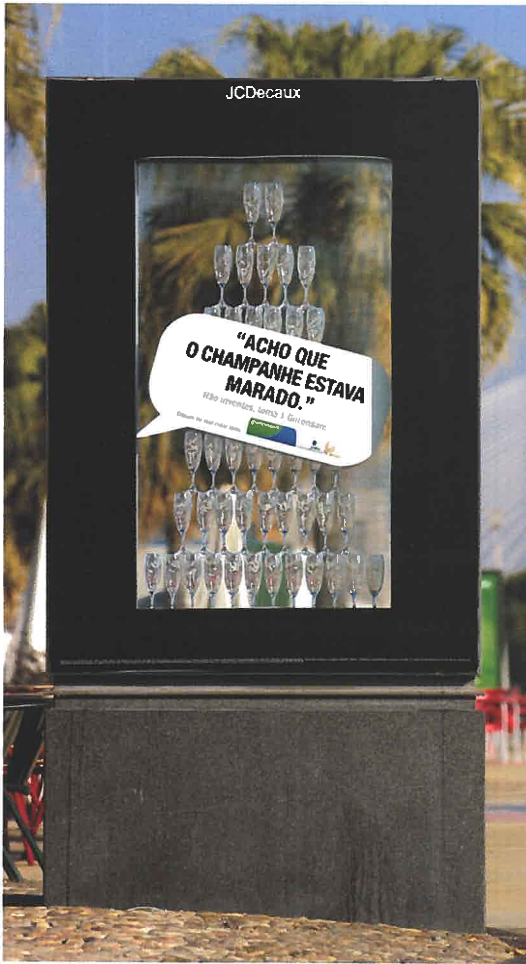
Damos-lhe 5 minutos.
Para nos contar as histórias da sua vida.

We'll give you 5 minutes.
So that you can tell us the stories of your life.

SHORTLIST

TÍTULO História de vida | AGÊNCIA Brandia Central | ANUNCIANTE Antena 1 | DIRECTOR CRIATIVO Marco Dias
REDACTOR Ricardo Miranda / Tomás Mayer | DIRECTOR DE ARTE Pedro Magalhães | PRODUTOR Ana Romano
FOTOGRAFIA Krypton Photo | ILUSTRAÇÃO João Parrinha

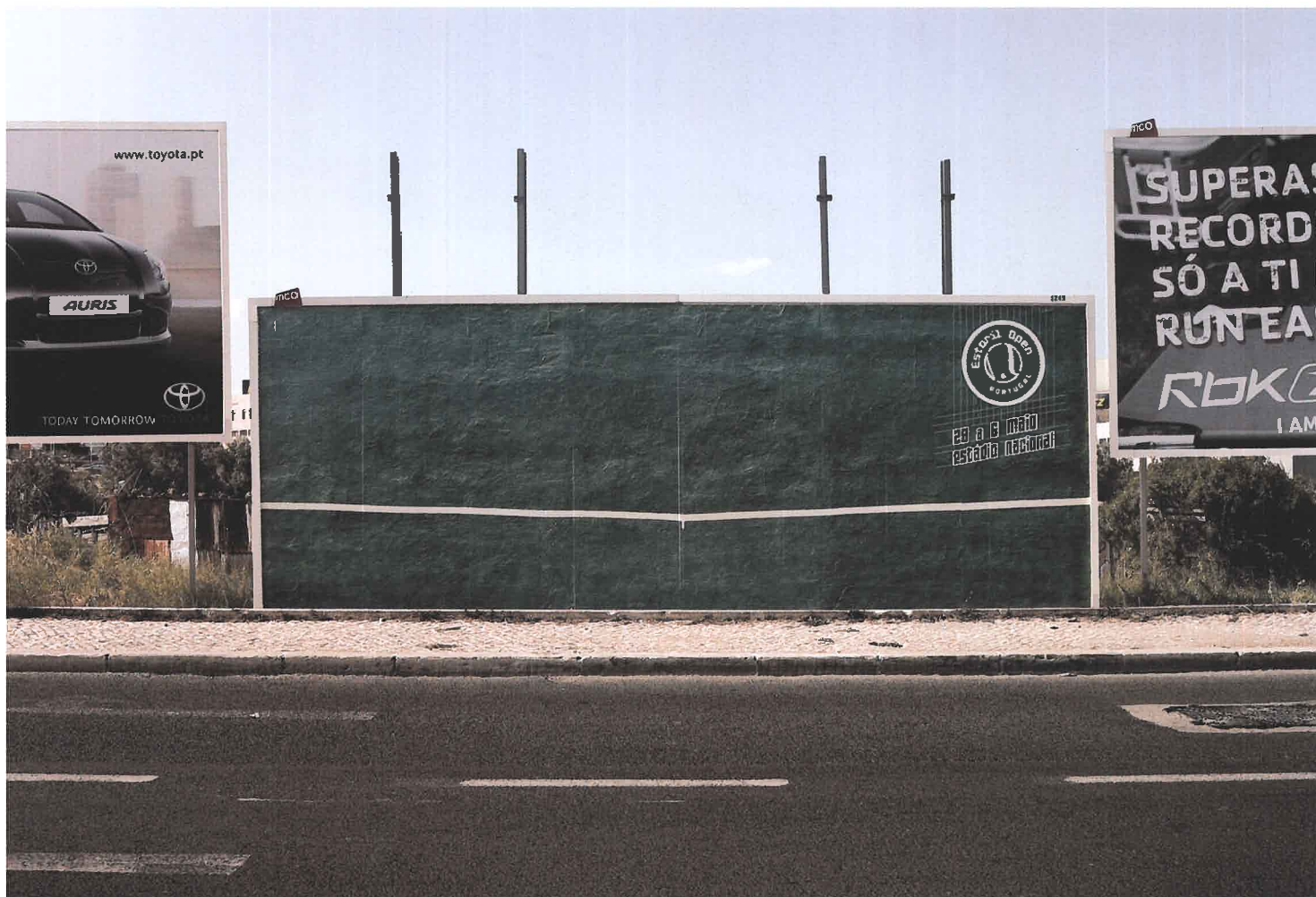
OUTDOOR



Veiculado durante a última semana do ano, antecipando a festa de Passagem de Ano.

Aired on the last week of the year, anticipating New Year's Eve.

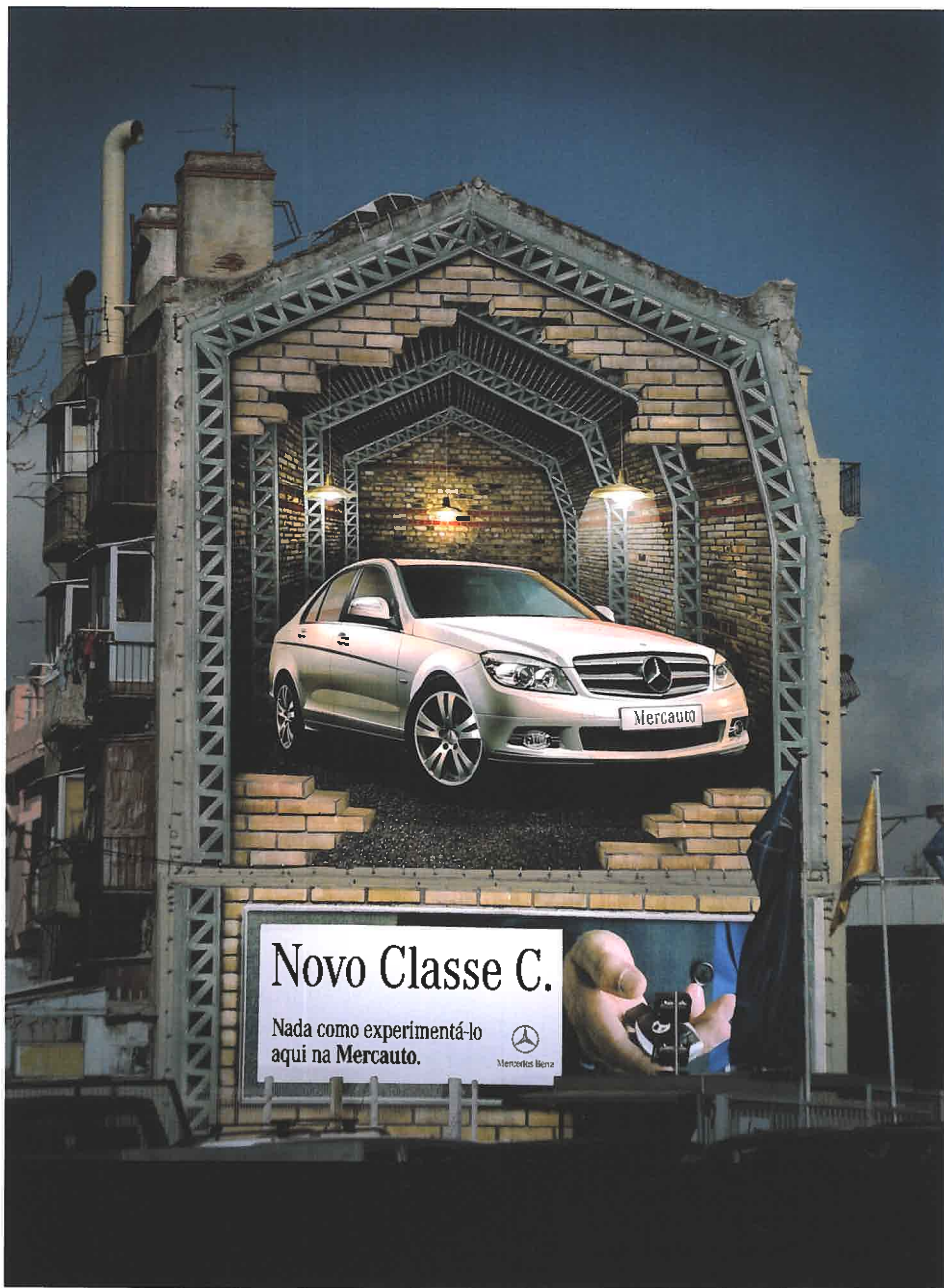






SHORTLIST

TÍTULO Candeeiro | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE Danone | DIRECTOR CRIATIVO Pedro Ferreira
REDATOR Gonçalo Viana | DIRECTOR DE ARTE Fábio São Pedro | FOTOGRAFIA Claus Stellfeld

