REVISTA DOS

ANO 6 - Nº 30 - R$ 10,00

eventos®

A REVISTA OFICIAL DO SETOR

PESQUISAS REVELAM
Eventos são a "bola da vez"

TOM NUTLEY
Entrevista exclusiva

NATAL
O sol brilha para eventos

EVENTO PROPRIETÁRIO
O show das marcas

ISSN 1516389-X
30
9 771516 389002

ANUNCIE NA REVISTA

Profissionais que decidem onde são realizadas as principais feiras mundiais, terão em suas mãos uma publicação totalmente em inglês que direcionará sua escolha, com 30 destinos brasileiros, mostrando toda infra-estrutura, qualidade e disponibilidade de equipamentos e serviços da cidade escolhida.

Brasil Eventos será um guia separado por regiões, com textos descritivos e fotos, mostrando as principais cidades brasileiras com potencialidade de sediar os principais eventos mundiais com qualidade de primeiro mundo. As matérias irão focar na infra-estrutura disponível na cidade, sua capacidade econômica, cultural e tecnológica, destacando as sinergias e seu potencial de contribuição para o êxito de um evento, contendo também informações sobre opções de viagens na região para o pré ou pós-evento.

Depoimentos de profissionais estrangeiros de renome que já realizaram eventos no Brasil. Feiras, incentivo, congressos, lançamentos de produto, convenções que foram sucesso, nas varias regiões do país.

FECHAMENTO:
30 de maio de 2004

Foram selecionados 30 destinos para eventos nas 5 regiões do Brasil.

- Angra dos Reis
- Aracajú
- Belém
- Belo Horizonte
- Brasília
- Campina Grande
- Campinas
- Campo Grande
- Cuiabá
- Curitiba
- Florianópolis
- Fortaleza
- Foz do Iguaçu
- Goiânia
- Gramado
- Guarulhos
- João Pessoa
- Joinville
- Maceió
- Manaus
- Natal
- Ouro Preto
- Porto Alegre
- Porto Seguro
- Recife
- Rio de Janeiro
- Salvador
- Santos e Região
- São Paulo
- Uberlândia

LIGUE AGORA

5575-1372

publicidade@revistadoseventos.com.br

BRAZIL EVENTS MAGAZINE
SEU PASSAPORTE PARA O MUNDO!!!

LANÇAMENTO DA EDIÇÃO:

LACIME 2004
Dias 23, 24 e 25 de Junho 2004
Transamérica Expo Center
São Paulo - SP

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

Formato: 21 x 28 cm
Papel: couchê, 150 na capa e 115 no miolo
Tiragem: 25.000 exemplares

DISTRIBUIÇÃO

Nos escritórios da Embratur na Europa e nos EUA e nas principais feiras especializadas em incentivos, congressos e convenções no período de junho de 2004 a maio de 2005

- Lacime (São Paulo) – junho
- Leisure (Moscou) – setembro
- BIT Peru (Lima) – setembro
- IT&ME (Chicago) – setembro
- M&IT (Londres) – outubro
- TTG Itália (Rimini) – outubro
- WTM (Londres) – novembro
- FIT (Buenos Aires) – novembro
- EIBTM (Barcelona) – novembro
- BTC (Florença) – dezembro
- Salão Bedouk (Paris) – janeiro
- Seatrade Cruise (Miami) – janeiro
- Imex (Frankfurt) – março

Brazil events MAGAZINE

PATROCÍNIO

FBC & VB
FEDERAÇÃO BRASILEIRA CONVENTION & VISITORS BUREAU

APOIO

BRASIL UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

Ministério do Turismo

SUMÁRIO

CLIPPING

pág. 7

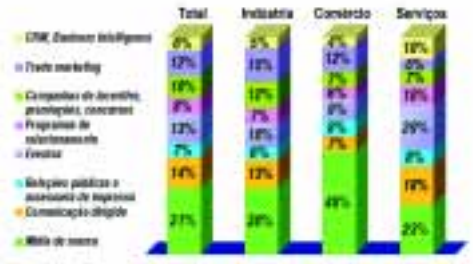
EVENTOS DO TRADE

pág. 16

DESTINO – Natal

pág. 21

PESQUISA – Eventos são a bola da vez



pág. 18

ENTREVISTA – Tom Nutley

pág. 28

MATÉRIA DE CAPA – Eventos Proprietários

pág. 32

FEIRAS & CONGRESSOS – Balanço

pág. 38

VITRINE

pág. 48

AGENDA

pág. 42

VAI E VEM

pág. 47

CALENDÁRIO

pág. 50

Meetings & Conventions – REVISTA DOS EVENTOS é uma publicação da Expo Planejamento, Marketing e Consultoria

DIRETOR
Sergio Junqueira Arantes
sergio@revistadoseventos.com.br

REDAÇÃO
redacao@revistadoseventos.com.br

EDITORA
Nancy Weber
nancy@revistadoseventos.com.br

SUBEDITOR
Paulo F. Cunha
paulo.cunha@revistadoseventos.com.br

FEIRAS & CONGRESSOS
Brunna Soares
bruna@revistadoseventos.com.br

ARTE
Pedro Penafiel
pedro@revistadoseventos.com.br

COLABORADORES
Ana Paula Sousa e Marlene Jaggi

PUBLICIDADE
publicidade@revistadoseventos.com.br

Gerente
Josete Pereira Ramos
josete@revistadoseventos.com.br

Antonio Paulo Nápoles
napoles@revistadoseventos.com.br

Edson Miglioranza
edson@revistadoseventos.com.br

ADMINISTRAÇÃO
Sergio Arantes Filho
sergiofilho@revistadoseventos.com.br

Assinaturas
Luciana Ivanovski
assinaturas@revistadoseventos.com.br

Pesquisa
Erica Lima
erica@revistadoseventos.com.br

Meetings & Conventions – Revista dos EVENTOS é uma publicação mensal da Expo Planejamento, Marketing e Consultoria Ltda.

Não é permitida a reprodução total ou parcial das matérias sem a expressa autorização da editora. A revista não se responsabiliza pelos conceitos expressos nos artigos assinados. Meetings & Conventions – Revista dos EVENTOS é distribuída através de mailing especializado e exclusivo a profissionais da indústria de eventos: expositores, organizadores, promotores, entidades e fornecedores de serviços e equipamentos para eventos em todo o Brasil.

DISTRIBUIÇÃO
TRANSFOLHA

IMPRESSÃO
VOX EDITORA

TIRAGEM
15 mil exemplares

Ano VI – nº 30, Abril 2004

Rua Loefgreen, 2473 – Vila Mariana
04040-033 – São Paulo – SP
Fone/Fax (11) 5575-1372
expo@revistadoseventos.com.br

FOTO DE CAPA: Carlos Goldgrub

Deitada em berço esplêndido

É um dos melhores Destinos do Brasil. Mas parece que os responsáveis pela condução político, administrativa e turística da cidade não se dão conta disso. A cidade paulista de Campos do Jordão, que concentra quase 50% da economia nacional em seu entorno, tem um clima inigualável e uma natureza ainda intocada, recortada por paisagens espetaculares. Oferece dezenas de hotéis de boa qualidade, pousadas agradáveis, excelentes restaurantes de cozinha nacional e internacional, chocolaterias, casas de chá e malharias que se transformaram, também, em pontos de atração para os turistas. Estas atrações, aliadas a dois centros de convenções e vários espaços para eventos em hotéis – que deveriam ser oferecidos e utilizados o ano todo – transformam Campos do Jordão em um dos melhores Destinos para Eventos do Brasil.

Mas os que deveriam ser os maiores interessados em explorar o turismo o ano inteiro, limitam-se a explorar o turista na temporada de inverno. Depois, passam o restante do ano brigando entre si, criando entidades que não vão funcionar porque não as respeitam nem prestigiam, e ainda reclamam da baixa ocupação de seus hotéis e restaurantes. Até parece que nunca ouviram falar da sazonalidade do turismo, que é preenchida com vantagens pelo setor de eventos, um segmento que registra altas taxas de crescimento e que é a mola que impulsiona, também, os mais avançados centros turísticos do país e do mundo. Parece que Campos do Jordão chuta o balde para depois chorar o leite derramado.

Quando seu Conselho Diretor deliberou realizar o Prêmio Caio 2002 em Campos do Jordão, pensava-se em favorecer o desenvolvimento da cidade como Destino para Eventos. Muitos nos alertaram para as dificuldades que teríamos mas, apesar dos inúmeros problemas que realmente enfrentamos e dos compromissos assumidos e não cumpridos, o sucesso do evento confirmou o acerto de nossa escolha e a impressão que sempre tivemos de que Campos do Jordão é encantadora, oferece grandes atrativos, enfim, é inigualável.

Na rede hoteleira da cidade, sempre se destacou o Mont Blanc, um verdadeiro castelo no alto das montanhas, com atendimento digno dos melhores hotéis do mundo, e que acabou sendo o cenário perfeito para a melhor festa do Prêmio Caio até então realizada.

Por isso, ficamos surpresos e chocados quando soubemos que este ícone da hotelaria local havia fechado suas portas. Não parecia possível. Afinal, todas as informações disponíveis indicavam que sua taxa de ocupação estava aumentando e sua diária média era crescente.

Mas, quando nos lembramos que o Mont Blanc estava instalado em Campos do Jordão, entendemos imediatamente e lamentamos, claro, as razões do seu fechamento.

Agora só nos resta torcer para que os responsáveis pelo grave e atual quadro registrado naquela cidade, acordem para os novos tempos. O setor de eventos pode representar um papel fundamental para o crescimento econômico e social de Campos de Jordão e região. Basta querer e começar a trabalhar sério para abrir suas portas, o ano todo, e não apenas no meio do ano. Basta levantar-se de seu berço esplendido, afinal seu futuro pode espelhar sua grandeza.

Sergio Junqueira Arantes

CARTAS

Edição Prêmio Caio

Parabéns pela excelente qualidade das matérias da última Revista dos EVENTOS. Farta informação sobre o Prêmio Caio, com nível profissional jornalístico elevado e acima de tudo com muita clareza e objetividade. Quero agradecer, a matéria maravilhosa sobre o vencedor do Gran Prix 2003, Roosevelt, e também pelo reconhecimento de sua trajetória e dedicação profissional. Mas o agradecimento maior fica pelo conteúdo familiar que muito nos emocionou. Muito bonito!! Parabéns, Sergio, pelo crescimento cada vez maior do seu trabalho feito com muito empenho!

Wilneide Hamam

Parabéns pela revista

Antes de tudo, gostaria de parabenizá-los pela Revista dos EVENTOS. Trabalho com organização de eventos, sou professora universitária de Organização de Eventos em uma Faculdade de Turismo & Hotelaria e utilizo a mesma para complementar minhas aulas. É, com certeza, uma ferramenta maravilhosa para todos que atuam no ramo de eventos. Que bom que esta lacuna foi preenchida...até então eu desconhecia uma revista voltada para esse segmento do mercado.

