



NÃO DÁ PRA NÃO SER

INFORMATIVO PARA IMPRENSA

Unic | Josafá Vilarouca | Renata Tomasetti (11) 5051-6639 |
josafa@unicbuilding.com.br | renata@unicbuilding.com.br

Omo e Coca-cola são as mais lembradas pelo consumidor

As marcas Ypê, Natura, Ibama e Greenpace foram vencedoras da nova categoria especial Top Meio Ambiente do Prêmio Folha Top of Mind, realizado ontem

As agências JWT e McCann Erickson dividiram esse ano o ranking das agências mais premiadas, subindo ao palco cinco vezes cada uma

São Paulo, 31 de outubro de 2007 – Marina Lima encerrou o prêmio **Folha Top of Mind** nessa terça-feira, 30 de outubro, no Tom Brasil, logo depois que as marcas Omo e Coca-Cola foram anunciadas como as mais lembradas pelo consumidor brasileiro em 2007. É o terceiro ano consecutivo que as elas dividem o pódio e o *Top Grand Prix*, prêmio dado à marca mais lembrada no ano, independentemente de categoria.

Marília Gabriela e Du Moscovis anunciaram as “estrelas” da noite, em 46 categorias. O prêmio **Folha Top of Mind**, principal prêmio de *brand awareness* (consciência de marca) do país, chamou ao palco as marcas Ypê, Natura, Ibama e Greenpeace como vencedoras da mais nova categoria especial criada pelo prêmio, o *Top Meio Ambiente*.

A marca que mais se destacou no último ano (*Top Performance*) ficou com Brastemp e Caixa Econômico Federal. Já a estatueta da marca mais lembrada pelas pessoas de maior poder aquisitivo (*Top Consumidor A*) foi para a Brastemp. A marca mais lembrada pelas mulheres (*Top Feminino*) foi a Seda e a marca mais lembrada pelos jovens entre 16 a 20 anos (*Top Teen*) foi a Sorriso.

O prêmio **Folha Top of Mind**, realizado pelo Instituto Datafolha, para o jornal Folha de S.Paulo, é resultado de um levantamento anual feito por amostragem com o conjunto da população adulta brasileira. A pesquisa realizada ininterruptamente há 17 anos, foi produzida com base em mais de 5 mil entrevistas, divididas em duas

amostras com homens e mulheres, com idade igual ou superior a 16 anos, de todos os níveis sociais e escolaridades.

Esse ano, 46 categorias concorreram ao prêmio **Folha Top of Mind** e foram mobilizados mais de 200 pesquisadores em todo o Brasil, abrangendo 164 municípios de pequeno, médio e grande porte, distribuídos por todos os Estados e Distrito Federal. Os dados da pesquisa feita para o maior jornal do país foram levantados nos dias 15 e 16 de agosto de 2007, e os resultados foram conhecidos ontem.

Metodologia

A pesquisa Datafolha para o prêmio Folha Top of Mind é um levantamento estatístico, por amostragem estratificada, com sorteio aleatório dos entrevistados. O conjunto da população adulta do país é tomado como universo da pesquisa e dividido inicialmente em quatro sub-universos, que representam as regiões geográficas Sul, Sudeste, Nordeste e Norte/Centro-Oeste.

A amostra total foi de 5.541 entrevistas. A margem de erro decorrente desse processo de amostragem é de dois pontos percentuais para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%. Isto significa que se fossem feitos 100 levantamentos com a mesma metodologia, em 95 os resultados estariam dentro da margem de erro prevista.

O desenho amostral possibilita a segmentação dos resultados por regiões do país, natureza do município (região metropolitana ou interior), variáveis sócio-demográficas (sexo, idade, classificação econômica, escolaridade, renda familiar mensal), lembrança de marcas (top e awareness de determinadas categorias de produtos) e comportamento de compra (frequência com que vai a supermercado, shopping-center e outros).

Agências vencedoras

Para receber o prêmio **Folha Top of Mind** foram chamados ao palco do Tom Brasil, ontem, os principais executivos das empresas vencedoras, sempre acompanhados pelo representante da respectiva agência de publicidade.

As agências mais premiadas foram JWT e McCann (cinco vezes cada), Borghierh/Lowe, DM9DDB, DPZ, F/Nazca, Publicis e TBWA/BR (quatro vezes cada) e Africa, Almap BBDO e Lew, Lara (três vezes cada).

