

Mídias sociais colaboram para o sucesso

Segundo a Panini, 10 milhões de pessoas têm contato pelo Twitter e Facebook por causa do produto

Diferente de outros anos, a diversão de colecionar as figurinhas da Copa do Mundo atingiu não apenas crianças e adolescentes como também os adultos. O que se via anteriormente em intervalos nas escolas hoje ocorre dentro das empresas, onde muitas adotaram pausas durante o expediente para os funcionários trocarem os cromos que faltam para completar o álbum. Segundo a Panini, a explicação para a febre em relação à coleção deste ano pode estar nas novas formas das pessoas se relacionarem através da internet.

“Esse é o álbum da mídia social. Já são 10 milhões de pessoas fazendo contatos com o produto pelo Twitter e pelo Facebook”, afirma Marcio Borges, diretor da editora, ao comentar que as ferramentas da internet facilitam a troca dos cromos e divulga o produto espontaneamente. “O produto deste ano está conseguindo unir gerações. Os adultos estão entrando nessa para voltar à infância. Para os jovens é uma forma de se socializar de um estilo diferente. E para as crianças é uma descoberta com os atrativos dos craques”, diz ele.

Divulgação maior

Em relação à Copa do Mundo da Alemanha, a Panini aumentou em 50% a verba de marketing para divulgar o álbum deste ano, tendo a internet como principal meio de divulgação. “No mundial passado, as trocas de figurinhas começaram apenas em maio e nesse ano já havia encontros logo na primeira semana em que o produto chegou às bancas”, conta Borges. Em diversas cidades pelo país ocorrem encontros semanais de colecionadores que chegam a atrair centenas de pessoas. A própria Panini pretende realizar no Museu do Futebol, em

Panini pretende realizar no Museu do Futebol, em São Paulo, um grande encontro durante a Copa do Mundo para os colecionadores trocarem figurinhas

São Paulo, um grande encontro durante a Copa do Mundo para os colecionadores trocarem figurinhas. A obsessão é tamanha que a Fifa criou um álbum virtual na internet em que os internautas podem adquirir dois envelopes por dia gratuitamente.

Os trabalhos da Panini para colocar o álbum da Copa no mercado começaram em agosto do ano passado, oito meses antes de o produto chegar ao mercado. Nesse período, foram negociados os contratos com as federações de futebol dos países participantes da Copa para ter o direito na distribuição das figurinhas dos craques em 110 países. Além da fábrica no Brasil, a empresa conta com mais uma unidade situada na Itália de onde saem os cromos distribuídos na Europa, Ásia, África e Oceania. ■ F.S.

BOM NEGÓCIO

R\$ 270 mi

é quanto devem gerar as vendas de figurinhas até o final da Copa tendo como base a produção de 4 milhões de envelopes a R\$ 0,75.

SE DER SORTE

128

é o número de envelopes com cinco figurinhas que são necessários para completar o livro sem haver cromos repetidos.

ÁLBUM COMPLETO

640

cromos integram o álbum deste ano. Além dos craques das seleções, há ilustrações de estádios, troféu, bola e símbolos do mundial.

POR POUCO

5%

é o índice de erro entre os craques inserido no álbum e os atletas convocados pelos treinadores para disputar a Copa.