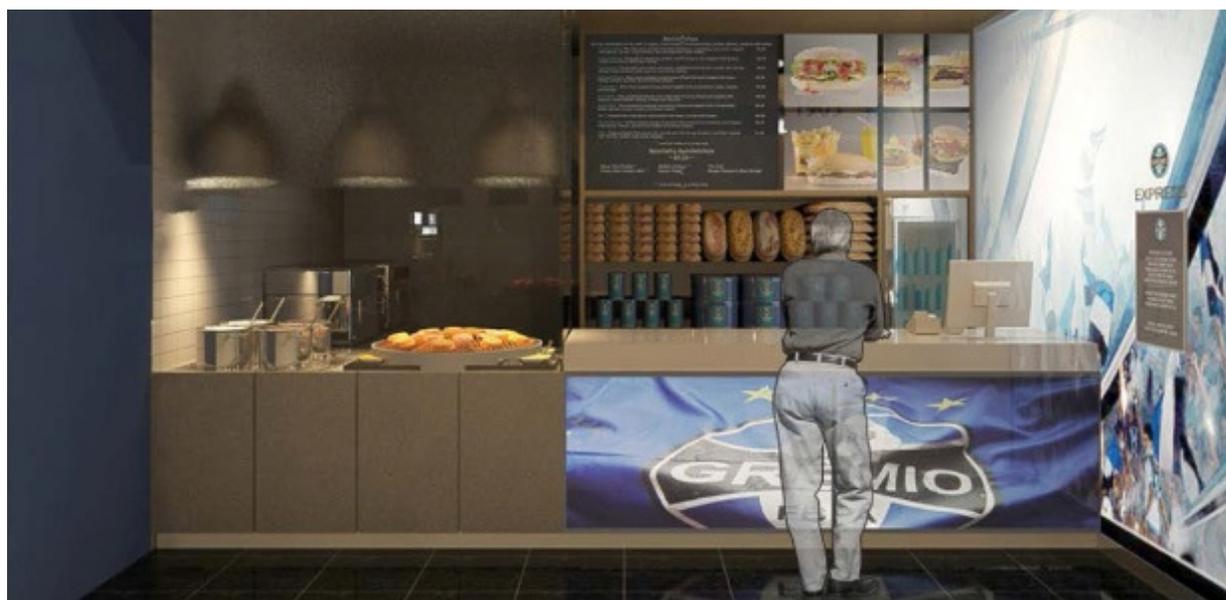


PLURI cria a 1ª Rede de Fast food de Clube de Futebol do Mundo



PLURI Consultoria

Pesquisa, Valuation, Gestão e marketing Esportivo.

www.pluriconsultoria.com.br

Twitter: @pluriconsult

www.facebook.com/pluriconsultoria

Uma nova fronteira no licenciamento dos clubes

Na última semana foi lançada a primeira rede de fast food de um clube de futebol no Mundo, do Grêmio FBPA. **O lançamento encerrou um período de 18 meses desde o momento em que concebemos na PLURI a idéia da rede, e a sua concretização.** Foi um período marcado por inúmeros estudos sobre a indústria de *food service*, o dimensionamento do mercado e seu potencial de consumo, o comportamento e hábitos do torcedor-consumidor, a análise da viabilidade econômico-financeira, identificação dos principais players do mercado (logística, fornecedores de insumos, máquinas, equipamentos, serviços, etc), e a montagem de uma estrutura de parceiros capaz de transformar este projeto em realidade. Estamos falando de uma tarefa extremamente complicada, que tem como um dos principais pontos a **elaboração de cardápios e criação de identidade visual que capture a essência e as particularidades de cada clube, aquilo que está no imaginário de seus torcedores.**

Mas até chegarmos aqui, como surgiu essa idéia? Há cerca de 18 meses fui procurado por um grande clube do futebol Brasileiro, interessado em elevar as suas receitas com licenciamento. O ponto de partida do trabalho já estava dentro de casa: Pesquisas da PLURI dimensionaram o tamanho do rendimento dos torcedores de futebol no Brasil em algo em torno de R\$ 142 bilhões/mês, recursos esses destinados periodicamente à gastos com alimentação, vestuário, transporte, saúde, educação, etc. Pouco deste consumo, porém, é de produtos e serviços que tenham qualquer relação com os times de futebol, o que leva ao fato de que apenas 0,07% desta montanha de recursos acabe tendo como destino os cofres dos clubes, explicitando uma contradição: **Como podem os Times de futebol, tão influentes sobre os corações e mentes dos torcedores, não conseguirem maximizar estas receitas?** Parte da explicação vem do fato de que, no Brasil, a área de licenciamento dos clubes é historicamente voltada para produtos de baixa escala e mercados pulverizados, o que por si só limita o potencial de geração de receitas. **Um caminho para se reverter isso é trabalhar com setores de consumo intensivo, ou seja, ir aonde o dinheiro está,** e o segmento de alimentação fora de casa é um caminho natural. Estamos falando de um mercado de R\$ 250 bilhões de faturamento em 2013, com crescimento de mais de 300% nos últimos 10 anos. Um setor que conta com cerca de 70 milhões de clientes que comem fora todos os dias, 80% deles torcedores de algum time de futebol. Juntando esses e outros elementos, chegamos à criação do modelo de uma rede de *fast food* de clubes de Futebol.

Porém, nada é simples. Sabemos da tendência natural dos torcedores à fidelização, mas além da criatividade e eficiência da comunicação, **é fundamental que o produto seja de qualidade e o preço competitivo**. E para isso é preciso estrutura, investimento e tudo aquilo já detalhado no início deste texto.

