

A large white circle is centered on the page, containing the event title. The background is a solid green color with two thin, dark green diagonal lines crossing the circle.

**7º FÓRUM DE
MARKETING
EMPRESARIAL®**

DATA: 2 a 4 de setembro de 2016;

LOCAL: Hotel Sofitel JEQUITIMAR – Guarujá, São Paulo;

PARTICIPANTES: Mais de 300 CEO's, Diretores de Marketing, Publicitários e Profissionais de Comunicação;

TEMA PRINCIPAL: “Grandes ideias enfrentam a crise unindo marcas e consumidores”;

EXPOSITORES: **Alberto Saraiva**, Presidente do **HABIB'S**; **Enzo Devoto**, Vice-Presidente de Marketing da **UNILEVER**; **Eduardo Tracanella**, Superintendente de Marketing do **ITAÚ UNIBANCO**; **Denise Figueiredo**, Diretora de Marketing da **NATURA**; **Newton Freire**, Presidente da **DIAGEO** Brasil, Uruguai e Paraguai;





JANTAR DO SERGIO AMADO





ALMOÇO DO MARCOS QUINTELA





JANTAR DO PAULO GIOVANNI











FÓRUM NA IMPRENSA:

✓ O Fórum de Marketing Empresarial foi notícia nos principais veículos de comunicação, entre eles:

- ✓ TV Record Litoral
- ✓ VTV/SBT
- ✓ IstoÉ
- ✓ DCI
- ✓ Quem
- ✓ Prop&Mark

- ✓ UOL
- ✓ EXAME
- ✓ Multishow - Reclame
- ✓ Agência O Globo
- ✓ Rádio Jovem Pan

✓ Até o momento, mais de **199** matérias em mídias impressas e eletrônicas.

✓ Valoração equivalente: **R\$ 7.313.953,91**

TV RECORD LITORAL - 5/9

The screenshot shows the website for TV Record Litoral. At the top left is the station's logo, a stylized globe with the word "RECORD" in blue and "LITORAL" below it. To the right of the logo is a vertical bar with the word "publicidade". Below the logo is a navigation menu with the following items: "PÁGINA INICIAL", "INSTITUCIONAL", "PROGRAMAÇÃO", "VÍDEOS", "COMERCIAL", and "AÇÕES SOCIAIS". The main content area is titled "Vídeos" and features a decorative background with a film strip graphic. Below the title is a filter section with the text "Filtre os vídeos por:". The filter includes a "Programa" dropdown menu set to "Balço Geral", a "Data exibição" input field, a "Palavra-chave" input field, and an "aplicar" button. The video player displays a video titled "Líderes discutem os rumos do marketing". The video frame shows a man in a suit standing in front of a screen that displays a man speaking. Below the video player, the text "BALÇO GERAL - Exibido em 05/09/2016" is visible.

The screenshot shows the website interface for VTV/SBT. At the top left are the logos for VTV and SBT. To the right, there is a weather widget showing 24°C Americana and a link to check road conditions. Below these are navigation buttons for 'Programação', 'Jornalismo', 'Você na VTV', 'Área de cobertura', 'Promoções', 'Institucional', and 'Fale com a VTV'. The main header features the 'JORNAL DA VTV' logo. A navigation bar includes 'Últimas notícias', 'O Jornal', and 'Vídeos', along with a search box labeled 'Buscar Notícias'. The main content area is titled 'Vídeo' and features a video player with the title 'Fórum de Marketing Empresarial dá dicas de como...'. To the right of the video is a text summary: 'Fórum de Marketing Empresarial dá dicas de como superar a crise em Guarujá - 05/09/2016'. Below the video are social media sharing buttons for 'Tweet', 'Curtir', and 'G+'.

RENÉ
GARDIM

EDITOR
rene@g@dcicom.br



PLANO
DE VOO

Consumo consciente

O presidente da Diageo Brasil, Uruguai e Paraguai, Newton Freire, falou sobre indústrias que investem no marketing social e enaltecem consumidor consciente, durante o 7º Fórum de Marketing Empresarial, realizado sábado (3), no Guarujá (SP). O evento, promovido Grupo de Líderes Empresariais (Lide) e Editora Referência, contou com a participação de 300 dirigentes empresariais e diretores dos maiores anunciantes de todo o Brasil, além de profissionais de marketing, publicitários e líderes de veículos de comunicação.

QUEM - 9/9

QUEM agita
propmark LIDE

propmark

pronmark

Marcos Quintela, homenageado, com a mulher, Deborah

Sérgio Amado, homenageado

Paulo Giovanni, homenageado

Alexandre Costa, presidente da Cacau Show, e a mulher, Angéla

Dieneke Borri, fundadora do projeto Dieta Especial, Denise Figueiredo, diretora de marketing da Natura, e Fernando Azeiteiro, CEO da Majarylowen

Carla Marcondes Ferraz, diretora de soluções empresariais da ESPM

Aberto Soraxu, presidente do Habib's

Roni recebeu a homenagem especial, ladeado por Luiz Claudio Costa, presidente da Redo Record, Adnan Alessio, presidente da Criativa Comunicação, Luiz Fernando Furtan, chairman do Lide, e Arnaldo Favarini, presidente da Editora Referência

Gustavo Enis, CEO do Lide, e Enzo Bevilho, VP de marketing de personal care da Unilever Brasil

FÓRUM DE MARKETING
Dois meses antes do marketing brasileiro se reunir em Guarujá (SP) entre 2 e 4 de setembro, no 7º Fórum de Marketing Empresarial, **Luiz Fernando Furtan**, chairman do Lide, abriu os trabalhos falando do tema "Grandes ideias enfrentam a crise: unindo marcas e consumidores". **Roni** recebeu uma homenagem especial por sua carreira na televisão, definindo o padrão de qualidade da Globo. Também foram homenageados **Sérgio Amado**, presidente do Grupo Ogilvy Brasil, **Marcos Quintela**, CEO e sócio do Grupo Newcom, e **Paulo Giovanni**, chairman e sócio da Leo Burnett Talier Made.



“VEJO UM BRASIL MUITO DIFÍCIL”

José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, recebeu uma homenagem especial no 7º Fórum de marketing do Lide, no Guarujá, pela sua importância para a televisão brasileira. Aos 80 anos, o ex todo poderoso da TV Globo se mantém preocupado com País. “É cedo para prever.”

Como entende o momento Brasileiro?

Vejo um Brasil muito difícil e judicializado. Tudo que se resolve hoje pode não valer mais amanhã. É necessário que o Brasil tenha uma estabilidade jurídica e política para a gente retomar o nosso ritmo.

Como o sr. avalia os últimos capítulos depois do impeachment de Dilma Rousseff?

Esse desdobramento do julgamento foi uma coisa de louco e fere a Constituição. O próprio presidente do STF estava lá e aceitou isso. É muito difícil ter um país onde não se define o poder. Estou muito preocupado.

Como o sr. prevê o governo Temer?

É muito cedo para prever. Eu ainda não vi nenhuma medida eficiente ou atitude. Vi várias boas intenções, mas isso não se torna realidade rápido.

O Brasil se mantém polarizado?

Acho que não. Acredito que isso vai se perdendo aos poucos. No caso do PT, acredito que, nas próximas eleições municipais, nós já veremos uma perda de poder do partido. O erro básico do PT foi manter um projeto de permanência no poder, mexendo com toda a estrutura econômica do País em função de um projeto pessoal. Não vejo a condenação da Dilma pelas pedaladas. Vejo a condenação de um partido pelo fato de ter feito uma ditadura branca, a partir de investimentos políticos para se perpetuar no poder.

Como vê o ex-presidente Lula hoje?

Pessoalmente, gosto muito dele. Somos amigos e eu quero Lula muito bem. Mas o projeto foi mal elaborado. Ele tinha um projeto de manter constantemente um domínio político do País. Todo partido tem o direito de conquistar votos e ganhar eleições, mas eles o fizeram por vias tortas. E a Lava Jato veio por isso.

PROPARK - 12/9

FÓRUM DE MARKETING

Encontro mostra soluções para superar situação econômica

Com 400 profissionais, evento contou com palestras como a do VP Enzo Devoto, da Unilever, sobre a importância das ações globais terem tom local

O encontro pelo lado organizador foi para o Fórum de Marketing Empresarial e para o Fórum de Marketing Empresarial, que aconteceu em São Paulo, no dia 12 de setembro. O evento contou com a presença de mais de 400 profissionais da área de marketing e vendas, além de representantes de diversas empresas. O encontro foi organizado pela Editora Infocap, em parceria com a Unilever e a Procter & Gamble.



Um momento do encontro organizado pela Editora Infocap, em parceria com a Unilever e a Procter & Gamble.

"O FÓRUM É UM MOMENTO PARA REFLETIRMOS SOBRE O FUTURO DO PAÍS E O MARKETING, BEM COMO TODOS OS SEUS INSTRUMENTOS DE SENSIBILIZAÇÃO AO CONSUMIDOR, ESTÃO À DISPOSIÇÃO DAS EMPRESAS PARA BUSCAREM A RETOMADA DO CRESCIMENTO DE NEGÓCIOS"

Enzo Devoto, vice-presidente de vendas e marketing da Unilever, destacou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual. Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas.



Preço atraente do Habib's exige negociação com fornecedores

Com 600 lojas, incluindo as 70 da Ragazza, marca fundada há 28 anos por Alberto Saravia investe em propaganda on-line para chamar a atenção

PRELIMINARES

Com a administração de Rafael Leite Morgem, presidente da Nova, empresa que controla 40% da rede de lojas do Habib's no Brasil, o empresário Alberto Saravia mantém com uma joia brasileira, a Ragazza, o tradicionalismo e a qualidade, com o compromisso de oferecer produtos e serviços de qualidade.

Em entrevista para esta edição de *Propark*, Saravia falou sobre a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.



de de vendas da empresa. O chefe do departamento de vendas é o responsável por garantir que as metas sejam atingidas. Ele também é responsável por desenvolver estratégias de vendas e por monitorar o desempenho da equipe.

Para se preparar para os desafios do mercado, as empresas devem investir em treinamento e desenvolvimento de pessoal. Isso inclui cursos, workshops e programas de mentoria para garantir que os funcionários estejam atualizados e preparados para lidar com as mudanças do mercado.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

"QUANDO VIMOS OS ALTÍSSIMOS ÍNDICES DE DESEMPREGO NO FIM DE 2015, DOAMOS OS NOSSOS COMERCIAIS PARA BRASILEIROS COMUNS DIVULGAREM SEUS CURRÍCULOS"

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

A publicidade também é uma ferramenta importante para as empresas. Ela ajuda a aumentar a visibilidade da marca e a atrair novos clientes. No entanto, é importante que as campanhas sejam bem planejadas e direcionadas para o público-alvo.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

"MUITA GENTE QUESTIONA MEU JEITO DE FALAR, ALTO E COM PALAVRES, SEMPRE COM RESPEITO. SÓ ASSIM CONSEGUIMOS MOTIVAR UMA EQUIPE TÃO GRANDE. TODOS CONSEGUEM OUVIR QUANDO ME EXPRESSO"

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.

Ele afirmou que o marketing deve ser visto como uma ferramenta estratégica para impulsionar o crescimento das empresas. Saravia também mencionou a importância de as empresas adotarem uma abordagem mais local e personalizada para superar a situação econômica atual.



PROPMARK ONLINE - 5/9

PROPMARK

"Crises passam e mudam o comportamento do consumidor"

Enzo Devoto, executivo da Unilever, fala sobre a customização de campanhas

por [MARIANA ZIRONDI, do Guarujá](#) publicado em 03 de setembro, 2016 - 11:59

O segundo painel do 7º Fórum de Marketing Empresarial, realizado neste sábado (3), no Guarujá (SP), trouxe o vice-presidente da categoria Personal Care da Unilever Brasil, o executivo Enzo Devoto. Com tema "Multinacionais aplicam mesmo conceito para toda linha de produtos", o executivo destacou a importância da customização para que as campanhas sejam relevantes para os consumidores.



