Olimpíadas atraem patrocinadores
Sheila Horvath

As Olimpíadas de Pequim serão realizadas em agosto, mas a movimentação dos patrocinadores globais já está a todo vapor. Alguns deles são presença garantida no evento há muitos anos, como a Coca-Cola, que está ao lado dos Jogos desde Antuérpia, em 1928, e a rede de restaurantes McDonald's, presente na vila olímpica há sete edições e como patrocinador do evento desde 1976.

Para Pequim, a rede levará consumidores de todo o mundo para acompanhar os jogos. "Eles ficarão em Pequim de quatro a cinco dias", conta o gerente de marketing do McDonald's Brasil, Roberto Gnypek. O executivo revela também existir um formato global definido pela matriz da companhia, mas cada país promove e idealiza o modo essa ação será realizada. No caso da América Latina, a criação e o desenvolvimento da estratégia para Pequim serão feito pelo Brasil. "Há um alinhamento na estratégia de comunicação da América Latina", afirma o executivo.

Todas as ações para ativar a promoção serão feitas na região pela The Marketing Store. Já a criação da imagem da campanha e a vinheta para a TV, veiculada em TV por assinatura, são assinadas pela Taterka. As atividades de internet, muito exploradas pela empresa em virtude do público-alvo escolhido - adolescentes de 10 a 16 anos -, estão sob a responsabilidade da CDNI.

"O projeto Olimpíadas de Pequim está dividido em três fases", conta Gnypek, Na primeira, que durou de outubro de 2007 a fevereiro deste ano, o objetivo foi comunicar ao consumidor que a marca é uma das patrocinadoras do evento. "Nesta segunda fase, o objetivo é construir uma conexão emocional entre os jovens, passando os valores da marca e os ideais olímpicos", diz Gnypek. A terceira fase não foi revelada pelo executivo.

O investimento do McDonald's Brasil na campanha é de R$ 20 milhões, o que representa 17% da verba anual de marketing e 22% do investimento em mídia da rede neste ano. Os investimentos globais não foram revelados. O concurso cultural, chamado de "Jogos Olímpicos? Tô Dentro", vai escolher três brasileiros. Para participar é preciso enviar um trabalhos artístico sobre as Olimpíadas. Os trabalhos estarão no site e os vencedores serão escolhidos pela audiência da internet. "Tivemos a participação de um milhão de pessoas na última promoção realizada durante a Copa do Mundo da Alemanha. Nossa expectativa é ultrapassar essa marca", afirma Gnypek. A lojas do McDonald's no Brasil recebem cerca de 1,6 milhão de pessoas por dia.

Além da promoção com os consumidores, há também a escolha de dois funcionários das lojas brasileiras que irão para a unidade da rede instalada na vila olímpica. "Cada país em que a empresa está presente colabora com dois funcionários", conta o executivo. Segundo o Comitê Olímpico Internacional (COI), os atletas fazem 25% de suas refeições no restaurante. Já seguindo um conceito adotado na Copa do Mundo de Futebol, será montado um cardápio especial inspirado nos Jogos Olímpicos.

Outra empresa patrocinadora dos Jogos Olímpicos de Pequim é a Coca-Cola. "Tudo começou em Antuérpia, em 1928", conta o diretor de marketing da Coca-Cola do Brasil, Ricardo Fort. "A companhia assinou recentemente um contrato com o COI que garante o patrocínio até 2020", completa o executivo.

Embora não revele o valor da verba aplicada nas ações, Fort explica que os jogos olímpicos de Pequim serão um dos eventos mais importantes para a marca este ano . "A estratégia prevê uma série de ações não só com a marca Coca-Cola como também com outras marcas da companhia, nos diferentes meios de comunicação com o consumidor, passando pela TV, internet, pontos-de-venda e outros", afirma.

A exemplo do McDonald's, por se tratar de uma companhia global, a comunicação da empresa está alinhada e, na América Latina, a criação e o desenvolvimento das ações ficam no Brasil. A publicidade está nas mãos da McCann Erickson, e a estratégia de internet com a Gringo.

"As olimpíadas são um evento importante para a marca pelos valores de superação e otimismo que transmitem às pessoas, o que está em sintonia com o conceito da companhia", diz Fort.

Empresas como Kodak, Visa e Adidas também são patrocinadoras globais dos Jogos Olímpicos de Pequim.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 17 mar. 2008, Comunicação, p. C8

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.