

Mais uma conquista brasileira

Alexis Thuller Pagliarini

Acabo de receber o e-mail da organização do Cannes Lions Festival confirmando a inclusão do workshop "Sports Power" na programação do evento de 2010.

O workshop é mais uma iniciativa que liderei, em nome da Ampro, e que garante mais uma vez a presença da instituição no maior festival de comunicação e marketing do mundo. A proposta do workshop, que será apresentado no dia 22 de junho, às 12h30, no espaço de workshops do Palais, é tratar da força do esporte na geração de ações de marketing e na dinamização da economia, de uma forma geral.

Na defesa, exploramos o momento Brasil na área esportiva, potencializado pelos megaeventos Copa do Mundo de Futebol de 2014 e Olimpíadas de 2016, o que nos dá autoridade de falar do assunto com propriedade. Além da minha participação, como coordenador e responsável pela abertura do workshop, a agenda prevê as apresentações de Rodrigo Rivelino, presidente da Aktuell; Luciana Feres, diretora de marketing da Coca-Cola e representantes dos comitês de organização da Copa e das Olimpíadas no Brasil.

Rodrigo pretende mostrar que o Brasil não é só o País do futebol e levará cases de hipismo – Athina Onassis Horse Show e motonáutica Class I, demonstrando não só a diversidade de modalidades do marketing esportivo, como também o potencial de eventos deste tipo na geração de ações "gravitacionais" ou paralelas. Luciana (que já participou do primeiro workshop organizado pela Ampro em 2008 no festival, que comento mais adiante) levará cases da Coca-Cola em torno dos megaeventos Copa e Olimpíadas.

Sem dúvida, se há uma empresa com autoridade para falar de atuação promocional vinculada a esses eventos, é a Coca-Cola. Os representantes da organização da Copa e das Olimpíadas no Brasil ainda não estão definidos. A conquista de incluir mais uma vez o marketing promocional brasileiro, por intermédio da Ampro, no Cannes Lions consolidou-se no momento em que eu e Guilherme Almeida Prado, presidente da entidade, estivemos com o ceo do festival, Philip Thomas, por ocasião da sua vinda ao Brasil, no início do mês passado.

Naquele encontro, organizado pelo Estadão, representante do festival no Brasil, tivemos oportunidade de entregar nossa proposta e argumentar pessoalmente com Thomas, que imediatamente demonstrou interesse. Depois de trocas de e-mails e telefonemas com os coordenadores das atividades paralelas do festival, obtivemos finalmente o ok.

Agora é trabalhar para montar uma apresentação à altura do evento. A apresentação do workshop, em si, deve ser encarada, não como um fim, mas um meio poderoso de destacar o tema (A força do esporte), principalmente no momento em que temos como pano de fundo a realização dos mais importantes eventos esportivos do mundo em nosso País.

A exemplo do que fizemos em 2008, quando organizamos o workshop "Giving is Taking" que destacou a força do gifting (ato de "presentear" para dinamizar negócios e fidelização), pretendemos realizar ações derivadas do workshop "Sports Power!", antes, durante e depois do festival. Mais do que focar a plateia de aproximadamente uma centena de pessoas, que deverão estar presentes no Palais, devemos encarar o workshop como um catalisador das discussões em torno do tema no Brasil.

Dentre as atividades planejadas, está a realização posterior de apresentações nas cidades onde a Ampro mantém diretorias. A entidade deverá ainda realizar outras atividades relacionadas ao Cannes Lions Festival e à categoria Promo Lions. A primeira delas, planejada para os próximos dias, será um encontro do jurado brasileiro na categoria Promo Lions deste ano, Marcos Lacerda, da Momentum, e o do ano passado, Marcelo Heidrich, da Ponto Brand, com as agências brasileiras de marketing promocional.

Durante o festival, pretendemos organizar encontros com os empresários e criativos do setor para fazer uma espécie de "predictions", logo após o anúncio da short list. A Aktuell também

está criando atividades de divulgação do workshop em Cannes. E, após o evento, realizaremos um road-show pelo Brasil.

O WTC Business Club, do qual sou vp, se integrará ao esforço de dar mais "quilometragem" à atividade, levando-a à discussão nos seus comitês e atividades especiais. É isso aí! Por enquanto, a comemoração de mais esta conquista, mas depois vem muito trabalho para cristalizá-la.

Fonte: Propmark, São Paulo, 19 abr. 2010, p. 6.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais