

# Emma Schwarcz

Portofoliu





# TV – DACIA CABRIO

- **Target: 18-30, they choose fun over brand**

**Idee: Masina la care visezi din copilarie**

**Naming: Dacia Dream**

- Spot TV

Sucesiune de imagini:

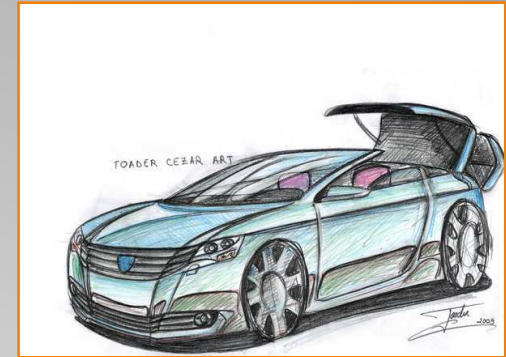
O mama impinge carutul cu bebelusul ei pe strada, copilul iese din carut si isi decapoteaza carutul, mama incearca sa il acopere dar copilul plange si il trage la loc pana ramane decapotat.

Acelasi copil la 3-4 ani iese pe trapa din masina. La 6-7 se da cu viteza pe balustradele scolii in timp ce colegii lui coboara linisiti pe scari. In parc se da cu leaganul peste cap. Pe la 16-17 ani merge pe treptele trenului sa simta aerul printre degete.

VO: Nascut pentru un Cabrio?

Imagini cu Dacia Dream

VO: Dacia Dream, nascuta pentru nevoia ta de libertate!





## RADIO – Fitto Café

- **Target: Adulti in miscare si grupuri de prieteni care se intalnesc “unde va”, atenti la ce mananca**

**Ideea. Ce vrem sa spunem? (brief): Fitto (Floreasca sau Victoriei), un loc in care te reincarci cu energie**

**Idee: Oaza verde din centrul labirintului de beton**

- Executie:

SFX: Muscatura dintr-un mar

Ce e verde si central si are gust fenomenal?

Ce te face sa zambesti si pe loc te racoresti?

De nu stii ce e pe val si te baga-n mode viral,

Te invit ca sa poftesti, la Fitto masa s-o servesti!



Fitto Café – Oaza verde din centrul labirintului de beton  
Eat green, tink green - in Floreasca sau Victoriei





## Print / OUTDOOR – Felice

- **Target: Clasa medie, cu putere de cumparare un pic peste medie**

**Insight (brief): “E un moment intim, vreau sa ma simt bine”**

**Idee: Hartia igienica care te amuza**

**Specific: tiparituri haioase, citate etc.**



- Executie 1

Vizual: Un sul de Felice, inconjurat de o aura

Copy: Rasfata-te ca un rege pe tron,  
la-l pe Felice drept bufon!

- Executie 2

Vizual: Acelasi vizual cu sulul Felice

Copy: Ha-Ha-Ha sau cel putin un Ha...



## INNOVATIVE MEDIA – Fitto Café

- **Target: Adulti in miscare si grupuri de prieteni care se intalnesc “unde va”, atenti la ce mananca**



## Idee: Auzi Fitto Café, vezi Fitto Café – Invitatie la masa!

- Executie:

Pe fiecare semafor din oras se va lipi, pe culoarea verde, un abtibold in conturul logo-ului Fitto Café, si distanta pana la cel mai apropiat Fitto va fi adaugata pe o placuta sub semafor.

- Spot Radio

SFX: Sunete care redau pregatirea unei mese sanatoase in stilul Fitto Café, spre ex. fructe stoarse, legume feliate pe un fund de lemn, apa care fierbe etc.

VO: Stai la Stop si ti-e pofta? Esti curios sa stii de unde se aude? Astepta sa se faca verde, uite-te bine la semafor si verdele te va ghida spre destinatia unde iti vei incarca bateriile pentru restul zilei!

Orice drum duce la Fitto! Victoriei sau Floreasca





# AMBALAJ – Emma Schwarcz

- **Target: Directorii de creatie, agentii de publicitate**

**Idee: Pentru un vin bun e nevoie sa investesti  
intr-un must promitator**

Produsul: Must de colectie

Ambalaj: butoias traditional



- Info eticheta:

Tanar, recolta 2012, gust aromat, musteste de entuziasm, se rostogoleste usor acolo unde este nevoie de el. In mediul propice, inconjurat de experiente cat mai diverse, se va transforma intr-un veritabil vin de colectie. Nu e perfect... dar e limited edition! Un adevarat must-have pentru sezonul de vara!

- Sugestii de servire: Alaturi de un brief duce inevitabil la generarea de noi idei.

Desi a intrat in contact prima oara cu un brief de pe rafturile fabricii adc, acest mediu este indicat pentru o dezvoltare armonioasa intr-un vin valoros.





## BTL - Ursus

- **Target: Tineri, urbani, ambitiosi care cred ca tine in primul rand de ei sa schimbe tara in bine**

**Singled-minded proposition (brief): Experienta  
intensa a unei promotii in Romania**

**Idee: Vara Ursus premii intense – distreza-te romaneste!**

- 2 premii principale ale promotiei:

Vacanta de lux in Mamaia pentru castigator + 2 prieteni

1. Drum spre Mamaia, rupi autostrada la volanul unui Ferrari care ramane al tau pentru toata saptamana, pe plaja te asteapta hamacul si fetele Ursus, mancare la discretie in cele mai scumpe restaurante, distractie in cel mai scump club, la masa Vip, dar somn la cort pe plaja.

