Mídia Primeira edição será lançada em março com tiragem de 200 mil exemplares,
distribuição gratuita e promoções com cupons

Spring apresenta agenda com patrocínio

por Paulo Macedo

De olho em um mercado cada vez mais desejado, não só pelo potencial de consumo de aproximadamente R\$ 51 bilhões por ano, segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas, mas também pelo poder de influenciar mais de 20% das decisões de compra familiares, os jovens universitários serão o público-alvo de uma agenda

que terá distribuição gratuita nas escolas e patrocínio de anunciantes. O novo produto de mídia será lançado em fevereiro de 2011 com 200 mil exemplares de tiragem. É o primeiro produto da Agenda-se, empresa que une o publisher José Roberto Maluf, da Spring, o publicitário Caio Carraro, o americano Ryder Clifford e Carlos Eduardo Maluf. A captação de anunciantes já está em andamento e a receptividade à oferta tem sido "caloro-

sa", na expressão de Carraro.

Com a iniciativa as universidades deixam de gastar um bom volume de dinheiro na produção das agendas que normalmente brindam os alunos a cada período letivo. Fazem parte da relação a Anhanguera, USP (FEA - Faculdade de Economias e Administração - e a Each), Faap, FGV e a ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing). Os anunciantes só não podem comprar a capa, co-

mum na Europa, Canadá e Estados Unidos. No Brasil a capa será destinada à marca da universidade. Pesquisas usadas na formação do produto indicaram que os estudantes brasileiros "sentem orgulho das instituições de ensino" que estudam. Carraro diz que a opção dá credibilidade à agenda e também à prospecção dos anunciantes. Entre os formatos oferecidos estão as páginas internas e contracapa, abertura de mês, dias

da semana etc.

Um dos sócios da Agende-se, Ryder Clifford, tem experiência nos EUA com o produto através da The Student Planner. No mercado mundial, são 4 milhões de agendas com patrocínio impressas por ano. "Nos inspiramos no modelo, mas tivemos que fazer algumas adaptações para que a agenda tenha apelo junto ao estudante do País. As escolas têm 32 páginas para explicar seu

conteúdo para os alunos", disse Carraro, acrescentando que as edições serão semestrais com 144 páginas. "A circulação obedece ao calendário escolar. Na pesquisa identificamos que o uso da agenda é de quatro meses, de fevereiro a junho e de agosto a novembro. A segunda edição já terá 250 mil exemplares e até 2012 queremos ter dois milhões de agendas com chancela dos anunciantes em circulação".