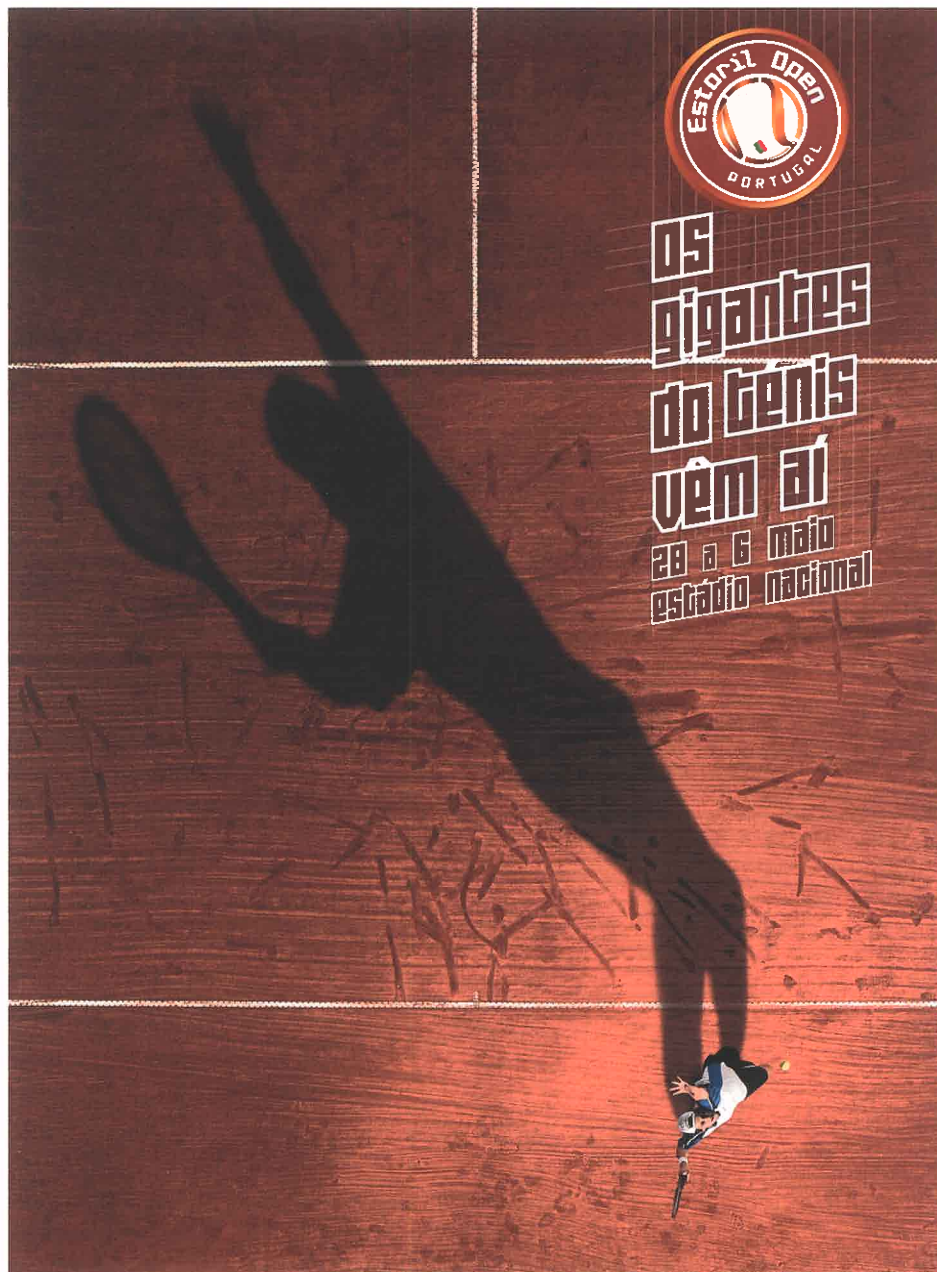


Venha experimentá-lo aqui na Mercauto.
Outdoor criado especialmente para o lançamento do Novo Mercedes-Benz Classe C.

Come and try it here at Mercauto.
This Outdoor was specially created for the New Mercedes-Benz C Class launch.

SHORTLIST

TÍTULO Empena Mercauto | AGÊNCIA Z. Publicidade | ANUNCIANTE Mercedes-Benz | DIRECTOR CRIATIVO Luis Christello
REDACTOR Pedro Sepúlveda | DIRECTOR DE ARTE Luis Christello | PRODUTOR GRÁFICO Alexandra Beck - FUBAC
ILUSTRAÇÃO Luis Christello

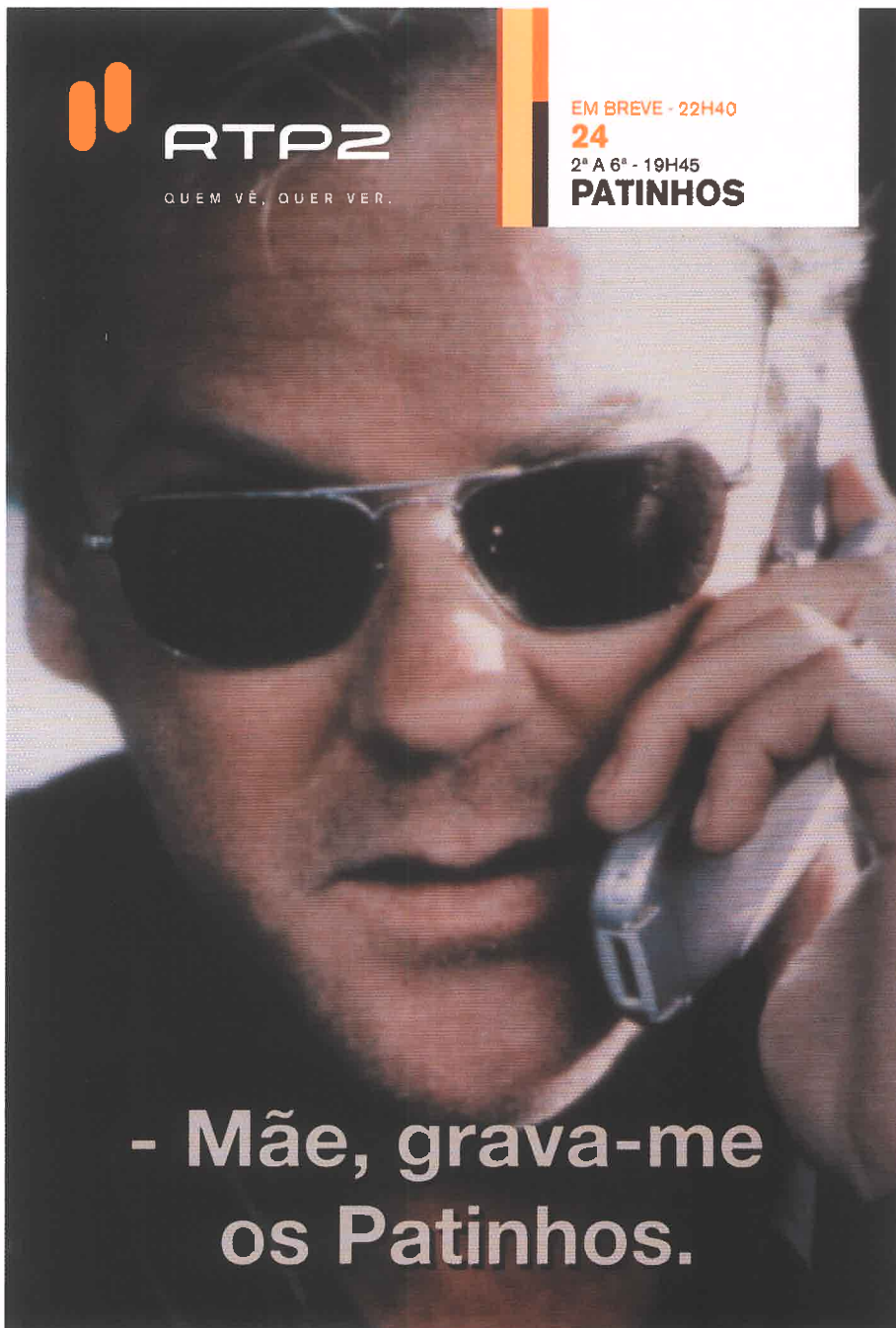


Gigante 1



Poupamos no papel, não no óleo





RTP2

QUEM VÊ, QUER VER.

EM BREVE - 22H40

24

2ª A 6ª - 19H45

PATINHOS

- Mãe, grava-me
os Patinhos.

Quem vê. Quer ver.