Enzo Devoto, vice-presidente de marketing da categoria Personal Care da Unilever Brasil

PROPMARK

7º Fórum de Marketing Empresarial

"O protagonismo é cada vez mais das pessoas", afirma Eduardo Tracanella

Superintendente de marketing do Itaú participou do 7º Fórum de Marketing

por [MARIANA ZIRONDI, do Guarujá](#) publicado em 05 de setembro, 2016 - 11:53



Eduardo Tracanella é superintendente de marketing do Itaú Unibanco

PROPMARK

7º Fórum de Marketing Empresarial

"Para sair da crise, é preciso ter novas atitudes", diz o dono do Habib's

Alberto Saraiva, do Habib's, falou sobre o conceito 'Oferecer mais por menos'

por [KELLY DORES, do Guarujá](#) publicado em 05 de setembro, 2016 - 11:24



Alberto Saraiva, presidente do Habib's

Alberto Saraiva, presidente do Habib's, abriu o painel de palestras do 7º Fórum de Marketing Empresarial na manhã deste sábado (4), no Guarujá, com um conceito bastante simples. Com o tema "Campanhas relevantes

AGÊNCIA O GLOBO - 6/9


 Rio de Janeiro **TERÇA, 06.set.16**
 PRECISA DE AJUDA? ☎ (21) 2534-5777
 

 BANCO DE IMAGENS

CADASTRE-SE | USUÁRIO | ESQUECI MINHA SENHA |
 AGÊNCIA O GLOBO | PRODUTOS | EDITORA GLOBO | FOTOGALERIAS

Fotos do Dia | Noticiário | Colunistas | Pacotes | Cadernos | Globo Impresso | Área Exclusiva | Fotógrafos | Vídeos | Fale Conosco

RELEASES EMPRESARIAIS



SEGUNDA-FEIRA, 5 DE SETEMBRO DE 2016 - Horário 17:08

nbe

ECCO/ PRNewswire - Novos caminhos do marketing entram em debate no 7º Fórum de Marketing Empresarial

SÃO PAULO, 5 de setembro de 2016 /PRNewswire/ -- O superintendente de marketing do Itaú-Unibanco, Eduardo Tracanella, divulgou, que 80% dos Millennials (ou geração Y) veem o celular assim que acordam e 33% acreditam que não precisarão de bancos no futuro, o que alterou a concepção de comunicação 360º seguida pela empresa. "O digital é cultura, transforma a sociedade e impacta as pessoas", pontuou. Para manter o relacionamento da marca com seu público, a empresa utiliza os pilares de empatia, conexão, histórias bem contadas e tecnologia. Tracanella participou, ao lado de 272 líderes empresariais, do 7º Fórum de Marketing Empresarial, neste fim de semana, no litoral de São Paulo.

Legenda da foto: Eduardo Tracanella, superintendente de Marketing do Itaú-Unibanco (Crédito da foto: Gustavo Rampini)

Enzo Devoto, vice-presidente de marketing da UNILEVER, confirmou que não existe um consumidor global. "A globalização parecia um facilitador, mas acabou aumentando a concorrência e se tornou um desafio. Cultura e desenvolvimento social são particulares e precisamos nos adaptar a cada conceito". Para Alberto Saraiva, presidente do Habib's, mesmo em períodos de crise, é importante investir em marketing para ampliar e fidelizar o relacionamento com o cliente. "Nossas maiores preocupações são a inflação, desemprego e crise política, e o nosso mote escolhido é sempre oferecer mais por menos", explicou.

O Fórum homenageou José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, além de premiar nomes consagrados do setor; durante o PRÊMIO LIDE DE MARKETING EMPRESARIAL, Daniela Cachich, vice-presidente da Heineken; Giovani Decker, presidente UFC Brasil; Guilherme Telles, General Manager do Uber; Roberto Grypek, vice-presidente de Marketing do McDonald's; Milton Neves, fundador e apresentador do programa Terceiro Tempo; foram alguns dos premiados.

O evento, promovido pelo LIDE ? Grupo de Líderes Empresariais e Editora Referência, liderada por Armando Ferrentini; com curadoria do jornalista Adonis Alonso, aconteceu de 2 a 4 de setembro, no Hotel Sofitel Jequitimar, em Guarujá.

O 7º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL contou com patrocínio da ESPM e apoio da ULTRAFARMA, com participação especial de ALIAP BBDO, CINE, DELTA AIRLINES, FRONT 360º, LUA NOVA, MCGARRYBOWEN e REDE RECORD, RECORD NEWS e R7. Foram colaboradores ATHIE WOHRATH, COCA-COLA FEMSA, REVOLUTION e SERASA. Como fornecedores oficiais ÁGUAS PLATINA, CICLOWAY, CLUB DOS SOMMELIERS, COCA-COLA FEMSA, COOXUPE, ECCAPLAN, FLUX, FOM, GRUPO CDI, GRUPO GODOY, JOHNNIE WALKER, ROBERTO RISCALA, RODOBENS COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL, TANQUERAY, UPS, VERO LATTE e ZOEGAS. Participaram como mídia partners 29 HORAS, ESTADÃO, EPOCA, EPOCA NEGÓCIOS, GQ BRASIL, GRUPO KALLAS, ISTOÉ, ISTOÉ DINHEIRO, PR NEWSWIRE, as rádios ALPHA FM e JOVEM PAN, as revistas L'OFFICIEL, LIDE e MARKETING EMPRESARIAL, PROMARK, UOL, ZOOMIN.TV; e TV LIDE.

UOL economia

ÚLTIMAS	COTAÇÕES	FINANÇAS PESSOAIS	EMPREENDEDORISMO	EMPREGOS E CARREIRAS
BOLSAS	BOVESPA ↓ -0,08% 59.566,34 pts	CÂMBIO	DÓLAR COM ↑ +0,88% R\$ 3,282	PESO A ↓ -0,01%

Novos caminhos do marketing entram em debate no 7º Fórum de Marketing Empresarial



7º Fórum de Marketing Empresarial
05/09/2016 16h57



Os dados abaixo são de responsabilidade das empresas envolvidas e não são produto jornalístico do UOL

SÃO PAULO, 5 de setembro de 2016 /PRNewswire/ -- O superintendente de marketing do Itaú-Unibanco, Eduardo Tracanella, divulgou, que 80% dos Millennials (ou geração Y) veem o celular assim que acordam e 33% acreditam que não precisarão de bancos no futuro, o que alterou a concepção de comunicação 360º seguida pela empresa. "O digital é cultura, transforma a sociedade e impacta as pessoas", pontuou. Para manter o relacionamento da marca com seu público, a empresa utiliza os pilares de empatia, conexão, histórias bem contadas e tecnologia. Tracanella participou, ao lado de 272 líderes empresariais, do 7º Fórum de Marketing Empresarial, neste fim de semana, no litoral de São Paulo.



Novos caminhos do marketing entram em debate no 7º Fórum de Marketing Empresarial

Comunicado à imprensa: PR Newswire do Brasil - 18 horas atrás

SÃO PAULO, 5 de setembro de 2016 /PRNewswire/ -- O superintendente de marketing do Itaú-Unibanco, Eduardo Tracanella, divulgou, que 80% dos Millennials (ou geração Y) veem o celular assim que acordam e 33% acreditam que não precisarão de bancos no futuro, o que alterou a concepção de comunicação 360º seguida pela empresa. "O digital é cultura, transforma a sociedade e impacta as pessoas", pontuou. Para manter o relacionamento da marca com seu público, a empresa utiliza os pilares de empatia, conexão, histórias bem contadas e tecnologia. Tracanella participou, ao lado de 272 líderes empresariais, do 7º Fórum de Marketing Empresarial, neste fim de semana, no litoral de São Paulo.



Legenda da foto:
Eduardo Tracanella, superintendente de Marketing do Itaú-Unibanco (Crédito da foto: Gustavo Rampini)
Enzo Devoto, vice-presidente de marketing da UNILEVER, confirmou que não existe um

TERCEIRO TEMPO - 5/9



HOME > NOTÍCIAS

GRANDE EVENTO DO LIDE/2016 NO GUARUJÁ REUNIU QUASE 500 EXECUTIVOS BRASILEIROS. "TERCEIRO TEMPO PUBLICIDADE" FOI HOMENAGEADO



GRANDE EVENTO DO LIDE/2016 NO GUARUJÁ REUNIU QUASE 500 EXECUTIVOS BRASILEIROS. "TERCEIRO TEMPO PUBLICIDADE" FOI HOMENAGEADO

Por Marcos Júnior Micheletti - 05/09/2016 14:28



Milton Neves sobiu ao palco do Hotel Sofitel Jequitimar durante o 7º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL DO LIDE

Com a presença de nomes de destaque do mundo empresarial e do marketing, aconteceu no último fim de semana, entre os dias 2 e 4 de setembro, o 7º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL, no Hotel Sofitel Jequitimar, no Guarujá, litoral paulista, evento promovido pelo LIDE - Grupo de Líderes Empresariais e a Editora Referência, liderada por Armando Ferrentini, com curadoria do jornalista Adonis Alonso.

