

Campanha da Amil contra a obesidade infantil é campeã de acessos

Rio de Janeiro, RJ (dezembro de 2016) - O vídeo da campanha 'Eu Digo Não', da Amil, que alerta os pais para a necessidade de impor limites aos pequenos quando o assunto é alimentação, foi um dos 10 mais vistos pelos brasileiros no YouTube em 2016, entre campanhas publicitárias, segundo o ranking YouTube Ads Leaderboard. A Amil foi a única empresa de saúde a entrar na lista, após o vídeo alcançar 14 milhões de visualizações. O conteúdo faz parte do movimento Obesidade Infantil NÃO, iniciado pela empresa em 2014, com o objetivo de despertar a atenção da sociedade brasileira para a epidemia da doença no país.

Neste ano, a agência Artplan produziu um minidocumentário para as redes sociais com relatos reais de crianças sobre as artimanhas que elas usam para convencer os adultos a deixá-las comer o que querem. Ao assistirem à gravação, os pais revelam, em frente às câmeras, as dificuldades que enfrentam no dia-a-dia para impor limite aos filhos. A versão de 30 segundos, veiculada também na TV, foi a que mais chamou a atenção nas redes sociais. Complementou a campanha uma série de vídeos com orientações de Tania Zagury, mestra em Educação.

Assista ao vídeo: www.youtube.com/watch?v=7NL70d1Hdxc

Mais informações:

Relações com a Imprensa - Rio de Janeiro
Amanda Barbosa
amabarbosa@amil.com.br
+ 55 (21) 3805-1179 | (21) 99878-0162

Relações com a Imprensa - São Paulo
Maria Selma dos Santos
mariasantos@amil.com.br
+ 55 (11) 4197-1160 | (11) 97546-7519