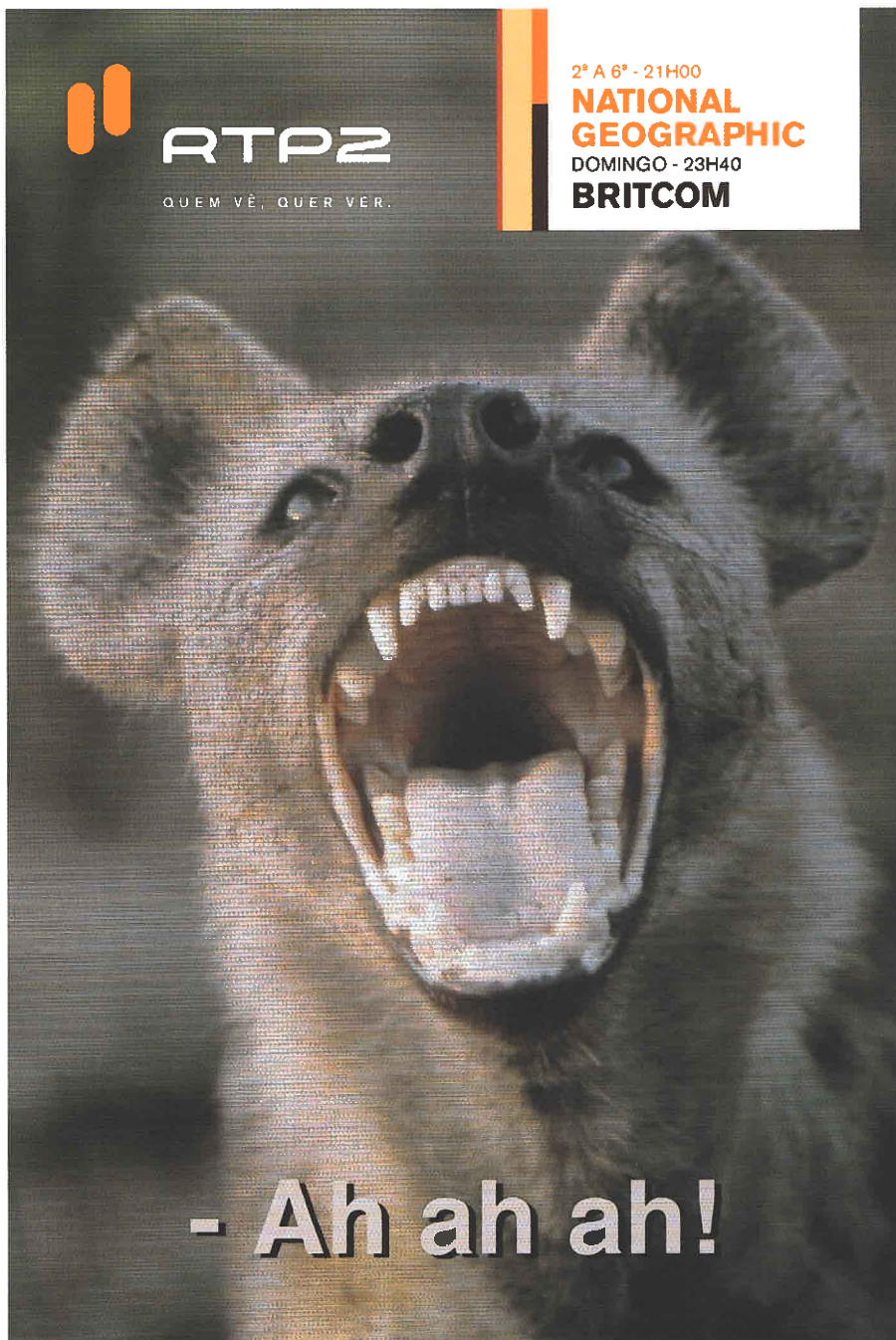
"24 + Patinhos": Jack Bauer lembra à mãe para lhe gravar os "Patinhos".

Who sees it, wants to see.

"24 + Patinhos": Jack Bauer calls to his mother asking her to record the "Patinhos" (a serial for children).

SHORTLIST

TÍTULO 24 + Patinhos | AGÊNCIA Lowe Lisboa | ANUNCIANTE RTP - RTP2
DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque / João Coutinho | REDACTOR César Silva | DIRECTOR DE ARTE José Gomes



RTP2
QUEM VÊ, QUER VER.

2ª A 6ª - 21H00
**NATIONAL
GEOGRAPHIC**
DOMINGO - 23H40
BRITCOM

- Ah ah ah!

Quem vê. Quer ver.

"National Geographic + Britcom": Imagem de uma hiena com risos em legenda.

Who sees it, wants to see.

"National Geographic + Britcom": Image of a hyena laughing.

SHORTLIST

TÍTULO National Geographic + Britcom | AGÊNCIA Lowe Lisboa | ANUNCIANTE RTP - RTP2
DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque / João Coutinho | REDACTOR César Silva | DIRECTOR DE ARTE José Gomes

Euromilhões. Patrocinador Principal do rali Lisboa-Dakar. Lisboa foi, pela 2ª vez, a cidade escolhida para a largada da maior prova de todo-o-terreno do mundo. Uma honra a que o Euromilhões se junta como Patrocinador Principal. Durante 15 dias, viva a emoção de perto e percorra com alguns dos melhores pilotos da Terra os mais duros e implacáveis terrenos da competição automóvel. Junte-se ao rali Euromilhões Lisboa-Dakar 2007. Uma epopeia guiada pelo espírito desportivo e pela solidariedade. Euromilhões. A criar excêntricos todas as semanas.



Aplicar também em www.jogosentacasa.pt



SHORTLIST

TÍTULO Mordomo | AGÊNCIA JWT Lisboa | ANUNCIANTE Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
 DIRECTOR CRIATIVO Pedro Magalhães e Rui Soares | REDACTOR Marco Figueiredo | DIRECTOR DE ARTE Vanessa Castelau
 PRODUTOR GRÁFICO Irene Bandeira

Euromilhões. Patrocinador Principal do rali Lisboa-Dakar. Lisboa foi, pela 2ª vez, a cidade escolhida para a largada da maior prova de todo-o-terreno do mundo. Uma honra a que o Euromilhões se junta como Patrocinador Principal. Durante 15 dias, viva a emoção de perto e percorra com alguns dos melhores pilotos da Terra os mais duros e implacáveis terrenos da competição automóvel. Junte-se ao rali Euromilhões Lisboa-Dakar 2007. Uma epopeia guiada pelo espírito desportivo e pela solidariedade. Euromilhões. A criar excêntricos todas as semanas.

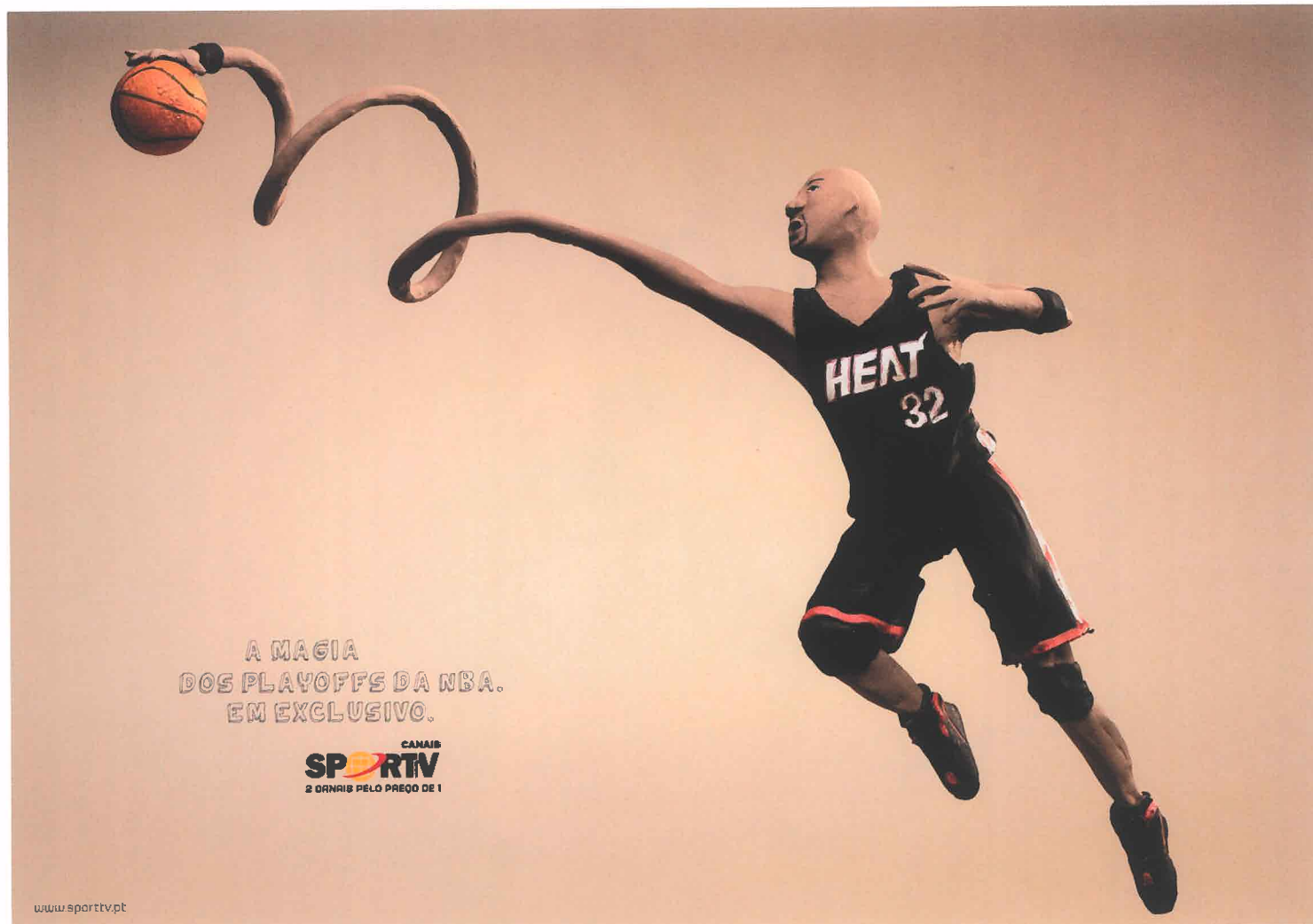


Aposte também em www.jogosantacasa.pt



SHORTLIST

TÍTULO Malas | AGÊNCIA JWT Lisboa | ANUNCIANTE Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
DIRECTOR CRIATIVO Pedro Magalhães e Rui Soares | REDACTOR Marco Figueiredo | DIRECTOR DE ARTE Vanessa Castelau
PRODUTOR GRÁFICO Irene Bandeira



Plasticina 1

SHORTLIST

TÍTULO Plasticina 1 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR José Vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira
PRODUTOR GRÁFICO | FOTOGRAFIA Sais de Prata | ILUSTRAÇÃO Nuno Beato

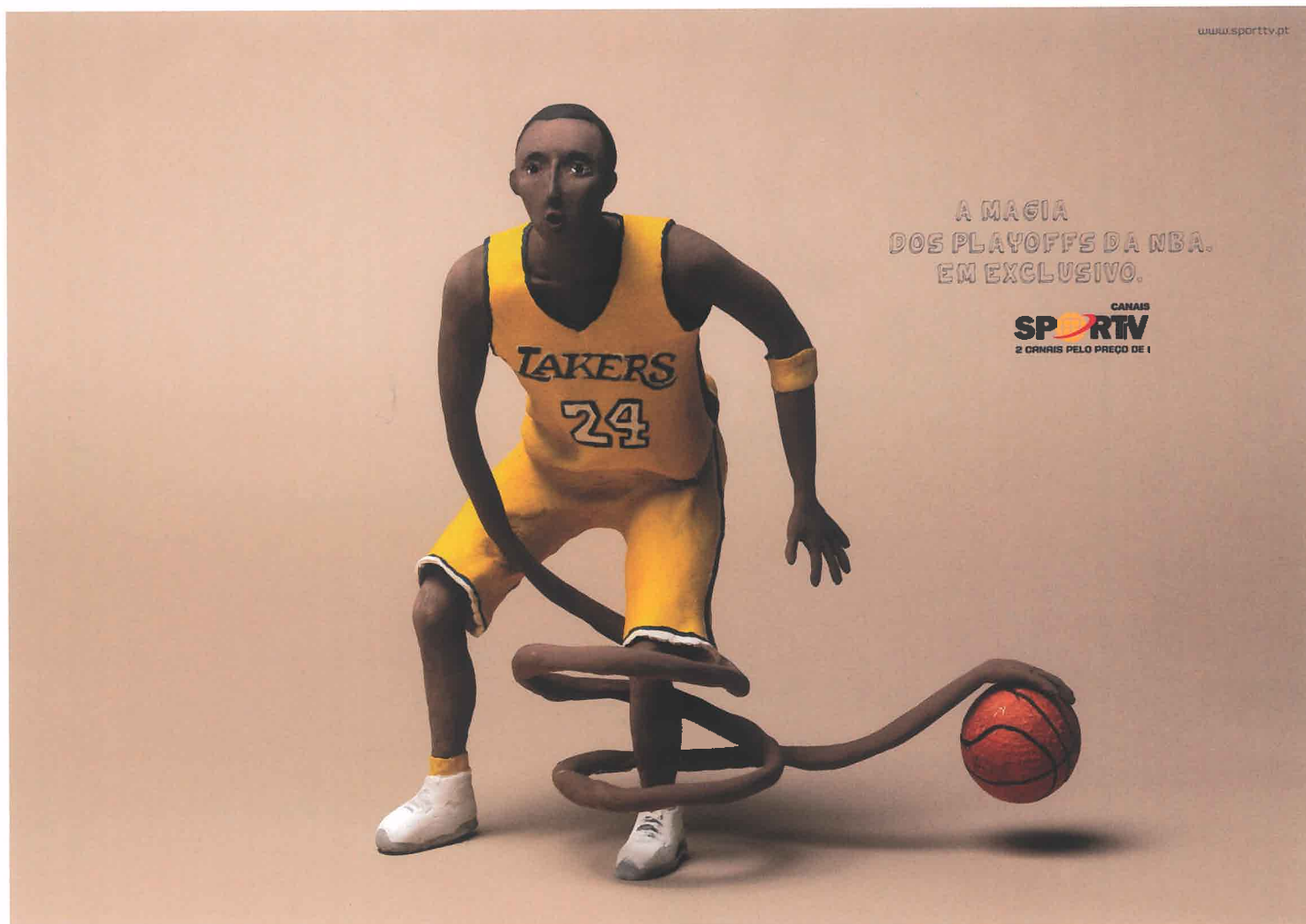


Plasticina 2

SHORTLIST

TÍTULO Plasticina 2 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR José Vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira
PRODUTOR GRÁFICO | FOTOGRAFIA Sais de Prata | ILUSTRAÇÃO Nuno Beato

www.sporttv.pt



Plasticina 3

SHORTLIST

TÍTULO Plasticina 3 | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Sport TV
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR José Vieira | DIRECTOR DE ARTE Sara Ferreira
PRODUTOR GRÁFICO | FOTOGRAFIA Sais de Prata | ILUSTRAÇÃO Nuno Beato



Na ocasião da mudança de instalações da BBDO para as Amoreiras resolvemos por-nos ao dispôr de toda a vizinhança corporativa pondo em tamanho gigante, no meio da rua, o cartão de visita do Presidente da agência. Para além dos inúmeros telefonemas de clientes e amigos a acção foi tão conspicua que levou a concorrência a fazer concertadamente o mesmo copiando-a. Mas candeia que vai à frente ilumina duas vezes.



A Tap deseja um Feliz Natal. Os aviões estacionados formam um pinheiro.

SHORTLIST

TÍTULO *Árvore* | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE TAP Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo | REDACTOR Miguel Reis | DIRECTOR DE ARTE Diogo Peixoto




SHORTLIST

TÍTULO Frize - Cantina | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Compal
DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo | REDACTOR João Taveira | DIRECTOR DE ARTE Luis Carvalho



COM O COLESTEROL NÃO SE BRINCA.

O colesterol elevado é um dos factores de risco para doenças cardiovasculares como ataques cardíacos ou trombose cerebral. Qual é a melhor forma de se prevenir? Falar com o seu médico ou dirigir-se ao Centro de Saúde da sua residência. E ter sempre presente que há coisas com que não se pode brincar e o colesterol é uma delas.



MINISTÉRIO DA SAÚDE

BRONZE

TÍTULO Colestrol - Lego | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Ministério da Saúde - Direcção Geral de Saúde
 DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo | REDACTOR Fábio Seidl | DIRECTOR DE ARTE Diogo Mello





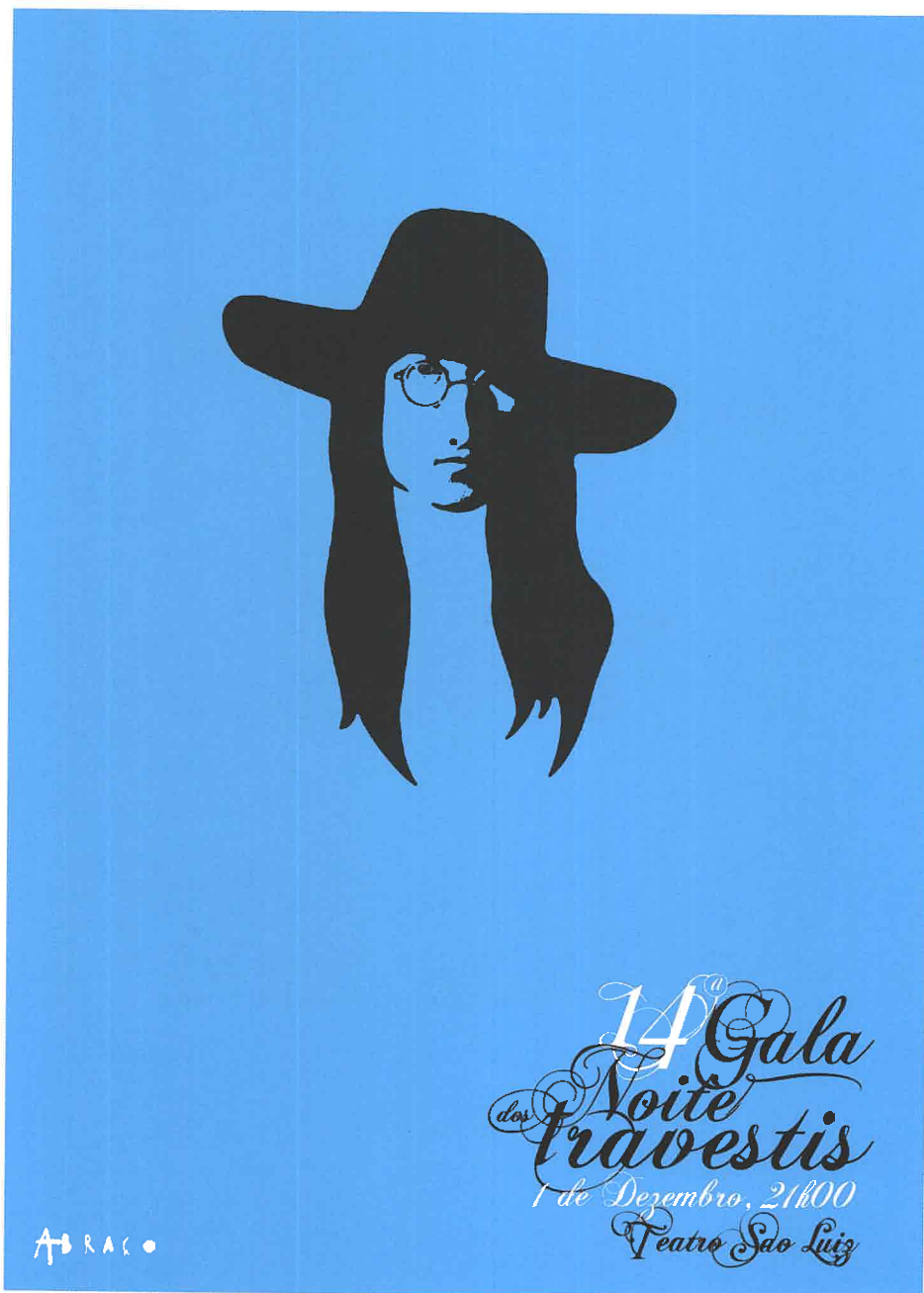
14th Gala
das Noite
travestis
1 de Dezembro, 21h00
Teatro Sao Luiz

ABRACO

Chez Marilyn

BRONZE

TÍTULO Chez Marilyn | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Abraço | DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz
REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis



Penelope Lennon



Lava-me Colt

BRONZE

TÍTULO Lava-me Colt | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis



Ex. Leasing para taxa variável Grandis 2.0 164i 160km/h AC PVP: 33.250€ - E.I. - 39.250€ - 72km/199.77€ - IVA 23% - TAEG 7.131 LV (NÃO inclui transporte, pint. mês, ecovale e preparação)

DRIVE ALIVE



Lava-me Grandis

BRONZE

TÍTULO Lava-me Grandis | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomáz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis



Lava-me Strakar

BRONZE

TÍTULO Lava-me Strakar | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Mitsubishi Motors Portugal
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima | DIRECTOR DE ARTE Ivo Purvis

CAUSAS SOCIAIS BEM PÚBLICO



Um homem segue pelo passeio numa cadeira de rodas. A barrar-lhe o caminho está um carro mal estacionado. Sem outra solução para passar ele é obrigado a levantar-se da cadeira. O homem não tem pernas e é com evidente esforço que consegue ultrapassar este obstáculo e seguir o seu caminho.

PRATA

TÍTULO Obrigado | AGÊNCIA BBDO Portugal | ANUNCIANTE Federação Portuguesa Desporto para Deficientes
DIRECTOR CRIATIVO Nuno Cardoso | REDACTOR Nuno Cardoso / Nuno Riça | DIRECTOR DE ARTE Fabiano Bonfim



Um funeral. Famílias e a amigos despedem-se do familiar ou amigo desaparecido. Finalmente a cerimónia termina e todos partem. Todos menos um: o fiel cão.

During a funeral in a cemetery, relatives and friends cry, shocked with the dead of their beloved one. The priest says the last words and the coffin its buried. Friends start to abandon the place. When the closest members of the family leave the grave, we see a dog. With a sad look, the dog lies down over the pile of earth that covers the grave while appears the legend: "He will never leave you. Would you do the same?" In a black screen we see: "Don't abandon your pets.", with the União Zoófila logo.

BRONZE

TÍTULO "Funeral" | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE União Zoófila | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos | REDACTOR Marco Pulido
DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda

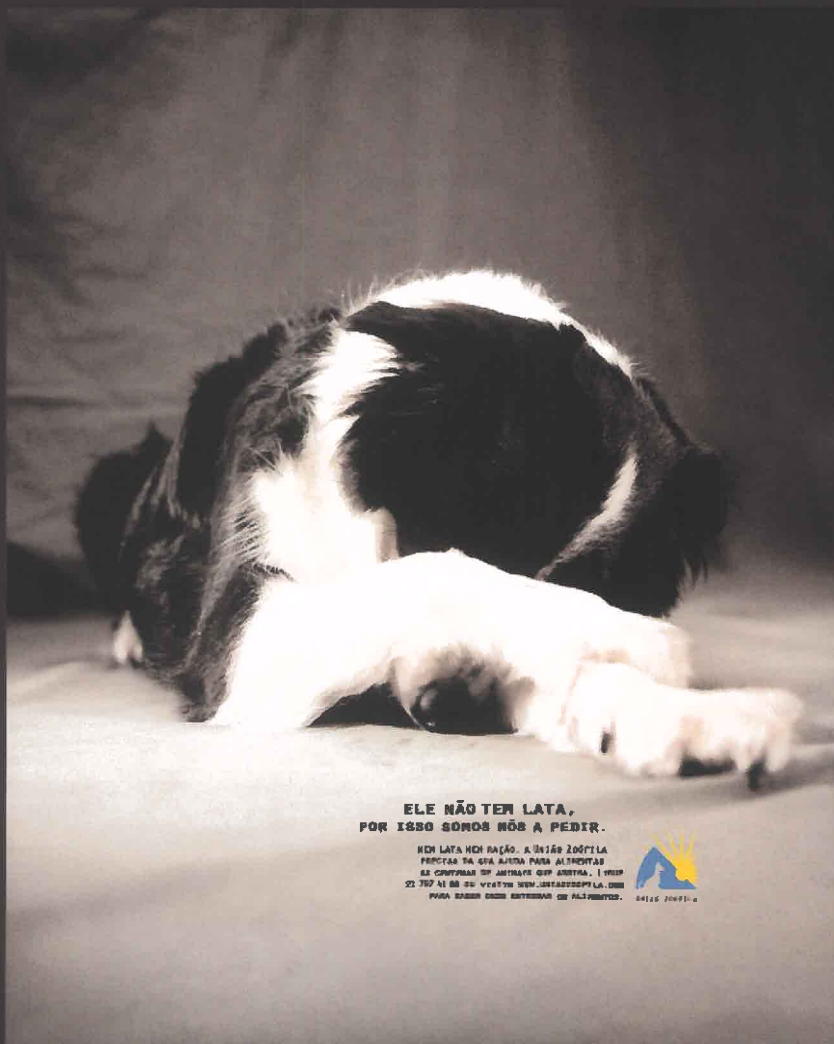






Para lembrar que muita gente sobrevive com o que todos nós deitamos fora, pusemos autocolantes com a imagem de um sem-abrigo a tentar tirar coisas do lixo em centenas de contentores por toda a cidade.

A Vitae International tem o seu maior centro de apoio aos sem-abrigo em Lisboa.



**ELE NÃO TEM LATA,
POR ISSO SOMOS NÓS A PEDIR.**

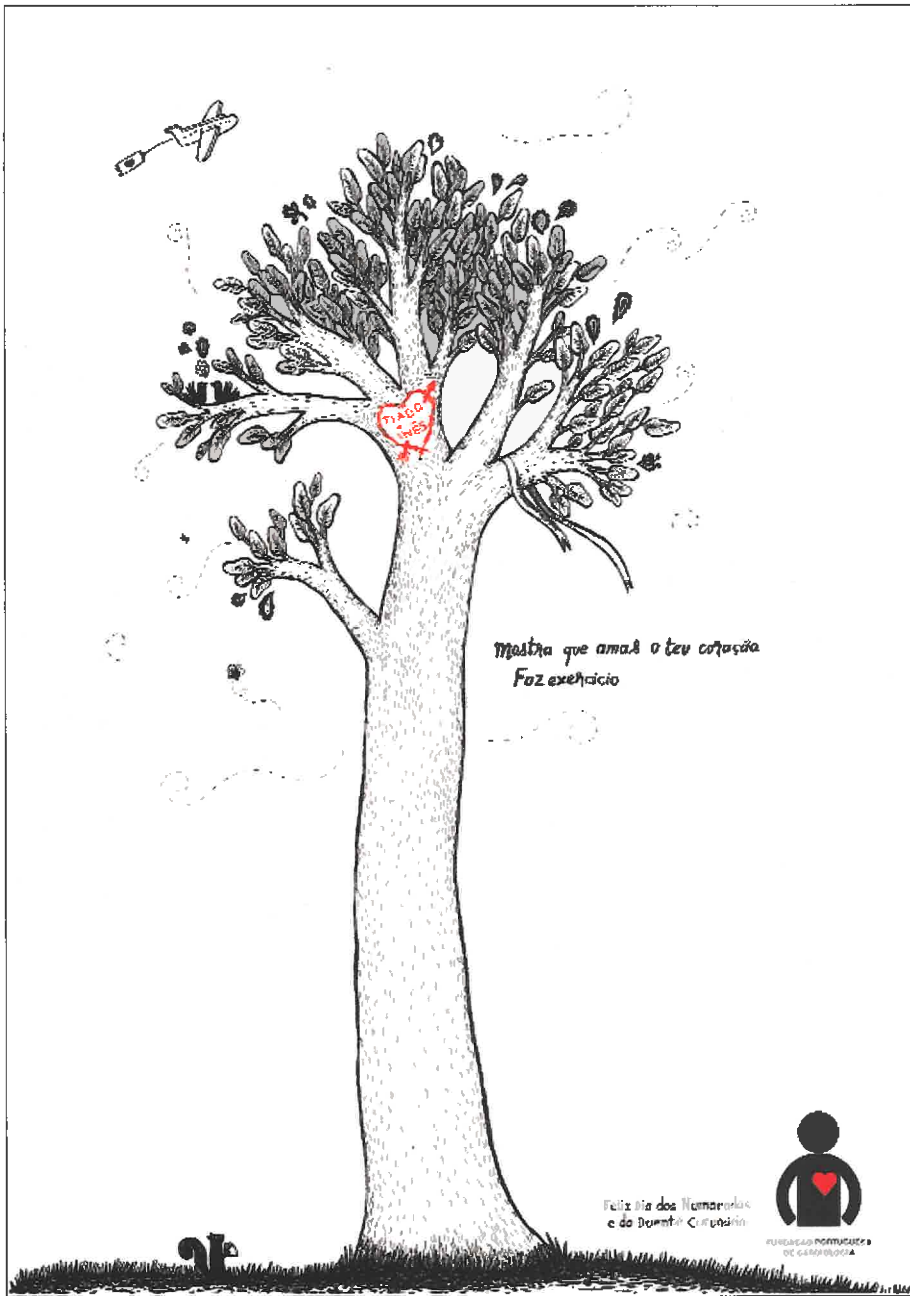
NEM LATA NEM RAÇÃO. A União Zoófila
PROCURA NA SUA AJUDA PARA ALIMENTAR
OS CACHORROS DO ANILAR DE JERUSALEM. LIGUE
22 797 41 88 OU VISITE-NOS: WWW.UNIAOZOOFILA.COM
PARA SABER COMO ESTIMAR OS ALIQUOTADOS. 04166 200411-0



Ninguém gosta de pedir. Mas os animais de União Zoófila estão a precisar de latas comida e a União Zoófila dá uma ajuda e pede por eles.

