

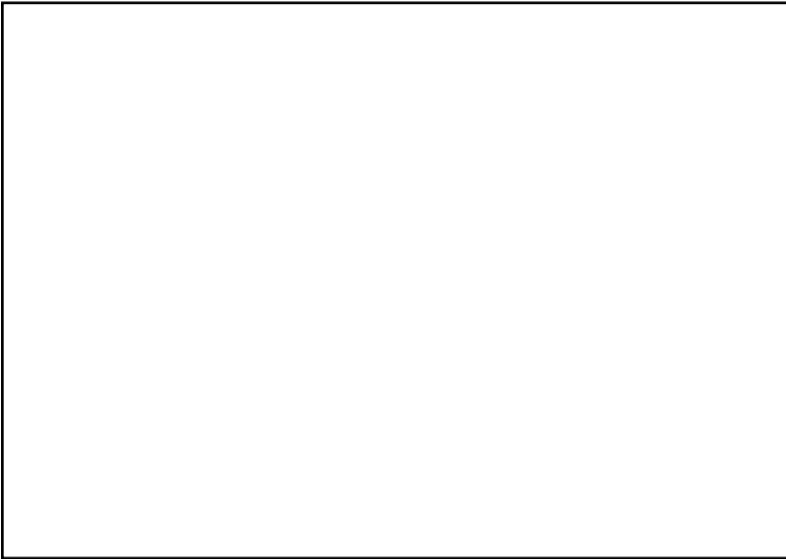
Speed Racer, campeão de licenciamentos

Longa-metragem chega aos cinemas nacionais tendo contratos com ao menos 18 empresas

FÁBIO SUZUKI

Antes mesmo de chegar aos cinemas brasileiros, o filme Speed Racer já pode ser considerado um sucesso. Pelo menos em relação aos contratos realizados pela Warner Bros. Consumer Products (WBCP) — divisão de licenciamento da Warner Bros. —, que detém os direitos da produção norte-americana, avaliada em US\$ 100 milhões. Com estréia prevista para o dia 9 de maio, o longa-metragem é uma adaptação do desenho animado criado por Tatsuo Yoshida na década de 60 e que fez sucesso em vários países com as aventuras do jovem e audaz piloto de corrida Speed Racer. Até o momento, já são 18 empresas de diversos segmentos que vão utilizar a imagem do personagem em produtos e ações de marketing que devem se estender até o início de 2009. Os acordos superam em 30% o faturamento de pré-venda previsto no orçamento inicial.

“O Brasil é um mercado-chave, com altíssimo recall dessa marca, que foi acompanhada por mais de uma geração. Por isso que nossas expectativas



em relação ao filme e às ações atreladas a ele são muito grandes”, afirma Marcos Bandeira de Mello, gerente geral da WBCP. Simultaneamente ao filme Speed Racer, chegam ao mercado brasileiro produtos licenciados que vão de brinquedos e material escolar até alimentos e artigos para festas (ver quadro com a lista).

De acordo com Mello, três períodos concentrarão as vendas ao longo dos próximos dez meses: lançamento do filme, datas comemorativas, como

Dia das Crianças e Natal, e na volta às aulas, nos meses de janeiro e fevereiro de 2009. Uma das ações promocionais de divulgação do filme é a exposição de uma réplica do carro Mach 5 — pilotado pelo personagem Speed Racer na série — em diversos shoppings onde a produção será veiculada e em provas do campeonato de automobilismo Stock Car.

