

Marketing AB InBev herda contrato da Budweiser com Fifa e expõe portfólio no campeonato Na Copa do Mundo de 2010, marca oficial de cerveja depende do país

Lilian Cunha
De São Paulo

Desde a Copa do Mundo de 1986, no México, Budweiser é a cerveja oficial do maior torneio de futebol do planeta. Mas no início de novembro, a AmBev anunciou ter fechado acordo de patrocínio para a marca Brahma com a Federação Internacional de Futebol (Fifa). Não demorou muito, revistas, sites e blogs de todo Brasil divulgaram com orgulho que a cerveja brasileira seria a primeira marca nacional a patrocinar oficialmente o mundial de 2010, na África do Sul. Houve até gente dizendo que a marca Brahma, a segunda mais vendida no Brasil, estaria "ocupando o lugar da Budweiser", a mais vendida do mundo.

Mas a história não é bem assim. Brahma é, sim, a cerveja oficial da Copa. Mas não será a única. A americana Budweiser continua patrocinando o evento e vai ser a marca do mundial para os Estados Unidos e outros países. Dividem também o bolo a pouco conhecida Hasseröder, tradicional cerveja da metade oriental da Alemanha, a chinesa Harbin (embora a seleção chinesa não tenha se classificado para o mundial) e a argentina Quilmes. Cada uma delas será a cerveja oficial da Copa do Mundo

2010, em seus respectivos. Detalhe: todas são marcas da Anheuser-Busch InBev, que irá divulgar em janeiro outras marcas que também farão parte do time.

"Copa é um país contra o outro. E cerveja é algo superligado a futebol. Não tem como não separar. Por isso cada país terá a sua marca oficial", diz Marcel Marcondes, diretor de marketing de Brahma, da AmBev. Ele explica que o contrato com a Fifa pertencia à Anheuser-Busch, que a InBev (dona da AmBev), comprou há uma ano, passando a se chamar AB InBev. "Renegociamos esse contrato, que antes incluía só a marca Budweiser, para que o patrocínio se estendesse a outras marcas do grupo."

A companhia não revela o quanto investiu no patrocínio, mas calcula-se que o soma chegue a US\$ 100 milhões. Em 2006, a Anheuser-Busch pagou US\$ 40 milhões para ser a cerveja exclusiva da Copa da Alemanha. O contrato atual da AB InBev engloba a Copa do Mundo de 2014, que será realizada no Brasil.

Durante as partidas, nos dez estádios africanos que seirão os jogos, as placas de propaganda serão trocadas conforme as equipes que jogarem. Por exemplo: no confronto Argentina e Nigéria, dia 12 de junho de 2010, as placas serão

As cervejas oficiais da Copa de 2010

Diferente de outras edições, o campeonato do próximo ano terá várias marcas



Fontes: Ab-InBev, Ambev e Fifa. *Ainda não anunciado oficialmente

A AB-InBev gasta **US\$ 300 milhões**

por um patrocinando eventos esportivos fora dos EUA

Em 2006, a Anheuser-Busch investiu

US\$ 40 milhões

para que Budweiser fosse a cerveja oficial da Copa da Alemanha

Por **24 anos** Budweiser foi a marca oficial do mundial da Fifa

da Quilmes, marca que a empresa deverá anunciar no início de janeiro na Argentina, como a cerveja oficial do Mundial, segundo fontes ligadas à empresa no país vizinho. "Caso jogue Brasil e Estados Unidos vão haver placas da Brahma e da Budweiser juntas no campo", explica Marcondes. "Isso já aconteceu na final da Copa das Confederações, este ano", lembra ele.

A estratégia é boa, segundo Adalberto Viviani, especialista no mercado de bebidas. "Não adianta promover Bud se ela não é vendida

em boa parte dos países. Assim a cervejaria transforma o patrocínio em vendas", afirma.

Mas porque a empresa não divulgou a estratégia multimarca? "Não faz sentido falar de outras marcas quando o foco é Brahma", diz Marcondes. A cerveja, segundo ele, tem 25% do mercado nacional, dominado pela Ambev, com 70% das vendas. Skol é a líder, com 32% de participação. "Skol é uma cerveja com imagem ligada ao público jovem. Brahma tem mais identificação com futebol. É a marca pa-

trôcinadora da seleção brasileira de futebol desde 1994.

Para quem for à África do Sul, entretanto, vai ser difícil encontrar Brahma nos estádios. Segundo a Fifa, Budweiser será a cerveja vendida nas arquibancadas. A AB InBev não tem operações no país, nem mesmo no continente. Assim, a Budweiser será exportada para a África do Sul. A britânica SABMiller (cotada para comprar a divisão de cervejas da Femsal, dona da Kaiser) tem quase 90% do mercado sul africano.