

O marketing viral fez a diferença para a Panini

O executivo José Eduardo Severo Martins, 60 anos, tem todos os motivos do mundo para estar de bem com a vida. Seu time de coração, o São Paulo, acaba de se classificar para as semifinais da Copa Libertadores de Futebol. Se isso não bastasse, a empresa que preside vive o sonho quase impossível de ser atingido: ter um produto que, se não chega exatamente a ser disputado a tapa pelos consumidores, está próximo disso. No mínimo, tudo ou quase tudo do que é colocado no mercado é vendido. Ou melhor, comprado.

Martins é o presidente da subsidiária brasileira da italiana Panini, fabricante do álbum oficial da Copa do Mundo de Futebol de 2010, o fenômeno de vendas que se transformou numa mania nacional, envolvendo crianças e adultos de todas as idades e extratos sociais. “Até a mãe de 80 anos de um amigo meu está colecionando”, diz Martins. É em sua gráfica, localizada no bairro de Tamboré, em Barueri, na região metropolitana de São Paulo, que são produzidos diariamente 4,5 milhões de envelopes, com 5 unidades cada, das 638 figurinhas das 32 seleções que disputarão o caneco da Fifa na Copa da África do Sul. Uma parte da produção vai para os mercados da América do Sul e Central atendidos pela Panini brasileira. Mas a maior fatia fica mesmo aqui.

“Fomos pegos de surpresa”, admite Martins, explicando o descompasso entre a demanda e a procura nos primeiros dias que se seguiram ao lançamento. “Nosso planejamento usou como parâmetro os números da Copa de 2006.” Para corrigir o problema, Martins importou às pressas três novas impressoras, aumentando a capacidade para 5,3 milhões de pacotes



ANDRE LESSA/AE-20/5/2010

Mania. “Até a mãe, de 80 anos, de um amigo meu coleciona figurinhas”, diz Martins

diários, produzidos em três turnos de trabalho. “Nos primeiros 40 dias, distribuímos 200 milhões de pacotes.”

Para Martins, a razão do extraordinário sucesso do álbum da Copa deste ano em relação às anteriores, tem nome e sobrenome: marketing viral. Pela primeira vez, a internet e as redes sociais, como Twitter e Facebook, foram utilizadas de forma sistemática para criar um clima, estimular o tititi, a formação de grupos de trocas de figurinhas e a promoção de vendas. “Até a Copa passada, seguíamos a receita tradicional, centrando a propaganda no rádio e na televisão”, diz Martins, que contratou uma empresa especializada, a Content Stuff, para monitorar tudo o que rola na rede e gerar atividades de interação com os

consumidores, além da criar o site torcida Panini.

Paralelamente, essas iniciativas foram combinadas com ações no mundo real. Mais de 3,5 milhões de álbuns foram distribuídos gratuitamente em cerca de 30 dos principais jornais do País, entre eles o **Estado** e o **Jornal da Tarde**. Novos canais de vendas, como livrarias e supermercados, passaram a ser utilizados. “Nossa marca cresceu, tornando-se sinônimo de categoria de produto”, afirma Martins. Mesmo assim, ele prefere ser cauteloso e projetar um crescimento de “apenas” 20% nas vendas em 2010, o que consolidaria a operação brasileira como a terceira do grupo, que deve faturar € 730 milhões, logo após a da Itália e a da Alemanha.

PORTEIRA ABERTA

● Os dez países que mais praticam o livre comércio no mundo

País	Colocação
Cingapura	1ª
Hong Kong	2ª
Dinamarca	3ª
Suécia	4ª
Suíça	5ª
Nova Zelândia	6ª
Noruega	7ª
Canadá	8ª
Luxemburgo	9ª
Holanda	10ª

Fonte: Fórum Econômico Mundial/Movimento Brasil Competitivo

LIVRE COMÉRCIO

Brasil e China aprovados no teste do protecionismo

A reação do Brasil e da China à crise econômica, sem atropelos às práticas de livre comércio, foi bem recebida pela comunidade econômica mundial. Em outras palavras: como mostra a edição deste ano do relatório Viabilidade Comercial Global (“Global Enabling Trade Report 2010”), elaborado pelo World Economic Forum, com a participação de 125 países, o temor em relação à adoção de barreiras protecionistas acabou não se confirmando. Brasil (87º) e China (48º) mantiveram as mesmas posições no ranking em relação ao levantamento de 2009, enquanto Índia e Rússia caíram de 76º a 84º e de 109º para 114º, respectivamente.

Pelotão de frente

Cingapura e Hong Kong continuam como as economias mais abertas do planeta, ocupando a primeira e a segunda posição no ranking do Índice de Viabilidade Comercial (IVC), seguido pela Dinamarca, Suécia e Suíça.

TELEFONIA

TIM foi a operadora que mais cresceu em abril

De acordo com dados divulgados pela Anatel, a TIM, controlada pela Telecom Itália, foi a operadora de telefonia que mais ganhou mercado em abril.

Grças à conquista de 520 mil novas linhas, a empresa aumentou em 0,07% seu market share, passando de 23,65% em março para 23,72% em abril. No mesmo período, a líder Vivo e a Claro cresceram 0,02%, fechando com uma participação de, respectivamente, 30,14% e 25,45% das 180,7 milhões de linhas em atividade. A Oi, com queda de 0,11% consolidou-se na lanterna, com uma fatia de 20,41%.

SISTEMA FINANCEIRO

Atrás de clientes, bancos criam agências flutuantes

Há seis meses, o Bradesco colocou em funcionamento uma agência instalada dentro de um barco, no Rio Solimões, na Amazônia. Percorrendo a extensão do rio duas vezes por mês – são sete dias de viagem para navegar 1.600 quilômetros – anotou 650 novos correntistas, de 50 comunidades e 11 municípios, que abrigam uma população de 250 mil pessoas. Além da conta corrente, a população usa a agência ribeirinha para fazer o pagamento de contas, solicitar empréstimos e recarregar o celular. A moda está pegando. A Caixa Econômica Federal lançou ontem edital de licitação para abrir a sua primeira agência-barco na Bacia Amazônica.

INVESTIMENTO

Centro de Pesquisas da GE em contagem regressiva

Mark Little, líder global do Centro de Pesquisas da GE, está desde ontem no Brasil, onde veio participar de reuniões com clientes, representantes de universidades e do governo. Na pauta das discussões, a localização do futuro Centro de Tecnologia da GE brasileira, que receberá um investimento inicial de US\$ 150 milhões e criará 300 empregos. Cinco cidades estão sendo avaliadas para sediá-lo, entre elas, Rio de Janeiro, São Paulo e São José dos Campos. Segundo fontes da GE brasileira, o martelo deverá ser batido ainda na primeira quinzena de junho.