



OUTUBRO **ÁGUA**^{DA}
ROSA PEDRA

UMA AMEAÇA SILENCIOSA

Segundo dados do INCA (2022), no Brasil, **o câncer de mama é o tipo de câncer mais incidente em mulheres de todas as regiões**. E especialmente no RS e em SC, o dado é ainda mais assustador, pois estes são os Estados com o maior número de casos e de mortes pela doença no país. É difícil falar em **prevenção**, mas segundo o INCA, alguns fatores de risco são comportamentais, como a falta de atividade física, o excesso de peso corporal e o consumo de bebidas alcóolicas em excesso.

Nesse contexto, a Água da Pedra - marca com foco nos mercados do RS e SC e que ano após ano, vem chamando atenção para a causa com diversas iniciativas, como por exemplo, a sazonal tampinha cor de rosa no produto - entendeu que era a hora de fazer mais. Se o câncer de mama é uma ameaça silenciosa que assombra sem distinção, **chamar a atenção para a causa conscientizando o maior número de pessoas possível, é um ato de cuidado com a sociedade como um todo**.

MOVIMENTO QUE INSPIRA

Para chamar a atenção para a causa, combinamos a mensagem de conscientização com uma ferramenta transformadora: **o esporte**.

Em uma campanha integrada que contou com mídia externa, mídia digital, anúncios em jornal e um time de influenciadores, convidamos a sociedade parar uma mobilização pela vida com um conceito que também é um call-to-action: **MOVA-SE**. Essa foi a metáfora perfeita para falar sobre a hora de fazer algo a respeito da própria saúde e convidar a comunidade a despertar por uma causa.

Com a mensagem definida e mídias estabelecidas, é hora de potencializar o awareness em torno do assunto. E a solução veio com, literalmente, movimento: assim surgiu a POA Ladies Run, uma corrida feminina que foi a primeira corrida proprietária da Água da Pedra. O design une a campanha a partir do conceito, desdobrando o mesmo para o evento de corrida e acessórios personalizados desenvolvidos para as corredoras.

MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE MOVA-SE

CRIANDO O SELO



As conhecidas tampinhas cor de rosa nas garrafas de Água da Pedra no mês de outubro



O câncer de mama, o Outubro Rosa e o cuidado com as mulheres



MOVA-SE

O conceito e call-to-action da campanha: **MOVA-SE**



A espiral, uma representação do movimento



AS FOTOS



A escolha por fotos P&B adiciona seriedade e profundidade ao tema, destacado pelo contraste com o tom de rosa, símbolo do Outubro Rosa.

A estética fotográfica inspirada em campanhas de grandes marcas esportivas reforça o poder da mensagem com as imagens de ação. Água da Pedra se relaciona com esportes que trazem leveza, para o corpo e para alma. Buscamos mostrar isso em imagens com mulheres diversas, com personalidade e história para compor a narrativa.

VISUAL DA CORRIDA

POA LADIES' RUN

ÁGUA DA PEDRA

Logotipo que conversa com o visual da campanha, trazendo elementos relacionados a corrida e as mulheres

