TV Globo negocia o maior contrato de mídia do país
Eliane Sobral

AmBev, Vivo e Itaú compram cotas de Copa e Brasileirão

A TV Globo bateu o martelo ontem e encerrou a comercialização, para os patrocinadores oficiais do evento, das cotas de patrocínio para as transmissões dos jogos da Copa do Mundo da Alemanha, no ano que vem. Simultaneamente à venda das cotas de transmissão da Copa do Mundo, a emissora pôs no mercado cotas de transmissão para o Campeonato Brasileiro do próximo ano e dos campeonatos regionais.

Aparecer no intervalo dos jogos da Copa do Mundo na TV Globo, custará a cada patrocinador R$ 59,8 milhões - pelo preço de tabela, sem considerar eventuais descontos. Já para estampar a marca ao longo do Campeonato Brasileiro e dos campeonatos regionais, o patrocinador pagará R$ 83 milhões - também pelo preço de tabela. A comercialização do futebol pela TV Globo representa o maior investimento publicitário deste ano, algo próximo a R$ 1,1 bilhão, somando as cotas dos dois eventos, mais as placas estáticas expostas nos campos brasileiros, que custam R$ 18 milhões cada uma - cada patrocinador tem direito a três placas estáticas.

De acordo com o diretor geral de comercialização da Rede Globo, Willy Haas, o banco Itaú, a fabricante de bebidas AmBev, e a operadora de cartões de crédito Mastercard foram os primeiros a fechar patrocínio das transmissões da Copa do Mundo. As três empresas, além da Coca Cola , também já garantiram presença nas transmissões do Campeonato Brasileiro e nos campeonatos estaduais que a Globo transmite no ano que vem.

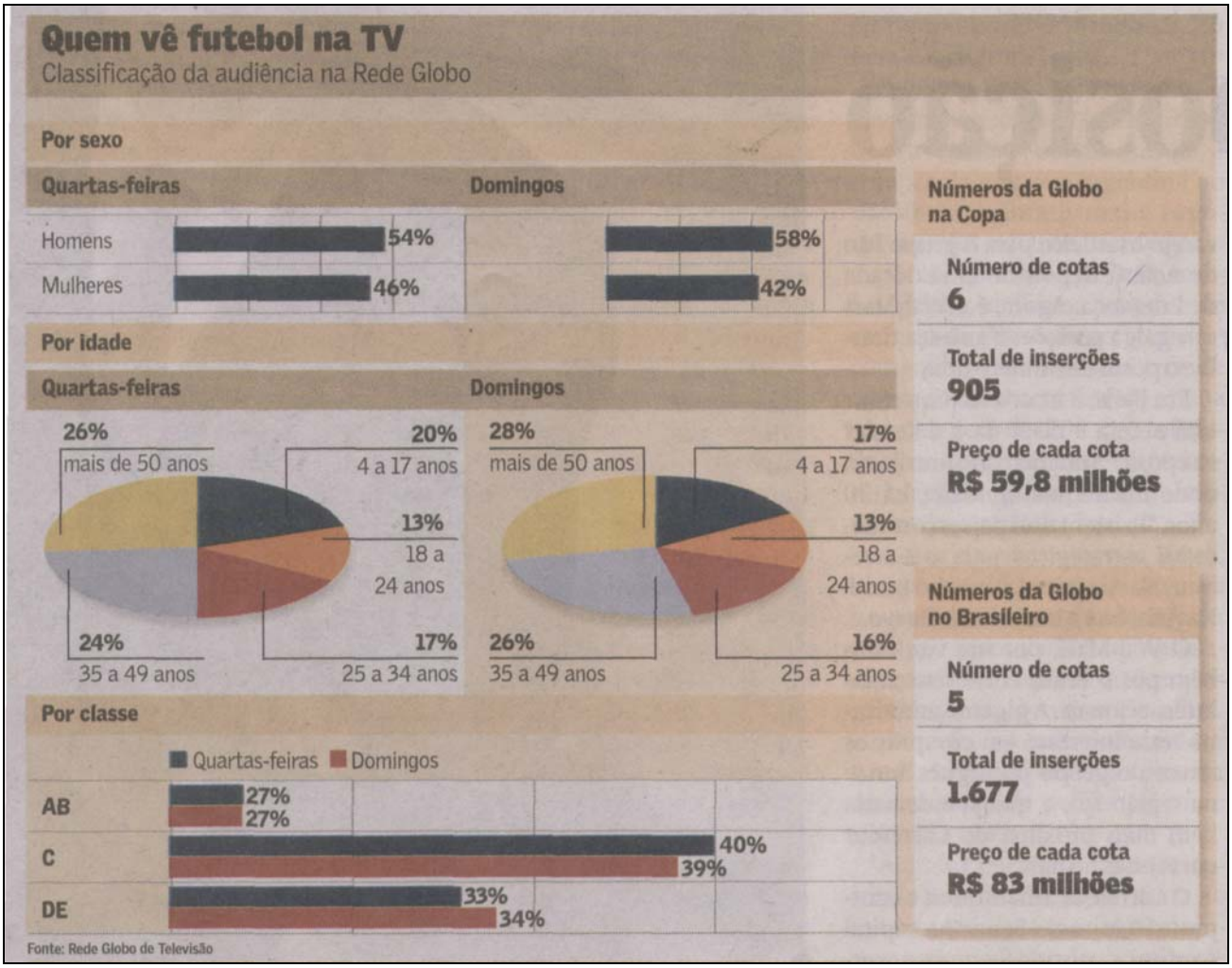
A Volkswagen também comprou uma das cotas disponíveis para o futebol nacional. "É a primeira vez que a Volks entra em futebol", lembra Haas. Segundo ele, as duas cotas que restam - uma para a Copa e a outra para o Brasileirão estarão disponíveis a partir de hoje. "Nossa expectativa é fechar os dois últimos anunciantes até o fim desta semana".

Por exigência contratual da FIFA - a entidade máxima do futebol mundial - as cotas são oferecidas inicialmente aos patrocinadores oficiais do evento. Simultaneamente, a Rede Globo dá prioridade à negociação com as empresas que já são tradicionais anunciantes de suas transmissões.

Segundo o plano comercial da emissora, estão previstos 905 inserções na Copa da Alemanha - que começa no dia 9 junho do próximo ano e tem duração de um mês. Para o Campeonato Brasileiro estão previstas 1.677 inserções.

De acordo com Willy Haas, a emissora optou por não dividir a transmissão da Copa do Mundo com outras emissoras e terá a exclusividade no maior evento esportivo do mundo - a Globo pagou US$ 83 milhões pelos direitos de transmissão da Copa.

"Como patrocinadores oficiais da Seleção Brasileira não poderíamos ficar de fora da transmissão da Copa", comentou a diretora da divisão de cervejas da AmBev, Lizandra Freitas, lembrando que o futebol é hoje uma das principais plataformas de marketing da empresa. "O futebol da Globo é o evento mais importante da mídia brasileira em termos de exposição. Não dá para ficar de fora", completa o diretor comercial da DPZ, Daniel Barbará, que atende as contas de dois anunciantes, a Vivo e o Itaú.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 30 ago. 2005, Tendências & Consumo, p. B5.