ABEDESIGN E APEX promovem design brasileiro no festival de Cannes

Heloísa de Oliveira

Com o objetivo de mostrar a força e relevância do design brasileiro ao mercado mundial, a Abedesign (Associação Brasileira de Empresas de Design) e a Apex (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) promovem uma série de ações durante a 56ª edição do Festival Internacional de Publicidade de Cannes. A estratégia já foi iniciada, uma vez que, graças ao esforço de ambas as entidades, o Brasil obteve um número expressivo de trabalhos inscritos em Design Lions neste ano: 130 peças, provenientes de 30 empresas do setor.

"Nós e a Apex firmamos um convênio com foco no fomento do negócio brasileiro de design no exterior. Com o incentivo, conseguimos alcançar o número de 30 delegados inscritos", salienta Luciano Deos, presidente da Abedesign. O investimento na ação totaliza R$ 2 milhões, sendo R$ 800 mil subvencionados pela Apex. "Não queremos só ganhar prêmios, mas, sim, mostrar a força do setor no País e posicioná-lo como um importante player mundial", completa Juarez Leal, coordenador da Unidade de Projetos da Apex-Brasil.

Apesar do bom desempenho do Brasil na categoria em 2008, ano em que foi criada, o País contou com apenas 48 peças inscritas, de oito empresas, e a presença de um delegado. A expectativa, segundo Deos, é de que o País conquiste seis Leões, o dobro do ano passado. "Dedico 90% do meu tempo a esse projeto, estou muito feliz e otimista. Tenho certeza de que essa participação em Cannes será totalmente benéfica para o setor e trabalharemos para conseguir posicionar o design no mesmo patamar da publicidade brasileira", afirma.

A fim de criar um ponto de encontro no festival, será instalado um estande de 24 metros quadrados no corredor central do Palais de Festivals, com exposição multimídia e terminais com acesso aos sites das empresas brasileiras. A ação inclui, ainda, a veiculação de um encarte de folder da associação na bolsa dos cerca de 10 mil delegados presentes; inserção publicitária em todas as edições do Daily Lions, jornal oficial do evento; anúncio no Book oficial do festival; agenda de relacionamento com formadores de opinião; e um workshop que abordará o design dos países emergentes na atualidade. O conceito visual do espaço, bem como dos materiais impressos, foi elaborado em parceria com a Tátil Design.

OLIVEIRA, Heloísa de. ABEDESIGN E APEX promovem design brasileiro no festival de Cannes. **Portal da Propaganda**, maio 2009. Disponível em: <http://www.portaldapropaganda.com>. Acesso em 25 maio 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais