

++



apresenta:

NOTÍCIAS
DO — SEU
— TEMPO

+

PORTO ALEGRE,
10 DE ABRIL
DE 2015
ANO 61 - Nº 21.269
R\$ 7,00 - SC: R\$ 8,00

ZERO HORA

Quinta-feira

Rodrigo Lopes
South Summit é parte da Capital que dá certo. 1/2

Rosane de Oliveira
Leite altera proposta de concessão de rodovias. 1/2

Túlio Milman
Quem manda no assunto prevenção contra cheias? 1/2

Adriana Bublitz
Novo de experiências econômicas na Orla. 1/2

Edição concluída às 22:00
CONEXÃO DIGITAL
zerohoradigital.com.br
zerohora24horas.com.br

SOUTH SUMMIT

Capa promocional

Santa Clara
desde 1912

O Homem pisa na lua.

Brasil é Tri no México.

Fim da guerra do Vietnã.

Se você é do tempo
dessas notícias,
esse leite é pra você.

+1975

Fim da guerra
do Vietnã

+1970

Brasil é Tri
no México

+1969

O Homem
pisa na lua



++

++

O tempo passa. A saúde precisa acompanhar.

Contexto:

Com o aumento da longevidade, cresce o número de pessoas acima dos 50 anos e em busca de mais vitalidade e disposição.

Pensando nisso, a Santa Clara lançou o Leite Senior 50+, fortificado com vitaminas e minerais essenciais.

E como falar de inovação para quem ainda lê o jornal impresso e tem nele uma das maiores fontes de informação?



++



+1975

Fim da guerra
do Vietnã

+1970

Brasil é Tri
no México

+1969

O Homem
pisa na lua

++

NOTÍCIAS DO — SEU — TEMPO

Ideia:

Resgatamos manchetes históricas de mais de 50 anos e as colocamos de volta na capa do jornal de maior veiculação do estado.

A chegada do homem na Lua, o tricampeonato do Brasil, o fim da guerra do Vietnã, tudo isso, dividindo espaço com uma nova notícia: a chegada do Leite Senior 50+ da Santa Clara.



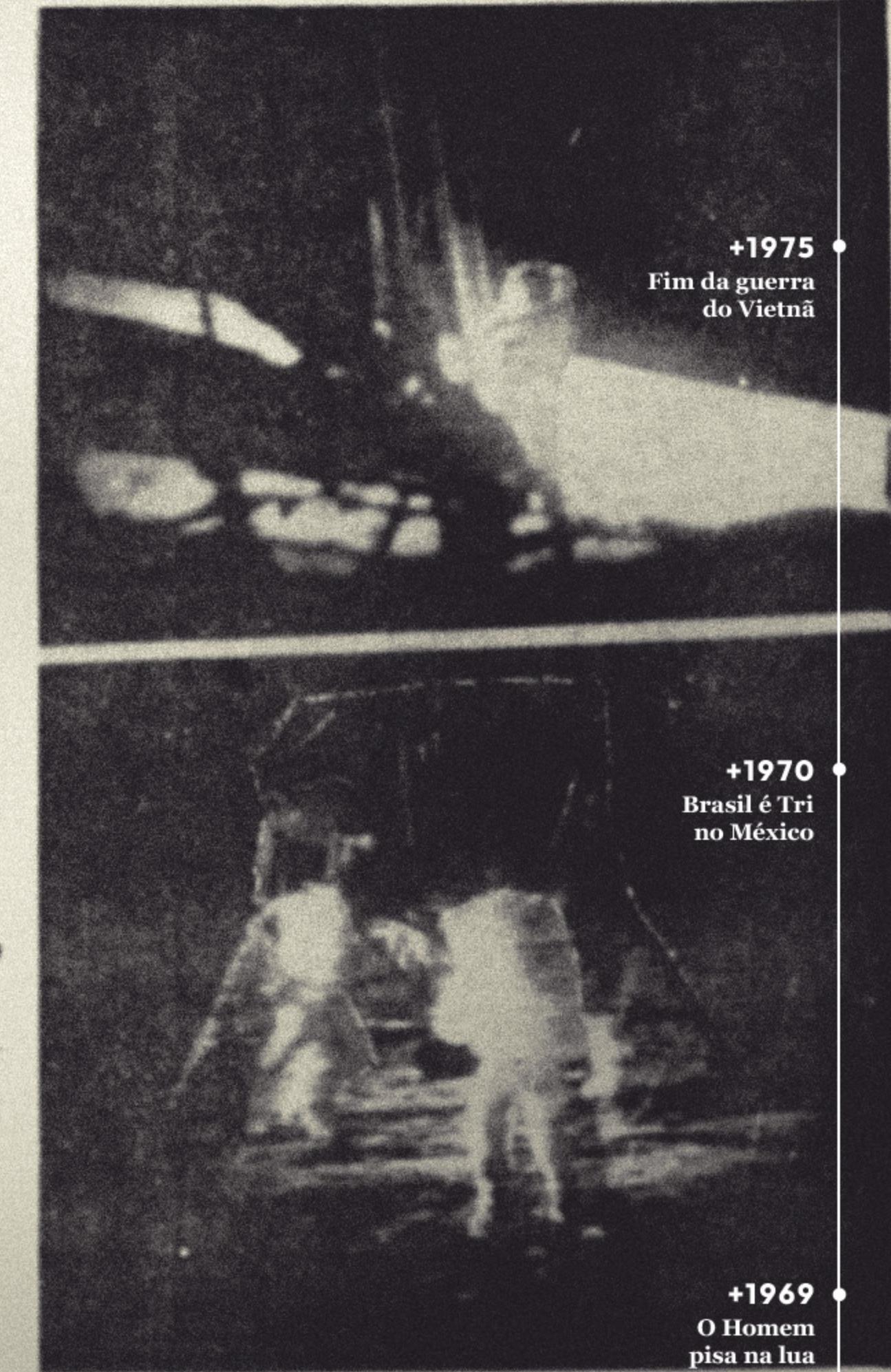
++

HOMEM NA LUA

“Este é um Pequeno Passo Para o Homem,
um Gigantesco Salto Para a Humanidade”



ANO XLII — Fortaleza, Ceará, Brasil — segundo-feira, 21 de julho de 1969 — N. 12.869 — 12 PÁGINAS — MCR 0,40



+1975

Fim da guerra
do Vietnã

+1970

Brasil é Tri
no México

+1969

O Homem
pisa na lua

ÊXITO TOTAL NA MISSÃO
DE CONQUISTA DA APOLO-11

+ + +

O lançamento do produto virou uma boa notícia.

Resultados:

A Santa Clara mostrou que o jornal ainda é uma mídia poderosa, capaz de impactar com emoção, criatividade, nostalgia e bom humor.

Leite Senior 50+ se tornou o produto mais comentado da linha Santa Clara no período do lançamento.

A ação alcançou milhares de leitores do público-alvo 50+.

Provamos que para envelhecer bem, basta continuar se reinventando.

+585 MIL IMPACTO

+44% ASSINANTES COM +50 ANOS

100

+++

Capa promocional

The logo for Santa Clara, featuring the brand name in a blue, bold, sans-serif font inside a white oval with a yellow border. Above the 'a' in 'Clara' is a small blue circle containing a white 'M'.

O Homem pisa na lua.

Brasil é Tri no México.

Fim da guerra do Vietnã.

Se você é do tempo
dessas notícias
esse leite é pra você



十一

100

++ +

++++

“Lembro quando li essas notícias, me marcaram muito.”

Miria Tomazi, assinante 50+ de ZERO HORA



++ +

++++