



## Encontro Inter-regiões - Sudeste

Região Sudeste - Evento Virtual  
De 1 a 31 de outubro de 2020



### EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00466
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação
<b>CAMPUS</b>	São Paulo
<b>CIDADE</b>	São Paulo
<b>UF</b>	SP
<b>CATEGORIA</b>	PP
<b>MODALIDADE</b>	PP14
<b>TÍTULO</b>	Por Trás dos Rótulos: sabor, consciência e atitude.
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Glaysir Silva Ramos
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Ana Carolina Souza de Oliveira (Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação); Pedro Henrique Lopes Garcia (Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação); Rômulo Martins (Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação); Vitória Oliveira Valentim (Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação); Fernanda Elouise Budag (Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação)

### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

A Agência experimental Maria Marketing Digital, no presente estudo tomou como objeto o Quincho Cozinha & Coquetelaria, localizado na Vila Madalena - Zona Oeste de São Paulo, é um restaurante - bar que se alinha com a atual tendência de pensamento vegetariano e sustentável. O local oferece uma culinária vegetariana e saborosa, além de ser defendida por seus fundadores como uma cozinha despretensiosa, que não necessariamente levanta a bandeira do vegetarianismo, mas prima principalmente por ingredientes naturais e de fornecedores locais. A cozinha é conduzida pela chefe Mari Sciotti, e a coquetelaria tem a carta de drinks assinada pelo barman Danilo Madeira, relevante no cenário ético da cidade e detentor de diversos prêmios por sua atuação. Portanto, a casa costuma oferecer bebidas clássicas e também autorais, com ingredientes como ervas, folhas e flores. O vídeo desenvolvido para a marca tem um viés institucional e tende a apresentar para o público como funciona a produção dos pratos e drinks no restaurante, mostrar quem são as pessoas que frequentam e o quão convidativo é o ambiente em que são recebidos os clientes. A iniciativa de produzir esse material foi dada a partir da análise feita pela agência Maria Marketing Digital, que diagnosticou o estabelecimento com falta de posicionamento e identificação com o seu público-alvo. O objetivo foi criar e desenvolver para o restaurante um material que aumente a visualização de sua marca e mostre melhor quem de fato ela é. Assim, o roteiro pensado para esse vídeo inclui cenas que mostram desde o processo de preparação dos pratos dentro da cozinha, até eles sendo servidos e aproveitados por um grupo de amigos que se reúnem ali para viver uma experiência diferente, incluindo os drinks feitos com bebidas orgânicas. A campanha completa para o restaurante incluiu uma reformulação em seus conteúdos para redes sociais e criação de novas peças com um novo posicionamento, que tem como base principal o slogan "Desrotule o sabor". O "desrotule" vem como um convite a romper com essa estereotipação insossa do vegetarianismo, evidenciando que há sabor e que é essa experiência que de fato importa, ou seja, o alimento bem preparado vai agradar qualquer paladar e levantar a bandeira de que todos podem viver essa experiência gustativa, independente de rótulos. A ideia é que a escolha seja sempre a experiência, independentemente se o consumidor for adepto ou não do vegetarianismo: uma cozinha feita para todos. O "desrotule" também tem como função deixar subentendido que as matérias-primas usadas pelo Quincho Cozinha & Coquetelaria não são industrializadas ("rotuladas"). Esse vídeo institucional será uma nova apresentação do restaurante e da marca Quincho Cozinha & Coquetelaria, sendo aplicado nas redes sociais Instagram e Facebook, que trabalham como principais meios de comunicação em toda a campanha, e também no canal do Youtube. A ideia é romper com os rótulos sobre os pratos vegetarianos e fazer com que as pessoas não tenham uma barreira em provar o sabor pela ausência da carne. Assim, o local poderá ser frequentado e conhecido por todos, independentemente de serem ou não vegetarianos. Através de análises e pesquisas, buscamos trabalhar melhor a imagem e posição do restaurante, através de uma campanha que aproxime o público da marca e torne-o então um defensor dela, tornando-a uma opção agradável sempre que estiver pela região da Vila Madalena, na capital paulista. Vamos, então, através do material desenvolvido, buscar alcançar os seguintes objetivos de comunicação

estabelecidos para o Quincho Cozinha & Coquetelaria: melhorar o posicionamento percebido de marca; aperfeiçoar o relacionamento com o público, gerando fidelização e, por fim, gerar identificação com os valores da marca.

### **DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:**

Desenvolvemos um projeto de pesquisa de mercado executado para o Quincho Cozinha & Coquetelaria com o objetivo de identificar qual o perfil majoritário do consumidor de alimentos saudáveis. Planejamos esta pesquisa para entender o quanto a sociedade está preocupada com a alimentação, se as pessoas no geral estão buscando novos lugares para realizar as refeições, se estão dispostas a experimentar novas gastronomias e se o valor influencia na hora da compra. Ou seja, os dados coletados serviram como insights para o planejamento e criação do conceito trabalhado na campanha; e concretizado na peça audiovisual. De caráter quantitativo e descritivo, a técnica e respectivo instrumento de coleta de dados da pesquisa consistem em entrevista via questionário on-line. O questionário foi disponibilizado sem uma segmentação específica de região. Apesar do restaurante estar situado em São Paulo, abrimos a amostra para todas as regiões do país no intuito de entender os hábitos e consumo de alimentação saudável em nível nacional. Desse modo, pode-se considerar que o universo pesquisado corresponde a mais de 209 milhões de pessoas, e a pesquisa alcançou uma amostra de 273 questionários válidos. A pesquisa foi realizada on-line, via formulário Google. O início da coleta de dados se deu a partir do dia 08 de maio de 2019 e os dados foram recolhidos até o dia 18 de maio do mesmo ano, totalizando dez dias corridos. A pesquisa foi compartilhada em grupos de universidades e outros voltados a estilos de vida e alimentação, como grupos veganos e vegetarianos. Foi através dessa pesquisa e outras análises que a agência Maria Marketing Digital diagnosticou o Quincho Cozinha & Coquetelaria com posicionamento inadequado e baixo conhecimento de marca; assim como incluiu no plano de comunicação publicitária o desenvolvimento do material audiovisual que tem o objetivo de apresentar a marca e fazer com que o público se identifique com ela.

### **DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

Dado o diagnóstico do restaurante Quincho Cozinha & Coquetelaria, foram tomados como principais objetivos de comunicação reposicionar a marca, esclarecendo e mostrando para o consumidor final como ela se afirma e o que representa, pretendendo gerar identificação do público com a marca e com o estilo de vida que ela prega. A campanha criada para o Quincho Cozinha & Coquetelaria - e a peça audiovisual em particular - foi inteiramente pensada com o foco em despertar no público o interesse em conhecer melhor o universo vegetariano e deixar de lado rótulos preconceituosos. Mostrar o quão interessante pode ser viver a experiência do sabor, com alimentos orgânicos, livres de agrotóxicos e processos industriais, além de usufruir do ambiente excelente do restaurante. A criação de peças, imagens e vídeos executados pela agência Maria foi exatamente com a pretensão de mostrar os bastidores da cozinha do restaurante, montagem dos drinks e todo o preparo detalhista e delicado de cada prato. Além de focar no ambiente como um lugar para curtir com os amigos, dar boas risadas e ter uma experiência gastronômica marcante. O vídeo institucional do Quincho Cozinha & Coquetelaria foi a principal peça audiovisual da campanha, pensada para veicular como apresentação-chave do restaurante, sendo distribuída por suas redes sociais e canal no Youtube. Partindo da análise realizada e diagnóstico alcançado da marca, o roteiro foi escrito com o foco no processo de criação dentro do restaurante. Por isso ele começa com takes da fachada e ambiente do Quincho Cozinha & Coquetelaria, localizado na Vila Madalena, coração de São Paulo. Em continuação, o filme mostra como tudo acontece dentro da cozinha com a chef Mariana Sciotti e seus cozinheiros. O vídeo mostra pratos feitos desde o início, processo cuidadoso e delicado em cada preparação, até serem montados de maneira muito bem apresentáveis e servidos aos clientes. Quando os pratos estão prontos, as cenas focam neles sendo servidos, chegando ao cliente e sendo degustado por ele, mostrando seu prazer e satisfação por estar ali vivendo essa experiência diferenciada. O soundtrack do filme foi escolhido conforme o estilo e ambiente do Quincho Cozinha & Coquetelaria, para que, ao ouvir e ver esse conteúdo, o público se identifique do início ao fim, desde imagens bem elaborados até o som, que remete ao ambiente natural e aconchegante proporcionado pelo restaurante. Além da preparação dos pratos, o filme mostra também todo o processo de preparação de drinks, que são pensados e montados com o diferencial de bebidas alcoólicas orgânicas. Afinal, o bar dentro do restaurante é um diferencial que também pretendemos expandir através da campanha. O foco é mostrar ao público que, além de pratos vegetarianos, ambiente agradável e bom serviço, o Quincho Cozinha & Coquetelaria pode ser um bom lugar para se aproveitar, por exemplo, numa noite de happy hour entre amigos. Trata-se de um vídeo com takes e cortes dinâmicos, totalizando menos de 1 minuto de material, objetivando uma boa apresentação de marca e identificação do público para com ela. Por fim, o vídeo é assinado com o slogan da campanha "desrotule o sabor", o que exemplifica para o público final que tudo o que foi mostrado pode ser vivenciado sem rótulos. Ou seja, se existe alguma barreira ou imaginário preconceituoso sobre um ambiente que serve comida vegetariana, eles acabam de ser "rompidos" com toda narrativa audiovisual apresentada.