

← VOLTAR



Doritos T no Lollap

AVISO SOBRE OS CASES

Todos os cases aqui apresentados pertencem às agências citadas e são maiores e mais complexos do que o resumo apresentado aqui. O portfólio reúne cases vencedores de concorrências, trabalhos encomendados sem concorrência ou concorrências “perdidas” mas com projetos que julgo serem interessantes por diferentes razões. Aproveite!

E caso você tenha participado deste case e queira conversar sobre o assunto, [me escreva uma mensagem.](#)

ENTENDI

A conspiração que explica a cultura pop: todo sinal de triângulo sempre foi um Dorito.

ANO	CASA	CLIENTE	DISCIPLINA
2018	BULLET	PEPSICO	FESTIVAIS: LOLLAPALOOZA

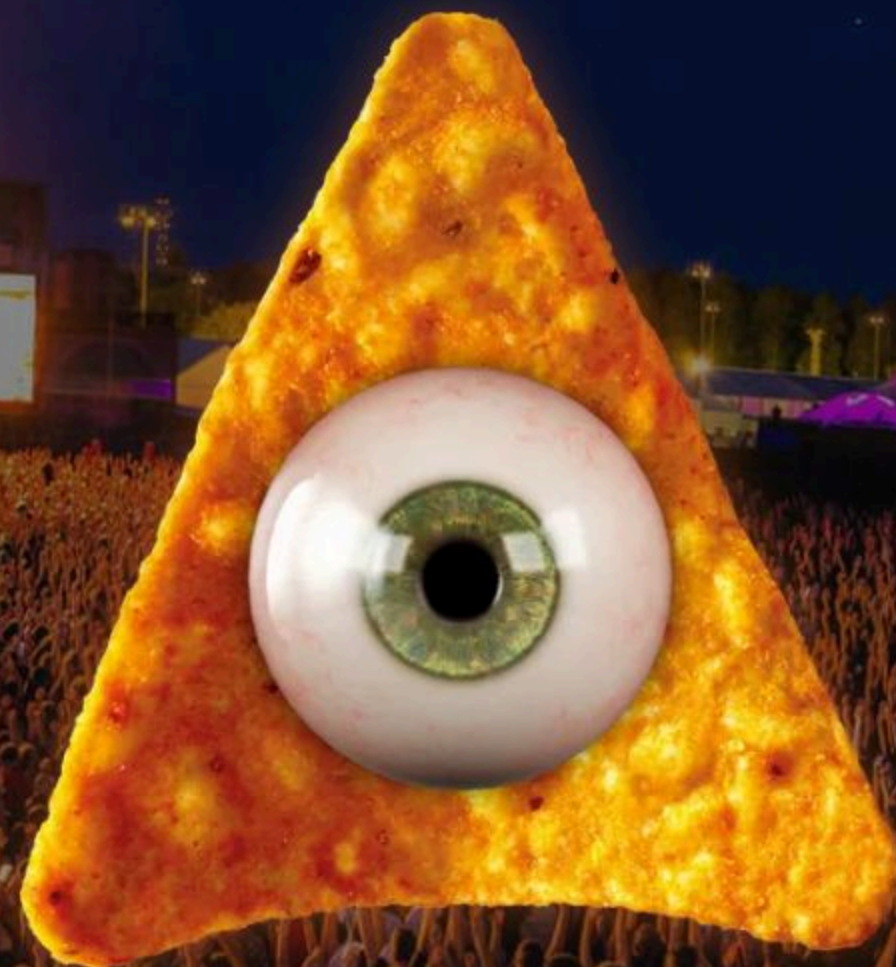
← VOLTAR



Doritos Th3ory no Lollapalooza

A conspiração que explica a cultura pop: todo sinal de triângulo sempre foi um Dorito.

ANO	CASA	CLIENTE	DISCIPLINA
2018	BULLET	PEPSICO	FESTIVAIS: LOLLAPALOOZA



O patrocínio de Doritos no Lollapalooza 2018 pede o que nenhuma marca tem: um segredo.

