

## **Ivete Sangalo apresenta sua marca**

*Renato Pezzotti*

*Caco de Telha, em parceria com a Prime Licensing, apresenta ao mercado o licenciamento do nome da cantora*

Sucesso e renome. Seguindo a linha da cantora Jennifer Lopez e da atriz Sarah Jessica Parker, Ivete Sangalo apresenta ao mercado um exclusivo licenciamento de produtos e serviços. O Grupo Caco de Telha, responsável pelo agenciamento de toda a carreira da cantora, uniu-se à Prime Licensing para apresentar ao mercado diversos itens que poderiam passara ter o endosso da cantora. "É a possibilidade de a empresas terem Ivete Sangalo com os produtos que ela usaria", afirma Paulo Ferreira, diretor geral da Prime.

O primeiro passo da empresa é levantar os segmentos que a marca tem como essência para buscar clientes e companhias que tenham mais a ver com a cantora. Depois, a companhia irá buscar parceiros que agreguem valor à marca de Ivete. Os primeiros lançamentos serão nas linhas de confecção, calçados, lingerie e cosméticos. Ferreira afirma que novembro é a data para a primeira grande apresentação ao mercado. "Ivete tem uma magia inexplicável, como Pelé e Disney. É isso que queremos trabalhar", completa o executivo. A Prime, desde 2005, é responsável pela marca do rei do futebol.

"Trabalhamos a carreira de Ivete com muito cuidado. Pensamos muitas vezes antes de terceirizar os projetos. Depois de perceber que esse mercado já está muito amplo no Brasil, buscamos um parceiro que tenha uma enorme eficiência e mais experiência", conta Alexandre Sangalo, diretor de marketing da Caco. "A Prime tem trabalhado como uma extensão da própria Caco", finaliza o executivo. As negociações para que a marca fosse licenciada começaram em novembro de 2007.

O contrato das empresas tem duração de cinco anos, renováveis por mais cinco. A receita será baseado em royalties de vendidos produtos, todos baseados nas diretrizes apontadas pela Caco de Telha. "A equação do licenciamento será focada no tripé de desenvolvimento de produtos, preços e canais de distribuição. E todos os produtos serão aprovados pela própria Ivete Sangalo", conta Ferreira. "Ivete tem um carisma muito grande, tanto no varejo, como diretamente com o consumidor", finaliza. Os contratos pré-existentes da cantora serão respeitados, como os que a estrela tem com a L'Oréal e Philips.

A parceria pretende atingir um público-alvo que tenha entre 25 e 40 anos. Mas o licenciamento tem como foco o público infantil. Ivete está grávida de seu primeiro filho, que nascerá em outubro deste ano. Segundo dados da própria Prime, 76% das compras são influenciadas por crianças, e 49% das mães perguntam aos filhos a opinião deles na hora da compra. "Vamos colocar o que Ivete é enquanto artista", define Sangalo.

A Caco de Telha ainda leva dois outros projetos como prioritários: a Caco Motion, braço da empresa especializado na área de animação, tem levado à frente a Turma da Ivetinha, desenho animado que a cantora protagoniza, e um longa, que está em processo de captação de recursos.

**PEZZOTTI, Renato. Ivete Sangalo apresenta sua marca. Meio&Mensagem, São Paulo, ano XXXI, n. 1366, p. 23, 6 jul 2009.**