Ângela Arantes

Parabéns 2

Antes de qualquer coisa, gostaria de parabenizá-los pela maravilhosa publicação. Conheço a Revista de EVENTOS há pouco tempo e já estou providenciando minha assinatura AMANHÃ!! Procurei saber com a ABEOC sobre a colocação do Brasil no "ranking" do Turismo de Negócios (ou Turismo de Eventos) mas o site deles ainda está em construção. Existe alguma pesquisa recente? Como posso saber a colocação de cada estado ou de pelo menos os DEZ estados que mais faturam ou que mais realizam eventos? POR FAVOR, caso tenham alguma informação, me enviem.

Daniela Araújo

A REVISTA DOS EVENTOS RESPONDE

Daniela,

O melhor ranking de turismo de eventos é o da ICCA, que deve estar saindo nos próximos dias. O site deles é http://www.iccaworld.com. Em termos de ranking de estados, o único que tenho conhecimento é o que publicamos em nossa edição 18, tendo como base o 1º Dimensionamento Econômico da Industria de Eventos no Brasil. A equipe de redação da Revista dos EVENTOS analisou as 24 pesquisas regionais do Dimensionamento e elaborou um ranking dos destinos para eventos no Brasil. Para tanto, consideramos, de forma ponderada, a capacidade instalada (m² e assentos), a quantidade de eventos realizados e a quantidade de participantes em eventos realizados em 2001. A pontuação resultante por cidade resultou no ranking abaixo.

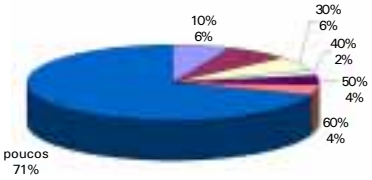
1.	São Paulo	92,6
2.	Rio de Janeiro	58,4
3.	Curitiba	40,2
4.	Brasília	27,2
5.	Fortaleza	27,1
6.	Belo Horizonte	25,9
7.	Recife	24,0
8.	Joinville	23,2
9.	Salvador	20,9
10.	Porto Alegre	20,3

ENQUETE ON-LINE

Identificação de Norte-Americanos

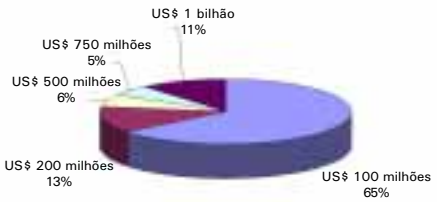
VISITAÇÃO

Qual percentual de turistas norte-americanos deixará de visitar o Brasil em decorrência da obrigatoriedade de identificação nos aeroportos brasileiros:



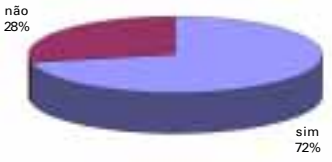
PREJUÍZO

Qual o prejuízo que o turismo brasileiro deverá sofrer caso a obrigatoriedade de identificar cidadãos norte-americanos que entram no país seja mantida?



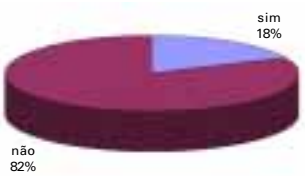
FLUXO TURÍSTICO

Você acredita que a meta de aumentar o fluxo turístico de estrangeiros no Brasil ainda é viável após a decisão judicial obrigando todos os norte-americanos serem fichados, identificados e fotografados quando entram no país?



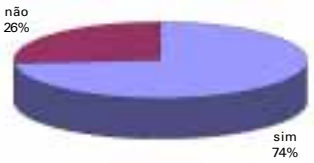
GOVERNO LULA

O governo Lula deveria fazer todo o possível para facilitar o acesso de turistas norte-americanos no Brasil, acabando com a exigência de vistos e a sua identificação?



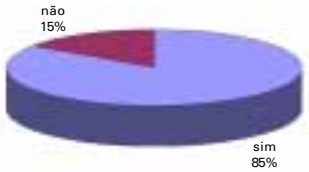
RETALIAÇÃO

Você acredita que esta exigência é a melhor forma de retaliar os EUA por exigirem a identificação e fotografarem os brasileiros quando entram no país?



ISOLAMENTO

Você acha que o Brasil deveria continuar exigindo visto dos norte-americanos quando países como a Argentina, Chile, México, Escócia, Grécia e Uruguai não exigem?



Relatório Resorts no Brasil mostra o perfil do segmento no País

A BSH Travel Research, divisão da consultoria BSH International, lançou o relatório "Resorts no Brasil", que analisa o mercado deste segmento hoteleiro, seu histórico, características e desenvolvimento no país. O documento mostra como se deu o crescimento do mercado de resorts, a origem de seus hóspedes, o crescimento do setor de convenções, além de informações sobre diárias e ocupação.

O significativo crescimento do número de resorts no país nos últimos 20 anos é um dos traços mais característicos da evolução do turismo brasileiro. O estudo revela que até a década de 70, existiam no Brasil apenas 13 resorts com um equivalente a 3 mil unidades habitacionais relativamente bem distribuídas pelo país, assinala Sérgio Bueno, diretor de desenvolvimento da BSH. “Nota-se que deste total, apenas dois empreendimentos estavam localizados na região Nordeste, o Club Méditerranée Itaparica e o Jatiúca Resort. A falta de infra-estrutura e a dificuldade de acesso à região condenavam naquele momento o Nordeste a ficar à margem da expansão desse tipo de meio de hospedagem, mas a situação se inverteria”, ressalta.

Nas duas décadas seguintes, anos 80 e 90,o país testemunhou um incremento significativo do número de resorts. O mercado recebeu 16 novos empreendimentos, além da ampliação de alguns já existentes, o que levou a um crescimento da ordem de 116% da oferta de quartos. Foi neste período que teve início a explosão no número de resorts no Nordeste do País, que delineou novos rumos para o setor, definindo uma franca expansão que entre os anos 2000 e 2003, acrescentaria 13 novos resorts no mercado. A trajetória desse mercado é mostrada no estudo através de gráficos, tabelas e conclusões que alinha dados decisivos: quantos resorts fazem parte deste mercado; quais as regiões que mais se desenvolveram e os fatores que impulsionaram tal desempenho. E se na década de 70 os resorts de praia respondiam por apenas 31% do mercado, deixando em franca vantagem os resorts de interior, hoje a realidade é outra. O estudo da BSH Travel Research vai além e faz projeções de taxas de ocupação, diárias médias, além de mostrar como as redes hoteleiras internacionais têm crescido mais recentemente.

De acordo com Ana Maria Biselli, consultora da BSH, o Brasil precisa deste respaldo para fomentar o desempenho do setor. “Não queremos mostrar apenas o que já existe neste mercado, mas especialmente criar condições para que empreendedores, investidores, incorporadores possam avaliar a real potencialidade deste mercado e projetar novos empreendimentos, respaldados por uma política consistente de dados que possa incentivá-los ou alertá-los para eventuais riscos”, analisa.

Já o presidente & CEO da empresa, José Ernesto Marino Neto, confirmando a tendência de expansão do mercado de resorts, revela que até 2007 está previsto o acréscimo de 5.800 unidades habitacionais no País. E segundo ele, através de criteriosa análise, o estudo vai mostrar as áreas que terão ênfase nesta expansão e traçar previsões para a resposta da demanda.

O estudo sobre resorts é o terceiro da série de vários títulos que a empresa pretende colocar à disposição do mercado bimestralmente. Os trabalhos anteriores mostram a evolução das redes hoteleiras na cidade de São Paulo; os setores de hotelaria luxo em São Paulo e Rio de Janeiro. Cada estudo tem o preço de R$ 350, e podem ser encontrados em versões português/inglês, em formato impresso 4x4 cores. Os próximos relatórios a serem lançados de acordo com Marino Neto, abordarão os mercados de Hotéis Econômicos, Spas e Ecoturismo entre outros temas. “Com esta iniciativa, a BSH Travel Research pretende ajudar o mercado turístico e hoteleiro a se conhecer melhor, ter dados à sua disposição e instrumentos de planejamento que permitam seu crescimento”, argumenta.

Informações: *www.bshinternational.com* • *Tel: (11)3813-6188*

CAPTAÇÃO DE EVENTOS

Congresso Mundial de Medicina

Foz do Iguaçu será a sede do 3º Congresso Mundial de Gastroenterologia Pediátrica, Hepatologia e Nutrição. O encontro que está programado para 2008, deverá atrair cerca de 2.300 participantes estrangeiros e 700 brasileiros. Estimativas da Idealiza Eventos, empresa organizadora, indicam que o evento deverá render US$ 10 milhões em divisas para o Brasil. Do encontro, que terá a duração de cinco dias, participarão 500 conferencistas.

Salvador capta mais três eventos internacionais

Cerca de 3.500 participantes estrangeiros e brasileiros, além do ingresso de US$ 3 milhões em divisas, gastos com hospedagem, alimentação e transporte, estão garantidos com a captação dos novos eventos para a capital baiana. Com apoio da Embratur, Salvador estará sediando o 11º Seminário Altec 2005, o 66º Congresso Mundial da Federação Internacional de Farmacêuticos 2006, e o 1º Simpósio Mundial de Ginecologia Endócrina 2007.

Viagem de incentivo é tema de palestra em São Paulo

Divulgação

Na convenção anual de vendas da Telefônica, um grupo 350 premiados da empresa viajaram para o Cabo de Santo Agostinho, em Pernambuco.

Aconteceu no Hotel Blue Tree Convention Ibirapuera, na capital paulista, a palestra "Na campanha de incentivo, a viagem é sempre o melhor prêmio", com a participação de dois diretores da Incentive House e do CEO da Sentire Soluções, empresa associada ao Disney Institute do Brasil. Promovido pela empresa Discover Eventos, o encontro teve como objetivo apresentar as viagens de incentivo (VI) como excelente ferramenta de marketing nas ações e campanhas de premiação das empresas. O evento contou com a participação de diretores e gerentes de recursos humanos e de marketing de empresas sediadas em São Paulo. Dividida em três módulos, a palestra seguiu o mesmo tema, com cada empresa fazendo sua apresentação.

Na abertura, a diretora da Discover Eventos, Sandra Sciacca falou destacou a importância das viagens de incentivo para motivação de funcionários e colaboradores . Em seguida, Riane Pontarelli e Jorge Medauar, diretores da Incentive House, fizeram uma brilhante apresentação contando todo o processo, da criação à execução, de uma viagem de incentivo, cujo grande diferencial de uma é não ser uma viagem comprada, mas conquistada. Os palestrantes também apresentaram os números do mercado e o case de uma viagem de incentivo para a Copa do Mundo 2002 na Coréia e no Japão, realizada pela Incentive House para um cliente da indústria farmacêutica. Entre os números apresentados destacam-se que 21% de todas as viagens do mundo são de incentivos; 39% das VI em grupos são para destinos nacionais; 24% das VI utilizam cruzeiros marítimos e 21% VI em grupos são para destinos internacionais. Outros dados apresentados revelaram que entre 70 a 75% do budget de uma viagem de incentivo são aplicados no custo da própria viagem – passagem, hospedagem, alimentação, seguro etc; assim como o gasto médio por passageiro que, numa viagem de incentivo internacional, varia entre US$ 1.800 a 2.400.

Fechando a seqüência de apresentações, Jorge Drabczynski, CEO da Sentire Soluções, um verdadeiro expert em Walt Disney World, falou sobre os programas educativos e corporativos oferecidos pela Disney Institute, cujo objetivo é fazer o participante conhecer a fundo, por meio de palestras, seminários, workshops, tours e encontros o padrão Disney de qualidade e atendimento, além dos bastidores do maior complexo de entretenimento do mundo.

O mercado de viagens de incentivo é um segmento reconhecido e trabalhado pela Embratur, mas ainda não existem no Brasil estatísticas sobre quanto esse mercado movimenta e a quantidade de empregos gerados. Estimativas da Organização Mundial do Turismo (OMT), mostram que os segmentos turísticos que mais devem crescer nos próximos anos são os de eventos, aventura e incentivo. De acordo ainda com dados da entidade, a quantidade de viajantes de "incentivo" pelo mundo deverá chegar a 1,6 bilhão até 2020. (PFC)

TURISMO

Trend abre central de reservas para redes hoteleiras

A Trend Operadora está respondendo, desde março, pela central de reservas das redes hoteleiras GranDarrel – que possui dois estabelecimentos em Belo Horizonte, Minas Gerais e um em Copacabana, no Rio de Janeiro –, e Four Plus, que possui dois empreendimentos em São Paulo, um no Rio de Janeiro e um em Fortaleza. Números da central de reservas Trend GranDarrel: 0800-771 0144 Trend Four Plus: 0800 770 5919.

"Dê um giro por aqui"

Este foi o tema do famtur promovido pela Secretaria do Turismo Estadual de Foz do Iguaçu, com apoio do Convention & Visitors Bureau. Uma extensa programação, de quatro dias, foi oferecida, aos mais de 170 operadores de turismo do mercado internacional e nacional, organizadores de eventos e jornalistas da área. Além dos atrativos naturais da região, como as Cataratas e a Usina Hidrelétrica de Itaipu, os participantes do famtur conheceram as novas opções de diversão e aventura como as trilhas do Macuco Eco-aventura e o Cânion Iguaçu, que proporciona atividades radicais como rafting e arvorismo. (APS)

Afro-americanos na Bahia

Em Washington, a Bahiatursa fechou acordo com a empresa de turismo e entretenimento norte-americana Avocet, com o objetivo de trazer 14 mil turistas afro-americanos, em vôos charters semanais. O acordo visa, também, incrementar o intercâmbio cultural entre as comunidades. Serão investidos US$ 15 milhões para divulgar a Bahia nos Estados Unidos, como a capital mundial da cultura negra.

Fórum Mundial da Educação - Anhembi, São Paulo

Coberturas para congressos

Coberturas com ar-condicionado e piso

Palco para shows

Coberturas para eventos

Seus eventos, grandes sucessos

LOCAÇÃO DE:

- Tendas
- Palcos
- Ar-condicionados
- Iluminação
- Pisos

Segurança, Qualidade e Pontualidade

Pensando sempre na rapidez que a organização exige e a montagem de um evento exige, a **Tópico**, líder no mercado de coberturas, oferece sempre o melhor para qualquer que seja o espaço para o seu evento.

TOPICO
COBERTURAS ALTERNATIVAS

Tel./Fax: (11) 3846-2510
eventos@topico.com.br

www.topico.com.br

Projeto Casa de Campo é apresentada pelo Royal Palm Plaza

Iniciadas as obras da Casa de Campo, projeto de expansão do The Royal Palm Plaza Hotel Resort, que vai agregar ao hotel de Campinas (SP) mais uma nova área para eventos, quatro quadras de tênis, campo de futebol society, dois complexos de entretenimento temáticos, quiosques, spa e salão de beleza. Com um investimento do Grupo Arcel da ordem de R$ 15 milhões, a inauguração da Casa de Campo, que irá dobrar a área de lazer do hotel, está prevista para dia 1° de janeiro de 2005.

Na coletiva de imprensa de apresentação do projeto estiveram presentes o presidente do Grupo Arcel, Armindo Dias, o presidente do The Royal Palm Plaza, Antonio Dias, o arquiteto Sérgio de Oliveira, responsável por toda o projeto, e Luiz Ferré, produtor e diretor responsável pela criação e desenvolvimento da nova área de lazer.

A Casa de Campo será construída em terreno de 28.500 m², que pertencente ao complexo Royal Palm. Com acesso direto tanto pelo hotel quanto pela rua, a nova área terá 1.500 m² para eventos, contemplando o grande Salão Híbisco, com 950 m², uma varanda de 480 m² e duas salas de apoio – Harmonia e Camarim Equilíbrio. O espaço, que terá capacidade para mil pessoas sentadas entre o salão e a varanda, poderá receber diversos tipos de eventos, desde congressos e convenções a formaturas e casamentos. De acordo com Antonio Dias, presidente do The Royal Palm Plaza, "existe uma carência na região de Campinas de um bom espaço para grandes banquetes para mais de 400 pessoas. Com a Casa de Campo, poderemos receber confortavelmente até mil pessoas para um jantar. Além disso, permitirá acomodar melhor os grupos de eventos hospedados no hotel, já que teremos mais opções e flexibilidade de utilização das áreas de eventos e lazer do Royal Palm Plaza".

Outro destaque do projeto é a criação de dois espaços tematizados e interativos, inéditos na hotelaria nacional,

Divulgação

Com investimento de R$ 15 milhões, o Royal Palm ganhará em 2005 uma nova área de eventos, entretenimento e lazer

voltados para crianças de diferentes idades. Trata-se do Miniville, uma área dirigida para crianças de 3 a 6 anos e o Kata Kuka Gama, para as de 7 a 12 anos. O Minivelle, por exemplo, vai reproduzir uma cidadezinha de contos de fadas e um mundo de sonhos. Três personagens foram criados especialmente para interagir com as crianças. Entre eles, a coelhinha "Fofa Flor" que terá a casa de bonecas, o cachorro "Comandante Átila" com sua nave, e o papagaio "Capitão Currupaco Paco" que terá um navio pirata. Os espaços de cada personagem terão decoração personalizada e área de brinquedos para crianças, além de um Castelo Medieval, com um grande escorregador e anfiteatro a céu aberto para 300 pessoas.

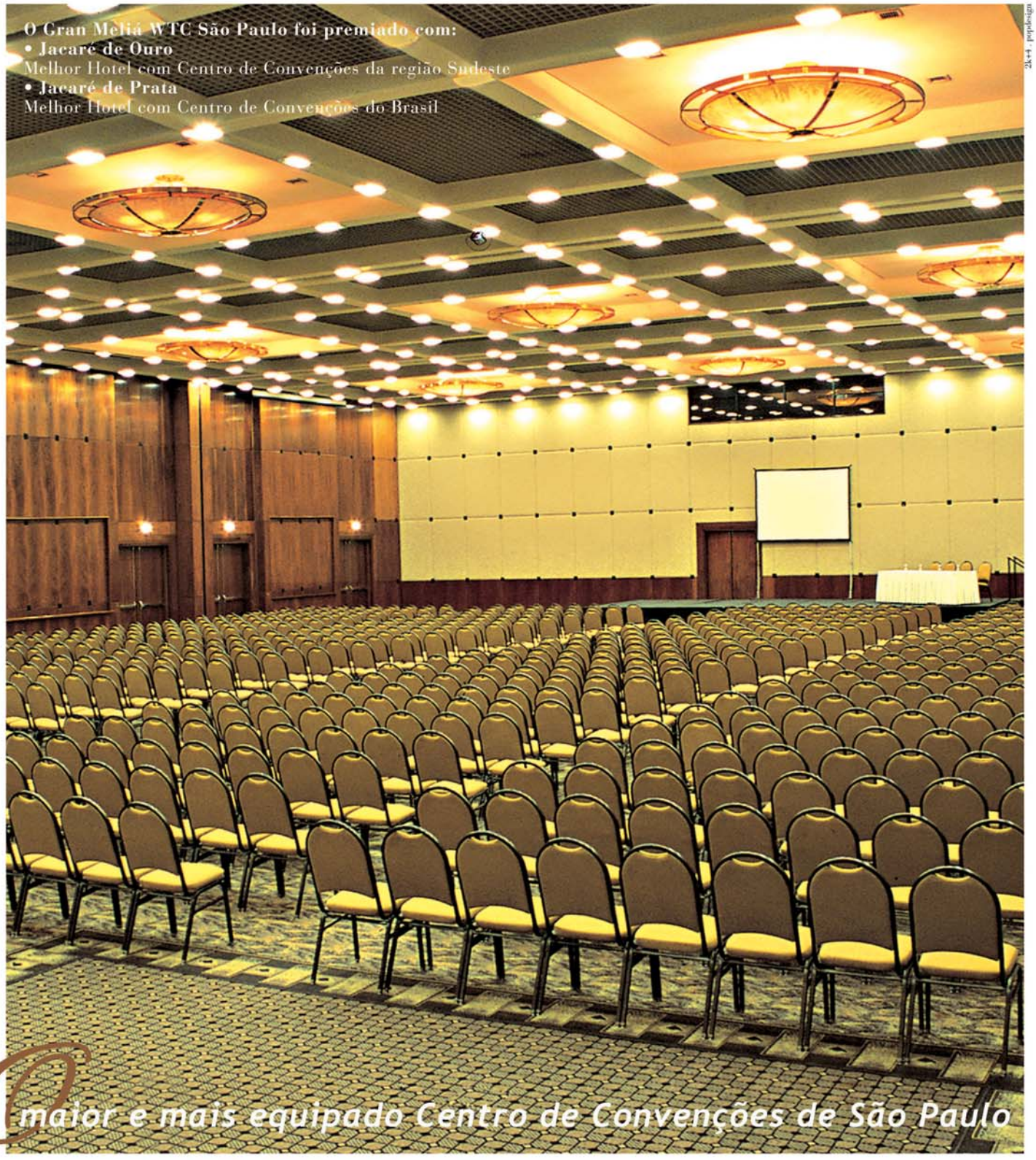
Já no Kata Kuka Game, será reproduzida uma civilização com três ídolos sagrados que representam Sol, Terra e Água. O conceito desse espaço para hóspedes de 7 à 12 anos será o cenário de uma grande brincadeira, na qual as crianças, divididas em três equipes (Sol, Terra e Água), serão convidadas a participar de uma expedição de dois dias para desvendar o mistério do roubo das cabeças dos três ídolos. Para isso, as crianças terão que decifrar enigmas, praticar arborismo e tiroleza, passar pelo labirinto, entre outros desafios.

Numa área de 6 mil m², o Kata Kuka também terá espaço para 200 pessoas, pista de patinação e uma parede de escalada. "Mesmo com as áreas de lazer focadas nas crianças, acredito que os organizadores de eventos também vão gostar de trabalhar as atividades dos grupos de convenções nessas áreas", comenta Antonio Dias

O projeto da Casa de Campo inclui ainda quatro novas quadras de tênis, sendo uma delas com arquibancada e todas com iluminação e piso duro, um campo de futebol society, também com iluminação e o Bar Quiosque. A ampliação do parque aquático, com uma piscina no formato de um rio que corre entre palmeiras e a expansão e modernização do Bar da Beira completam o projeto.

Outra novidade da Casa de Campo é a criação do spa, um espaço dedicado à estética, relaxamento, massagens e banhos terapêuticos. Ao lado da sala do spa funcionará também um novo salão de beleza.

Localizado na cidade de Campinas, no interior de São Paulo, a 90 km da capital, o The Royal Palm Plaza Hotel Resort é administrado pelo Grupo Arcel desde 1997 e ao longo desses 7 anos se consolidou como um dos melhores e mais completos hotéis resorts urbanos do Brasil. (PFC)


O Gran Meliá WTC São Paulo foi premiado com:
• Jacaré de Ouro
Melhor Hotel com Centro de Convenções da região Sudeste
• Jacaré de Prata
Melhor Hotel com Centro de Convenções do Brasil
maior e mais equipado Centro de Convenções de São Paulo

2k+4 . popdesign

Localizado entre a Av. Luis Carlos Berrini e a Av. das Nações Unidas · Centro de Convenções com 30 salas e área de 5.000 m² em um único andar · Paredes móveis com espaços flexíveis em área e capacidade · Auditório com capacidade para até 540 pessoas · Acesso ao D&D e Praça de Alimentação · Acesso ao WTC · Completa infra-estrutura em equipamentos com tecnologia de ponta · Iluminação · Cabines para tradução simultânea · Elevadores para cargas pesadas (comporta um veículo) · Amplo estacionamento

Gran Meliá WTC São Paulo

Informações pelo telefone (55 11) 3055·8000
ou pelo e-mail: gereventos@granmeliasp.com.br

O mais novo e moderno centro de convenções do país abre suas portas

PAULO F. CUNHA

Curitiba foi eleita pelo terceiro ano consecutivo como a melhor cidade para fazer negócios no Brasil e, sem dúvida, muitos deles nascem e se concretizam durante os eventos. E é exatamente para incrementar negócios, gerar e receber eventos com qualidade que foi inaugurado oficialmente no último dia 30 de março o Estação Embratel 21 Convention Center, o mais moderno espaço para eventos do País. Mais de quatro mil pessoas, entre autoridades, políticos, empresários, organizadores e promotores de eventos, artistas e personalidades de todo o Brasil estiveram presentes.

Para a grande festa inaugural, a TV1 Eventos, responsável pela organização, transformou o local num espaço onde "todos os sonhos se tornariam realidade". Em cada um dos pisos – Tarsila, Portinari e Poty – artistas e bailarinos curitibanos realizaram performances entre os convidados durante o coquetel. Ao final da recepção, os presentes se encaminharam ao último piso, onde aconteceram os discursos e o descerramento da placa de inauguração.

"Todos sabem o que um empreendimento como este pode fazer pelo turismo de uma cidade. Curitiba aguardava há anos um equipamento desta natureza e tenho certeza de que o perfil da capital paranaense vai mudar e muitas oportunidades de empregos serão geradas", destacou Miguel Krigsner, sócio do grupo K&G. Krigsner, que agradeceu a todos os funcionários e profissionais que trabalharam na obra e no projeto do Estação, e enfatizou sobre a homenagem a importantes nomes da cultura nacional - Tarsila, Portinari e Poty, cujas obras e painéis estão expostas permanentemente no local.

Divulgação

Localizado no centro de Curitiba, o Estação Embratel recebeu investimento de R$ 80 milhões

EMOÇÕES EU SENTI

Discursos encerrados, foi a vez do show de Roberto Carlos Iniciando com a canção "Emoções", o cantor arrancou muitos aplausos da platéia, em sua hora e meia de apresentação.

O investimento num evento de inauguração deste porte e na construção do mais moderno espaço para eventos do País tem razão de ser. Curitiba vem apresentando crescimento no número de visitantes acima da média nacional: só no ano passado foram 1,5 milhão de visitantes. Desse total, 49% estiveram na cidade à negócios, de acordo com levantamento da Prefeitura. Estima-se que, com a implantação do novo centro de convenções a participação do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) da cidade passe de cerca de 6% para 8%. Com área de 25 mil m², capacidade para receber até 5 mil pessoas, o Estação Embratel tem como características conceituais marcantes a inteligência, flexibilidade e multifuncionalidade dos espaços. O acordo de co-branding entre a Embratel e o grupo K&G, controlador da rede O Boticário – o primeiro no Brasil envolvendo uma operadora de telecomunicações e um centro de convenções – possibilitou a implantação de recursos tecnológicos nunca antes disponíveis num espaço para eventos do país. Serviços de última geração de áudio, vídeo e dados, como videoconferência em tempo real, ponto de rede Wi-Fi, acesso de alta velocidade, extensão da rede de dados das empresas ao local do evento e transmissão via satélite, são alguns dos disponibilizados pela Embratel. Além do espaço para eventos, complexo abriga um shopping center com 214 lojas, dez cinemas, praças de alimentação, museus e área de entretenimento.

Mesmo recém inaugurado, os trabalhos de captação iniciados no ano passado já garantiram 37 eventos para este ano.

(Leia mais sobre o Estação Embratel 21 Convention Center e entrevista com Miguel Krigsner no site da Revista dos Eventos – www.revistadoseventos.com.br)

César Brustolin/SMCS

Frederico Gallart, vice-presidente da Embratel, Cássio Taniguchi, prefeito de Curitiba, Marina Taniguchi, primeira dama de Curitiba, Cecília Krigsner e Miguel Krigsner, presidente do Grupo K&G

Michel Willian/SMCS

O cantor Roberto Carlos fez o show que marcou com chave de ouro a inauguração do Estação Embratel 21 Convention Center

Nos Resorts do Bourbon, além de diversão e lazer, você encontra uma superestrutura para eventos e negócios.

BOURBON
CATARATAS
RESORT & CONVENTION CENTER
★ ★ ★ ★ ★

Centro de convenções para até 6.000 pessoas.

Total estrutura de apoio | Salas moduláveis | Ambientes climatizados | Entrada independente para equipamentos de grande porte | Cozinha exclusiva para eventos | Estrutura completa de lazer.

Maiores Informações 0800 701 8181

BOURBON
ATIBAIA
RESORT & CONVENTION CENTER

Centro de convenções para até 10.000 pessoas.

COMPANHIAS AÉREAS

KLM: 777 na rota Brasil/Holanda

A KLM Companhia Real Holandesa de Aviação, já está operando com os modernos Boeing 777 na rota São Paulo (aeroporto de Guarulhos) Amsterdã (aeroporto de Schipol). O 777, que substitui o 747-400, oferece 292 assentos na classe econômica e 35 na World Business Class (foto). O avião pode voar até 14.316 quilômetros sem paradas. A introdução do novo Boeing faz parte de um amplo programa de renovação da frota da empresa para os vôos intercontinentais.

Conforto e tecnologia na World Business Class da KLM

Passageiros de ônibus na mira da TAM

Desde 15 de março a empresa aérea está operando vôos noturnos com tarifas promocionais. O público-alvo é o passageiro de ônibus executivo que realiza viagens noturnas e que pagará para voar praticamente o mesmo preço. As saídas são feitas diariamente de São Paulo (Guarulhos), Rio de Janeiro (Santos Dumont e Galeão), Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Recife, Natal e Fortaleza. Para agilizar os embarques, a venda de passagens é realizada exclusivamente pelo sistema de e-ticket (bilhete eletrônico). A confirmação da reserva pode ser feita por e-mail ou telefone celular. Os passageiros que viajam com bagagem de mão e utilizam o e-ticket, podem fazer o check-in nos totens de auto-atendimento instalados nos aeroportos. Mais informações sobre as tarifas promocionais podem ser obtidas no site da empresa (www.tam.com.br).

Vôos noturnos da Gol

A Gol Transportes Aéreos, que desde dezembro do ano passado oferece vôos noturnos econômicos, passou a opera-los em caráter permanente no início de março deste ano. Os vôos, com tarifas simulares às praticadas pelas empresas de transporte rodoviário na categoria de ônibus executivo, estão atendendo as seguintes cidades: Florianópolis, Porto Alegre, Porto Seguro, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Vitória. Há possibilidade de conexão para outras localidades. Mais informações no site www.voegol.com.br.

Horários alternativos para vôos mais baratos

EMBRATUR

Convênio Embratur/ FBC&VB

O Ministério do Turismo, a Embratur e a Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureau estão estabelecendo parcerias para fornecer às cidades sedes dos convention bureaux uma ferramenta de apoio para reunir, sistematizar e gerenciar todas as informações locais num banco de dados único, através da internet, como parte da Rede Brasil de Municípios Interativos. Uma série de 16 workshops serão realizados este ano por todo o país. Para maiores informações, basta acessar o endereço www.convention.gestour.com.br

EQUIPAMENTOS

Jurerê Beach Village investe no turismo de eventos

Apostando no crescimento do setor o hotel está investindo R$ 600.000,00 em um novo centro de convenções com capacidade para 500 pessoas e dotado de equipamentos de última geração. Ao mesmo tempo, desenvolve um projeto para o tratamento acústico do Jurerê Sports Center, criando uma nova área com capacidade para mais de mil lugares. A estrutura existente hoje (seis salas) tem capacidade para 520 pessoas; o auditório pode receber mais 230. Com a inauguração do centro de convenções a previsão é de que haja um aumento no número de eventos, principalmente os de grande porte. Até junho estão programados 35 eventos de médio porte no Jurerê Beach Village.

EVENTOS

25 anos de Club Med no Brasil

O Club Med iniciou em março as comemorações, que se estenderão ao longo do ano pelos 25 anos de sua presença no Brasil. As ações comemorativas incluem uma campanha publicitária, programação temática com eventos para os villages e promoções especiais ligadas ao número 25, sobretudo no primeiro village baiano, de Itaparica. Segundo Sylvia Leimann, gerente de marketing do Club Med na América do Sul, "buscamos integrar as ações da campanha aos atrativos do Club Med na programação especial. Aproveitamos para explorar ainda mais as atividades já praticadas nos villages, como esportes, artes, música e dança". A campanha publicitária desenvolvida pela agência Giovanni FCB apresentou a logomarca do aniversário e o slogan "Club Med. Há 25 anos ninguém esquece", além de uma composição musical, criada especialmente para animar os villages. *(BS)*

CC&M comemora 13 anos

A prestigiada empresa de comunicação e marketing realizou uma superfesta à fantasia para festejar o seu 13º aniversário. Desde o convite, tudo antecipava a grande animação: ao abri-lo, o convidado recebia uma chuva de confete e serpentina. Com o tema "13 minutos de fama", a festa foi realizada dia 5 de março, na Casa Fasano, em São Paulo, que teve decoração especial, com direito a tapete vermelho para receber os cerca de 500 convidados, entre clientes, funcionários e fornecedores da CC&M. *(BS)*

Cleiby Trevisan

Luiz Leite e Sonia Leite, diretores da CC&M, comandaram a animação

TRADE

Tripla comemoração

A Ubrafe já está sob novo comando. O empresário Rafael Guagliardi, presidente da Alcantara Machado Feiras de Negócios, assumiu a presidência da entidade no dia 15 de março, durante o concorrido jantar de comemoração dos 18 anos da Ubrafe. Cerca de 400 convidados, entre lideranças empresariais e políticas do comércio exterior e do turismo nacionais, como o prestigiaram a festa que também inaugurou o espaço para eventos do Holiday Inn Anhembi.

A nova diretoria da entidade ficou assim constituída: *Presidente:* José Rafael Guagliardi; *Vice-Presidente:* Jorge Alves de Souza; *Vice-Presidente Administrativo Financeiro:* Eduardo I. Guazzelli; *Vice-Presidente de Planejamento Técnico e de Centros de Feiras e Exposições:* Décio Ribeiro dos Santos; *Vice-Presidente de Relações Governamentais:* Dárcio Bertocco; *Vice-Presidente de Relações Internacionais:* João Francisco dos Santos; *Vice-Presidente de Divulgação e Promoção:* Abdala Jamil Abdala; *Vice-Presidente de Economia, Estatística e Informações:* Antônio Bianco; *Vice-Presidente de Turismo de Negócios:* Miguel Santos Neto; *Vice-Presidente de Assuntos de Meio Ambiente:* William de Oliveira; *Vice-Presidente de Assuntos de Responsabilidade Social:* João Batista de Lima

São Paulo tem o 5º maior Holiday Inn do mundo

Uma obra que esteve abandonada durante anos, chamando a atenção de quem transitava pela marginal do rio Tietê, em São Paulo, se transformou no maior hotel do Brasil e da América do Sul, o Holiday Inn Parque Anhembi. Pertencente à rede Intercontinental Hotels Group, foi inaugurado oficialmente em 30 de março, embora já estivesse funcionando, em caráter de pré-operação, desde o aniversário da capital paulista, em 25 de janeiro. O empreendimento conta com 43 mil m² de área total, 780 apartamentos, 26 suítes, 13 apartamentos para portadores de deficiência física, andares exclusivos para não-fumantes, garagem com 434 vagas, 5 salas de reuniões com capacidade para até 400 pessoas, business center, 3 restaurantes com piano lounge no mezanino, fitness center, piscina coberta climatizada, hidromassagem, sauna, loja de conveniência, casa de câmbio, locadora de automóveis, room service 24 horas, tabacaria, concierge e revistaria. A inauguração, animada pela Escola de Samba Rosas de Ouro, uma das mais tradicionais da capital paulista, contou com a presença de Eduardo Sanovicz, presidente da Embratur, Rafael Guagliardi, presidente da Ubrafe e da Alcantara Machado, e de Celso Marcondes, presidente do Anhembi, além de representantes do trade turístico e dos principais executivos das empresas responsáveis pelo projeto. Ao saudar os participantes do evento de inauguração, o presidente da rede Intercontinental Hotels Group para a América Latina, Álvaro Diago, declarou que "a maior rede global de hotéis – mais de 3,2 mil em mais de 100 países – estava muito feliz por inaugurar em São Paulo, o 5o maior Holiday Inn no mundo". (BN)

Maringá conquista eventos

A cidade do norte paranaense que ganhou recentemente o seu Convention & Visitors Bureau captou quatro eventos para 2005 e 2006, durante a "Feira das Feiras" da Ubrafe. Durante o evento a cidade lançou o seu show case com 56 páginas, apresentando toda a infra-estrutura local para a realização de eventos. Com 22 hotéis, 46 restaurantes dois modernos centros de convenções, além de um parque de exposições com arena coberta e um aeroporto que está sendo internacionalizado, Maringá é polo de uma das mais ativas regiões de negócios do Brasil, sediando grandes cooperativas agrícolas, e conta atualmente com uma agenda anual de 60 aventos.

Rebouças, cada vez melhor

O Centro de Convenções Rebouças já está de cara nova. O resultado das reformas iniciadas no início do ano para melhoria da infra-estrutura de seus espaços já pode ser visto em todos os halls, no Salão de Exposições e na Sala Coral, que ganharam novo forro, iluminação (nos ambientes com pé direito alto, placas refletoras com spigel, equipamento austríaco de alta performance) e acústica mais eficientes, além de maior conforto e segurança. Entre outras melhorias, o Rebouças conta agora com sistema integrado de ar condicionado para todos os ambientes e novo design para a lanchonete, que trouxe mais espaço para a área de circulação do Hall Bege. Para o próximo ano, estão previstas adequações no Grande Auditório e Salão Nobre.

Mudanças modernizaram uma dos mais tradicionais espaços paulistanos

Constantino de Oliveira Jr. (Gol), Wagner Canhedo, o jornalista William Waack, Marco Antonio Bologna (Tam) e Luiz Martins (Varig), no encontro histórico entre os quartos presidentes das maiores companhias aéreas nacionais

Panrotas/Divulgação

Maria Luiza Leal, Ministro Walfrido dos Mares Guia, Eduardo Sanovicz e Milton Zuanazzi participaram de um dos painéis de debates do Fórum Panrotas

Fórum promove importantes debates para o turismo nacional

Paulo F. Cunha

Encontro histórico entre os presidentes das quatro maiores companhias aéreas nacionais foi um dos pontos altos do evento

Mais de 1.200 pessoas participaram, em São Paulo, da segunda edição do Fórum Panrotas Tendências do Turismo, realizado em março no Hotel Unique. O evento, que contou com a presença de políticos, empresários e profissionais do setor, foi aberto pelo economista e ex-ministro Maílson da Nóbrega que ressaltou as perspectivas da economia brasileira, defendeu a política econômica do governo Lula e demonstrou otimismo ao dizer que o país entrará em uma nova fase de crescimento.

Em seguida aconteceu um painel de debates com a participação de representantes das empresas aéreas, do setor hoteleiro, de operadoras turísticas e agências de viagens, quando foram discutidas as estratégias de comercialização de produtos e serviços turísticos.

A parceria do poder público com a iniciativa privada para o incremento da indústria do turismo, foi o tema abordado pela prefeita Marta Suplicy. Ao destacar que o segmento é responsável pela geração de 600 mil postos de trabalho na capital paulista, a prefeita anunciou a captação de novos e importantes eventos, entre os quais o Fórum Mundial de Educação e Cultura e o UNCTAD XI (United Nations Conference on Trade and Development), que trará para São Paulo representantes de 190 países.

O Ministro do Turismo, Walfrido dos Mares Guia fez o balanço de um ano à frente do Ministério e anunciou ações que serão desenvolvidas, entre as quais o programa de incentivo de vôos charters para o Brasil e uma pesquisa a ser realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) para medir o impacto do turismo no PIB (Produto Interno Bruto). Ao estimar um crescimento de 6% a 7% no segmento, Mares Guia anunciou o lançamento de 107 roteiros turísticos no país e um programa de promoção no exterior que será garantido por uma verba de R$ 39 milhões.

Após a palestra, o ministro participou de um debate que contou com as presenças de Milton Zuanazzi, secretário nacional de políticas do turismo, Maria Luiza Leal, secretaria de programas de desenvolvimento do turismo, Eduardo Sanovicz, presidente da Embratur e do presidente da Infraero, Carlos Wilson. Tema: o aumento da atual taxa do Cofins.

Muito bem humorada, Luiza Helena Trajano, diretora-superintendente da rede de lojas Magazine Luiza, ganhadora em 2003 do prêmio da Revista Exame como a "Melhor Empresa para se trabalhar", destacou que "o segredo do sucesso é a simplicidade".

Fechando o encontro os presidentes das quatro maiores empresas aéreas do país, Constantino de Oliveira Jr. (Gol), Marco Antonio Bologna (Tam), Luiz Martins (Varig) e Wagner Canhedo (Vasp), analisaram o momento do transporte aéreo brasileiro. O presidente da Gol se mostrou otimista ao prever um crescimento de 10% no tráfego doméstico neste ano. Para os presidentes da Vasp e Tam o crescimento não ultrapassaria os 7%. O presidente da Varig apostou num aumento de 6%. O debate 'esquentou', ainda mais, quando foram avaliados os resultados dos vôos Corujões cujas tarifas, segundo Wagner Canhedo, irão canibalizar o mercado, prejudicando a situação financeira das companhias.

Você anda sonhando com diversão?

ACCORhotels.com.br

com Accor Hotels é possível

Você acessa nosso site
e faz suas reservas de maneira fácil e rápida. Se preferir, fale com o seu agente de viagens ou ligue para a central de reservas: 11 2122 8000 ▪ 0800 703 7000

Você se hospeda
em uma de nossas 6 redes de hotéis e flats, em mais de 130 endereços no Brasil e na América do Sul e mais de 4.000 no mundo.

Você acumula pontos
e troca por diárias grátis em todo o mundo no programa ***Compliments from Accor Hotels*** e ainda ganha benefícios em nossos parceiros.

SOFITEL NOVOTEL mercure ibis HOTEL FORMULE 1 PARTHENON FLATS

ACCOR ▶ Grupo Mundial de Hotelaria, Turismo e Serviços

Pesquisas comprovam: eventos são o grande negócio

Executivos das 100 maiores empresas anunciantes do Brasil revelam que o segmento é uma das mais importantes ferramentas utilizadas no mix de investimentos do Marketing

Gráfico 1 – Fonte: Ampro

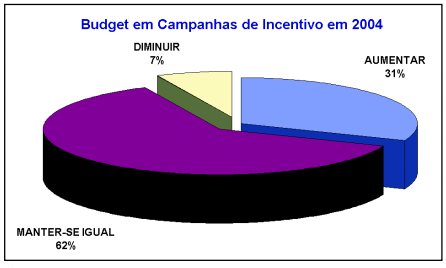


Gráfico 2 – Fonte: Ampro

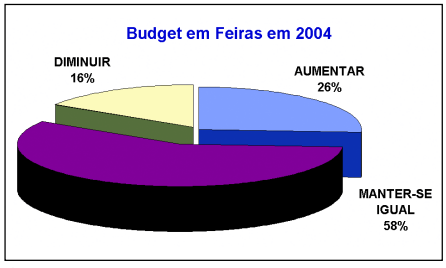


Gráfico 3 – Fonte: Ampro

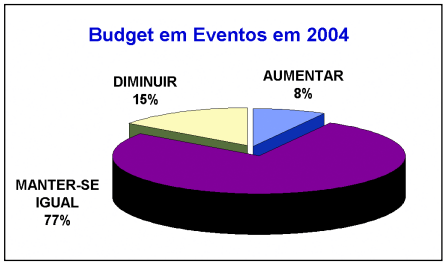


Gráfico 4 – Fonte: Ampro

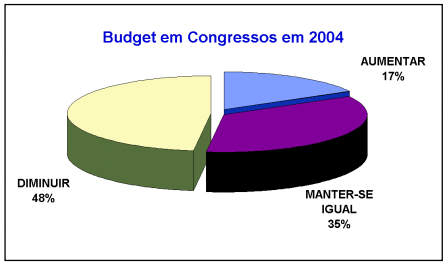


Gráfico 5 – Fonte: Ampro

No mês de agosto de 2003, a Revista dos Eventos publicou, com exclusividade, uma pesquisa inédita realizada para a Ampro, sobre o mercado brasileiro de Marketing Promocional, que movimenta anualmente R$ 9,9 bilhões. Foram ouvidas 107 empresas de diversos segmentos (indústria, comércio e serviços) entre as 500 maiores e melhores selecionadas pela revista Exame – pesquisa que acabou por indicar de forma científica a participação do marketing promocional no mix de comunicação das companhias. O resultado já demonstrava claramente que o segmento dos eventos de negócios estava se transformando na chamada "bola da vez". *(gráfico 1)* E mais, indicava que em 2004, seria mantida a tendência de crescimento do setor.

As feiras, adotadas por 82% das empresas, tinham um crescimento de 44% projetado para 2004, em relação a 2003. Os eventos realizados por 77% das pesquisadas, teriam seu budget mantido ou aumentado em 85% das empresas. As campanhas de incentivo utilizadas por 67% das empresas, segundo a pesquisa da Ampro cresceriam 16% em 2004, em relação a 2003. Finalmente, os congressos, ferramenta adotada por 41% das empresas, terão suas verbas aumentadas ou mantidas por 52% das empresas *(gráficos 2 a 5)*.

Essa constatação do crescimento e da importância do setor de eventos destacada através dos anos na Revista dos EVENTOS, vem sendo consolidada com o aprofundamento do tema através de debates e da realização de novas pesquisas patrocinadas por entidades do porte de uma Embratur, da AMCHAM Câmara de Comercio Brasil Estados Unidos, do InterScience e da BSH Travel Research.

Durante o "Primeiro Painel de Indicadores de Marketing – AMCHAM", que teve como cenário o período 2001/2003, foi apresentado o resultado das 100 entrevistas realizadas com executivos de marketing de empresas, 50% das quais classificadas entre as 500 maiores e melhores, com faturamento de US$ 25 bilhões e 135 mil empregados. Perguntados sobre quais ferramentas de marketing utilizavam, 93% deles destacaram o setor de eventos – o maior índice de utilização entre todas as ferramentas disponíveis. Apenas 7% dos entrevistados disseram não utilizar tal ferramenta. A pesquisa indicou, também, os índices de utilização dos eventos nos três setores produtivos:

- Serviços 100%
- Comércio 92%
- Indústria 91% *(tabelas 1 e 2)*

FERRAMENTAS DE MARKETING – UTILIZAÇÃO	SIM	NÃO
Comunicação de Massa (TV, Jornal, Radio, Outdoor)	86%	14%
Comunicação Dirigida (Mala Direta, E-mail marketing)	82%	18%
Assessoria de imprensa & Relações Públicas	88%	12%
Eventos	93%	7%
Merchandising	76%	24%
Promoção de vendas (concursos, sorteios, ações no ponto de venda)	83%	17%

Tabela 1 – Fonte: Amcham

Em relação às tendências para 2004, a pesquisa apresentada durante os debates na AMCHAM, projetou crescimento na utilização dos eventos como ferramenta de marketing: 10% na indústria: 8% no comércio e, 20% no setor de serviços, sendo que 48% dos entrevistados afirmaram que manteriam os investimentos na área de eventos; 37% reduziriam os investimentos e apenas 15% eliminariam tal investimento.

FERRAMENTAS DE MARKETING – UTILIZAÇÃO POR SEGMENTO	IND	COM	SERV
Comunicação de Massa (TV, Jornal, Radio, Outdoor)	83%	75%	96%
Comunicação Dirigida (Mala Direta, E-mail marketing)	80%	83%	98%
Assessoria de imprensa & Relações Públicas	87%	75%	96%
Eventos	91%	92%	100%
Merchandising	72%	100%	72%
Promoção de vendas (concursos, sorteios, ações no ponto de venda)	87%	92%	72%

Tabela 2 – Fonte: Amcham

Uma das conclusões do trabalho é de que o segmento de eventos perceberá a maioria dos investimentos previstos para 2004, se considerarmos as diversas ferramentas de seu composto: eventos (13%), trade marketing (12%), campanhas de incentivo (10%), programas de relacionamento (8%), relações publicas e assessoria de imprensa (7%) e CRM (6%). Ou seja, 56% das verbas planejadas para este ano serão investidas em marketing promocional, contra apenas 31% em mídia de massa (televisão, radio, jornal, revista e outdoor) e 14% em comunicação dirigida. *(gráfico 6)*

Os executivos ouvidos representam 50% das empresas classificadas entre os 300 maiores anunciantes do jornal Meio & Mensagem.

PROPAGANDA VERSUS EVENTOS

A "bola da vez", o setor de eventos, também ganhou destaque na ampla pesquisa promovida pela InterScience, para jornal Meio & Mensagem, sobre as "Tendências do Mercado Publicitário no Brasil", realizada pelo Instituto InterScience com os 100 maiores anunciantes do país. Os resultados indicaram que a propaganda vem perdendo terreno para outras ferramentas de marketing, entre as quais o setor eventos, que ocupa lugar de destaque:

- segunda posição entre os grandes anunciantes;
- terceira posição nas verbas de comunicação em 2003;
- segunda posição na alocação de recursos em 2003 *(gráfico 7)*

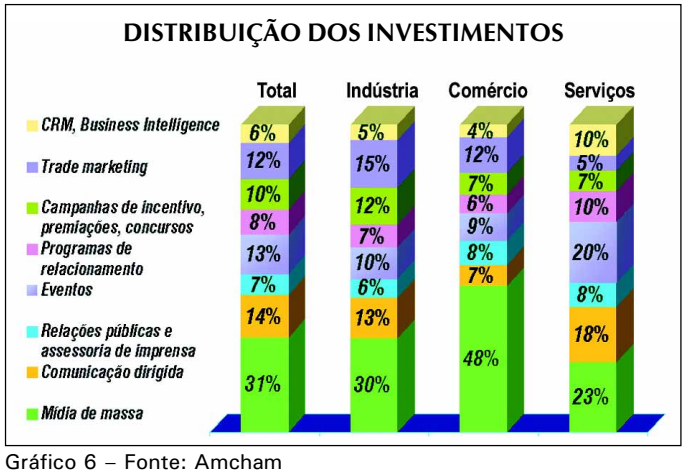


Gráfico 6 – Fonte: Amcham

25 anos de Club Med no Brasil. A gente também não viu o tempo passar.

GIOVANNI.FCB

Agentes de turismo, obrigado pela parceria.

0800-7073782
www.clubmed.com.br

Club Med
Há 25 anos ninguém esquece.
25 ANOS BRASIL

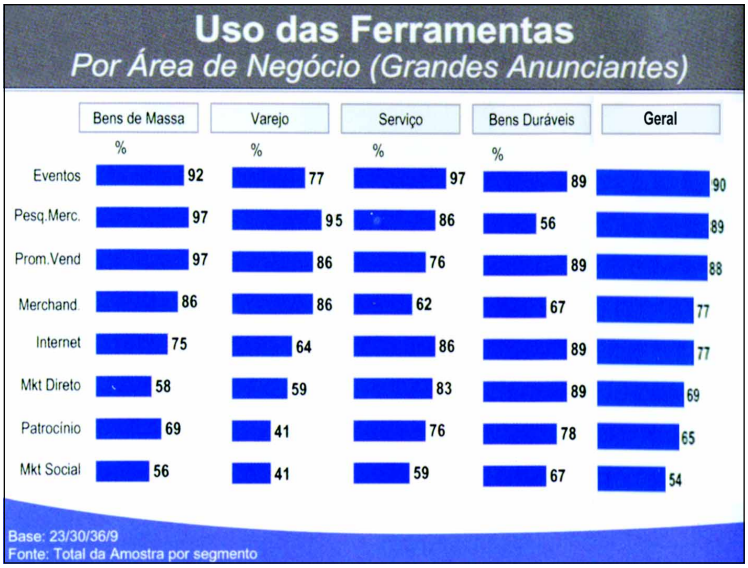


Gráfico 7 – Fonte: InterScience

UM NOVO RAIO X DO SETOR

A partir deste ano, e a cada três meses, será divulgado o "Boletim de Desempenho do Turismo", um levantamento qualitativo das empresas do setor sob o ponto de vista econômico. Produzido pela EMBRATUR e Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), os primeiros resultados já foram divulgados.

O segmento de Promoção de Feiras e Organização de Eventos respondeu por 7% dos 15.489 pacotes vendidos pelas Operadoras de Turismo e 14% das 218.717 viagens vendidas pelas Agencias de Viagens e que tiveram como motivo a participação em congressos, convenções e feiras.

Os promotores de feiras pesquisados organizaram, no último trimestre de 2003, 78 eventos, totalizando 146.500 m² vendidos. O percentual de participantes brasileiros nessas feiras foi de 82% e o de estrangeiros 18%.

No mesmo período, as empresas organizadoras realizaram 1.220 eventos segmentados:

- municipais 30%;
- estaduais 20%;
- regionais 17%;
- nacionais 24%;
- internacionais 9%.

Como fator inibidor de expansão do setor, segundo os promotores pesquisados, foi apontada a falta de espaços para a realização de feiras. Para os organizadores os fatores inibidores preponderantes são, pela ordem, a escassez de patrocinadores (47%), escassez de contratantes (26%) e sazonalidade (13%). Mesmo assim, todos os promotores de feiras afirmaram que vão investir no próprio negócio, enquanto que 86% dos organizadores de eventos também manifestaram tal decisão, isto é, continuar apostando na "bola da vez". Para 2004, 100% dos promotores de feiras consideram que o faturamento deve aumentar; 47% dos organizadores de eventos esperam um faturamento maior e apenas 5%, menor.

As projeções relativas à contratação de mão-de-obra fixa e temporária também são positivas para ambos os segmentos. Os promotores de feiras projetam um aumento de 100% para os temporários e 18% para os fixos. Os organizadores de eventos estimam um saldo de 68% para a mão de obra temporária e 20% para a fixa.

Outro dado importante revelado pelo 1º Boletim de Desempenho do Turismo é que o número total de participantes de eventos teve aumento significativo (saldo de 80%), tanto estrangeiros (saldo de 55%) quanto brasileiros (saldo de 46%), o que alimentou a maior geração de turismo de lazer antes ou depois dos eventos (saldo de 43%).

ENQUANTO ISSO, NOS RESORTS

Pesquisa recentemente realizada pela BSH Travel Research, uma das mais criteriosas empresas do segmento *(veja matéria na pág. 7)* revelou que 38% do faturamento dos resorts brasileiros decorrem de eventos *(gráfico 8)*.

