

# >Media & Publicidade



## Nova rede de rádio europeia

POR: VANESSA CONDE  
vconde@meiahora.pt

Nasceu esta semana uma nova rede de estações de rádio europeias, que deverá começar a funcionar já a partir do próximo mês de Abril. A rede é composta por 16 estações de rádio de 13 países europeus reunidas num consórcio, que incluiu a rádio portuguesa Europa Lisboa e outras sete estações associadas, que irão co-produzir, em simultâneo e diariamente programas que focam a actualidade e as questões sociais da Europa dos 27.

Coordenado pelas estações Deutsche Welle e Radio France Internationale, o consórcio que lidera a rede conta com o apoio

da Comissão Europeia, garantido durante cinco anos e "no mais restrito respeito pela liberdade editorial", garantida pela Carta Editorial da nova rede.

### Um consórcio de 16 estações de 13 países europeus e sete estações associadas vai entrar no ar no mês de Abril

Os programas desta rede europeia comportam blocos informativos diários, entrevistas, debates, programas de fundo e even-

tos transmitidos em directo. Inicialmente, serão difundidos em 10 línguas - alemão, búlgaro, espanhol, francês, grego, húngaro, inglês, polaco, português e romeno - e mais tarde em 23 línguas da União Europeia.

**Maior interação.** As emissões diárias serão interactivas, com uma duração de 30 a 60 minutos. A partir de Julho, esta interactividade será ainda maior, com o lançamento de um portal Internet comum.

Os dirigentes do consórcio, Erik Bettermann, Antoine Schwarz e Jan Hook, sublinharam em Bruxelas "a experiência única" e "o enriquecimento" que esta rede vai trazer à Europa.

## >Entrevista

Francisco Nunes e Sá, presidente da Comissão Executiva da alceap Global Parques, falou com o Meia Hora sobre a renovação da imagem que abrangiu sinalética e comunicação daquela empresa



### Porque é que sentiram necessidade de mudar de imagem?

A alceap Global Parques alterou a sua denominação e logomarca com o objectivo de alcançar uma maior notoriedade na realização dos objectivos estabelecidos. Como consequência, houve a decisão de redefinir a sua estratégia de branding logo para toda a sua oferta.

### Qual é a estratégia desta nova imagem?

A alceap Global Parques definiu estrategicamente utilizar o mesmo logo (da alceap Global Parques) para todos os seus Produtos, sejam eles Parques Empresariais ou Serviços. O objectivo é reforçar uma imagem transversal à empresa, criar maior visibilidade e notoriedade, facilitar a rápida identificação e associação dos produtos à marca alceap e incrementar a divulgação e internacionalização dos produtos.

### Sob que premissas foram pensadas estas alterações no branding?

Em relação às designações dos Parques, a alceap Global Parques apostou em nomes que dessem associações às características fundamentais dos mesmos. No caso do BlueBiz, o Biz associa-se a *business* e dinamismo e o Blue [azul] é uma cor associada a tecnologia, conhecimento e inovação. Para além disso, o Parque está na Península de Setúbal, na Costa Azul, e o próprio azul é uma das cores do logo. No caso da Zilis, apostou-se em não alterar o nome, devido à grande notoriedade já alcançada. Juntou-se apenas Global Parques. Em relação às novas áreas de serviço, apostamos em nomes que identificassem rapidamente o serviço, que ficassem na memória - *Global Finde* e *Global Force*.vc

## >Breves

### >"GQ" tem um novo director

Domingos Amaral é o novo director da revista masculina *GQ*, função até aqui desempenhada por Tony Smith, que sai para abraçar outros projectos no âmbito da Conde Nast. Esta nova admissão do grupo Cofina acontece em simultâneo com uma reorganização da estrutura editorial da Cofina Media, responsável pelas revistas do grupo, no âmbito da qual Manuel Dias Coelho assume o cargo de director editorial da *Máxima Interiores* - cargo que acumulará com as suas actuais funções de director editorial da *Máxima* -, Cristina Belo assume o cargo de directora da *Máxima Interiores* e Catarina Palma assume o cargo de directora da *Rotas & Destinos*.

### >Faltam verbas para arquivo

A Confederação dos Meios de Comunicação Social, que apresenta mais de 600 empresas do sector, recomendou ao Governo que inclua no próximo Orçamento de Estado uma verba para ajudar os *media* a digitalizar os seus documentos históricos. "A RTP tem, no seu orçamento, uma verba para digitalizar o seu acervo e, se existe para a RTP, o Governo devia incluir no próximo Orçamento de Estado uma verba para apoiar os meios de comunicação social a digitalizar documentos", defendeu o secretário-geral da Confederação, citado pela agência Lusa.

## >Press Kit

### >Coleção natural



pensar no que melhor pode vestir.

A pensar na estação quente e na comodidade dos seus clientes, a H&M lançou a coleção Hennes & Mautitz - Organic Cotton, que tem peças para ela e para ele, feitas a

### >Uma silhueta invejável

A Chefaro, líder em programas de emagrecimento, lançou o XL-S Thermo Slim, o novo ritual de emagrecimento capaz de mudar o seu corpo. Assim, perder peso será tão simples como dissolver uma saqueta deste novo produto em água morna, um gesto diário que modificará o seu corpo. Disponível em farmácias e espaços de saúde a partir deste mês.



### >Detalhes

Sejam guerreiras, mães, executivas, donas de casa ou um misto de todas, as mulheres assumem um papel cada vez mais importante na sociedade. Para todas elas, a BoConcept reservou detalhes de bom gosto para que possam marcar a diferença no lar, em qualquer ambiente.



### >Perfeito para peles secas

A Vichy lançou a nova gama de produtos Lipidose Nutritivo, uma linha com dermoglucide regenerador a pensar nas peles secas. É uma fórmula com acção reparadora e apaziguante.



### >Melhores sonhos

A Johnson's Baby lança o "Quarto Bons Sonhos", um novo site destinado aos pais, que oferece conselhos úteis sobre o momento de dormir e apresenta a única rotina do sono, clinicamente comprovada, que ajuda os bebés a terem um sono mais tranquilo.



### >Uma tez perfeita

A Sephora lançou a nova linha Teint&Utilis, uma gama com quatro produtos para a tez e acessórios Sephora Professionnel, que agrupam todos os truques da marca: inovação, perfeição e pericia, quer em termos de textura quer de formulação. A nova gama vem facilitar a vida a todas as afeccionadas do *make-up*.