José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni foi o homenageado especial. o Fórum ainda contou com a presença de Milton Neves, (Terceiro Tempo Publicidade), Dorian Cruz (marketing da Coca-Cola, Daniela Cachich (vice-presidente de marketing da Heineken, Guilherme Telles

(general manager da Uber no Brasil), Giovanni Decker (presidente do UFC Brasil), Luiz Fernando Furlan, da Sadia, chairman do LIDE, Marcos Quintela (presidente da Y&R), Luiz Cláudio Costa (presidente da Record), Paulo Giovanni (chairman da Léo Burnett), Alexandre Costa (presidente da Cacau Show) e Sérgio Amado (presidente da Oligivv), entre outros.

BLOG DO ADONIS - 4/9



SBT. HA 35 ANOS COLORINDO A PROGRAMAÇÃO COM NOVIDADES QUE TODO MUNDO GOSTA DE VER.

É isso o que o SBT espera continuar fazendo nos próximos anos: colorir os dias e as vidas de milhões de brasileiros.

sb35 ANOS A TV QUE TEM FORÇA

BUSCA OK

TRÊS ÍCONES E UM GÊNIO DA TV

Prêmios Dom, 4 de setembro de 2016 [Tweetar](#) [Curtir](#) 0

Criado em 2013 dentro da programação do Fórum de Marketing Empresarial para destacar os profissionais que contribuíram com sua carreira para o desenvolvimento da publicidade no país, o prêmio "Ícones de Propaganda" tem mais três nomes em sua galeria. Na 7ª edição do evento, realizada neste final de semana no Sofitel Jequitimar Hotel do Guarujá, foram homenageados Sergio Amado, Paulo Giovanni e Marcos Quintela. Além disso, foi prestada uma homenagem especial a José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, profissional que deixou a publicidade para realizar a mais importante emissora de televisão da América Latina.



Presidente do grupo Ogilvy, o baiano **Sergio Amado** tem



uma trajetória de sucesso na rede. Com seu trabalho, formou uma carteira importante de clientes e levou a Ogilvy ao segundo lugar no ranking brasileiro. Após consolidar a empresa, também investiu na criatividade, entregou a operação para um time de jovens talentos e voltou de Cannes em 2012 com o título de Agency of the Year, distinção que apenas quatro agências brasileiras já conseguiram.

Paulo Giovanni, atual chairman da Leo Burnett Tailor Made, começou sua vida na comunicação aos 15 anos, na rádio Imortal da Patrulha. Formou-se na rádio Tupy, uma das

VIDEOBLOG



BIO

Adonis Alonzo - Jornalista e colunista de Marketing e Comunicação Publicitária.

Assessor no Brasil do Festival Ibero Americano de la Publicidad-FIAP, Coordenador de Conteúdo do Fórum de Marketing Empresarial e do Prêmio Lide de Marketing Empresarial.

Jurado do Prêmio Colunistas e autor do livro "Meus Amigos Publicitários".

Contato: alonzo.adonis@gmail.com

[Curtir](#) 1.5 mil

[Twitter](#)

[RSS](#)

