Um novo sócio para o Rock in Rio

Roberto Medina une-se à norte-americana SFX e cria holding que passa a deter os ativos e direitos sobre o festival. Participação de Eike Batista no negócio foi reduzida

Por TERESA LEVIN tlevin@grupomm.com.br

DIVULGAÇÃO/VICTOR NOMOTO/ I HATE FLASH

Expansão internacional é a principal meta da holding criada para controlar o Rock in Rio

O Rock in Rio (RIR) deu um novo passo rumo à entrada no mercado americano, ao anunciar na noite da quinta-feira 21 a associação com a SFX, produtora mundial de eventos ao vivo e de conteúdo de entretenimento digital, que tem o WPP como um de seus sócios. A negociação envolveu a criação de uma holding que adquiriu 100% dos ativos da Rock World, empresa de Roberto Medina que detinha os direitos sobre o Rock in Rio. Cinquenta por cento da nova empresa está em poder de Medina. Os demais 50% pertencem à SFX. O acordo prevê que o empresário brasileiro fique à frente do festival, sendo responsável pela gestão.

Há alguns meses, por conta da situação financeira do Grupo EBX, de Eike Batista, circula no mercado rumor sobre a possibilidade de a IMX — que, em maio de 2012, virou sócia do Rock in Rio, ao comprar 50% da Rock World — deixar o negócio. A criação de uma nova holding para controlar os direitos do festival pode ser o primeiro passo nessa direção. Até o fechamento desta edição, na tarde da sexta-feira 22, a organização do evento não havia esclarecido o papel exato da IMX nesse novo cenário. Foi informado apenas que a empresa não faz parte da nova holding e que teria reduzida a sua participação na sociedade que mantém com Medina no Brasil.

Não foram divulgados percentuais após a reconfiguração societária da Rock World, que, de acordo com a assessoria de imprensa do evento, continuará representando os negócios já existentes do festival, agora sob o controle da recém-fundada holding, responsável por investir na expansão para novos mercados.

Sonho americano

Para Roberto Medina, esta nova parceria pode acelerar o crescimento da marca em novos territórios, além de possibilitar uma mudança de foco em uma era digital. "Com a SFX, firmamos o compromisso no desenvolvimento de uma plataforma integrada de soluções de última geração, e acreditamos que nossa velocidade de crescimento será expressiva", afirmou o empresário, por meio de um comunicado. Já Robert FX Sillerman, presidente e CEO da SFX Entertainment, acredita que essa é também uma oportunidade de aprender com a experiência operacional e comercial de Medina e do Rock in Rio — que, para ele, são "fenômenos globais". "A música eletrônica tem se estabelecido entre os festivais de música moderna e esperamos que essa tendência cresça para divulgarmos ainda mais os DJs e produtores na nossa rede", explicou, no mesmo comunicado.

O plano de levar o Rock in Rio para os Estados Unidos já estava sendo alardeado pelos organizadores do evento há algum tempo. Como parte das comemorações dos 30 anos do RIR, em 2015, está sendo planejada uma festa na Times Square, que acontecerá simultaneamente à edição do festival no Brasil. Além disso, Roberto Medina revelou a intenção de promover uma versão completa do evento em Las Vegas, se possível também em 2015.

Logo após a bem-sucedida edição do Rock in Rio no Brasil este ano, Rodolfo Medina, vice-presidente comercial e de marketing do evento, destacou a competitividade do mercado americano, mas disse que esse não é um impeditivo para a entrada do festival no país. "Acreditamos que não há um produto similar ao Rock in Rio, por isso estamos tão empolgados em ir para os Estados Unidos. Mas tem toda a complexidade de ser o maior mercado do mundo", comentou, na época.

Também havia o plano de ir para a Ásia. O projeto foi alardeado justamente quando houve a venda de 50% do Rock in Rio para a IMX. Na ocasião, tanto Roberto Medina quanto Eike Batista comentaram a intenção de levar o festival até o continente oriental. Posteriormente, em entrevista a **Meio & Mensagem**, Rodolfo Medina disse que esse ainda era um sonho e que o foco inicial era realmente os Estados Unidos. Por enquanto, já está confirmada uma edição do evento em 2014, em Lisboa.

Até 2015, o festival criado em 1985 já terá sido visto ao vivo por um público de oito milhões de pessoas. Apenas na edição nacional deste ano, 600 mil pessoas compareceram à Cidade do Rock ao longo dos sete dias do evento. O festival também acumula uma legião de fãs nas redes sociais: são mais de dez milhões de seguidores e a perspectiva é que este número bata 15 milhões até 2015.

O novo sócio

A americana SFX foi fundada na década de 1990 em Nova York, pelo empresário de mídia Robert FX Sillerman. Em 2000, ele vendeu a companhia, pelo valor estimado de US$ 4,4 bilhões, para a Clear Channel. Em 2012, retomou a marca e passou a adquirir empresas especializadas em produção e promoção de eventos ao vivo, com foco principal na música eletrônica. A companhia se autodeclara a maior produtora mundial de eventos ao vivo e de conteúdo de entretenimento digital. Entre os eventos promovidos pela SFX estão Tomorrowland, TomorrowWorld, Mysteryland, Sensation, Stereosonic, Zoo Elétrica e Disco Donnie.

Em março deste ano, um movimento relevante levou à compra de parte da SFX pelo Grupo WPP, por estimados US$ 10 milhões. "O desafio de navegar por meio da mídia digital e social é difícil para os clientes. Acreditamos que essa parceria pode desenvolver ainda mais as capacidades de conteúdo do WPP, particularmente nos novos meios de comunicação, no segmento de consumo da juventude", destacou, na ocasião, o CEO do WPP, Martin Sorrell.

Em outubro, outro passo importante: a SFX concluiu a compra de 100% da holandesa ID&T, que tem escritório no Brasil e da qual a empresa norte-americana já era majoritária desde março. Em fevereiro, a SFX já havia comprado a loja de música online Beatport. Ainda no mês passado, a companhia de Robert FX Sillerman fez seu IPO na Nasdaq.

Vinte e oito anos de história

Os resultados expressivos do Rock in Rio refletem um investimento sólido na marca do festival. Ao longo desses 28 anos, este valor ultrapassou os US$ 495 milhões, segundo os organizadores. Além desta cifra, mais de US$ 16,8 milhões foram investidos em projetos socioambientais pela organização do festival ao longo dos últimos anos.

Dados que reforçam o retorno deste investimento para a marca não faltam: este ano, por exemplo, 46% do público que foi ao festival era de fora do Rio de Janeiro. O RIR tem ainda um relevante papel como fomentador da economia. O impacto econômico da edição de 2013 para a cidade do Rio de Janeiro, divulgado pela Riotur, foi de R$ 1 bilhão, e a ocupação hoteleira ficou perto de 90% no período.

Ao longo dos 28 anos de sua realização, o Rock in Rio gerou mais de 138 mil empregos.

Autorizado o uso deste artigo

Fonte: Meio & Mensagem, São Paulo, ano 35, n. 1587, p. 38, 25 nov. 2013.