

Sócios da Sport Strategy farão consultoria de marketing estratégico e devem entrar na comercialização de propriedades dos estádios. De pé (da esq. para a dir.): Geraldo Rocha Azevedo, José Carlos Brunoro e Alexandre Gama. Sentados: Eduardo Rezende, Roberto Mesquita e Marcelo Dória



## ESTÁDIO

### R\$ 1 mi

é o valor estimado para o aluguel de uma noite para a realização de um megashow no estádio do Morumbi. A empresa que fecha o contrato recebe comissão.

## MÍDIA E PUBLICIDADE

### R\$ 6,1 bi

é quanto a consultoria Ernst & Young estima que serão investidos em mídia e em publicidade por conta da Copa do Mundo de 2014.

# Brasil abre oportunidades para gestão comercial de estádios

Companhias brasileiras e estrangeiras disputam contratos de venda de propriedades em arenas

**Ruy Barata Neto**

rneto@brasileconomico.com.br

A reforma dos estádios para os megaeventos no Brasil (Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas 2016) abre oportunidades na área de gestão comercial das arenas dos jogos. Trata-se de um segmento de negócios praticamente inexistente no Brasil até agora, mas já bem conhecido de grandes companhias nos Estados Unidos e na Europa.

Corporações como a holandesa Amsterdam Arena e as inglesas ISG (International Stadium Group) e AEG (esta última inclusive responsável pela administração da O2 Arena, em Londres, onde Michael Jackson faria seus últimos 50 shows) estão em plena disputa pelos melhores contratos nos novos espaços esportivos em construção no país.

AEG e ISG já atuam em sociedade com a Odebrecht no projeto de construção da Arena Pernambuco, em Recife, que servirá para a Copa. As companhias ficarão responsáveis por fechar uma agenda de atividades de entretenimento (que vão desde shows internacionais até atrações teatrais) em dias ociosos de eventos esportivos, além de programar atrações no intervalo dos jogos, o que é muito comum no exterior. “Com os megaeventos, o Brasil

**A corrida ao ouro promovida pelas multinacionais tem forçado as brasileiras a se mexer. É o caso da Traffic, do empresário J.Hawilla, e da Sport Strategy, de José Carlos Brunoro**

conhecerá uma nova realidade de esportes e entretenimento em arenas”, afirma o diretor de incorporações da OAS Empreendimentos, Carlos Eduardo Paes Barreto. A companhia participa de um consórcio em parceria com a Odebrecht para a reforma do estádio da Fonte Nova, em Salvador (também no calendário da Copa) e da construção da nova arena do Grêmio, em Porto Alegre (que está fora).

A corrida ao ouro promovida pelas multinacionais tem forçado as brasileiras a se mexer. É o caso da Traffic, do empresário J.Hawilla, que este ano adquiriu a produtora de shows Planmusic, do produtor musical Luis Oscar Niemeyer, para disputar contratos de administração comercial dos espaços esportivos.

A companhia de Hawilla, responsável pela comercialização de torneios como a Copa América e a Taça Libertadores, tem conseguido se posicionar. Nesta semana, a empresa assinou memorando de entendimentos que praticamente a coloca como operadora comercial do novo estádio do Grêmio. Também já fará o mesmo tipo de trabalho para a nova arena do Palmeiras, em São Paulo.

Este tipo de atividade está na mira de outra companhia recém criada, a Sport Strategy, que será

presidida por José Carlos Brunoro, consultor de negócios esportivos. A empresa nasce com a proposta de criar estratégias de marketing e eventos promocionais para associar marcas ao esporte, mas considera ampliar o leque. “Devemos nos aproximar das construtoras para tentar alinhar isso”, afirma Brunoro.

Antes, porém, a Sport Strategy precisará defender a própria seara de prestação de serviços de marketing, alvo das grandes holdings internacionais de agências de publicidade. Em junho deste ano, a holding Havas, controladora da rede Euro RSCG, anunciou investimentos na abertura de dois escritórios, no Rio de Janeiro e em São Paulo. A ideia da companhia é aproveitar a onda de investimentos das multinacionais, a exemplo da Procter & Gamble, que tornou-se patrocinador global das Olimpíadas e se prepara para ações de marketing agressivas no Brasil pelos próximos anos. Até o craque Ronaldo Fenômeno aproveita o bom momento do mercado esportivo. O jogador esta montando uma empresa em sociedade com o Grupo WPP, dono de redes de agências como Y&R e Ogilvy & Mather. A nova companhia de Ronaldo deverá começar a funcionar em 2011, quando ele deve se aposentar dos gramados. ■

## COPA DO MUNDO 2014

### BNDES libera R\$ 1 bi para três estádios

Através do programa ProCopa Arenas, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) aprovou nesta quarta-feira, 22, os primeiros três financiamentos para a construção ou reforma de estádios que serão utilizados no Mundial de 2014. Os estados beneficiados foram Bahia (R\$ 323,6 milhões), Ceará (R\$ 351,5 milhões) e Mato Grosso (R\$ 393 milhões), cujos benefícios somados ultrapassam R\$ 1 bilhão. Em Salvador, Bahia, o montante corresponde a 46% do valor total da obra de demolição e posterior reconstrução da Arena Fonte Nova, que terá capacidade para 50 mil pessoas. Já em Fortaleza, Ceará, o financiamento do banco representará 75% do valor total para a reforma e adequação do estádio Governador Plácido Aderaldo Castelo, conhecido como Castelão, que comportará 66,5 mil espectadores. Em Cuiabá, Mato Grosso, a verba do BNDES corresponderá a 74% do total investido na construção da Arena Multiuso Pantanal, com capacidade para 42 mil pessoas.