SHOW DE MARKETING E CRIATIVIDADE

Eventos Dom, 4 de setembro de 2016 [Tweetar](#) [Curtir](#) 0

"Coxinha e Mortadela é a puta que o pariu. Somos todos brasileiros. Temos que juntar novamente o que esse governo separou". De forma clara e direta, **Alberto Saraiva**, fundador do Habib's, conta como surgiu a ideia de lançar um de seus maiores sucessos recentes de venda, a coxinha de mortadela da rede Ragazzo. Sua indignação com a crise econômica e a condução do comando político, porém, já havia resultado numa promoção "Compre uma e leve duas", para esfihas de carne e queijo, duas vezes por semana. A rede Habib's, maior fast food de comida árabe do mundo, criada em 1988, hoje opera mais de 500 lojas de suas marcas em todo o Brasil. Saraiva abriu a programação de palestras do 7º Fórum de Marketing Empresarial, realizado neste fim de semana no Sofitel Jequitimar Hotel, no Guarujá. O evento, já presença obrigatória na agenda de presidentes e dirigentes de empresas, agências de publicidade, veículos de comunicação e fornecedores do setor, é uma realização do LIDE, grupo Doria e Editora Referência. Saraiva contou suas estratégias vencedoras desde a primeira loja e a ação de marketing de estreia, representada por uma faixa de pano com a frase "A Melhor Esfiha por R\$ 0,19. Um dos maiores empreendedores do Brasil, ele acabou de lançar o livro "25 Verboes



ACONTECENDO AQUI - 3/9



MARKETING

Existe conceito global mas não existe cliente global | Palestra de Enzo Devoto, VP de Marketing da Unilever no Fórum do LIDE

03 de Setembro de 2016

Twitter Compartilhar



Executivo da Unilever com experiência internacional em mercados como a China, Japão, República Checa, falou sobre a crise econômica pela qual passa o Brasil e destacou o que ele chamou de 3 coisas muito importantes:

PORTAL RADAR - 1º/9



Noticias A-Z » 7º Fórum de Marketing empresarial

7º Fórum de Marketing empresarial



Nos dias 02 a 04 de setembro, no Guarujá, litoral paulista, o LIDE - Grupo de Lideres Empresariais, a Editora Referência, liderada por Armando Ferrentini; com curadoria do jornalista Adonis Alonso; promovem o 7º fórum de marketing empresarial.

COLONISTA

Octavio Neto
 Coluna Radar

O publicitário e jornalista Octavio Neto, é um dos pioneiros na cobertura jornalística de feiras de negócios. Em 23 anos de atuação neste segmento, já contabilizou mais de 27 mil entrevistas com empresários, organizadores e autoridades públicas.

7º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL começa nesta sexta-feira (2/9)

PRNewswire
a CISION company

ESTE CONTEÚDO DE DIVULGAÇÃO COMERCIAL É FORNECIDO PELA EMPRESA PR NEWSWIRE E NÃO É DE RESPONSABILIDADE DE EXAME.COM

SÃO PAULO, 31 de agosto de 2016 /PRNewswire/ -- Durante os dias 2, 3 e 4 de setembro, o LIDE - Grupo de Líderes Empresariais e a Editora Referência, liderada por Armando Ferrentini, com curadoria do jornalista Adonis Alonso, promovem o 7º FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL, no hotel Sofitel Jequitimar Guarujá, no litoral de São Paulo.

O evento destacará o empenho de grandes empresas em um momento de recessão e a nova perspectiva para o crescimento. Alberto Saraiva, presidente do Habib's; Enzo Devoto, vice-presidente de marketing de personal care da Unilever Brasil; Eduardo Tracanella, superintendente de marketing do Itaú Unibanco; Denise Figueiredo, diretora de marketing da Natura; e Newton Freire, presidente da Diageo Brasil, Uruguai e Paraguai; debaterão o setor em torno de temas como políticas de preços, marketing unificado, imagem tecnológica, superação de preconceitos e consumo responsável.

O Fórum conta ainda com a presença do diretor de marketing da Coca-Cola, Dorian Cruz; a vice-presidente de marketing da Heineken, Daniela Cachich; o general manager da Uber no Brasil, Guilherme Telles; o presidente do UFC Brasil, Giovanni Decker, entre outros. "O encontro proporciona a integração nas relações empresariais entre organizações, agências e veículos de comunicação, uma ferramenta indispensável para difundir e fortalecer os princípios de governança do setor e reforçar o posicionamento de marcas e produtos para todos os públicos", avalia Luiz Fernando Furlan, chairman do LIDE.

A large white circle is centered on the page, containing the event title. The background is a solid green color with two thin, dark green diagonal lines crossing the circle.

**7º FÓRUM DE
MARKETING
EMPRESARIAL®**