

# Por que Fiat e News Corp querem a F1

O interesse passa pela comunicação da marca Ferrari

Por **LUCA CIFERRI**, do Advertising Age

A oferta de John Elkann, presidente da Fiat, para a aquisição do controle da Fórmula 1, pode dar à Ferrari um impulso de marketing em nível global, contudo

vem em um momento no qual o evento automobilístico mais visto do mundo está perdendo o brilho.

No início do mês, Elkann e James Mur-

doch, presidente executivo de operações internacionais da News Corp, fizeram à CVC Capital Partners uma oferta conjunta, de oito bilhões de euros, segun-

do se comenta, de compra da F1 após o término, em 2012, dos acordos comerciais vigentes.

A proposta foi feita por meio da holding Exor S.p.A, dirigida por Elkann, que detém o controle do Grupo Fiat, com 30% do capital, também sócio majoritário da Ferrari.

Embora a Fórmula 1 ainda seja o evento do gênero com a maior audiência, 200 milhões de telespectadores em mais de 60 países, esse número caiu 10% em relação a 2006.

O público pagante também está, cada vez mais, sumindo dos autódromos, cujos ingressos, dado seu preço, se tornaram artigos de luxo. Além disso, somente duas montadoras, Ferrari e Mercedes, ainda mantêm suas equipes, uma vez que a Renault deixou de ter uma participação permanente, e a BMW, Honda e Toyota se foram há alguns anos.

Por fim, os patrocinadores que contribuem com a maior parte das verbas necessárias para manter o circo da F1 estão desaparecendo. Por que, então, Elkann deseja o controle da Fórmula 1 no momento em que ela está perdendo parte de sua popularidade?

Porque um relançamento da categoria teria um impacto positivo, em todo o mundo, na imagem e visibilidade da Ferrari, que, embora tenha sido a montadora mais lucrativa em termos de margem operacional no ano passado, não investe em publicidade, com exceção da Fórmula 1. Portanto, é essencial para a empresa que a audiência do evento aumente, e não diminua, para justificar as despesas vultosas de sua participação nele.

A soma da idade de Elkann, 35 anos, e a de Murdoch, 38, é 73, enquanto Bernie Ecclestone, há tempos o mandachuva absoluto e atual presidente da Fórmula 1, na qual detém participação de 20%, tem 80 anos.

Não se sabe se os jovens John e James conseguirão atrair sócios suficientes para reunir a quantia astronômica necessária para obter o controle da F1.

## Lançamentos da grife Ferrari

A montadora de carros esportivos Ferrari e a marca de artigos de couro de luxo Tod's firmaram acordo para criação de produtos licenciados que devem chegar este mês às prateleiras. Trata-se do primeiro acordo significativo de longa duração da Ferrari com uma empresa têxtil.

Um par dos clássicos mocassins de couro com logo da Ferrari deve ser lançado ainda neste primeiro semestre por cerca de R\$ 405. As companhias não vão revelar quais itens integram a linha promocional completa até novembro. Quando todos os artigos estiverem disponíveis, eles serão vendidos em mais de 300 lojas da Ferrari e da Tod's na Europa, Ásia e América do Norte.

Foto

Anúncio