TOP OLIMPÍADA

Medalha dividida

NIKE E OLYMPIKUS EMPATAM NA LEMBRANÇA DOS ENTREVISTADOS QUANDO SE FALA NA COMPETIÇÃO

TEXTOS LUCAS HIRATA

Durante os últimos dias dos jogos de Londres, em agosto, pesquisadores do Datafolha corriam o Brasil para saber a primeira marca que vinha à cabeça dos entrevistados quando o assunto é Olimpíada.

Resultado: empate técnico entre a brasileira Olympikus e a norte-americana Nike, com 12% das menções para a primeira e 9% para a segunda.

Patrocinadora oficial do CBV (Comitê Brasileiro de Voleibol) há 15 anos, a Olympikus ajudou a modalidade a trazer para o país três medalhas olímpicas de ouro, duas de prata e uma de bronze.

"O vôlei se tornou um exemplo de disciplina, garra e determinação para os brasileiros", diz Pedro Bartelle, diretor de marketing da empresa. O patrocínio seguirá na Olimpíada do Rio em 2016, afirma ele.

A Olympikus também foi patrocinadora oficial do COB (Comitê Olímpico Brasileiro) de 2000 até este ano. Agora, cabe à Nike cuidar dos uniformes da delegação. A empresa assumiu em Londres-2012 e fará o mesmo nos jogos do Rio.

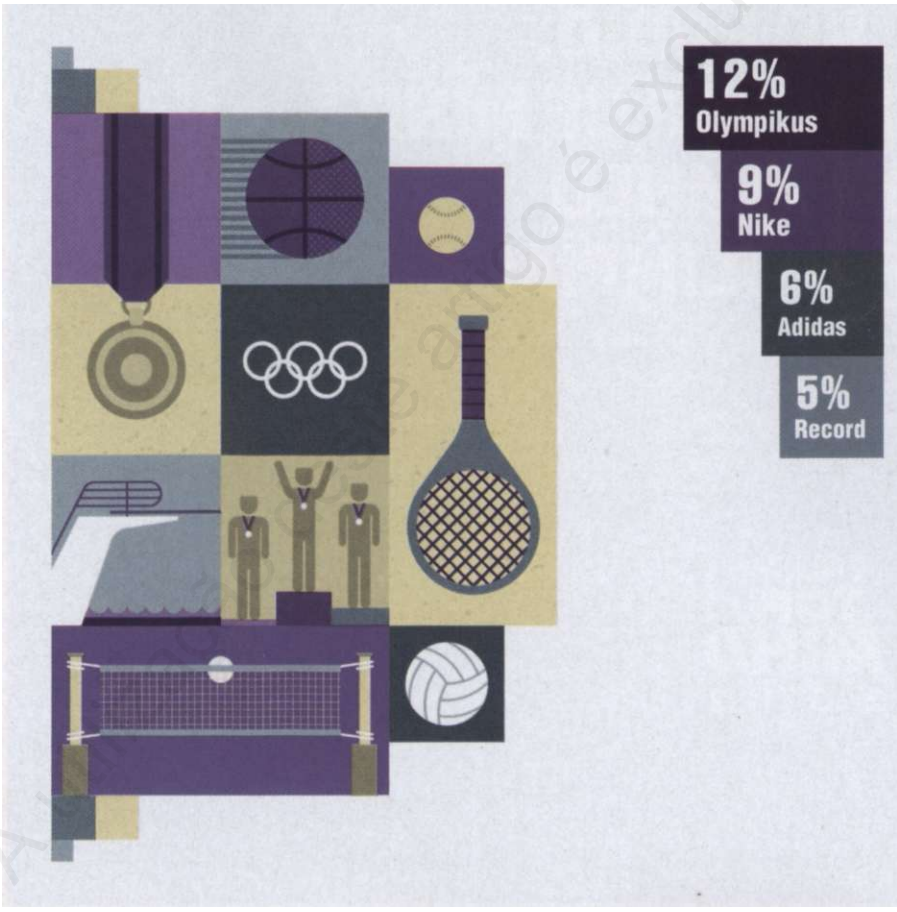
O superintendente-executivo de esportes do COB, Marcus Vinicius Freire, diz que as patrocinadoras ligadas à competição devem se empenhar no objetivo de trazer mais medalhas para o Brasil em 2016. "Isso envolve preparação de atletas e equipes, criação de ídolos e aumento da percepção de valor do país."

Escolhida como fornecedora oficial do COB por meio de concorrência realizada no início do ano, a Nike já cuida, há sete anos, dos uniformes dos Estados Unidos, recordistas históricos de aparições no pódio. Só na última competição, a delegação norte-americana conquistou 104 medalhas.

Para Mario Andrada, diretor de comunicação da Nike para a América Latina, a melhor forma de promoção é fornecer equipamentos para atletas de alto rendimento e mostrar que eles aguentam o tranco. "Até o Rio, sabemos que em muitos esportes ainda não temos o melhor. Precisamos trabalhar."

Quando uma marca diferente da oficial do torneio patrocina um time ou um atleta, há regras: ela pode utilizar seu próprio logotipo nas competições e treinamentos, mas na abertura, no encerramento e nas subidas ao pódio o uniforme tem de ser da patrocinadora oficial, no caso, a Nike.

Antes do COB, a Nike já era parceira das confederações de basquete e de atletismo do Brasil. •



Acesso exclusivo para fins educacionais.

Fonte: Folha Top Mind, São Paulo, ano 22, p. 32, 25 out. 2012.