

# Sony amplia leque de canais para vendas publicitárias

A divisão de vendas publicitárias da Sony Pictures Television International passa a responder pela comercialização dos espaços publicitários de mais três canais de TV por assinatura: Casa Clube, HBO e Cinemax. Com isso, a Sony fica com nove canais em seu portfólio. "Temos um grande leque de produtos, canais que podem atender todos os públicos", diz Alberto Niccoli Jr., que acaba de ser promovido de diretor a vice-presidente do escritório brasileiro.

Agora no posto de principal executivo da empresa no País, Niccoli é o primeiro a assumir tal



Niccoli: expectativa de crescimento

cargo na SPTI, onde está desde 2001. Antes disso ele pertencia à área de vendas publicitárias

da programadora HBO, e migrou para a Sony a fim de montar o primeiro escritório de comercia-

lização da companhia, começando pelos canais Sony e AXN.

"O bom desempenho da equipe, ao lado de resultados de faturamento satisfatórios, nos colocou em uma vitrine especial nesse mercado", afirma o profissional, que dessa maneira conseguiu trazer para sua seara o canal E! Entertainment Television (sobre celebridades e bastidores de filmes e programas de TV) em 2004.

No ano seguinte o escritório passou a comercializar também os canais A&E, The History Channel, Animax e MGM. As aquisições contribuíram para

que, em 2006, o departamento tivesse crescimento de 25% em seu faturamento nacional, do qual o canal Sony tem a maior participação.

O novo vice-presidente espera que neste ano, contando com uma ampla expansão da base de assinantes de TV por assinatura, o desempenho do escritório de vendas publicitárias seja muito bom. Não há expectativa da entrada de mais canais no grupo, com exceção do Biography, que em 2007 ainda não deve estar aberto para comercialização.

REBECA DE MORAES