

Escuderia energizada

Marca TNT fecha patrocínio com a Ferrari na Fórmula 1

Para energizar ainda mais as disputadas corridas de Fórmula 1, o Grupo Petrópolis, segundo maior do setor cervejeiro no Brasil, com sua marca de energéticos TNT, fechou parceria com a cobiçada escuderia Ferrari. Com isso, a equipe recordista de títulos mundiais terá o TNT como fornecedor oficial pelas próximas três temporadas, até 2017. A marca vem investindo pesado na propaganda de seus produtos. No ano passado, esteve entre os dez principais anunciantes do país, ocupando a sexta colocação com mais de R\$ 1 bilhão em investimentos publicitários, segundo o Ibope Monitor. Um dos pilares de atuação do grupo tem sido o patrocínio aos eventos automobilísticos. A nova investida da empresa deverá incomodar seu concorrente Red Bull, que ama fortemente no setor.

De acordo com Douglas Costa, diretor de marketing e relações com o mercado do Grupo Petrópolis, desde 2009 a companhia vem sendo assediada por outras equipes. "Fomos contatados por muitas equipes, mas, no caso da Ferrari, fomos nós que buscamos a parceria. As negociações duraram cerca de seis meses. A Ferrari precisava entender o nosso negócio, depois disso, alinhamos alguns pontos chaves" diz. Além da Ferrari, a marca TNT também acompanhará o piloto Felipe Massa, que tem contrato com a Ferrari até o fim deste ano.

Com visibilidade internacional por meio da parceria com a Ferrari, a cervejaria pretende alcançar crescimento de 30% para o energético



Foto acima, carro da Ferrari; na foto abaixo, Costa entre os pilotos Massa e Alonso: "A marca é aspiracional"



TNT neste ano. O grupo investirá mais de R\$ 162 milhões em ações de marketing durante 2012. Porém, o valor negociado com a multinacional italiana é segredo. "A Ferrari não precisa de patrocínio para se manter, a marca é aspiracional. Sabíamos que teríamos que pagar um preço para estar ao lado desta marca que é top. Vamos analisar em seis meses o retorno de toda essa estratégia para ampliar nossas ações" afirma Costa.

Ainda para este semestre, Costa diz que será produzido comerciais de TV como fruto da parceria. Além disso, o contrato prevê ainda, espaço no papel timbrado, no site oficial e nos caminhões da escuderia Ferrari. Garante ao Grupo Petrópolis também uma série de ações de ativação do patrocínio na condição de Official Supplier da escuderia Ferrari.

A empresa já faz parte do cenário do automobilismo internacional: está presente na Indy, dando nome à etapa brasileira da categoria, a Itaipava Indy 300, disputada anualmente nas ruas de São Paulo.