Lista de vencedores

Vencedores Categorias Especiais		
Top Grand Prix	OMO	Borghierh/Lowe
Top Grand Prix	COCA-COLA	McCann e DPZ

Top Teen	SORRISO	McCann
Top Feminino	SEDA	JWT
Top Classe A	BRASTEMP	DM9
Top Performance	BRASTEMP	DM9
Top Performance	CAIXA	Fischer, Nova SB e TBWA/BR
Top Meio Ambiente	YPÊ	P&M
Top Meio Ambiente	NATURA	Lew,Lara
Top Meio Ambiente	IBAMA	não tem agência de publicidade
Top Meio Ambiente	GREENPEACE	AlmapBBDO e ATB

Vencedores do prêmio Folha Top of Mind 2007		
Adoçante	ZERO CAL	House
Aparelho Celular	NOKIA	Lew,Lara
Aparelho de TV	PHILIPS	Africa
Aparelho de DVD	PHILIPS	Africa
Aspirador de Pó	ARNO	Publicis
Azeite	GALLO	TBWA
Banco	BANCO DO BRASIL	Master Publicidade e Artplan
Biscoito	NESTLÉ	Publicis
Biscoito	TRACKINAS (KRAFT)	Giovanni
Poupança	CEF	Fischer, Nova SB e TBWA/BR
Caminhão	MERCEDES BENZ	Matos Grey
Carro	VW	AlmapBBDO
Cartão de crédito	VISA	Leo Burnett
Cerveja	SKOL	F/Nazca
Chocolate	NESTLÉ	JWT
Combustível	PETROBRAS	F/Nazca, Quê Comunicação , Duda Propaganda e DPZ
Computador e Acessórios	LG	Euro RSCG
Computador e Acessórios	SAMSUNG	JWT e Cheil Communications do Brasil
Desodorante	REXONA	Borghierh/Lowe
Fogão	DAKO	Neogama
Geladeira	CONSUL	DM9
Impressora	HP	Publicis
Lavadora de Roupa	BRASTEMP	DM9
Leite	PARMALAT	Africa
Liquidificador	ARNO	Publicis
Loja de Móveis e Eletrodomésticos	CASAS BAHIA	Y&R
Loja de Roupas e Vestuário	C&A	Avanti
Maionese	HELLMANNNS	Ogilvy
Margarina	DORIANA	Borghierh/Lowe
Margarina	QUALY (SADIA)	DPZ
Material esportivo	NIKE	F/Nazca
Material esportivo	ADIDAS	TBWA
Operadoras de Celular	TIM	Lew,Lara e McCann
Pasta de dente	COLGATE	Y&R
Plano de saúde	UNIMED	F/Nazca
Pneu	PIRELLI	Leo Burnett
Refrigerante	COCA-COLA	McCann e DPZ

Relógio	ORIENT	Ogilvy
Sabão em pó	OMO	Borghierh/Lowe
Sabonete	LUX	JWT
Seguro	BRADESCO	Neogama
Shampoo	SEDA	JWT
Sorvete	KIBON	McCann
Supermercado	CARREFOUR	AlmapBBDO

Agências Premiadas		
JWT	5	Nestlé, Samsung, Lux e Seda
McCann	5	Coca-Cola, Kibon, Sorriso e TIM
Borghierh/Lowe	4	Rexona, Doriana e OMO
DM9DDB	4	Consul e Brastemp
DPZ	4	Petrobras, Qualy e Coca-Cola
F/Nazca	4	Skol, Petrobras, Nike e Unimed
Publicis	4	Arno, Nestlé e HP
TBWA/BR	4	Gallo, Caixa, Adidas e Caixa
Africa	3	Philips e Parmalat
AlmapBBDO	3	Vokswagen, Carrefour e Greenpeace
Lew, Lara	3	Nokia, TIM e Natura
Fischer América	2	Caixa
Leo Burnett	2	Visa e Pirelli
Neogama	2	Dako, Bradesco Seguros e Previdência
Nova SB	2	Caixa
Ogilvy	2	Hellmann's e Orient
Y&R	2	Casas Bahia e Colgate
Artplan	1	Banco do Brasil
ATB	1	Greenpeace
Avanti	1	C&A
Cheil	1	Samsung
Duda Propaganda	1	Petrobras
EuroRSCG	1	LG
Giovanni, FCB	1	Trakinas
House DM	1	Zero Cal
Master Publicidade	1	Banco do Brasil
Matos Grey	1	Mercedes
P&M	1	Ypê
Quê Comunicação	1	Petrobras