A possibilidade de expansão é outro tema relevante. Com milhões de torcedores espalhados pelo Brasil, é preciso operações adaptáveis à característica e potencial de cada região. Para isso desenvolvemos opções para shoppings, hipermercados, lojas de rua, quiosques, corners para lojas de conveniência, além de contâiners e unidades móveis, alinhados à tendência mais forte do mercado atual, que é a da alimentação de rua. Além disso, estudos de *site location* nos permitiram mensurar com mais precisão o potencial de consumo de cada cidade e o tipo de operação indicado.



E nestes 10 dias desde o lançamento tivemos uma verdadeira corrida de interessados em abrir operações do Grêmio em diversos pontos do País, o que demonstra o apelo da operação e a força do clube. Vale lembrar que ainda não abrimos oficialmente as inscrições para os franqueados, o que vai ocorrer após o início da primeira operação (em um Shopping de Porto Alegre), e um necessário período de carência operacional, para maior aperfeiçoamento do negócio.

A operação traz grandes vantagens para os clubes e o Grêmio as percebeu rapidamente: a criação de uma nova frente de receitas, o grande potencial de faturamento ao se trabalhar com um segmento de alta escala, o ganho para a marca do clube, o fortalecimento do vínculo com os torcedores, o estímulo à venda de planos de sócio-torcedor através da concessão de descontos exclusivos, maior aproximação com torcedores que moram em outras cidades, e a criação de uma rede de atendimento e apoio aos torcedores (venda de ingressos, ponto de comunicação com o clube, afiliação, etc).

Com tudo isso, a reação do mercado especializado, da mídia e dos torcedores não poderia ser melhor, e as matérias sobre a rede se espalharam:

Globoesporte:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/gremio/noticia/2014/01/gremio-anuncia-rede-de-fast-food-e-espera-lancar-90-lojas-em-cinco-anos.html>

Uol:

<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2014/01/30/pego-pelo-estomago-gremio-cria-rede-de-fast-food-para-formar-torcedores.htm>

Estadão:

<http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,gremio-lanca-rede-de-fast-food,1122474,0.htm>

Meio e Mensagem:

<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2014/01/22/Gremio-tera-rede-de-fast-food-tematica.html>

RBS:

<http://wp.clicrbs.com.br/blogdabela/2014/01/21/gremio-lanca-rede-de-fast-food/?topo=13,1,1,,13>

Placar:

<http://placar.abril.com.br/materia/gremio-e-o-primeiro-clube-de-futebol-do-mundo-a-lancar-rede-de-fast-food>

ESPN:

http://www.espn.com.br/noticia/383502_gremio-lanca-rede-de-fast-food-que-gerou-crise-no-corinthians

FOX:

<http://www.foxsports.com.br/noticias/138472-gremio-sera-primeiro-time-do-mundo-a-ter-rede-de-fast-food-propria>

O engajamento dos gremistas, como era de se esperar, foi forte. A definição do nome, a partir das 3 opções apresentadas, está sendo submetida à escolha da torcida através de votação no site do clube. Em poucos dias, 20 mil Gremistas votaram!!! Porém, Qualquer que seja o nome escolhido, será acompanhado do slogan “**SABOR IMORTAL**”.



Os que tiverem interesse em conhecer mais profundamente a operação, sugiro que acessem o site da Sportfood Franchising e Licenciamento, responsável pela condução da operação: www.sportfood.com.br

Atualmente estamos finalizando as negociações com outros clubes Brasileiros e estrangeiros, cujas redes devem ser anunciadas em breve, além de outras novidades em desenvolvimento. Vários outros clubes nos procuraram desde o lançamento da operação para desenvolvermos outras soluções exclusivas, o que nos dá a confiança de que estamos diante de uma nova fronteira no licenciamento dos clubes. Afinal, que clube não quer estar diariamente na mesa de seu torcedor?

Abraço a todos,



Fernando Ferreira

Economista, Especialista em Gestão e Marketing do Esporte e Pesquisa de Mercado, Diretor da Pluri Consultoria, da Brasil Sports Market e Sportfood Franchising e Licenciamentos.
fernando@pluriconsultoria.com.br

PLURI : *Full Branch* de negócios Esportivos



Consultoria em Gestão, Governança, Finanças e Marketing Esportivo.

www.pluriconsultoria.com.br



Empresa especializada em Franchising e Licenciamento Esportivo.

www.sportfood.com.br



Parceria entre PLURI Consultoria, Trevisan Escola de Negócios e FanClub Brasil. Atua com eventos de Gestão e Marketing Esportivo. www.brsmbrasil.com



Consultoria em *Valuation* de Atletas e propriedades de Marketing Esportivo.

Conheça a Pluri Consultoria

PESQUISA, ANÁLISE, CENÁRIOS E TENDÊNCIAS, estes são os nossos PILARES. Somos uma empresa que busca resultados CONCRETOS para seus clientes a partir da união das áreas de ECONOMIA, GESTÃO e MARKETING. Nosso foco está voltado para um melhor entendimento dos mercados que propicie a maximização de RESULTADOS, por isso podemos ajudar DECISIVAMENTE nossos clientes.

Pluri SPORT BUSINESS - A experiência da PLURI em INTELIGÊNCIA DE MERCADO e GESTÃO, aplicada em projetos de consultoria para o mercado esportivo, abrangendo patrocinadores, investidores, clubes, entidades e atletas.

Saiba +: <http://www.pluriconsultoria.com.br/sport.php>

O Esporte levado a Sério

Este relatório foi elaborado pela Pluri Consultoria e é distribuído com a finalidade única de prestar informações ao mercado em geral. A Pluri Consultoria não se responsabiliza por quaisquer prejuízos de quaisquer natureza por perdas diretas ou indiretas derivadas do uso das informações constantes do mencionado relatório de seu conteúdo.