SHORTLIST

TÍTULO "Cão Envergonhado" | AGÊNCIA Strat | ANUNCIANTE União Zoófila | DIRECTOR CRIATIVO José Carlos Campos
REDACTOR Marco Pulido | DIRECTOR DE ARTE Rui Fazenda



Árvore Namorados




AM I

PRATA

TÍTULO Terreiro do Paço | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE AMI - Assistência Médica Internacional
DIRECTOR CRIATIVO Tico Moraes | REDACTOR Teresa Pinto Leite | DIRECTOR DE ARTE Maria João Andrade
PÓS-PRODUÇÃO Andy Wagner - ImageTAP

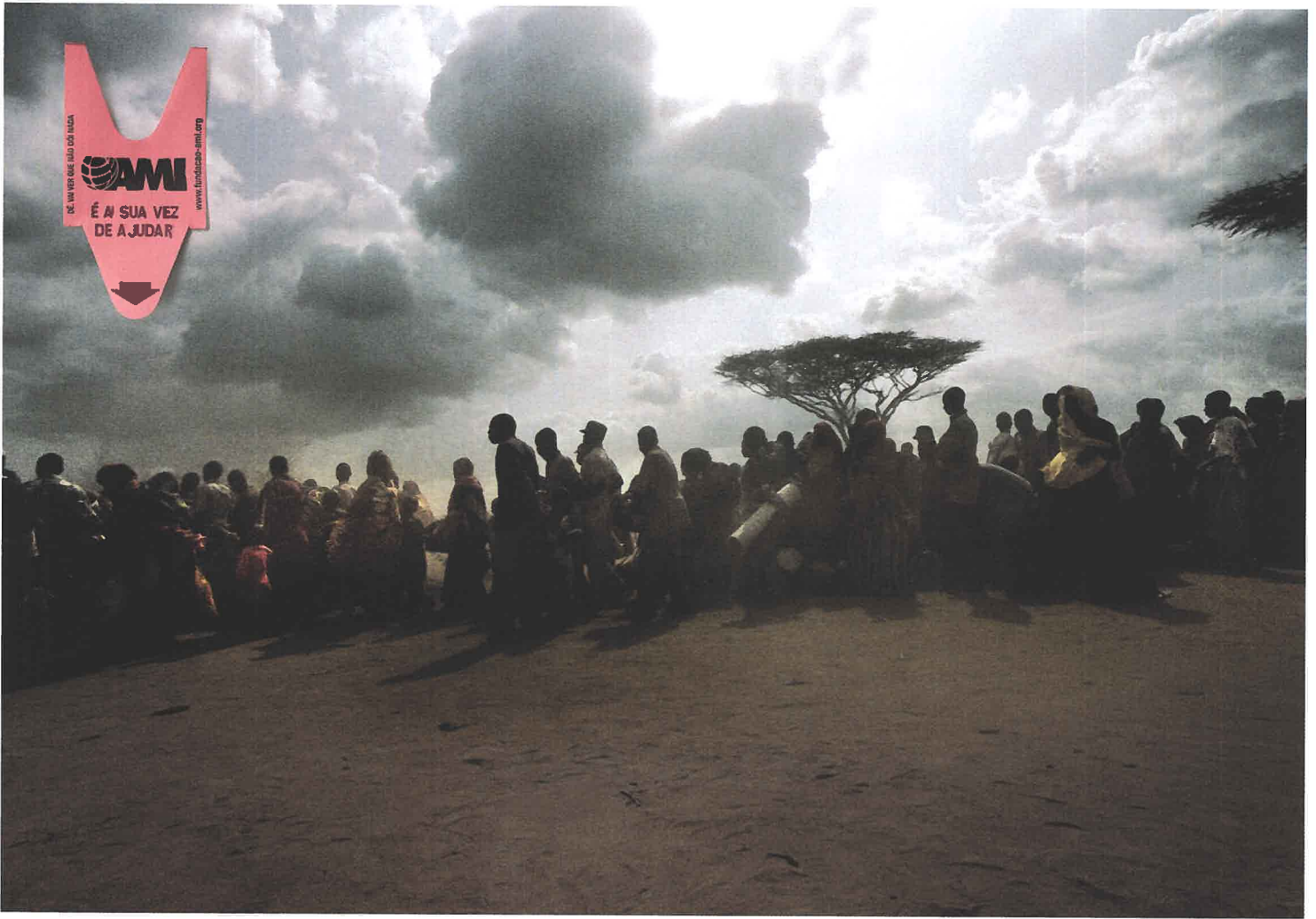


UM DIA A AMI PODE TER QUE AJUDAR A SI. AGORA AJUDE VOCÊ A AMI.  www.fundacao-ami.org

PRATA

TÍTULO Jerónimos | AGÊNCIA Young & Rubicam Redcell | ANUNCIANTE AMI - Assistência Médica Internacional
DIRECTOR CRIATIVO Tico Moraes | REDACTOR Teresa Pinto Leite | DIRECTOR DE ARTE Maria João Andrade | FOTOGRAFIA Rudy Huholtz
PÓS-PRODUÇÃO Estúdio ícone

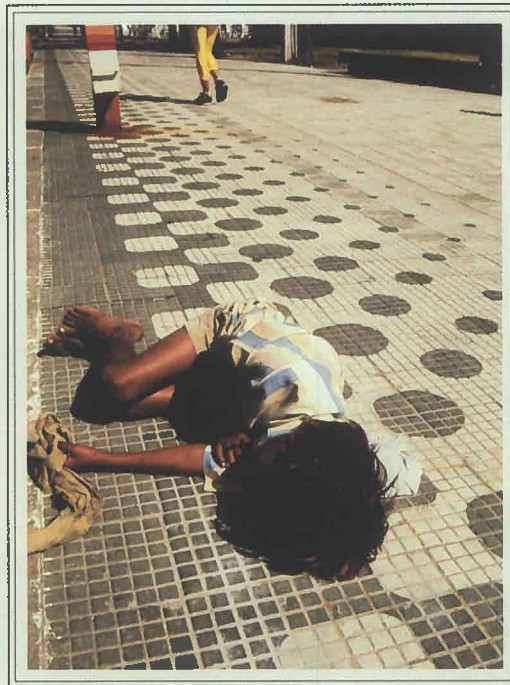
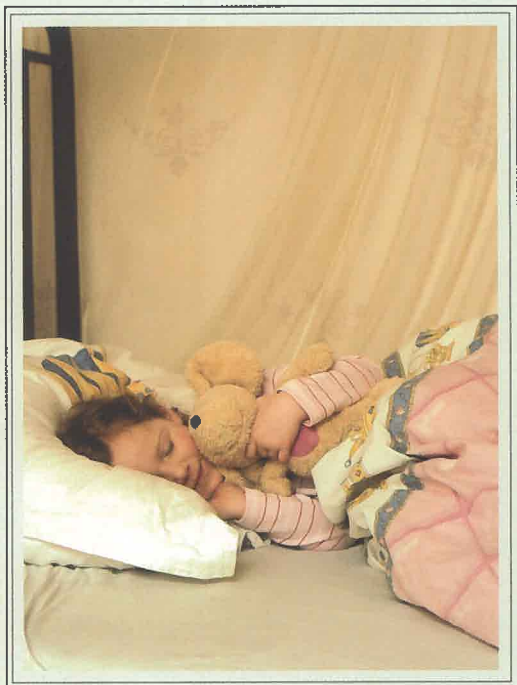








O PROBLEMA NÃO É A DIFERENÇA. É A INDIFERENÇA.



Campanha de Donativos
de 12 a 14 de Abril
CGD-NIB 003521690001434783055



O PROBLEMA NÃO É A DIFERENÇA. É A INDIFERENÇA.



Campanha de Donativos
de 12 a 14 de Abril
CGD-NIB 003521690001434783055



O PROBLEMA NÃO É A DIFERENÇA. É A INDIFERENÇA.



