29/08/2012 - Archote ganha prêmio Master Imobiliário 2012 pelo trabalho desenvolvido para o lançamento do C’ad’Oro, da Brookfield

Esse é o décimo oitavo prêmio recebido pela Archote ao longo dos 18 anos de edição do Prêmio Master Imobiliário, promovido pelo Fiabci

Considerado o Oscar do mercado, o Master Imobiliário é organizado pelo FIABCI/Brasil (Capítulo Nacional Brasileiro da Federação Internacional das Profissões Imobiliárias) e pelo Secovi SP (Sindicato das Empresa de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo). Esse ano, a Agência recebeu o prêmio na categoria Profissionais de Marketing.
Ao longo dos 18 anos de criação do Prêmio Master Imobiliário, a Publicidade Archote recebeu 18 prêmios, em parceria com seus clientes. “Trata-se do reconhecimento dos próprios profissionais ao trabalho que vem sendo realizado pelo Grupo Archote ao longo de seus 67 anos de existência, sempre atuando para fortalecer o profissionalismo do setor.Nessa caminhada, o fundamental é que, mais do campanhas, nos dedicamos ao desenvolvimento de cases de sucesso”, enfatiza o presidente do Grupo Archote, Pedro Cesarino.

O Case
Em dezembro de 2009, o Ca’d’Oro, o primeiro hotel cinco estrelas de São Paulo encerrava suas atividades com a possibilidade de reabertura em outro ponto da cidade. Quando a notícia se espalhou, houve uma grande comoção por parte dos paulistanos.
Nos bastidores, porém, já estava em curso, uma das maiores negociações imobiliárias da década: a compra da área do Ca’d’Oro pela Brookfield Incorporações, para a criação de um megaempreendimento de uso misto, com uma torre residencial e outra comercial, somando 374 unidades residenciais, 387 comerciais e mais 147 unidades hoteleiras.
Ao mesmo tempo, um plano de revitalização do centro, já estava a pleno vapor, fortalecendo a iniciativa. A Archote sugeriu à Brookfield, inspirada na tradição da marca Ca’d’Oro - ainda muito presente na memória emotiva dos paulistanos- , a adotar o nome para seu empreendimento. E mais: fez o hotel renascer com um padrão superior nos últimos cinco andares da torre comercial e acoplando o tradicional restaurante ao seu térreo, com estimativa de abertura em 2014.

O Marketing
A Brookfield é parceira de longa data da Agência que, por sua vez, sabia que teria uma grande responsabilidade em suas mãos. Juntamente com seu cliente, desenhou toda a estratégia de comunicação do produto, bem como executou todas as ações acordadas.
O primeiro passo foi a criação de uma das ações de lançamento do empreendimento para os corretores que receberam um convite para a “Festa do Século”, evento especial que substituiu a tradicional convenção. Foram criados quatro convites diferentes, em formato de peças de quebra-cabeça, chamando para um lançamento em Interlagos, outra no Morumbi, uma terceira na Chácara Santo Antônio e a última, no Brooklin.
Como parte da estratégia adotada para demonstrar a importância do projeto, a Abyara e a Fernandez Mera não poderiam informar nada às suas respectivas equipes. O evento acabou

acontecendo no Club A, um dos mais sofisticados da cidade.
Os corretores foram recepcionados por Amaury Jr., que conduziu um talk show entrevistando pessoas-chave da Brookfield. Um vídeo, , falando do próprio Ca'd'Oro e da revitalização do centro, foi apresentado aos presentes.
A Archote desenvolveu uma campanha publicitária impactante, veiculada nos meses de junho e julho de 2011. As primeiras peças ressaltaram os ícones da Brookfield Incorporações em outros países. A primeira foi um anúncio de página inteira sob o título "Só quem reergueu o templo do futebol, palco da final da liga dos campeões, seria capaz de recriar um ícone de São Paulo", fazendo alusão ao estádio de Wembley.
Na sequência, foram criados cinco anúncios, a Archote criou a fase "personalidades" da campanha. O apresentador Amaury Jr., a arquiteta Patrícia Anastassiadis, o restauranteur Walter Mancini, o diretor da Sociedade Cultura Artística, Fernando Carramaschi e o herdeiro do Ca'd'Oro, Fabrízio Guzzoni Neto, assinaram anúncios personalizados, com depoimentos que destacaram o lado memorável ligado à marca.
Com a data da abertura do showroom se aproximando, os anúncios começaram a mostrar as fachadas das duas torres, sempre destacando o slogan "o presente para São Paulo".
Para o lançamento, a Agência criou um anúncio "Renasce um grande ícone", com destaque para o logotipo e para a visão da cidade de São Paulo de um skyline.
Também foi criado um livro de mesa sobre a história do centro de São Paulo e do próprio Ca'd'Oro.

Grupo Archote
O Grupo Archote é formado pelas empresas Publicidade Archote, ID 360 midia digital, Edit Produções e o Imovelweb, o maior portal imobiliário do Brasil, criado há 13 anos e que recebe mais de três milhões/mês de visitas, baseado em pesquisa realizada em janeiro último.
Seus principais clientes são a Brookfield Incorporações, Queiroz Galvão, Yuny, Ak Realtu, UP Con, Shpaisman, Arquiplan, Phoenix, MPD Engenharia, Tamboré, SRW, PGC/SolBrasil Empreendimentos, Zely Saade, Engelux, CR2, Bueno Netto, Ditovo, Helbor, Tiner, Setin, YPS, Sobloco, Fibra Experts, Five entre outros. Entre as companhias internacionais, estão a Escom e Genea, atuantes no continente africano.

MSchuler & Associados