2. Cazare la Rex, relaxare la piscine, spa, mancare la cele mai scumpe locatii, excursii si sporturi extreme pe plaja, skydiving, skyjet, viteza maxima, dar pe drum spre mare si in statiune deplasare numai cu o caruta.



- Premii secundare:

- Gratare ambulante pentru micul de oriunde care merge cu un Ursus
- Vuvuzele care scot sunete de injuraturi cu rezonanta filosofica
- Tricouri cu caricaturi ale vedetelor de carton
- Bata de oina ca sa inveti sportul national

Premiile se gasesc sub capac

- Comunicarea promotiei:

- Ursus iti arata partea cea mai buna a romanilor: stiu sa se distreze! afla mai multe de pe sticla Ursus in vesminte de vara – spot radio
- Castigatorii marilor premii vor fi protagonistii unui material video.
- Ambalajul va fi schimbat, in haine de vara, poate sa aibe aspectul unui slip



## CAMPANIE INTEGRATA - Bilbor

- **Target: Young executives (oameni ambitiosi de cariera, in varsta de 30si de ani), urbani, cu educatie peste medie, citesc, au un smartphone**

## Singled-minded proposition: Multifiltrata natural

Idee: Niciun filtru nu e mai bun decat natura

- Print

Vizual: jumatatea din dreapta a imaginii va arata un inbox plin de spam-uri selectate.

Pe jumatatea din dreapta apare sticla de Bilbor pe fundal alb si mesajul

Copy: Tehnologia mai da gres... cu Bilbor nu inghiti surprize!

Natura creeaza – Bilbor imbuteliaza

- Innovative

Deasupra barajelor lacurilor din orase se vor monta bannere cu mesajul:

Ai bea apa din lac?

Bilbor – multifiltrata natural





- TV

Vizual: Alarma suna pe ceasul de la telefon, un barbat de 35 de ani se trezeste, isi saruta sotia, se dezmoarteste, deschide laptopul, aprinde televizorul, se uita cateva momente la tv dar nu e nimic sa il intereseze, schimba canalele, isi intoarce atentia asupra laptopului, pe ecran apare "Warning, 2 viruses detected. Firewall failed." Isi da ochii peste cap si se intinde sa ia un pahar de apa.

VO: In ziua de azi omul este inconjurat de tehnologie in mod constant, creata special sa ne filtreze viata... Si totusi nu exista firewall mai bun decat natura...

Vizual: Barbatul bea apa din pahar si il aseaza apoi langa o sticla mare de Bilbor. In spate se vede laptopul virusat

VO: Natura creeaza, Bilbor imbuteliaza! Apa multifiltrata natural.

- Aplicatie

Tu esti multifiltrat natural de generatiile anterioare, construiești-ti arborele genealogic prin aplicatia Bilbor si poti afla cine a mai pornit din acelasi loc cu tine.

Cum functioneaza? Iti introduci datele si iti gasesti toti verisorii pana la gradul 10, afli ce vedete/ persoane publice se trag din aceeasi zona cu tine, ce prieteni/ cunostinte sunt nascuti in aceeasi zona sau in acelasi an. Se creaza o comunitate de legaturi noi, neobisnuite.



## DIGITAL – Angry Birds Space

- **Target: Cei care au jucat deja unul dintre jocurile seriei Angry Birds, au smartphone, au acces la internet**

- **Mesaj principal (brief): “Aventura continua in spatiu”**
- **Idee: Spatiul a fost ocupat de Angry Birds si incomodeaza pe toata lumea care are drum pe acolo**

- **Teaser: Pe youtube se va uploada un filmulet care va infatisa scenarii ingrijoratoare si aparent fara explicatie:**

- un Superman vanat la ochi si cu mana in ghips va ateriza pe acoperisul unei cladiri si se va uita ingrijorat spre cer. Iron Man, cu armura mototolita, il priveste de pe alta cladire.

- intr-o baza din Rusia, cativa oameni se uita la niste imagini din spatiu, dar imaginile dispar brusc de pe ecran si apare un bazait. 3 cosmonauti susotesc ingrijorati intr-un colt.

Explicatia apare o data cu imaginile pe care rusii le gasesc inainte sa le moara satelitul: o pasare din Angry Birds a distrus transmisia

Mesaj: Angry Birds Space – Aventura continua in spatiu



- Event: Congresul extraterestrilor blocati pe pamant

Intr-o piata centrala din America se vor strange aprox 20 de extraterestrii de diferite rase, in costume verzi, cu tentacule, cap supradimensionat etc. adunati in grupuri cate 3-4.

Vreo 5 nave spatiale in forme diverse vor sta parcate in jurul lor. Desi vor atrage privirile tuturor dar nu se vor manifesta in mod special pentru inceput. Timp de cateva minute vor interactiona intre ei, apoi se vor retrage catre nave iar 5 dintre ei raman in atentia publicului. Dupa o vreme revin cu pancarte cu Angry Birds, "The War is on in Space" "Don't be an outsider!"

- Actiunea va fi filmata si postata pe internet, in functie de succesul online al acesteia, aparitia extraterestrilor se va repeta, chiar si la TV in diferite emisiuni, pentru a-si sustine cauza si a promova razboiul din spatiu. Vor aparea filmulete cu ei jucand Angry Birds pentru a grabi sfarsitul razboiului.



- [Emma.schwarcz@yahoo.com](mailto:Emma.schwarcz@yahoo.com)
- 0721.306.970

**3.05.2012**