Campanha de Donativos
de 12 a 14 de Abril
CGD-NIB 003521690001434783055

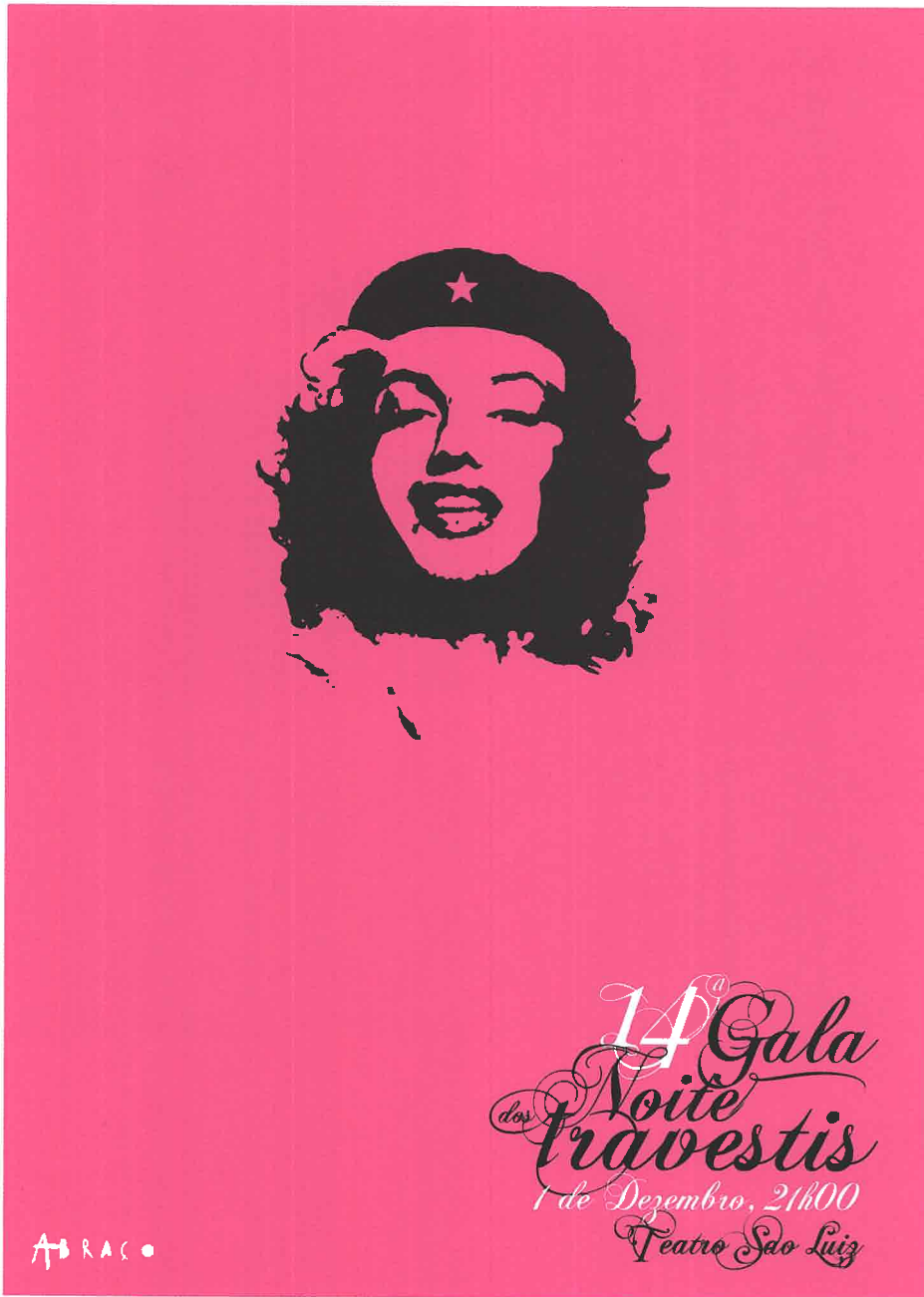




Ambulância 1



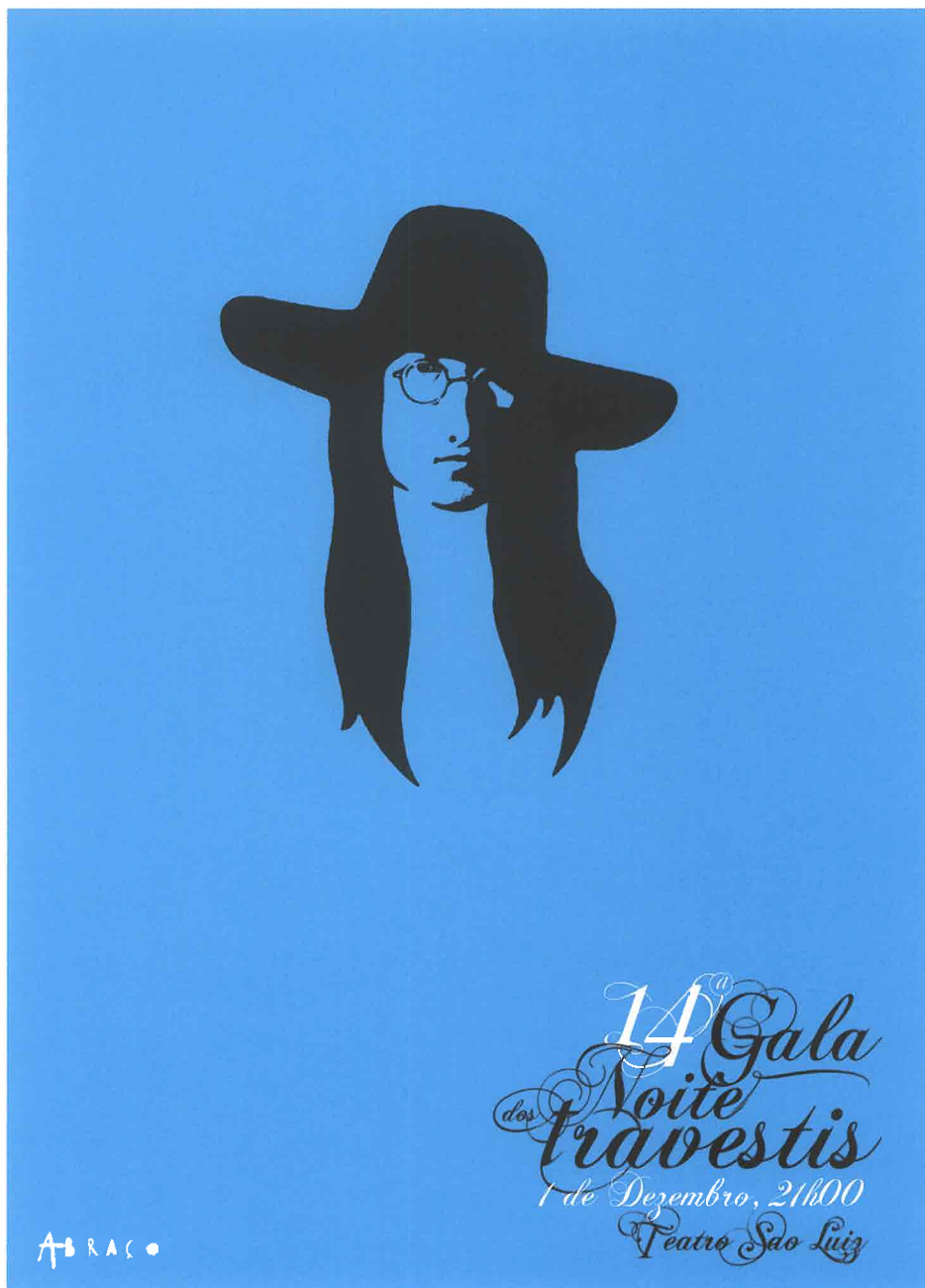
Ambulância 2



Chez Marilyn

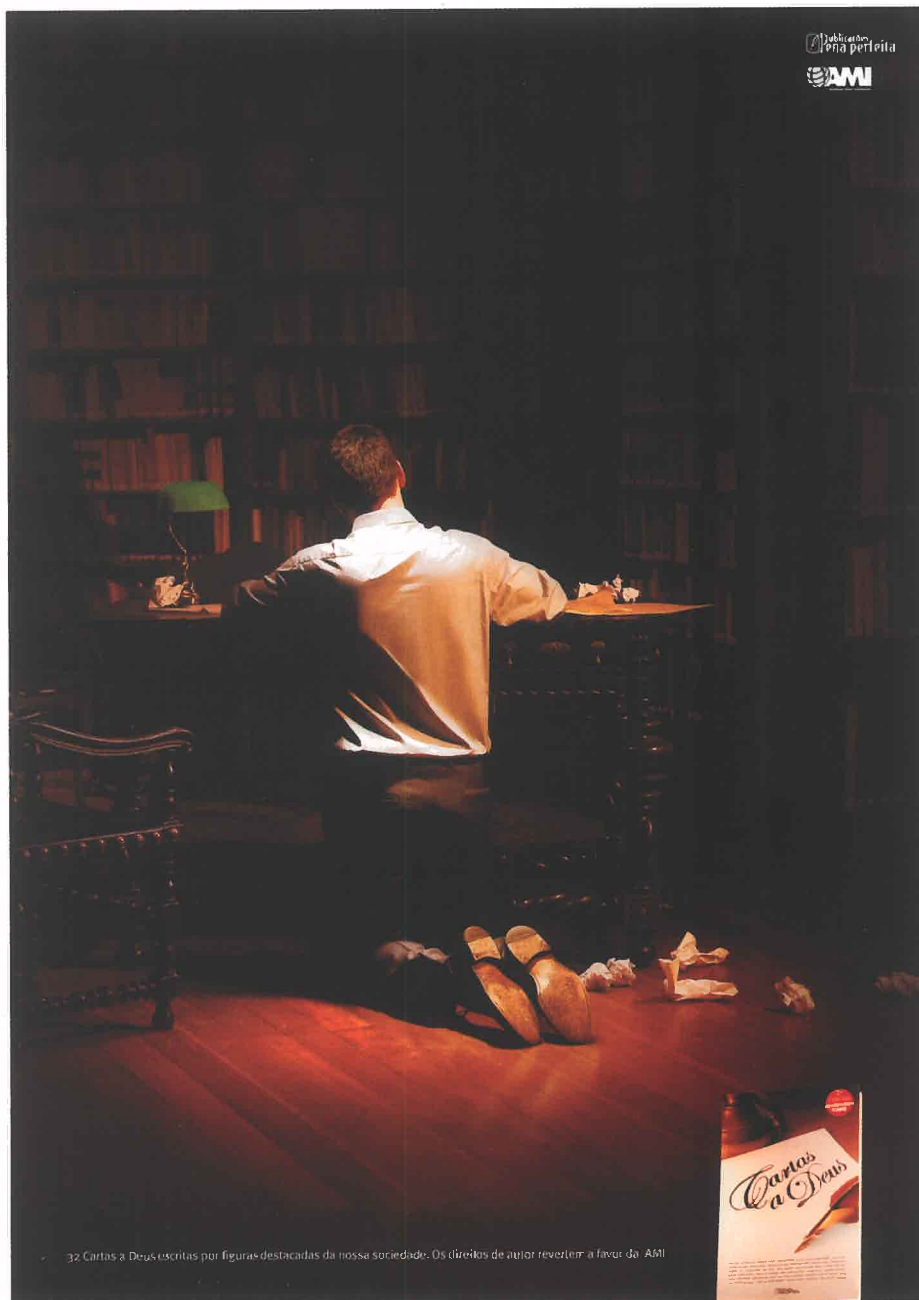
SHORTLIST

TÍTULO Chez Marilyn | AGÊNCIA MSTF Partners | ANUNCIANTE Abraço
DIRECTOR CRIATIVO Susana Sequeira/Lourenço Thomaz | REDACTOR Pedro Lima
DIRECTOR DE ARTE António Correia e Paulo Pinto



Penelope Lennon

MEDIA ALTERNATIVA



32 Cartas a Deus escritas por figuras destacadas da nossa sociedade. Os direitos de autor revertem a favor da AMI

Campanha para o lançamento do livro Cartas a Deus – uma compilação de 32 cartas a Deus escritas por figuras importantes da sociedade portuguesa.