A Almap criou Doritos Th3ory a partir do número três: **três** lados, **três** sabores, **três** dias. Para a Pepsico, a **proposta da Bullet** transforma esse conceito em uma **ativação de patrocínio de ponta a ponta** no Lollapalooza Brasil 2018.



O DESAFIO

Dar sentido ao 3

Transformar um conceito ainda desconhecido do público em uma experiência que apresente os três novos sabores criados especialmente para o Lolla.

CONCEITO → PRODUTO



O QUE CONECTA PINK FLOYD E O MÁGICO DE OZ?

A ponte cultural

A música é uma linguagem universal. Suas **teorias da conspiração** são a porta de entrada para apresentar os três novos sabores ao público.

LOLLA → MÚSICA



A música sempre alimentou conspirações.

XUXA E O TINHOSO

Reza a lenda que, tocando o **disco da Xuxa ao contrário**, o coisa-ruim aparece: as faixas esconderiam mensagens invocando o demônio.

DARK SIDE OF THE RAINBOW

A teoria diz que Dark Side of the Moon, tocado junto com O Mágico de Oz, **vira a trilha perfeita** do filme. O Pink Floyd sempre negou.

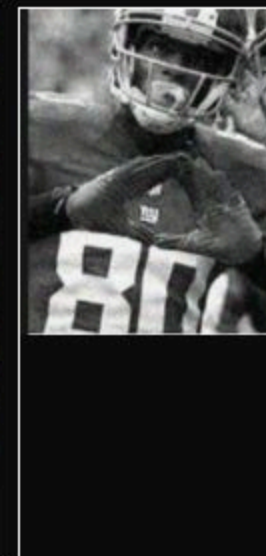
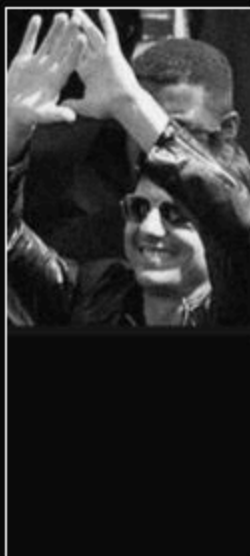
CLUBE DOS 27

Hendrix, Janis, Morrison, Cobain, Amy: gênios da música **mortos aos 27 anos**. Uma idade específica demais para ser só coincidência, dizem.

O SINAL DO TRIÂNGULO

Os maiores artistas do mundo fazem o **triângulo com as mãos** e espalham o símbolo em sua arte. Ninguém explica por quê.

O SINAL ESTÁ EM TODA PARTE



CARREGANDO TRANSMISSÃO

A IDEIA

o símbolo da conspiração sempre foi um Dorito

Beyoncé, Jay-Z, Drake, Rihanna: a cultura pop inteira posa fazendo um triângulo com as mãos, sem explicar por quê. A resposta está à vista. O sinal tem exatamente o formato de um Dorito. Essa é a Doritos Th3ory.



A CAMPANHA

#DoritosTh3ory de ponta a ponta

PRÉ-LOLLA



TH3ORY SIGNS

O movimento começa com um convite a influenciadores para postar **fotos com o sinal de Doritos** e a hashtag da ação.



CHOQUE DE TEORIAS

Um **mockumentary**, **documentário satírico**, apresenta teorias da conspiração obscuras e conduz o público à próxima ação.



TH3ORY FOLLOWERS

Para participar, basta postar uma foto com o sinal e a #DoritosTh3ory e marcar dois amigos. O engajamento soma pontos no ranking. São **900 ingressos do Lolla** para os melhores posts, em formato aprovado pela Caixa.



PORTAL BOLD TH3ORY

Pirâmides de neon espalhadas pela cidade trocam o sinal feito com as mãos por Doritos e chance de ingressos na hora.



A CAMPANHA

#DoritosTh3ory de ponta a ponta

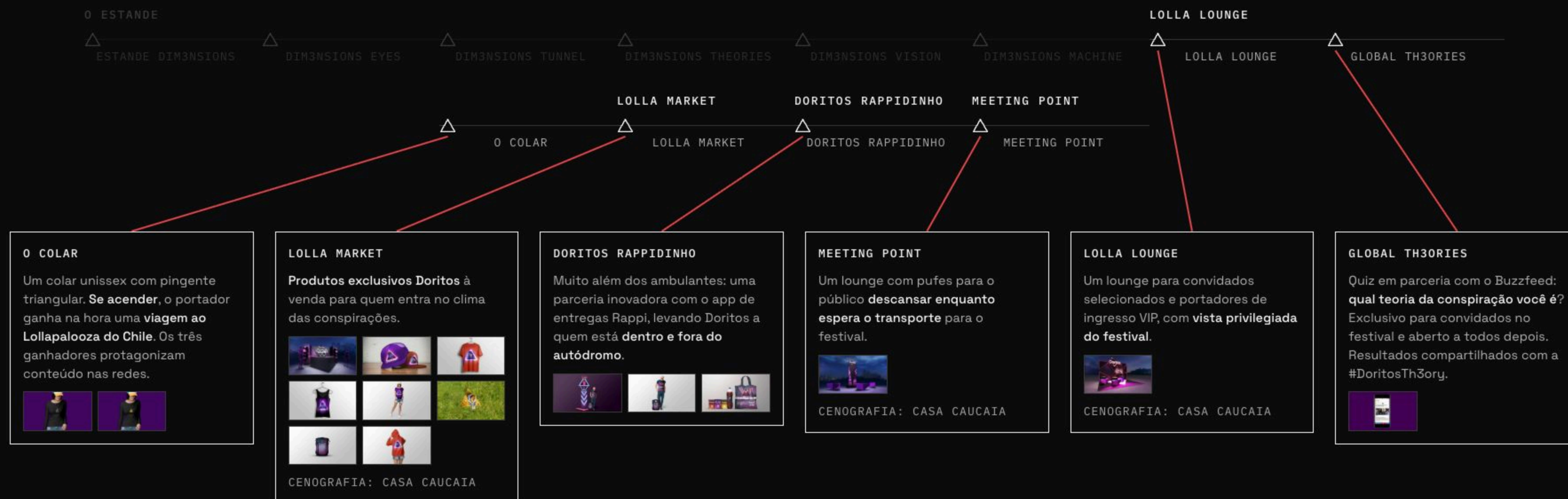
NO Lolla 1/2



A CAMPANHA

#DoritosTh3ory de ponta a ponta

NO LOLLA 2/2

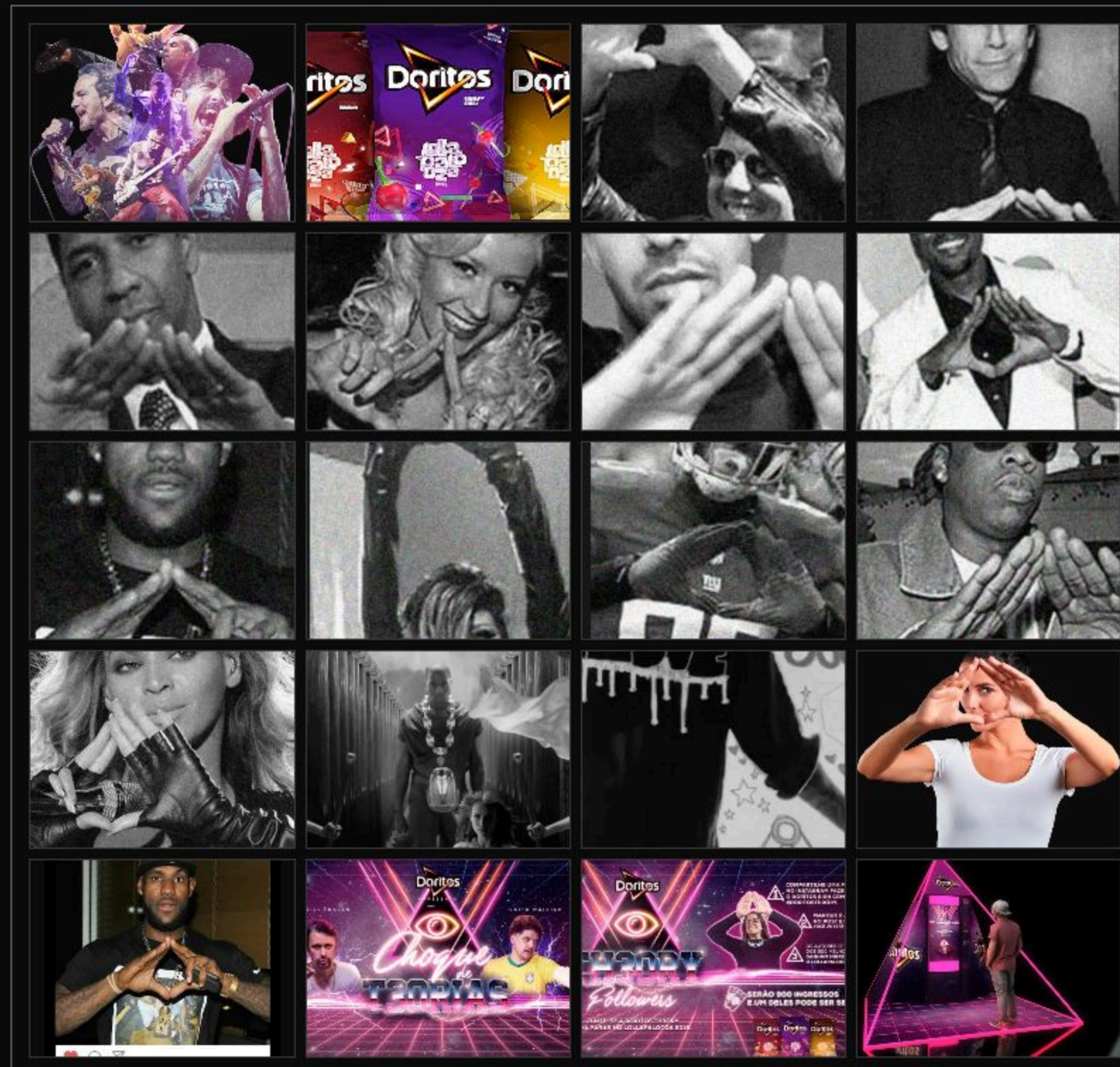


A JORNADA DA CAMPANHA



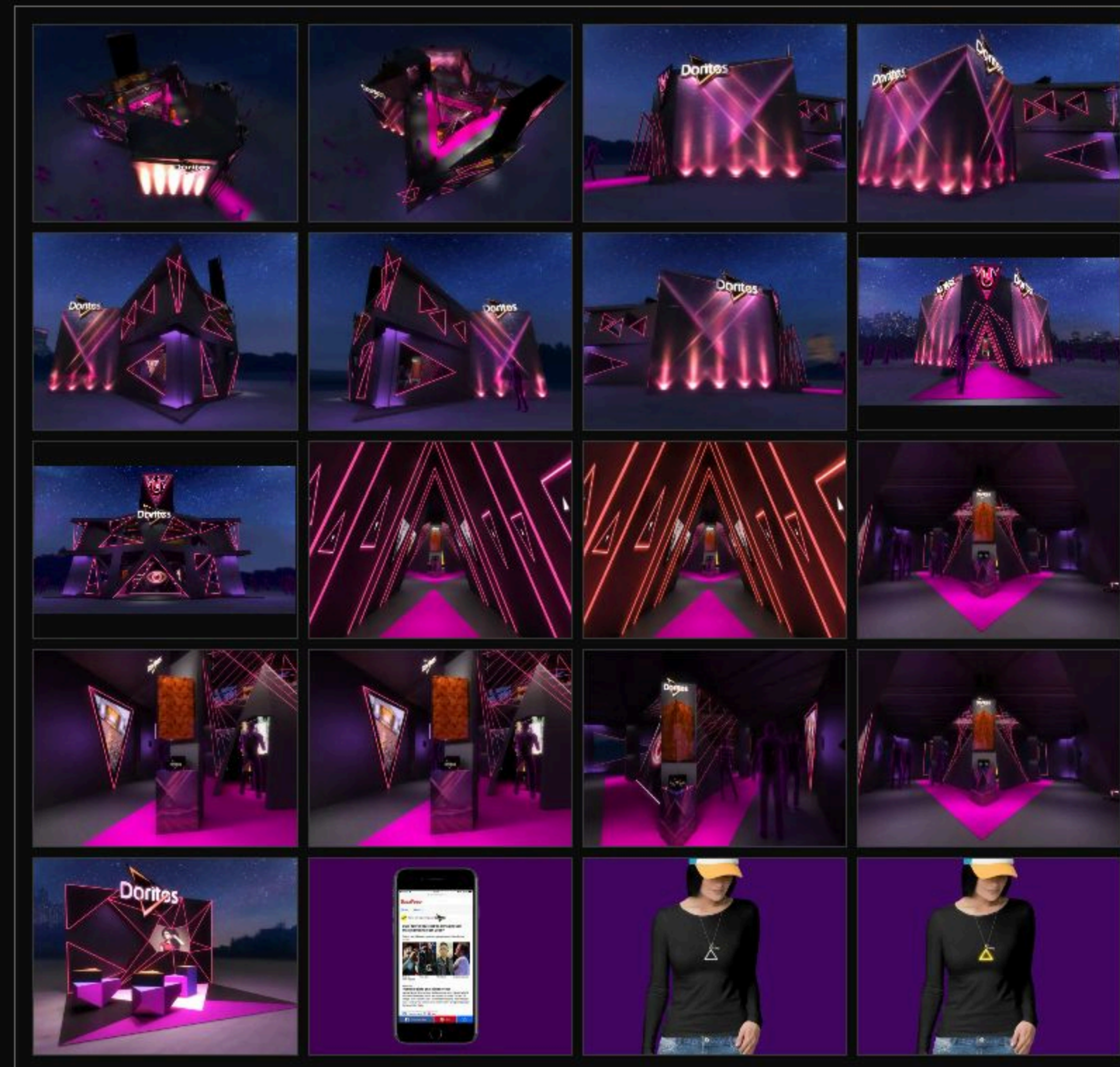
Doritos Dim3nsions: a campanha completa

Do primeiro sinal misterioso à máquina que só atende ao triângulo feito com as mãos: cada peça da campanha é pensada para tornar um Dorito o símbolo mais comentado do Lolla.



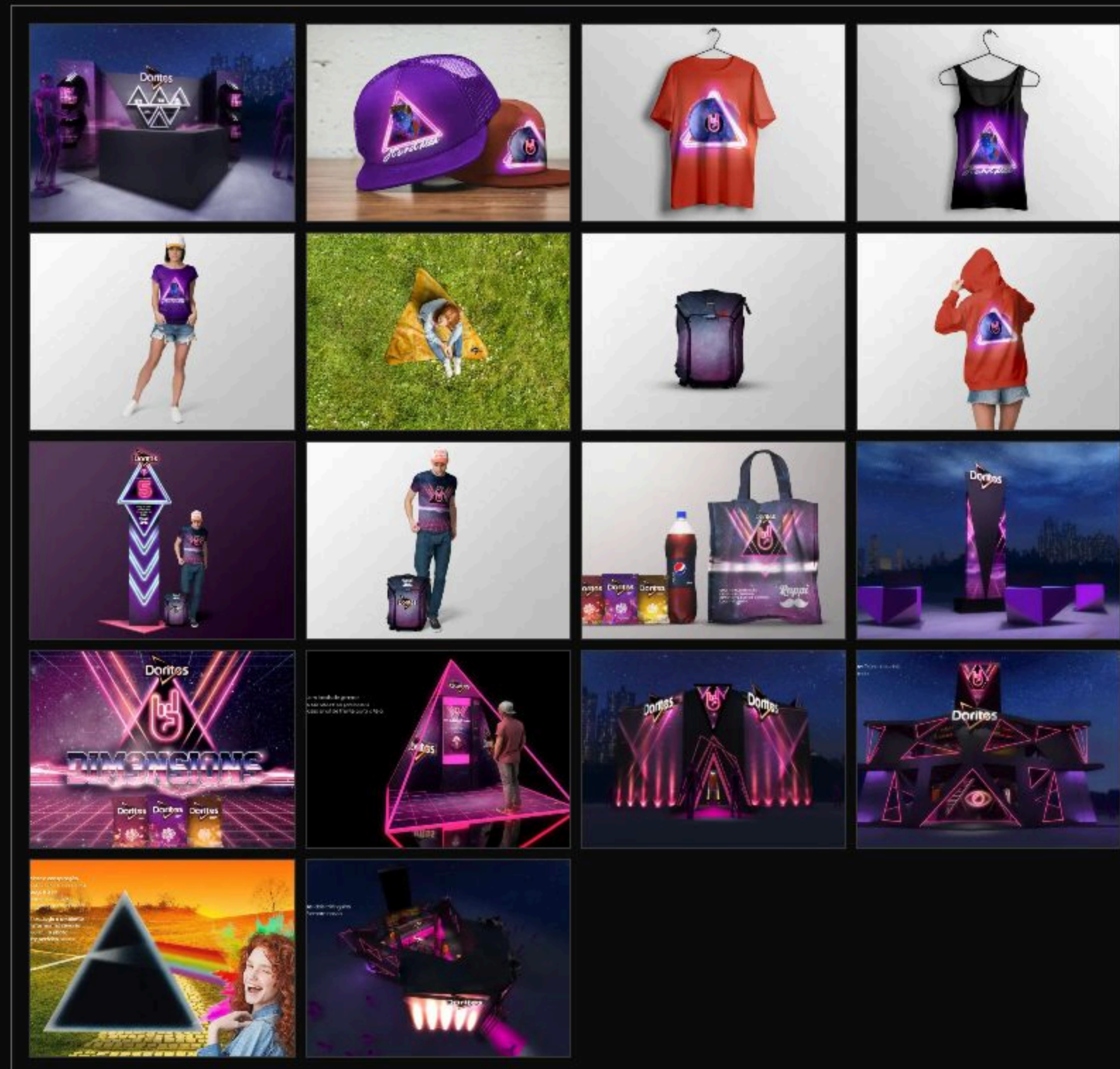
Doritos Dim3nsions: a campanha completa

Do primeiro sinal misterioso à máquina que só atende ao triângulo feito com as mãos: cada peça da campanha é pensada para tornar um Dorito o símbolo mais comentado do Lolla.



Doritos Dim3nsions: a campanha completa

Do primeiro sinal misterioso à máquina que só atende ao triângulo feito com as mãos: cada peça da campanha é pensada para tornar um Dorito o símbolo mais comentado do Lolla.



A ESCALA

 46 DIAS DE CAMPANHA	 18 AÇÕES ENCADEADAS	 900 INGRESSOS NA PROMOÇÃO	 274 m² DE ESTANDE, EM DOIS PAVIMENTOS	 6 TEORIAS DA MÚSICA NO PORTAL
--	--	--	---	--

MONTE SEU DORITOS



Uma campanha para levar a seita além do festival.

A proposta conecta **18 ações em 46 dias** para inserir Doritos na **subcultura do Lollapalooza**. As experiências buscam engajar tanto o público no autódromo quanto quem está **fora do festival**.