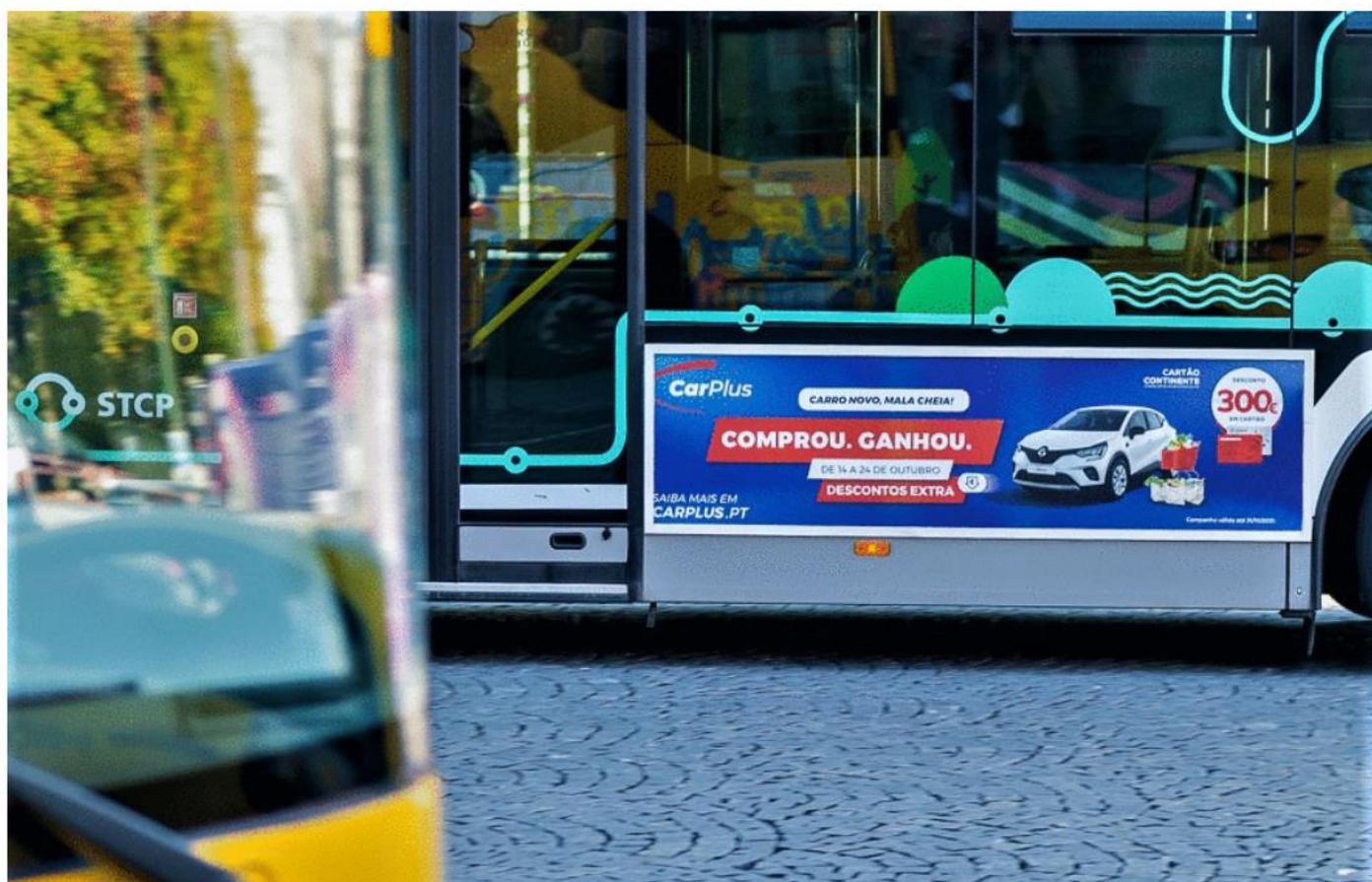




NOTORIEDADE - BENETTON - DECORAÇÕES

Os dias frios já chegaram e a **Benetton** apresenta a sua nova colecção de Outono/Inverno com decoração nos eléctricos rápidos em Lisboa e no Metro do Porto. A marca que sempre nos habituou a cor, soube tirar o máximo proveito destes formatos móveis e de elevado impacto, não sendo indiferente por onde passa.



A **Car Plus** ofereceu 300€ em Cartão Continente na compra de um carro novo e ainda mais uns "presentes" extra. A campanha foi nacional e foi válida de 14 a 24 de Outubro.

A Car Plus sabe a importância que os autocarros tinham para potenciar a comunicação, uma vez que são um formato que impactam tanto automobilistas como transeuntes.



NOTORIEDADE - GULBENKIAN - LEDS

A primeira exposição em Portugal dedicada ao autor de **Tintin**, está na **Gulbenkian**, e apresenta tesouros do Museu Hergé e revela as diversas facetas do autor, da ilustração à banda desenhada, passando pela publicidade, imprensa ou desenho de moda e artes plásticas. Os Leds foram os formatos eleitos para dar vida à campanha de promoção da exposição e as aventuras de Tintin invadiram o Metro de Lisboa.



COBERTURA - TEATRO D.MARIA II - MUPIS

Os espetáculos já podem ter as salas com 100% de ocupação e a aposta em comunicar novas peças de teatro tem sido clara. Desta vez, o **Teatro D.Maria II** promoveu a nova peça, Juventude Inquieta, com Mupis e TOMI. A peça lança um olhar sobre os sonhos e as aspirações da juventude em diferentes épocas.