BRONZE

TÍTULO Ajoelhado | AGÊNCIA McCann Erickson | ANUNCIANTE Publicações Pena Perfeita
DIRECTOR CRIATIVO Diogo Anahory/José Bomtempo | REDACTOR António Páscoa/Pedro Lourenço/Pedro Montenegro
DIRECTOR DE ARTE Marco Leal



A Tagus foi patrocinadora oficial da festa de aniversário da FHM. O pedido do cliente foi no sentido de criarmos peças de comunicação que permitissem aumentar a "interatividade" entre os presentes. Oferecidos pelas promotoras Tagus, as peças "braços" foram o "braço-direito" para muita gente e as peças "cartões" permitiram aos seus donos vestir outra pele, inventar histórias e meter conversa durante a festa. Além disso, foram distribuídos alguns exemplares da revista. No interior da mesma havia um marcador Tagus entre duas páginas que se encontravam "estrategicamente" coladas. Ao abrir percebemos que este acidente foi provocado pela leitura atenta de uma pessoa do sexo masculino.

"The truth is that I like to be with two at the same time." "The truth is that I need someone who takes me home." "The truth is that my arm sympathizes with yours." "The truth is that I've already been a FHM cover." Demand the truth www.tagus.pt

DESCRIPTION:

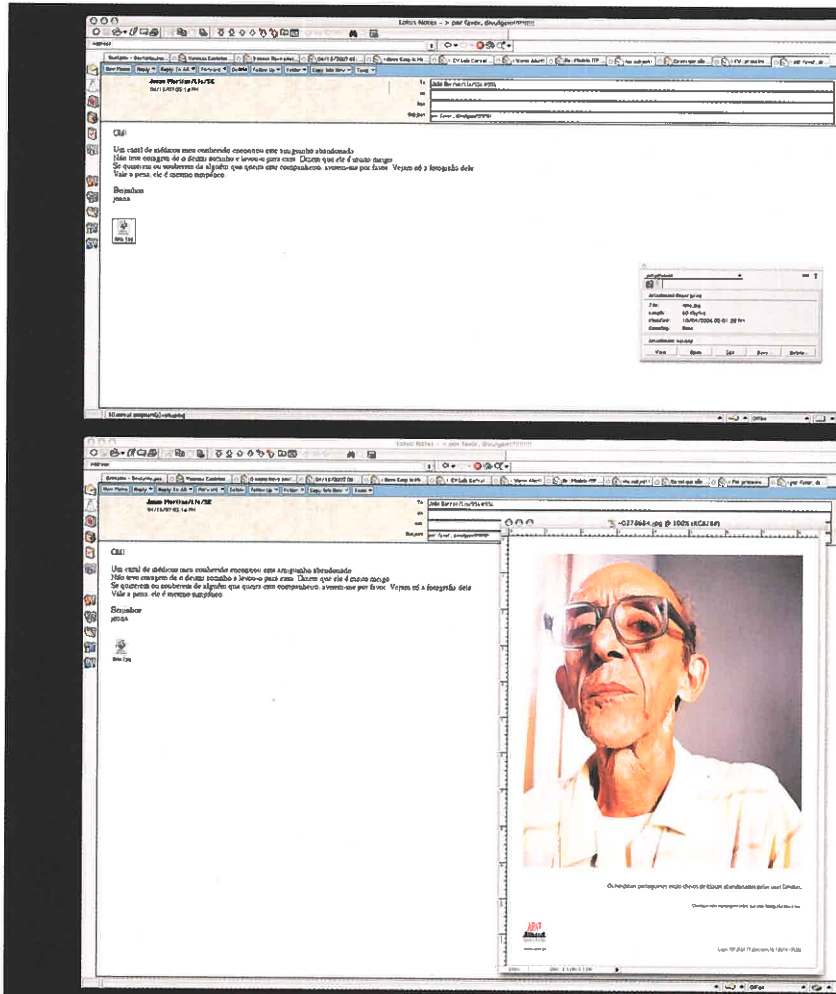
Tagus beer was the main sponsor of FHM magazine party. The client's brief was simple: create interactive and amusing pieces of communication. The pieces "arms" and "business cards" were thought and developed to work as ice-breakers at the party. Copies of FHM were also offered to the party attendees. Inside the magazine some pages were strategically glued to each other. When opened the readers would realize that this minor incident was caused by a more devoted male reader.

BRONZE

TÍTULO Tagus Patrocínio Festa FHM | AGÊNCIA Lowe Lisboa | ANUNCIANTE Sumolis GM - Tagus
DIRECTOR CRIATIVO Susana Albuquerque / João Coutinho | REDATOR Pedro Batalha | DIRECTOR DE ARTE Luís Nora



Desenvolvemos esta acção para publicitar uma loja de artigos para festas, truques e máscaras. Quando o dono do carro se aproxima do "bloqueador", vê que são feitos de cartão e lê a Tagline:--Também gosta de pregar partidas? Visite-nos. (Em anexo está um cartão da loja com nome e morada.)



e-mail APAV

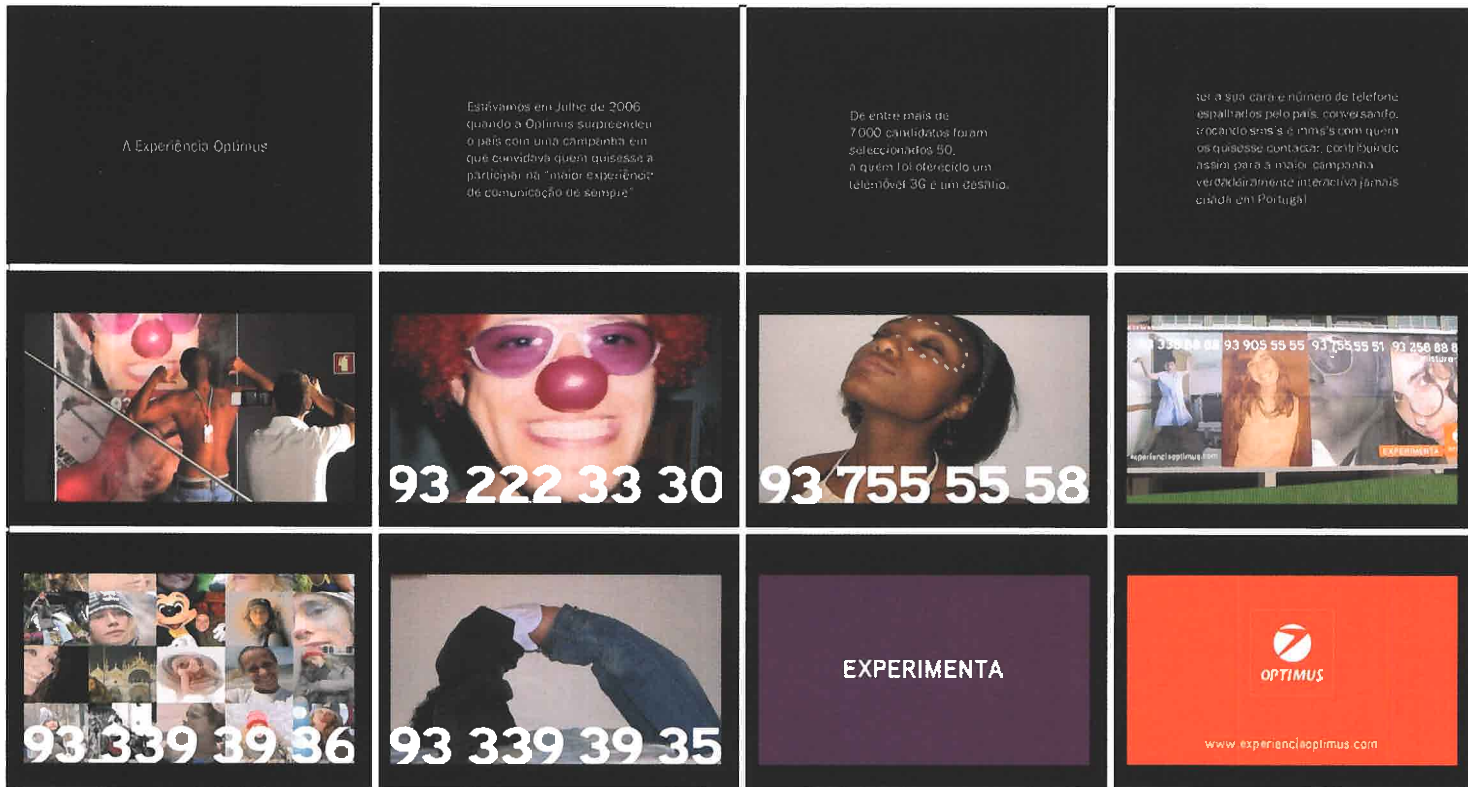
Como parte integrante de uma campanha desenvolvida para a APAV cujo objectivo era alertar para o facto de cada vez mais idosos serem abandonados nos hospitais pelas respectivas famílias, desenvolvemos e lançámos este e-mail, em tudo semelhante às dezenas de e-mails que todos recebemos a propósito da adopção de cães abandonados, condenados a morte certa num qualquer caniil.

Mas desta vez não se tratava de sensibilizar para o problema dos cães abandonados, mas sim de pessoas condenadas ao abandono num qualquer hospital.





Autocarros Optimus. Como forma de potenciar o seu novo conceito de comunicação, a Optimus decorou vários autocarros com um desafio lançado a um grupo de grafiteiros: experimentem.



Experiência Optimus

Estávamos em Julho de 2006 quando a Optimus surpreendeu o país com uma campanha em que convidava quem quisesse a participar na "maior experiência de comunicação de sempre".

De entre mais de 7000 candidatos foram seleccionados 50, a quem foi oferecido um telemóvel 3G e um desafio: ter a sua cara e número de telefone espalhados pelo país, conversando, trocando sms's e mms's com quem os quisesse contactar, contribuindo assim para a maior campanha verdadeiramente interactiva jamais criada em Portugal.

VER 2ª PARTE DO 9º ANUÁRIO CCP