

DON'T PANIC CHEGA AO BRASIL

*A empresa britânica **Don't Panic**, focada na difusão de conteúdo e entretenimento jovem, começa a operar em Julho no país, num modelo de sucesso entre anunciantes como Sony, Adidas, Diageo, Nike e Apple.*

Presente em 16 cidades do mundo, a **Don't Panic** começa suas operações no Brasil em julho próximo, adotando no país o mesmo modelo de sucesso que a transformou em alternativa obrigatória para alguns dos maiores anunciantes internacionais.

A **Don't Panic** tem 10 anos de existência e ficou muito conhecida no exterior por unir conteúdo, marketing e arte em seus "pacotinhos" distribuídos de graça para um público qualificado, interessado em cultura, arte, música, comportamento e baladas.

Em cada "pack", o público encontra flyers de shows e eventos culturais, publicações de bolso, amostras de produtos, cartões postais, adesivos, folders e um pôster, peça de resistência de todo o conjunto.

Transformado em hit cultural pop na Inglaterra e outros países, os posters da **Don't Panic** são autorais, com arte sempre criada por designers e artistas do mundo todo, que enviam suas obras para uma competição de caráter permanente, que ocorre no site (www.dontpaniconline.com). Ocasionalmente, a **Don't Panic** convida artistas de renome ou promove campeonatos patrocinados por empresas.

Distribuídos em espaços de arte, lojas, universidades, eventos, baladas e em pontos estrategicamente selecionados, o pacotinho Don't Panic é difusor de um estilo de vida e de comportamento cultural.

Impacto e eficácia para comunicação e o marketing

"A **Don't Panic** tem sido responsável nos últimos oito anos pela difusão de campanhas para o PlayStation, sempre com alta qualidade e eficácia", opina Carl Christopher, da Sony Computer.

A **Don't Panic**, nos países em que opera, atinge um público de 18 a 35 anos de idade de ambos os sexos, das classes AB, interessados em entretenimento, cultura e diversão. Nas pesquisas mundiais da companhia os números desenharam o perfil do seu público preferencial: 71% compram regularmente online, 64% fazem download freqüente de músicas, 76% tem um console de games, 88% saem a noite pelo menos uma vez por semana, 59% fazem gastos com higiene e beleza e 72% vão ao cinema pelo menos uma vez por semana.

"A flexibilidade de presença através dos inúmeros formatos e ações de marketing é o forte diferencial publicitário da **Don't Panic**", avalia Michel Serebrinsky, diretor geral da empresa no Brasil.



www.dontpaniconline.com.br

Agências e anunciantes podem se utilizar da **Don't Panic** para ações promocionais, relacionamento, ativação, lançamentos, fixação de imagem de marca, pesquisas, sampling, entre outras inúmeras possibilidades comerciais.

"Definimos o **Don't Panic** como uma plataforma de distribuição de conteúdo cultural, de entretenimento e publicitário, chamamos assim, devido a variedade de maneiras com as quais podemos trabalhar nossa rede de distribuição e comunidade online." explica o diretor. "Temos também uma área de criação de projetos on demand e de planejamento estratégico para marketing de guerrilha, proporcionando uma estrutura full-service para os clientes e agências que atendemos", complementa.

Marcas como Puma, Sony, Adidas, Nike, Tiffany's, Brahma, Apple, FOX, Armani, Smirnoff, MySpace, Trident, HBO, etc., fazem parte do portfólio de clientes da **Don't Panic**, tendo executado campanhas que vão desde a inserção de banners em seu site, até promoções e campanhas com meses de duração.

Os primeiros pacotes da **Don't Panic** começam a ser distribuídos no Brasil no início de Julho, em 100 pontos selecionados da cidade de São Paulo, por meio de displays na saída desses locais e distribuição mão-em-mão 2 vezes por semana, com uma tiragem de 30.000 unidades.

A empresa realizará também ações especiais pontuais em grandes eventos de moda, semanas universitárias e temporadas de verão ou inverno.

A empresa tem planos de expansão para 2 outras cidades até o final do ano e mais três ano que vem.

Para maiores informações: michel@dontpaniconline.com.br

Tel Com.: 55 11 8259 8264