

RUNNING

CADERNO
ESPECIAL

PATROCINADORES





Corrida pela inclusão de pessoas com deficiência CHEGA A PORTUGAL

3 de Dezembro é a data escolhida para a primeira edição da Corrida Liberty pelas Pessoas com Deficiência em Portugal.

Ao mesmo tempo que se realiza a 14.ª edição na vizinha Espanha, outros três países estreiam-se na organização do evento: Portugal, Irlanda e Irlanda do Norte.

A corrida, sob o mote “MovedByValues”, irá decorrer em formato virtual naquele que se assume como o Dia Internacional das Pessoas com Deficiência.

Desta forma, os participantes poderão integrar a iniciativa a partir de qualquer lugar, contribuindo para promover a inclusão e dar visibilidade a temas relacionados com a deficiência.

As inscrições para a corrida já estão abertas, sendo que será possível participar entre os dias 3 e 5 de Dezembro. Para tal, basta aos interessados descarregar a aplicação da prova, treinar e competir – quer seja um, cinco ou 10 quilómetros.

A Liberty compromete-se a doar um euro por cada participante, mas os corredores terão também oportunidade de fazer uma doação. Em Portugal, os fundos angariados serão entregues à Associação Pais em Rede.

Quer correr pela #teamANFQ na MEIA MARATONA?

No dia 21 de Novembro têm lugar a Meia Maratona de Lisboa e a Corrida Vodafone 10K. Mas esta é também a data em que se assinala o Dia Europeu da Fibrose Quística. Por isso, a Associação Nacional de Fibrose Quística (ANFQ) convida os participantes nos dois eventos a correrem pela #teamANFQ e a envolverem-se numa boa causa.

Realizada em conjunto com o Maratona Clube de Portugal, a campanha “Correr para Respirar”, que vai assim para a sua segunda edição, visa angariar fundos a favor da investigação científica na área da fibrose quística (uma doença genética rara), através de parte do valor das inscrições.

A associação pretende «utilizar os fundos angariados em projectos de investigação científica, nomeadamente nas mutações mais raras que, infelizmente, ainda não têm resposta terapêutica inovadora», explica a ANFQ em nota de imprensa.

Nesta acção, a associação «espera alcançar o maior número possível de participantes, num esforço conjunto de divulgação da doença e das necessidades dos pacientes portugueses, promovendo igualmente a prática de exercício físico». Os participantes receberão uma t-shirt da ANFQ e um dorsal com o seu número.



MGEN RENOVA parceria com o Maratona Clube de Portugal

Pelo quinto ano consecutivo, a MGEN é a seguradora oficial das provas desportivas com a chance da Maratona Clube de Portugal. Enquanto patrocinadora, a MGEN marcará presença com um stand, localizado na Sport Expo, no qual será possível ficar a conhecer todas as valências da seguradora.

«O apoio da MGEN a eventos desportivos é uma associação que acontece de forma natural. Enquanto instituição seguradora totalmente dedicada à protecção na saúde, estamos muito conscientes da importância do desporto», afirma Ricardo Raminhos, administrador executivo.

UMA CORRIDA pelo Portucale dos Pequenos

Pelo quinto ano consecutivo, a marca especializada em lentes oftálmicas Shamir é a patrocinadora da corrida infantil Portucale dos Pequenos, agendada para 21 de Novembro, em Vila Nova de Gaia.

A corrida destina-se a crianças entre os seis e os 10 anos e terá um percurso de aproximadamente meio quilómetro, num cenário junto ao rio Douro. No final, todos os participantes receberão uma medalha de participação, bem como uma t-shirt alusiva ao evento. «Devemos começar, desde cedo, a educar e a formar as nossas crianças para a prática desportiva, sendo a Corrida Shamir Portucale dos Pequenos uma das primeiras passadas», diz Luís Feijó, CEO da Shamir Optical Portugal.

TRANQUILIDADE dá nome à Meia Maratona dos Descobrimentos



A Tranquilidade é a patrocinadora oficial da Meia Maratona dos Descobrimentos, uma parceria que contempla o naming da seguradora no evento nos próximos três anos.

«A ligação ao running faz parte da nossa estratégia de patrocínios e acreditamos que esta ligação a três anos será uma parceria de sucesso, um desafio relevante para a marca como naming sponsor e uma iniciativa muito importante que promove a adopção de hábitos saudáveis e mobiliza a comunidade onde nos inserimos», afirma em nota de imprensa Maria João Silva, directora de Marketing da Tranquilidade.

A Tranquilidade Meia Maratona dos Descobrimentos tem data marcada para o próximo dia 5 de Dezembro.

Para além da prova principal, haverá também a edição Mini (10 km), Caminhada (5 km) e Kids Race (500 m).

Este evento é realizado em parceria com a Xistarca, sendo que parte das receitas reverterá a favor da SPEM – Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla, e que irá passar pelos locais mais emblemáticos de Lisboa. A seguradora prevê a presença de mais de sete mil participantes, havendo ainda, como novidade, uma corrida virtual.

Seaside dá novos passos no território DO RUNNING

A Seaside associou-se ao Maratona Clube de Portugal (MCP) como oficial fashion partner das corridas organizadas pelo clube e também como naming sponsor das sport expos – os locais de levantamento dos dorsais e kits de participação.

Desta forma, a Seaside associa-se aos eventos de corrida mais importantes do calendário nacional. «Esta parceria vai ao encontro da ambição do MCP, no que diz respeito à dinâmica e abrangência das suas provas. A Seaside é uma marca portuguesa de relevo internacional e este acordo irá permitir ao clube reforçar a promoção das corridas em Portugal e no estrangeiro», destaca Carlos Moia, presidente do Maratona Clube de Portugal.



Recordati aconselha a “CORRER PELO CORAÇÃO”

Numa campanha que pretende alertar para as doenças cardiovasculares, a empresa farmacêutica

Recordati apela à energia e motivação dos profissionais de saúde. Como? Através de corridas solidárias, criadas especificamente para estes profissionais, que servirão para apoiar a Fundação Portuguesa de Cardiologia (FPC) – por cada quilómetro percorrido, a Recordati compromete-se a doar 5 cêntimos à fundação.

Designada “Correr Pelo Coração”, a campanha conta com um microsite dedicado, através do qual os profissionais de saúde se poderão inscrever para participar nas corridas e registar os quilómetros percorridos. A primeira edição terminou a 15 de Outubro e os participantes percorreram um total de 1533 km.

A empresa farmacêutica lembra ainda que «os benefícios associados à corrida ou marcha são vários, ajudando a fortalecer o coração, melhorando a circulação sanguínea, actuando como um anti-depressivo natural, combatendo o stress e favorecendo o bem-estar do corpo e da mente».

Já a pensar em futuras edições, além da vertente solidária, os três profissionais de saúde, que fizeram mais quilómetros durante o mês de duração desta campanha e de forma mais regular, ganham um lugar de destaque no pódio da Recordati. No site já é possível ver os participantes em destaque no mês de Outubro.



EDP MARATONA DE LISBOA





CORRER PARA ESPALHAR energia

Com um longo histórico no apoio às corridas que se realizam em Portugal, a EDP promoveu este hábito saudável mesmo quando o confinamento era palavra de ordem. Tudo para espalhar boa energia

A EDP foi das primeiras marcas, em Portugal, a patrocinar eventos de atletismo. Começou com o apoio à EDP Meia Maratona de Lisboa, quando estes eventos ainda estavam a dar os primeiros passos em Portugal. «Tivemos a visão de perceber o potencial e alcance que estes eventos têm», lembra fonte oficial da empresa de energia.

De lá para cá, têm sido apoiadas variadas corridas dentro da modalidade. Desde os mais novos (EDP Mini Campeões) até às corridas com vertente solidária (Corridas da Mulher), passando naturalmente pelas corridas maiores que, ano após ano, trazem a Portugal milhares de pessoas e profissionais da área de todos os cantos do mundo.

Enquanto marca, o desporto é um eixo no qual a EDP quer continuar a trabalhar, pois a promoção de hábitos saudáveis faz parte da estratégia e valores da empresa. «É, acima de tudo, um momento em que as pessoas se sentem bem e queremos estar perto do público quando passam por essa experiência.»

Na EDP acredita-se que basta estar presente para contribuir para uma evolução. «Contribuímos para o bem-estar de todos os que participam nas provas, fazendo com que a nossa presença lhes proporcione momentos únicos. O que podemos garantir sempre, ao longo de todos os anos, seja em provas em



que já estejamos presentes ou em novas provas, é que marcamos sempre todos os eventos desportivos com muito “boa energia», comenta a mesma fonte.

Como incentivo à participação nas corridas deste ano, a EDP Comercial lançou um passatempo de oferta de dorsais para os seus clientes, que consistiu numa série de desafios que foram lançados dentro do Planeta Zero, na app EDP Zero.

Tratou-se de mais uma iniciativa do Planeta Zero, o programa de sustentabilidade da EDP Comercial que promove e recompensa os comportamentos sustentáveis. Através da app EDP Zero ou no site edp.pt, os clientes da empresa encontram desafios, dicas e workshops ligados à eficiência energética, à redução do desperdício e à protecção do planeta Terra. Por participarem, os clientes ganham Zs que dão acesso a prémios ligados à sustentabilidade.

Com este passatempo a EDP quer alertar para a necessidade de haver comportamentos mais sustentáveis por parte dos consumidores, ao mesmo tempo que incentiva a prática do desporto e hábitos de vida mais saudáveis.

EDP MARATONA DE LISBOA

O balanço da 8.ª edição da EDP Maratona de Lisboa, prova que se realizou a 17 de Outubro deste ano, foi positivo, segundo fonte oficial da EDP. Esta competição, já considerada como uma das mais belas maratonas do mundo, por órgãos de comu-

nicação internacionais, como a “Forbes”, o “Huffington Post” e a American Express, foi já referenciada como “a Maratona que não se deve perder”. Os 42 km decorrem inteiramente à beira-mar/rio, oferecendo aos atletas um cenário único no mundo.

A realização desta prova representou o regresso ao formato físico desta corrida. «Este tipo de provas é o culminar de meses de treino de centenas de atletas que se preparam para estas corridas de estrada. Apesar de termos mantido as provas virtuais, nada se compara à emoção de uma corrida que envolve milhares de pessoas», comenta a mesma fonte.

Na edição de 2021, a EDP Maratona de Lisboa recebeu atletas de vários países, entre eles, Quênia, Etiópia, Uganda, Eritreia e Marrocos e o atleta Andualem Belay Shiferaw fez novamente a proeza de ser recordista desta prova, batendo o seu próprio tempo.

A prova teve um total de 3500 atletas, número imposto pela DGS. Já a Mini Maratona teve 4500 atletas.

As inscrições puderam ser feitas online no site oficial. A Sport Expo realizou-se no Altice Arena. No entanto, este ano, excepcionalmente, a feira não teve stands de patrocinadores. Em conformidade com o plano de contingência da organização, aos participantes foi exigida a apresentação de certificado digital de vacinação ou teste negativo à Covid-19, no acto de levantamento do kit de participação. Por se tratar de um evento com um grande aglomerado de pessoas, houve um maior cuidado, por parte do Maratona Clube, em fazer chegar esta mensagem.

Este ano decorrerá ainda a celebração dos 30 anos da EDP Meia Maratona de Lisboa, que se realiza a 21 de Novembro. «É um dos maiores eventos de atletismo de Portugal que, neste dia, vai reunir um total de cerca de 20 mil participantes», conta o mesmo responsável.

Com um cariz popular e um percurso único à beira do rio Tejo, tem início na Ponte 25 de Abril (o único dia do ano em que é possível percorrer esta ponte a pé), unindo Almada a Lisboa. A prova reúne atletas e participantes de todas as idades, transformando-se num evento verdadeiramente universal.

É uma prova que conta com o apoio da EDP há 25 anos e tem sido a que reúne mais atletas profissionais e também amadores. Quando se fala na EDP Meia Maratona de Lisboa, já todos associam a EDP como a marca que apoia a prova desde sempre.

A edição deste ano é celebrada com o lançamento de um livro que reúne histórias e fotografias de 30 anos de provas. O livro “30 Anos de Histórias” foi escrito pelo jornalista António Simões e conta com o prefácio de Jacinto Lucas Pires (filho de um dos fundadores do Maratona Clube de Portugal, Francisco Lucas Pires).

Já em Dezembro acontecerá a EDP Grande Prémio de Natal, também ainda sob as regras da Direcção-Geral da Saúde, como todas as provas efectuadas anteriormente. «Acreditamos que, mais uma vez, será uma corrida com um espírito muito característico da época que se vive na altura», refere a fonte oficial da EDP.

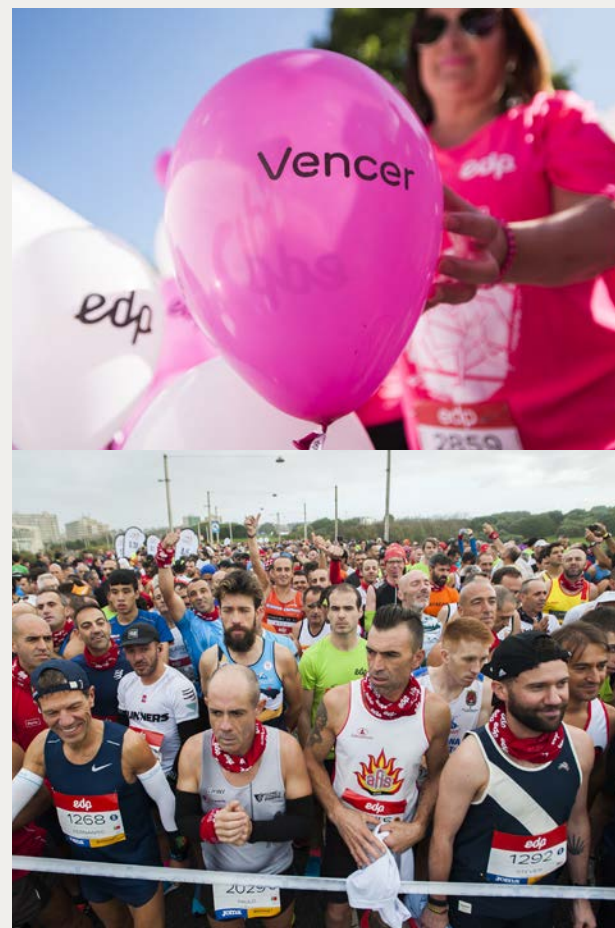
CORRER LONGE DOS OUTROS

A presença da EDP no running durante o ano de 2020 traduziu-se essencialmente na realização de provas virtuais. «Em 2020 foram canceladas todas as provas físicas, no entanto, quisemos continuar a dar oportunidade às pessoas de participarem em várias provas.»

A EDP manteve-se activa, mas com toda a segurança. Para tal, e para que os atletas não parassem de correr, fizeram as corridas virtuais, através de uma app (VRaces MCP) e do site da Run Porto, durante todo o ano de 2020. Nesse contexto realizaram-se a Corrida Virtual de Maio, a Corrida Virtual de Outubro, a EDP Maratona do Porto Virtual e a EDP Grande Prémio de Natal Virtual. Todas estas provas tiveram grande adesão por parte dos atletas.

«Os principais objectivos destas provas virtuais foram motivar e inspirar a comunidade global de atletas, promovendo um estilo de vida activo e saudável, mesmo em momentos difíceis como os que vivemos», comenta fonte oficial da empresa, lembrando que a EDP teve que se adaptar a esse contexto e reinventar a forma de praticar desporto. As corridas virtuais foram uma continuação daquela que tem sido a estratégia da marca nos últimos anos.

No momento em que iniciam uma corrida, os participantes devem activar a aplicação, para registar e validar a sua per-



formance. Também é possível fazer o upload de um ficheiro GPX na página da prova, tendo assim várias oportunidades de comprovar a participação nestas corridas virtuais. Cada corrida tem de ser concluída dentro das datas definidas e numa única “sessão”, não sendo possível fazer pausas ou intervalos durante a participação. Depois de terminada a distância definida, o resultado de cada participante entra automaticamente na tabela de classificação.

A primeira prova física de 2021, no mês de Maio, foi uma com um simbolismo bem especial: a EDP Lisboa a Mulher e a Vida. A prova teve uma boa adesão, com cerca de 5000 mulheres (imposição colocada pela DGS) que, recorda a mesma fonte, «estavam com muita vontade de correr por uma causa e acompanhadas pela sua mãe, amiga ou filha».

Já faz parte do ADN da EDP apoiar esta corrida, que representa todas as mulheres que lutaram ou ainda estão a lutar contra o cancro da mama. «Há 14 anos que nos associamos a esta prova, que serve também um propósito muito importante – alertar para a necessidade de prevenir esta doença.» Ao longo das 14 edições, a participação de 225 mil mulheres nesta iniciativa já permitiu angariar mais de 263 mil euros para iniciativas de responsabilidade social. ■

Dores de correr?

AQUI
PASSA-SE
POR CIMA
DELAS!

Ciente da importância da prática desportiva para a vida dos consumidores, a Jaba Recordati identificou três personas que lhe importa impactar com o seu apoio: Persona jovem, Persona Activa e Persona Senior



O desporto assume um papel de grande importância na vida social de muitas pessoas em todo o mundo, e uma grande fatia da população portuguesa está envolvida no desporto, seja na prática de uma actividade, participação numa associação/clube, ou simplesmente como simpatizante.

«O desporto tende a gerar extraordinárias respostas emocionais nos seus públicos e a lealdade dos fãs é utilizada para criar laços emocionais com as marcas. Por um lado, as organizações desportivas assumem, deste modo, um papel de relevo na sociedade, funcionando como importantes agentes de socialização, que reúnem em seu torno um grupo significativo de pessoas que partilham interesses comuns. Por outro, as empresas perceberam que os seus clientes estão mais disponíveis a consumir os seus produtos ou simplesmente a criar uma simpatia pela marca, quando estão a ver ou a praticar desporto», explica Rui Rijo Ferreira, director de Marketing da Jaba Recordati.

Os praticantes da modalidade de running, em específico, são comunidades activas que se envolvem, criando grupos e desenvolvendo metas e objectivos anuais de participação em eventos desportivos, mas também sociais.

Assim, a Jaba tem diferentes tipos de Persona que “personificam” o seu consumidor. A persona jovem corre por gosto e pratica esta modalidade porque se sente bem e pertence a grupos de pessoas envolvidas com outras pessoas da mesma idade, como grupos de amigos que treinam duas a três vezes por semana. Já a persona activa começou a correr porque tem de estar em forma para se sentir bem e participa nas actividades associadas como eventos e corridas, muitas vezes em família e com amigos. São pessoas que procuram uma solução eficaz e cómoda com resultados rápidos, para manter a sua vida activa cheia de exigências, não só profissionais como também pessoais. E a persona senior que quer estar em forma apesar da idade e continua a praticar running de forma a manter-se activa e participativa na sociedade.

CONQUISTAR ADEPTOS EM PANDEMIA

E se é verdade que o running se tornou moda há uns anos, também o é que ganhou muitos adeptos neste tempo de pandemia como uma prática saudável e económica, que cativa as massas.

Foi e continua a ser uma aposta para a marca TransAct® Lat, entre outras modalidades que apoia. Rui Rijo Ferreira explica: «Os praticantes desta modalidade têm uma maior probabilidade de ter dores musculares na prática corrente, lesões após uma prova, ou até em patologias mais crónicas que necessitam de tratamento eficaz para continuar a prática de uma forma saudável.» O responsável da Jaba Recordati salienta que é usual julgar-se que as dores musculares após o exercício físico são um sinal benéfico, indicador de que o treino foi intensivo, e que dele se obtêm resultados positivos (ganho de massa muscular, perda de peso, etc.). No entanto, estas dores causam desconforto e poderão interferir com as actividades diárias. Nesse con-



texto, o TransAct Lat privilegia os canais e eventos com que o seu público se identifica.

Foi assim que a empresa se associou ao território do running com a marca TransAct® Lat, apostando na campanha “Passa por cima da Dor”. Trata-se de uma campanha que apoiou muitas Corridas do Destak (Linha e Douro) com activações de marca.

“LIBERTA-TE DAS DORES MUSCULARES”

Em 2020, pelas contingências e toda a envolvimento da pandemia da Covid-19, não se associaram a qualquer corrida com as marcas da Jaba Recordati. «A pandemia impactou muito esta actividade de uma forma positiva para a prática do mesmo, pois muitas pessoas iniciaram a experiência de correr ao ar livre como uma forma de liberdade, daí o mote para a Campanha de Comunicação 2020 TransAct® Lat, “Liberta-te das Dores Musculares”; por outro lado, foi menos positivo, pois não houve corridas organizadas condicionando a activação das marcas», recorda Rui Rijo Ferreira.

Mas em 2021 regressaram às corridas de Trail – Ganhar Destak, com as corridas da Costa Vicentina e de Oeiras, no mês

de Outubro. A marca GuronEnergy® esteve presente no Trail das Mulheres (corrida Ganhar Destak) com uma acção de sampling entregue no levantamento do dorsal.

Actualmente, as marcas mais relevantes dentro da Jaba Recordati para a área do running são TransAct® Lat – dores musculares – e GuronEnergy® pelo seu posicionamento de Energia – um Boost de Energia antes de um treino ou uma prova. O director de Marketing defende que apenas através do conhecimento da verdadeira visibilidade do patrocínio, da notoriedade da marca/empresa, do reforço da imagem de marca/empresa e do resultado nas vendas é que uma empresa poderá decidir se opta, ou não, por usar este instrumento de comunicação.

Com a associação a esta modalidade, a Jaba Recordati acredita estar a reforçar os valores de uma marca de confiança: eficácia, comodidade e segurança. TransAct® Lat é uma marca que está presente nos momentos difíceis, de dor, mas também nos momentos bons, como os de concretização de objectivos, nomeadamente nas corridas a que os clientes se propõem fazer, estando lá na chegada à meta!

Daí que esteja nos planos da empresa consolidar parcerias como as Corridas Ganhar Destak no próximo ano, mas também aproveitar as múltiplas e variadas oportunidades que surgem no desporto e que procuram a Jaba para crescer: como o padel, a vela e o surf.

Os objectivos estão bastante claros para a empresa: por um lado, estar junto ao seu público-alvo; e, por outro, incentivar a prática de exercício físico, ou seja, ser percepcionada como uma Marca Saudável e de Bem-Estar.

CORRER PELO CORAÇÃO

A campanha “Correr pelo Coração” é dirigida a profissionais de saúde. Visa envolver os médicos com o propósito de dar o exemplo aos doentes, no que confere à prática desportiva, e, paralelamente, apoiar, através dos quilómetros percorridos, a Fundação Portuguesa de Cardiologia (FPC). Cada quilómetro “nas pernas” são 5 cêntimos para a fundação.

O director de Marketing lembra que a Recordati é uma companhia orientada para a área cardiovascular, e nesta fase de pandemia muitos foram os doentes que não tiveram acesso ao médico, prejudicando a evolução da patologia cardiovascular. Nesse sentido, sublinha, esta campanha visa chamar a atenção do médico para os seus doentes com patologia cardiovascular.

Paralelamente, a empresa tem a decorrer nas redes sociais uma campanha de alertas para os doentes #alertadecoração, que chama a atenção para os principais sintomas da doença cardiovascular e desafia o doente a procurar o médico.

«Com o somatório de ambas as iniciativas pretendemos trabalhar na vertente do médico e do doente, dando um enfoque especial às doenças cardiovasculares e às consequências de um evento, que, com acompanhamento adequado do médico e adopção do doente (alteração de estilo de vida, medicação, etc.), muitos dos eventos cardiovasculares podem ser evitados», explica.



Além disso, «para além de envolver os médicos na necessidade da prática desportiva, a campanha chama a atenção de que eles devem dar o exemplo aos doentes», comenta. É que, apesar de os médicos serem o target principal desta campanha, o desafio é através do médico chegar também ao doente e à necessidade da prática regular de exercício físico.

A monitorização dos resultados da campanha só será feita no final do ano (quando terminar a campanha alerta de coração), mas o responsável vai adiantando que tiveram 39 médicos registados no site Correr pelo coração com registo de quilómetros percorridos e o feedback (junto da equipa de vendas) de valorização da iniciativa. Paralelamente, conseguiram colocar o assunto na agenda de alguns órgãos de comunicação social com artigos da directora médica da Recordati, Thordis Berger, e de Manuel Carrageta (FPC), a chamar a atenção para a patologia cardiovascular e os benefícios da prática desportiva regular. ■

TRANSACT LAT® (FLURBIPROFENO)

Medicamento não sujeito a receita médica, indicado no tratamento sintomático das situações de inflamação musculoesquelética localizada. Deve ser interrompido aos primeiros sinais de rash, lesões mucosas ou outras manifestações de hipersensibilidade. Ler cuidadosamente as informações constantes do acondicionamento

secundário e do folheto informativo e, em caso de dúvida ou de persistência dos sintomas, consultar o seu médico ou farmacêutico. Jaba Recordati, S.A., Av. Jacques Delors, Ed. Inovação 1.2, Piso 0 – Taguspark, 2740-122 Porto Salvo; Tel. 214 329 500; Fax: 219 151 930; www.jaba-recordati.pt; NIF: 500492867.

**CADA PRATO
CADA SACO
CADA VALE
TUDO VALE**

OBRIGADO E ATÉ JÁ.

**DE 27 DE NOVEMBRO A 5 DE DEZEMBRO
CONTRIBUA PARA A CAMPANHA DO BANCO ALIMENTAR.**

**SACO 27 E 28 DE NOVEMBRO
AJUDE VALE - ONLINE 27 DE NOVEMBRO A 5 DE DEZEMBRO**

ALIMENTESTAIDEIA.PT - BANCOALIMENTAR.PT



Bancoalimentar
contra a fome



Fortalecer relações

COM A
COMUNIDADE

As experiências potenciadas pela Tranquilidade junto da comunidade em momentos importantes de superação e satisfação pessoal, como as corridas, criam uma forte ligação emocional que a marca quer que seja duradoura

Promover, enquanto marca, a adopção de hábitos de vida saudáveis e mobilizar a comunidade onde se inserem são os dois grandes objectivos da associação da Tranquilidade ao território do running. Uma presença, de resto, que está também alinhada com a estratégia do Grupo Generali – do qual a Tranquilidade faz parte – de apoio a esta prática desportiva.

Apesar de já ter patrocinado alguns eventos no passado, agora, quase dois anos depois sem actividade na área devido à pandemia, a Tranquilidade decidiu-se por uma aposta maior na sua ligação ao running. Assim, será “naming sponsor” da Tranquilidade Meia Maratona dos Descobrimentos, em Lisboa, no próximo dia 5 de Dezembro. Mais a norte do País, também uma forte presença da marca com a 7.ª Corrida da República Tranquilidade (em Rio Tinto, no mês de Outubro), a 7.ª Corrida Fernanda Ribeiro Tranquilidade (na cidade da Maia) e no final de Novembro e início de Dezembro, na 6.ª Corrida Portucale Tranquilidade e na 4.ª São Silvestre de Gondomar Tranquilidade. «Estamos também a apoiar a Associação de Atletismo de Lisboa», salienta Maria João Silva, directora de Marketing da Tranquilidade.

TRANQUILIDADE MEIA MARATONA DOS DESCOBRIMENTOS

A Tranquilidade procurava um evento emblemático ao qual se pudesse associar como naming sponsor. E tendo a Meia Maratona dos Descobrimentos um historial de sucesso, percursos fantásticos e muitos participantes, os responsáveis acharam que era o evento ideal para ser a aposta principal na área do running. Foi nesse contexto que fecharam um acordo a três anos com a Xistarca, que organiza a prova. «Esperamos que muitos aceitem este desafio e venham participar neste evento.»

Ser naming sponsor da Meia Maratona dos Descobrimentos – que este ano se realiza no dia 5 de Dezembro – é uma grande aposta por parte da empresa, mas também traz enorme responsabilidade perante a sociedade. Esta exposição de imagem de marca sobretudo ao nível de reconhecimento e visibilidade será muito forte e, estando esta parceria potenciada ao longo dos três anos, querem apostar num bom plano de dinamização e divulgação nas redes sociais, blogue e website da marca, esperando ter um retorno muito positivo. «Vamos também envolver a nossa comunidade, os nossos clientes, colaboradores e parceiros, e desafiar-los a participar.»

A corrida destaca-se pela sua localização e diversidade histórica no percurso, uma vez que passa por monumentos emblemáticos que marcam conquistas muito importantes para Portugal, despertando assim também aos participantes o espírito de conquista e de superação de desafio ao longo do trajecto.

Noutra vertente, igualmente importante, destaca-se a componente social, já que uma parte das receitas da corrida irá reverter a favor da SPEM – Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla. A Xistarca está associada ao projecto “EM Força” da SPEM, que consiste numa corrida/caminhada para pessoas



CORRIDAS VIRTUAIS

A pandemia de Covid-19 trouxe como novidade as corridas virtuais. Agora, com o levantamento das restrições, as corridas virtuais estão maioritariamente associadas a corridas presenciais. A Tranquilidade Meia Maratona dos Descobrimentos conta com ambas as modalidades e, claramente, é um desafio muito relevante para a empresa, uma vez que a activação de marca tem de ser adaptada, o que está a acontecer em todos os desportos e modalidades. «Adaptarmo-nos ao digital tornou-se também uma boa prática transversal a todos os sectores e cada vez mais reconhecida pelos consumidores, portanto, para os patrocinadores, é uma forma de explorarem novos nichos/segmentos», confirma Maria João Silva.

com esclerose múltipla, como forma de diminuir os efeitos secundários provocados pela doença. Daqui nasceu a “Corrida para Todos” como forma de criar condições para que a maioria das provas fosse acessível ao nível de percurso. A Meia Maratona dos Descobrimentos conta com a SPEM como parceiro social, desde 2017. Os percursos são para todas as capacidades



e idades, tendo um nível mais profissional com os 21 km, mas também 10 km e as caminhadas ou as corridas para os mais novos, promovendo que todos se envolvam. «O Grupo Generali e a Tranquilidade consideram a sua responsabilidade social corporativa como algo central e, por isso, a vertente solidária da Meia Maratona dos Descobrimentos foi um critério muito importante e natural para nós na selecção deste projecto», explica Maria João Silva.

REFERÊNCIA NA REGIÃO NORTE

Mais a norte, a Corrida Portucale Tranquilidade realiza-se no dia 21 de Novembro de 2021, na Ribeira de Gaia, uma zona de referência da região do Porto e classificada como Património Mundial. Os participantes podem inscrever-se para a corrida de 10 km, caminhada de 5 km e, as crianças, para a corrida de aproximadamente 0,5 km. O trajecto pretende a valorização da articulação harmoniosa das ruas da cidade e promover, além da prática desportiva, a zona das margens do rio Douro. Sendo já uma referência, esta corrida contará com mais de 4000 pessoas.

FORTE LIGAÇÃO EMOCIONAL

A Tranquilidade aposta em dois canais próprios para promover o apoio às provas. No blogue Vida Tranquila a estratégia de artigos centra-se na promoção de hábitos de vida saudáveis e como iniciar uma vida activa no território do running. Já nas redes sociais, a Tranquilidade promove os apoios antes e depois das corridas com publicação de fotografias da presença da Tranquilidade. As provas estão muito acompanhadas pela marca ao longo do trajecto, desde pórticos a lonas, dorsais, painéis, kits de corrida, entre outros.

SEGUROS DESPORTIVOS



A Tranquilidade disponibiliza seguros para quem pratica esta modalidade. Não só para a prática do running, mas também para outros desportos, a Tranquilidade tem o Seguro de Actividades Desportivas/Move It, no âmbito do Seguro de Acidentes Pessoais, que garante a protecção da prática de desporto em segurança. Com protecção extra face aos seguros obrigatórios que as Federações proporcionam aos seus atletas e uma maior segurança para quem também pratica actividades desportivas como amador, este seguro tem um valor de apenas 25 euros por ano.

O retorno para a Tranquilidade passa pela visibilidade da marca e pelo que consegue trazer dessa brand experience, que é o que fortalece a relação da marca com a comunidade onde se insere em todos os momentos de contacto e interacção.

Esta presença em momentos importantes de superação e satisfação pessoal cria uma forte ligação emocional com as marcas, o que ajuda a gerar recordação, satisfação e fidelização.

Para 2022, a Tranquilidade continuará como naming sponsor da Meia Maratona dos Descobrimentos e está ainda a fechar o plano para 2022. «Mas, certamente, a tendência continuará a ser crescermos ainda mais neste desporto.»

Todo um trabalho com o objectivo em «dar maior visibilidade à marca, associando-a a projectos com foco em modalidades desportivas com maior abrangência e onde tenha maior retorno, alcance e impacto, nomeadamente como naming sponsor/patrocinador principal». ■

TRAN
QUILI
DADE



grupo  GENERALI

APENAS
25€
POR ANO

SEGURO ATIVIDADES DESPORTIVAS

- Proteção além dos seguros das Federações
- Maior segurança para quem faz desporto amador
- Indemnização em caso de morte ou invalidez permanente
- Despesas de tratamento incluídas
- Assistência válida em todo o mundo



tranquilidade.pt

Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.
Tranquilidade é uma marca da Generali Seguros S.A.

A MARCA PROMOTORA da hidratação

Presente há mais de 20 anos no running, a Vitalis é hoje a água oficial das principais provas de corrida e maratonas que decorrem em território nacional. Nestes eventos, tem vindo a sensibilizar para a importância da hidratação e manutenção de um estilo de vida activo



A Vitalis é uma marca que está associada, desde sempre, à promoção de um estilo de vida activo, do bem-estar e da hidratação, sobretudo nos períodos de exercício físico em que esta é particularmente importante, quer para atletas profissionais, quer amadores, que têm necessidade de repor os níveis de hidratação durante e após a prática de actividade física. Por essa razão, a ligação da marca ao território do running decorre de forma natural e tem vindo a ser consolidada há mais de 20 anos.

De resto, o posicionamento da Vitalis neste território é claro como a água: sensibilizar para a importância da hidratação, para rotinas, comportamentos e hábitos de vida mais activos e saudáveis. E isso exige um trabalho de comunicação e activação de marca nos vários pontos de contacto com o consumidor, nomeadamente nos eventos desportivos dos quais é a água oficial. Hoje, a insígnia do portefólio do Super Bock Group está presente nas principais corridas que acontecem em Portugal, como a Maratona do Porto, a Meia Maratona de Cascais, a São Silvestre de Lisboa, a Meia Maratona Douro Vinhateiro, entre muitas outras provas organizadas por parceiros nesta área, como a GlobalSport, Runporto, HMS Sports ou Podium.

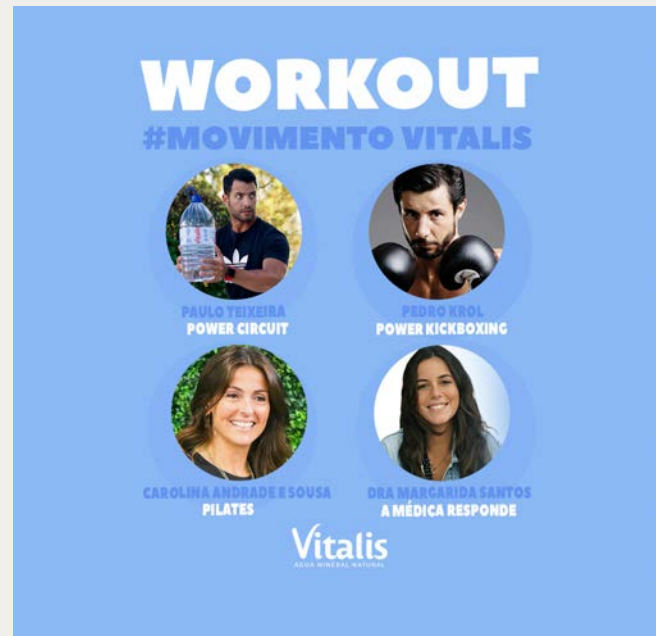
Trata-se, portanto, de uma estratégia que permite à marca cumprir o seu propósito. «Vitalis é uma marca activa e competitiva que faz do desporto o seu território core, e está próxima dos consumidores em momentos que são relevantes no seu dia-a-dia e, em particular, dos atletas (profissionais ou amadores), ajudando-os a manter o seu bem-estar e um estilo de vida activo. É esta identificação com Vitalis que gera valor e reconhecimento à marca», sublinha Vasco Ribeiro, manager Outras Categorias e Mercados Globais do Super Bock Group.

A estratégia da marca de água no território do desporto vai muito além das corridas, contudo, a sua presença nesta modalidade «será a que gera uma maior visibilidade e exposição mediática, considerando as diferentes provas às quais estamos associados e ao facto de ser uma modalidade fenómeno, que atrai milhares de praticantes – e vemos que são cada vez mais», conforme frisa Vasco Ribeiro.

ESTIMULAR O EXERCÍCIO FORA E DENTRO DE CASA

A pandemia de Covid-19 fez com que as provas de corrida e maratonas tivessem sido adiadas, sendo que muitas delas só agora estão a ser retomadas. Como consequência, as activações da Vitalis neste tipo de eventos desportivos também tiveram forçosamente que ser suspensas.

Não obstante, a marca manteve o seu compromisso com a promoção da actividade física e nunca deixou de comunicar activamente junto dos consumidores, ajudando-os a manter um estilo de vida activo, seja através do running ou de outras actividades desportivas. Mesmo durante os períodos de confinamento, «continuámos a desafiar os consumidores para se



manterem activos e a praticarem exercício físico em casa, além de reforçamos a importância da hidratação, incentivando a que fossem feitas pausas durante o dia para beberem água», lembra Vasco Ribeiro.

Esta missão foi levada a cabo através de um conjunto de acções. Ainda em 2020, a marca associou-se ao personal trainer Paulo Teixeira para criar em conjunto a rubrica “O PT responde”, dedicada a esclarecer questões sobre alimentação saudável e hidratação, e a apresentar dicas únicas e personalizadas de treino aos seguidores da marca.

Já este ano, a Vitalis continuou a activar a sua página de Instagram com conteúdos interactivos, em parceria com outros influenciadores na área de bem-estar e saúde para, também eles, fornecerem dicas de treino e/ou hidratação. Além de Paulo Teixeira, colaboraram com a marca a médica Margarida Santos, o instrutor de kickboxing Pedro Kol e a instrutora de pilates clínico Carolina Andrade e Sousa.

O digital e as redes sociais são importantes para que a marca mantenha o contacto permanente com todos os adeptos do desporto, mas, com o regresso das provas físicas, a Vitalis prepara-se também para voltar a realizar acções de activação nas diferentes provas às quais está associada. «Isto significa ter visibilidade nos pórticos e nos diferentes materiais de comunicação, a oferta de águas aos participantes e acções de incentivo à reciclagem de garrafas», detalha Vasco Ribeiro.

Estas acções visam não apenas transmitir mensagens positivas, como também «proporcionar experiências diferenciadas nos diferentes pontos de contacto com o consumidor, pois acreditamos que só assim será possível criar elos de ligação fortes e desafiar para que todos os dias se consiga fazer mais e melhor», reitera.



Em termos de activação de produto, a associação da Vitalis ao território do running tem tido como foco a água Vitalis regular e a gama Vitalis+, cujas águas são fonte reforçada de vitamina D, B1 e magnésio, apresentando assim benefícios funcionais que permitem contribuir para o normal funcionamento do sistema imunitário e aportam grande valor para provas de desporto, como é o caso do running.

Até pela sua abrangência, as acções da marca neste território têm permitido impactar os mais diversos targets de diferentes gerações, desde os consumidores mais jovens aos mais adultos. «Isto significa que podemos estar presentes em provas de diferentes estilos de corrida para crianças e adultos (caminhada, trail, meia maratona ou maratona), como apoiar outras modalidades, além de incentivarmos quem pretende ter, ou já tem, um estilo de vida activo. De facto, somos uma marca que, pelas suas características, impacta diferentes públicos, de várias idades», frisa o manager Outras Categorias e Mercados Globais do Super Bock Group.

Acresce o facto de o running, nos seus diferentes estilos (como a corrida ou a caminhada), ser uma modalidade que tem vindo a registar um aumento de novos praticantes todos os anos – mesmo durante o confinamento, tornou-se opção regu-

lar para muitas pessoas que quiseram manter a prática desportiva ao ar livre –, o que também contribui para alargar a exposição da marca a mais pessoas.

Porém, a estratégia de Vitalis no território do desporto vai muito além do running, uma vez que a marca apoia também o Movimento Paralímpico, através da parceria estabelecida em 2016 com o Comité Paralímpico de Portugal; no futebol, é parceira dos clubes Futebol Clube do Porto e Sporting Clube de Portugal; e apoia diversas federações desportivas (como as de ginástica, ciclismo ou triatlo) e outras entidades organizadoras de eventos desportivos. Desta forma, a Vitalis está associada a diferentes modalidades e tem uma exposição neste território ao longo do ano.

Quanto ao futuro, passa por consolidar este trajecto, que já conta com duas décadas. «A nossa estratégia desenvolve-se a dois níveis, que caminham lado a lado: por um lado, estamos focados em consolidar a nossa presença na área do desporto; e, em paralelo, pretendemos reforçar o facto de sermos a marca promotora da hidratação em Portugal e, como tal, o desporto desempenha nesta matéria um papel essencial, associado ao incentivo de estilos de vida mais activos e saudáveis», aponta Vasco Ribeiro. ■

Vitalis
ÁGUA MINERAL NATURAL



**SEJA QUAL FOR A EQUIPA,
SOMOS TODOS FEITOS DA MESMA FIBRA.**

~~BLACK FRIDAY~~
BLUE
MONTH

COMPRE
3 MESES, UTILIZE 6!

Na E-goi, a ~~Black Friday~~ dura o mês todo! Ao comprar um Plano Pro Trimestral, ganhe três meses grátis.

180 DIAS PARA POTENCIAR O SEU NEGÓCIO COM AUTOMAÇÃO DE MARKETING DIGITAL!

Compre já o seu Plano Pro Trimestral E-goi.

Oferta válida até 30 de novembro.