PATROCÍNIO

Nas corridas do filme, Speed Racer terá a concorrência da

Lista de licenciados Speed Racer	
Licenciado	Categoria
Arcor	Alimentos e bebidas
Brinquedos Bandeirantes	Brinquedos
Buettner	Confecção
Candide	Brinquedos
Chamix Importação e Exportação	Papelaria
Conthey Com. Ind. Ltda.	Brinquedos
Copag	Brinquedos
Distribuidora Sulamericana Imp. Exp. Ltda.	Brinquedos
Editora Abril	Publicações
Grow Jogos e Brinquedos	Brinquedos
Indústria Gráfica Foroni Ltda.	Papelaria
M. Agostini	Linha escolar
Mattel	Brinquedos
Molin do Brasil Com. e Distribuidora	Linha escolar
Pacific Imp. Exp. Comércio	Linha escolar
Pepsico do Brasil	Promoções
Plenitude Com. Ind. de Artigos	Artigos para festas
TDB Têxtil	Confecção

Fonte: WBCP

equipe Petrobras Bioenergy. A iniciativa é uma estratégia de marketing da estatal petroleira para ter sua marca divulgada em todo o mundo. Além do carro adesivado, a companhia terá

exposição no longa-metragem com painéis ao longo dos mirabolantes circuitos que caracterizam a série. Para fazer parte da produção, a companhia investiu cerca de R\$ 3,6 milhões.

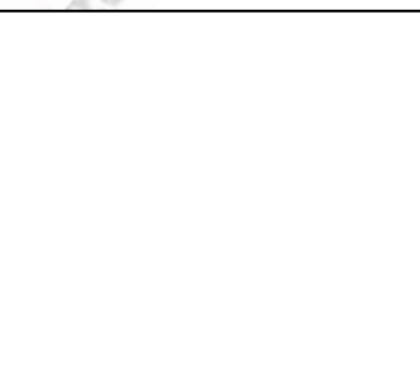
Hipismo ganha show em São Paulo

São Paulo será pela segunda vez um dos locais de encontro do melhor do hipismo mundial. Mas desta vez, além de contar com apenas mais uma etapa do Global Champions Tour, o Athina Onassis International Horse Show foi escolhido para sediar a final do torneio. As provas acontecerão na Sociedade Hípica Paulista, entre os dias 8 e 12 de outubro.

“O evento foi considerado a melhor etapa das que foram realizadas em 2007. Por isso, foi escolhido como a grande final da disputa”, conta André Beck, da Sportcom, responsável pela coordenação geral e organização esportiva do campeonato, idealizado pelo cavaleiro Doda Miranda. Além disso, a etapa vai receber a maior premiação da história do hipismo: cerca de US\$ 2,8 milhões.

O torneio, que receberá investimento de cerca de R\$ 14 milhões, terá toda sua concepção e realização feita pela agência Aktuel psva. “São cerca

de 700 profissionais envolvidos na montagem de toda a estrutura que permanecem cerca de 50 dias dentro da Hípica. Neste ano realizaremos melhorias e mudanças nas rotas, alterações importantes do planejamento operacional de todo o evento”,



conta Rodrigo Rivellino, diretor-presidente da agência.

“Concretizar um sonho é difícil. E em 2007 tivemos 34 patrocinadores que acreditaram nesse sonho. Nosso principal desafio para este ano é trazer empresas novas para o evento”, conta Daniela Zurita, da DZ Eventos, responsável pela

comercialização e marketing do Athina Onassis International Horse Show — neste ano, “legendado” como AOIHS.

A Nestlé, novamente, será uma das patrocinadoras máster do torneio. CN e CN WorldWide são os patrocinadores globais.

Para este ano, Gerdau, Mapfre Seguros, Suvinil, Luft Logistics, De Nadai, Serasa, Rolex e Hotel Hilton, além da Prefeitura de São Paulo, são os patrocinadores confirmados. Os anunciantes ainda encontram cotas em diferentes categorias — máster, platinum, gold, silver e apoios. Os valores variam entre R\$ 220 mil e R\$ 2,2 milhões.

O Global Champions Tour é transmitido pelos canais Eurosports para cerca de 60 países em todo o mundo. No Brasil, o Sportv vai transmitir todas as etapas, ao vivo ou em reprise, antes da decisão, que, como em 2007, deve ter cobertura completa do canal durante seus cinco dias de realização.

RENATO PEZZOTTI

Anúncio