

Banco Itaú amplia apoio ao tênis

Andréa Valerio



Com o objetivo de ampliar sua plataforma de apoio ao esporte, o Banco Itaú anunciou semana passada patrocínio da nona edição do Masters Tour, único circuito de tênis da América Latina composto apenas por jogadores seniores, acima de 33 anos.

O evento, que passa a se chamar Itaú Master Tour, foi criado pela Try Sports e traz uma novidade este ano: a presença das mulheres na disputa. Nomes importantes da modalidade como Dadá Vieira, última brasileira a integrar o Top 100 do WTA, Patrícia Medrado, Top 10 de duplas, Roberta Burzagli, última campeã do Brasil do Banana Bowl, a campeã Vanessa Men-ga e Eugenia Maia. Elas vão se juntar a nomes como Thomasz Koch, Cesar Kist, Francisco Costa, entre outros.

Além da idade, outro critério para participar do evento, que começa no dia 29 de abril, em Curitiba, é já ter sido campeão brasileiro ou representado o País na Copa Davis, Fed Cup, Olimpíadas ou Pan-Americano.

De acordo com o diretor executivo de marketing do Itaú, Fernando Chacon, o incentivo ao esporte está no DNA da marca e este patrocínio é mais uma prova disso. Ele explicou que um dos objetivos do banco é fortalecer o relacionamento com seus clientes, além de querer ser um ponto de referência para a iniciativa privada e poder público. A ideia é que eles reconheçam e até repitam essa iniciativa em outras categorias e frentes.

Chacon afirmou que assim como investe em educação e cultura para a formação de jovens o Itaú tem apoiado o esporte pelo mesmo motivo. Só em educação ano passado foram investidos R\$ 100 milhões. No esporte, ele não revelou valores, mas a marca apoia várias modalidades. No futebol, por exemplo, está presente há mais de 20 anos com o patrocínio das transmissões de jogos de diversas competições. Entre elas, Campeonato Brasileiro, Libertadores da América e Eliminatórias da Copa do Mundo. Em 2008, passou a ser patrocinadora oficial da Seleção Brasileira de Futebol em todas as categorias. O Itaú também foi a primeira empresa a assinar contrato de patrocínio da Copa do Mundo Fifa 2014.

Semana passada, o banco anunciou também que vai patrocinar a Seleção Brasileira de Beach Soccer.

A marca também apoia ou tras iniciativas ligadas ao tênis, inclusive no exterior como o Miami Masters, realizado entre 21 de março e 3 de abril. Segundo Chacon, o apoio tem como objetivo tornar a marca mais conhecida no exterior, onde o banco não tem ponto de venda. Ele explicou que no Brasil, dez entre dez brasileiros conhecem o banco, mas, no exterior, esse índice é muito pequeno. Por conta disso, no começo do ano, o Itaú lançou campanha internacional, criada pela Africa, com Alice Braga, Vik Muniz e o jogador de polo Nacho

Figueras. A assinatura é "Invest with a bank that knows Latin America. Itaú. The Global Latin American Bank". A campanha foi veiculada nos jornais Financial Times, Emerging Markets, The Nikkei; nas revistas The Economist, WSJ Magazine, Institutional Investor, Bloomberg Markets; na TV Bloomberg; site do Wall Street Journal, entre outros.

Fonte: Propmark, São Paulo, 21 mar. 2011, p. 10.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais