



EM EVENTO PROMOVIDO PELA ABAP, FIFA APRESENTA AÇÕES DE MARKETING PERMITIDAS NA COPA DAS CONFEDERAÇÕES DA FIFA E NA COPA DO MUNDO DA FIFA™”.

“A intenção da FIFA não é a de atrapalhar o trabalho do mercado publicitário, mas, sim, combater o uso indevido de marcas e símbolos relacionados à Copa das Confederações da FIFA e à Copa do Mundo da FIFA™, além do marketing de emboscada.” A informação é de Vicente Rosenfeld, consultor de proteção às marcas da FIFA, durante evento realizado na manhã de hoje (15/5) em São Paulo, promovido pela ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade. O encontro teve como objetivo apresentar oficialmente ao mercado publicitário as ações de marketing permitidas pela FIFA em ambos os eventos.

De acordo com Rosenfeld, “as normas adotadas têm como finalidade contribuir para defender os direitos dos patrocinadores dos eventos”. Ele destacou, por exemplo, a proibição de associar marcas de empresas não patrocinadoras a ações como promoção de ingressos, tabelas de jogos, marketing de emboscada de intrusão ou de associação, distribuição de produtos ou brindes na área de restrição comercial nas proximidades dos estádios.

Rosenfeld lembrou que a FIFA já fez uma vasta análise no entorno dos estádios para levantar as empresas da região e o tipo de letreiros e publicidade exposto. Com isso, estas empresas não poderão alterar esta configuração para “promover-se com o evento, nem aceitar a ocupação de seu espaço por terceiros”.

Além de Rosenfeld, participaram também Eduardo Corch e Elisa Gattás, respectivamente gerente de marketing esportivo e gerente de proteção às marcas da Adidas, patrocinadora da Copa das Confederações FIFA e da Copa do Mundo FIFA. Corch lembrou, por exemplo, que é da marca a bola oficial da Copa do Mundo FIFA desde 1970. Além da bola, são direitos da Adidas o mascote, os uniformes usados por juízes, bandeirinhas e voluntários e os troféus ‘chuteira de ouro’ e ‘luva de ouro’. A advogada Elisa destacou que seu trabalho está voltado “para a proteção dos ativos da marca, produtos e desenhos”.

Já o advogado Gustavo Piva de Andrade, do escritório Dannemann Siemsen Advogados, deu detalhes sobre a Lei Geral da Copa, que incluiu proteção às marcas e símbolos, criação de procedimentos especiais para pedido de registro de marcas relativas à FIFA no INPI; procedimentos para responsabilizar ações de marketing de emboscada, tanto o de intrusão, quanto o de associação; a área de restrição comercial e a captação de imagens dos jogos e dos eventos. Ele também lembrou da proibição de distribuição de produtos, degustação de alimentos e bebidas e publicidade em veículos no entorno dos estádios.

Mais informações sobre a FIFA podem ser acessadas em www.fifa.com/protECAoasmArCAS.