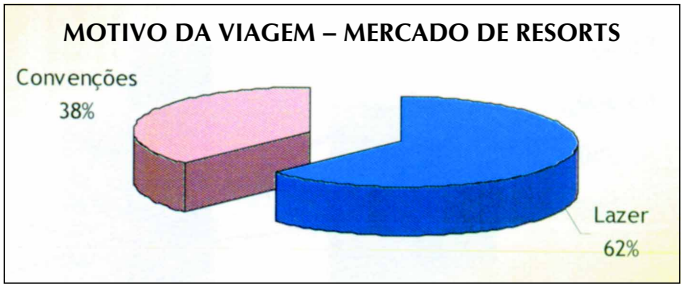


Gráfico 8 – Fonte: BSH Travel Research

Este percentual sobe para 42% quando os empreendimentos estão localizados no litoral *(gráfico 9)*.

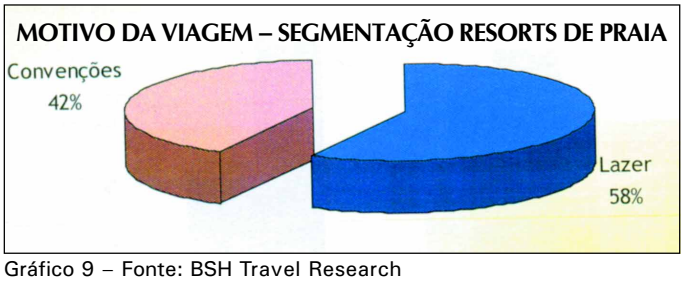


Gráfico 9 – Fonte: BSH Travel Research

Quanto à sazonalidade da demanda *(gráfico 10)*, a pesquisa revela a importância do segmento de eventos para os resorts, uma vez que responde pela ocupação nos períodos em que caem as taxas de turismo de lazer.

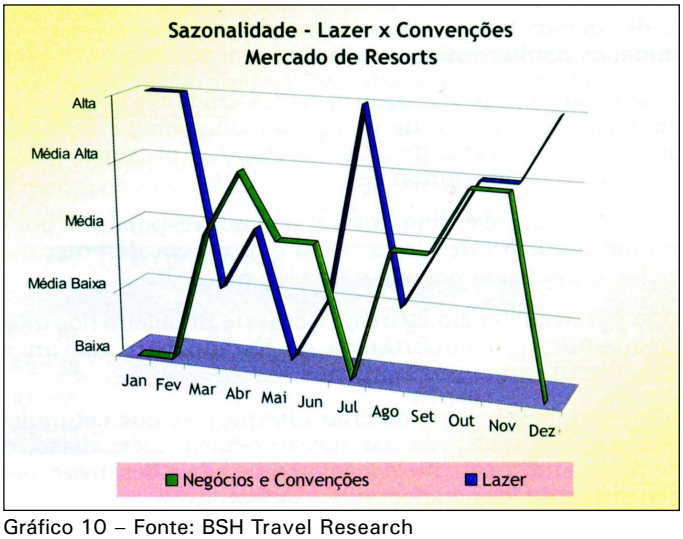


Gráfico 10 – Fonte: BSH Travel Research

Ventos a favor dos eventos em Natal

Dunas de eventos

Famoso destino turístico nacional, Natal também quer ficar conhecida por sua infra-estrutura e potencial para receber grandes eventos. Com as obras de ampliação do centro de convenções e boa oferta hoteleira, a cidade demonstra, cada vez mais, sua vocação para crescer nesta área

Paulo F. Cunha

Fotos: Divulgação/SETUR-RN

A alta temporada estava encerrada e o Carnaval já havia passado, mas mesmo assim o movimento no hotel era enorme. Palestrantes e congressistas conversavam entusiasmados no Pirâmide Palace, o maior hotel com área de eventos de Natal. Ali, naquela semana, acontecia um dos mais importantes eventos da cidade, o Seminário Internacional de Neurociências, que reuniu pesquisadores e médicos do mundo inteiro, entre eles um vencedor do Prêmio Nobel de Medicina, o professor Erwin Neher.

A cidade de Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, ganhou fama por suas belezas naturais, em que se destacam as famosas dunas, praias paradisíacas, e uma cultura cheia de peculiaridades, além de um povo acolhedor e hospitaleiro. Localizado "onde o vento faz a curva", como muitos brincam, seja na capital – na badalada praia de Pipa do litoral sul, ou nas maravilhosas dunas de Genipabu, ao norte – o Rio Grande do Norte encanta turistas nacionais e estrangeiros com as paisagens e curiosidades de uma terra onde o sol não cansa de brilhar.

Aliar o turismo de sol e praia nas baixas temporadas com a realização de eventos que possam atrair não só o congressista, como também sua família, é um dos pontos fortes que a cidade de Natal vem trabalhando na área de eventos.

HOTELARIA BEM EQUIPADA

Com um fluxo e demanda turística invejável em relação a muitas outras cidades do País, Natal também está trabalhando para que os eventos e seus participantes conheçam sua infra-estrutura qualificada para receber grandes congressos, simpósios, encontros, convenções etc. Atualmente, a hotelaria da cidade oferece os melhores espaços. Entre os principais estão o Pirâmide Palace Hotel, Porto do Mar, Imirá Plaza, Pestana Natal, Barreira Roxa, Parque da Costeira, Vila do Mar, Ocean Palace e Praia Mar. O Pirâmide é hoje um dos equipamentos de Natal que mais recebe eventos, com especial ênfase em convenções e congressos. Com uma nova infra-estrutura, dimensionada para atender até 700 pessoas em auditório e até 3 mil pessoas no pavilhão de exposições, ambos climatizados, o hotel teve grande aumento em suas taxas de ocupação. Outro hotel que também se destaca é o Praia Mar na praia de Ponta Negra, que hoje dispõe de 14 salas de convenções com capacidade para até 1.000 pessoas.

A hotelaria local conta atualmente com 26 mil leitos e tem feito um intenso trabalho de promoção de forma integrada, através do Pólo Turístico da Via Costeira - criado em janeiro de 2003 por iniciativa dos dirigentes dos hotéis da área que compõe o principal pólo hoteleiro de Natal. Numa extensão de 8,7 km, oferece 1.818 apartamentos, que somam quase 4 mil leitos, divididos em três hotéis 5 estrelas, sete 4 estrelas e um hotel-escola. E é exatamente dentro do Pólo Turístico da Via Costeira que está o Centro de Convenções de Natal.

REMODELANDO A INFRA-ESTRUTURA PARA GRANDES EVENTOS

Mesmo com parte da hotelaria estruturada, a variedade de espaços oferecidos pela capital potiguar ainda é pequena, considerando-se todo potencial turístico que a cidade oferece e pode agregar com o incremento do número de eventos. É de conhecimento geral que a cidade já deixou de sediar muitos eventos em

função desta carência. Por isso, todo esforço tem sido para mudar este quadro, começando pela reforma, ampliação e climatização do Centro de Convenções de Natal, meta estratégica para colocar a cidade na rota dos grandes eventos.

"Entendemos que o turismo de eventos é muito importante para o Estado porque ajuda a trazer recursos, mesmo na baixa estação, além de amenizar a sazonalidade. O projeto de ampliação do centro de convenções de Natal", diz Luiz Eduardo Farias, secretário de turismo do Estado do Rio Grande do Norte (SETUR), "inclui um auditório multiuso e a recuperação do pavilhão de exposições que será climatizado, essencial numa região quente como a nossa. Apostamos muito no centro de convenções também por sua localização, já que está muito próximo dos principais hotéis da cidade. Os investimentos em infra-estrutura que serão feitos através do Prodetur II, além do projeto de interiorização do turismo no Estado e a ampliação do CC Natal, são hoje fundamentais para nosso crescimento", conclui o secretário.

Entre as novidades no projeto de ampliação e reforma do Centro de Convenções de Natal está a climatização do grande salão de eventos

Pertencente ao governo estadual, mas administrado há quatro anos pela COOHOTUR (Cooperativa de Desenvolvimento da Atividade Hoteleira e Turística), o Centro de Convenções de Natal – vencedor do Prêmio Caio 2003 –, está passando pela etapa final de licitação para as obras de ampliação e reforma, que são estratégicas para o desenvolvimento maciço do turismo de eventos na cidade. A obra, orçada em R$ 9 milhões, terá capacidade para receber até três mil pessoas, e ganhará uma nova área de estacionamento com mil vagas, devendo ser concluída no início de outubro, quando acontecerá o Congresso Brasileiro de Dermatologia, entre os dias 9 e 11 e reunirá cerca de duas mil pessoas.

O Caribe brasileiro está em Maracajaú, onde as águas cristalinas repletas de corais e peixes coloridos são ideais para mergulho e snorkeling

"Com a reforma e ampliação do centro de convenções, acredito que Natal vai crescer muito no segmento de eventos. Nós temos uma boa rede hoteleira com quase 26 mil leitos e para mantê-la com boa ocupação na baixa temporada, o turismo de eventos é estratégico. A cidade está se arrumando para atender todas as demandas turísticas", diz Vilma Sampaio de Oliveira, secretaria municipal de turismo de Natal. Segundo ela, a prefeitura organiza e apóia eventos locais importantes, como o São João, o Carnaval, o Carnatal, as festas de final de ano, o Natal de Natal, entre outros. Além disso, a Secretaria de Turismo, em parceria com outros órgãos estaduais, municipais e entidades, tem promovido uma forte campanha contra a exploração sexual infanto-juvenil.

Nesse contexto, o mercado para quem promove e organiza eventos também ganha boas perspectivas. Com apenas um ano de atuação, a Associação Brasileira de Empresas de Eventos do Rio Grande do Norte (Abeoc-RN), está ganhando novos associados e representatividade local. Com suas onze empresas associadas, a entidade integra o Conselho Estadual do Turismo e deu importante colaboração para o projeto de ampliação do centro de convenções. "Fizemos propostas que facilitam o trabalho do organizador de eventos. São detalhes importantes que tinham que ser

Seja passando de dromedário nas famosas dunas de Genipabu ou aproveitando as lagoas entre as dunas para se refrescar, em Natal, opções de pré e pós-eventos é o que não falta.

sugeridos antes do início da obra", diz Bruno Mello, presidente da Abeoc-RN.

PRÉ OU PÓS-EVENTOS RECHEADOS DE PASSEIOS

Na terra onde nasceu o maior folclorista das Américas, Luís da Câmara Cascudo, autor de 150 livros e cerca de 3.200 crônicas, o que não faltam são as belas paisagens e tranqüilidade para relaxar. Passeando pelo centro da cidade, no chamado "Corredor Cultural", pode-se visitar locais históricos, como a Igreja Santo Antonio, o Memorial, Casa e Museu Câmara Cascudo, os casarões antigos da rua Chile, a Capitania das Artes, o Teatro Alberto Maranhão, o Forte dos Reis Magos e o Palácio Felipe Camarão.

Seguindo em direção ao litoral norte, iremos encontrar a praia da Redinha e as famosas e gigantescas dunas de Genipabu, onde é possível até simular um passeio nos desertos árabes, no lombo de um dromedário. Ainda ao norte, não falta emoção na velocidade dos buggies rasgando as dunas ou se arriscando a descer de "aerobunda" nas praias da Barra do Rio, Pitangui e Jacumã. Se tiver mais tempo, vale a pena seguir mais ao norte para conhecer os corais dos Parrachos de Maracajaú e Caraúbas, onde as águas cristalinas, repletas de peixes coloridos são um convite para um mergulho.

Já mudando o rumo e tomando a direção sul, encontra-se a conhecida praia de Ponta Negra, com sua agitação noturna, nos bares e restaurantes, marcados pelo clássico visual do Morro do Careca, atualmente interditado pelo Ibama. Outro local também famoso na parte sul é o maior cajueiro do mundo, na praia de Pirangi. Há ainda as praias de Búzios, Tabatinga, Camurupim, Tibau do Sul e Cacimbinhas, que também fazem parte do roteiro "obrigatório" de visitas, com locais onde é possível avistar golfinhos e nadar em lagoas naturais entre as dunas, além de fazer passeios de buggie. Apenas alguns quilômetros separam Tibau do Sul da badalada praia de Pipa, que está 80 km da capital e hoje é uma das preferidas dos turistas que vão ao Rio Grande do Norte. No pequeno vilarejo de Pipa, uma variedade de pousadas charmosas, lojinhas, restaurantes, bares e algumas boates animam as noites de final de semana. Durante o dia, as falésias do Chapadão, a isolada praia do Amor, a Baía dos Golfinhos e o Santuário Ecológico somam-se a todas as outras opções de passeios para o pré ou pós-evento.

Principal símbolo de Natal, o belo monumento aos Três Reis Magos está numa das principais avenidas da cidade.

Coffee break a beira mar.

ObiróDesign

O **Centro de Eventos Praiamar** é o local perfeito para a realização do seu evento. Na Praia de Ponta Negra, além da excelente localização e da infra-estrutura do **Praiamar Hotel**, conta ainda com modernos equipamentos para facilitar e garantir o resultado de qualquer recepção. Seja um congresso, uma formatura ou um casamento, é ideal para que tudo saia como você planejou. Até mesmo para um coffee break.

NATAL
A Cidade do Sol

- *13 Salas de eventos*
- *Área de exposições*
- *Área de Lazer*
- *Auditórios com capacidade para até 1400 pessoas*
- *Ambientes climatizados*
- *2.700 m² de área total*
- *Salas de Reuniões para apoio aos eventos*
- *Segurança, comodidade e requinte*

praia mar HOTEL
www.praiamarnatal.com.br

Centro de Eventos praiamar

Rua Francisco Gurgel, 33
Ponta Negra Natal RN
Tel/fax: 55 84 219.2230
eventos@praiamarnatal.com.br

SERVIÇOS NATAL

Temperatura média: 28ºC – clima tropical
Código de área (DDD): 84
População: 750 mil habitantes (IBGE 2003)

TELEFONES ÚTEIS
• ABAV/RN – Associação Brasileira de Agências de Viagem – Tel: 222-3125
• ABEOC/RN – Associação Brasileira das Empresas Organizadoras de Eventos – Tel: 208-0644
• ABIH/RN – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – Tel: 2020-5547 – www.abihrn.com.br – abihrn@terra.com.br
• ABRASEL/RN- Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento – Tel: 202-4384
• Aeroporto Internacional Augusto Severo – Tel: 644-1000
• AMHT – Associação dos Meios de Hospedagem e Turismo RN – Tel: 643-1646
• COOHOTUR – Cooperativa de Desenvolvimento da Atividade Hoteleira e Turística – Tel: 236-2843
• Delegacia do Turista – Tel: 232-7404
• Natal Convention & Visitors Bureau – Tel: 9981-6116
• Pólo Turístico Via Costeira – Tel: 236-2616
• Estação Rodoviária – Tel: 232-2343
• SETUR – Secretaria de Estado do Turismo – Tel: 232-2486 – www.turismorn.com.br
• SECTUR – Secretaria Especial de Comércio, Indústria e Turismo – Tel: 232-9072 – sectur@natal.rn.gov.br
• Sindetur – Sindicato das Empresas de Turismo no RN – Tel: 222-3125

LOCADORAS DE VEÍCULOS
• Avis – Tel: 644-1112
• Brisa – Tel: 219-2333
• FJP – Tel: 201-1398
• Good – Tel: 643-2323
• Hertz – Tel: 644-1227 – 0800-701-7300
• Lidertur – Tel: 653-5637
• Localiza – Tel: 643-2290 – 0800-992-000
• Locam – Tel: 9982-9411
• Natal – Tel: 231-4421
• Protour – Tel: 642-2829
• Santana Express – Tel: 206-7040
• Unidas – Tel: 643-2072

COMPANHIAS AÉREAS
• BRA – Tel: 643-2132
• Gol – Tel: 644-1264 – 0300-789-2121
• TAM – Tel: 643-1261 – 0300-123-1000
• TRIP – Tel: 644-1129 – 0800-701-8747
• Varig – Tel: 644-1050 – 0300-788-7000
• Vasp – Tel: 643-1441 – 0300-789-1010

COMPANHIAS DE TÁXI
• Coopertáxi – Tel: 643-1183
• Rádio Táxi Natal – Tel: 221-5666
• Rádio Coopertáxi – Tel: 0800-842-255

ESPAÇOS PARA EVENTOS
• Centro de Convenções de Natal – Av. Sen. Dinarte Medeiros Mariz (Via Costeira) – Parque das Dunas – Tel: 236-2843 – coohotur@digi.com.br – www.centroconvencoesnatal.com.br – Administrado pela Cooperativa de Desenvolvimento da Atividade Hoteleira e Turística (COOHOTUR) – Área total de 68.805 m²; área construída de 12.739 m². Área externa de 53.535 m². Estacionamento com 6.997 m². Pavilhão Parque das Dunas com 4.428 m² de área total para exposições e pé direito de 7 metros. Auditório Lavoiser Maia com 800 lugares. Auditório Reis Magos com 1220 lugares. 5 salas de apoio com capacidade entre 30 e 150 lugares. Salão de exposições climatizado, com 1.100 m², capacidade para 800 e 1.100 pessoas sentadas. Salão opcional para exposições e restaurante com 450 m². Projeto de ampliação com área de exposição ou auditório para 3 mil pessoas e estacionamento com mil vagas, previsto para ser inaugurado em outubro de 2004

ONDE SE HOSPEDAR E REALIZAR EVENTOS
• Areia de Ouro – R. Elia Barros, 19 – Ponta Negra – Tel: 219-3745 – areiadeouro@digizap.com.br – www.areiadeouro.com.br
• Arituba Park Hotel – Av. Hermes da Fonseca, 1542 – Tirol – Tel: 221-1898 aritubahotel@arituba.com.br – www.arituba.com.br – Sala de eventos para 50 pessoas
• Atlântico Norte – Av. Litorânea, 681 – Praia da Redinha – Tel: 224-2002 – atlanticonorte@portoatlantico.com.br – www.portoatlanticos.com.br – Auditório para 100 pessoas; duas salas de reuniões para 30 pessoas cada.
• Atol das Rocas – Av. Eng. Roberto Freire, 3220 – Ponta Negra – Tel: 219-2072 – atol@digi.com.br – www.atoldasrocas.com.br
• Bello Mare Hotel – Av. Eng. Roberto Freire, 3123 – Ponta Negra – Tel: 219-4202 – reservas@bellomare.com.br – www.bellomare.com.br – Sala de reuniões para 70 pessoas
• Divi-Divi Praia Hotel- R. Elias Barros, 248 – Ponta Negra – Tel: 219-2060 – reservas@dividivi.com.br – www.dividivi.com.br
• Enseada Praia Hotel – Av. Eng. Roberto Freire, 4850 – Ponta Negra – Tel: 219-2775 – henseada@enseadapraiahotel.com.br – www.enseadapraiahotel.com.br
• Genipabu Hotel – Estrada de Genipabu, s/n – Genipabu – Tel: 225-2063 – hotel@genipabu.com.br – www.genipabu.com.br – Auditório para 70 pessoas.
• Hotel Belo Horizonte – R. Francisco Gurgel, 8852 – Ponta Negra – Tel: 219-4188 – belohorizonte@digi.com.br – www.hotelbelohorizonte.com.br
• Hotel Escola Barreira Roxa – Av. Via Costeira, s/n – Parque das Dunas – Tel: 202- 4097 – hotel@barreiraroxa.com.br – www.barreiraroxa.com.br – Cinco salas com 20 e 50 lugares, um auditório para 280 pessoas e sala de videoconferência.
• Hotel Maine – Av. Sen. Salgado Filho, 1791 – Lagoa Nova – Tel: 206-5774 – hmaine@hotelmaine.com.br – www.hotelmaine.com.br – Duas salas de reuniões para 12 e 40 pessoas; salão de convenções para até 100 pessoas; auditório para 40 pessoas.
• Hotel Marsol – Av. Sen. Dinarte Mariz, 1567 – Parque das Dunas – Tel: 202-1300 – reservas@hotelmarsol.com.br – www.hotelmarsol.com.br – Auditório para 80 pessoas e duas salas de apoio com capacidade para 10 pessoas.
• Hotel Miramar – R. da Praia, 3398 – Ponta Negra – Tel: 219-2131 – miramar@digi.com.br – www.miramarhotel.com.br – Dois salões com capacidade para 40 e 85 pessoas.
• Hotel Olimpo – Av. Eng. Roberto Freire, 9048 – Ponta Negra – Tel: 219-4141 – hotel@hotelolimpo.com.br – www.hotelolimpo.com.br
• Hotel Parque da Costeira – Av. Via Costeira, s/n – Parque das Dunas – Tel: 202-3636 – parquedacosteira@parquedacosteira.com.br – www.hotelparquedacosteira.com.br – Quatro auditórios moduláveis com capacidades para 600, 150,120 e 60 pessoas, respectivamente.
• Hotel Porto do Mar – Av. Via Costeira, 455 – Parque das Dunas – Tel: 202-4242 – reservas@hotelportodomar.com.br – www.hotelportodomar.com.br – Três auditórios para 160, 60 e 30 pessoas e sala de apoio.
• Hotel Porto Mirim – Av. Pres. Café Filho, 682 – Praia dos Artistas – Tel: 202-4200 – portomirim@portoatlantico.com.br – www.portoatlantico.com.br
• Hotel Sabino Palace – Av. Pres. Dutra, 1744 – Alto São Manoel – Tel: 312-2000 – hsabinopalace@ser2000.com.br – Auditório para 100 pessoas e duas salas para 50 e 30 pessoas.
• Hotel Thermas – Av. Lauro Monte, 2001 – Santo Antônio – Tel: 318-1200 – hthermas@hotelthermas.com.br – www.hotelthermas.com.br – Centro de eventos com cinco salões com capacidade máxima para 800 pessoas
• Hotel Tirol – Av. Alexandrino de Alencar – 1330 – Tirol – Tel: 211-1516 – reservas@hoteltirolnatal.com.br – www.hoteltirolnatal.com.br – Um auditório para 120 pessoas e sala de apoio.
• Hotel Vila do Mar – Av. Via Costeira, 4233 – Parque das Dunas – Tel: 202-6000 – reserva@viladomar.com.br – www.viladomar.com.br – Auditório para mil pessoas e salão para 300 pessoas.
• Imirá Plaza Hotel – Av. Via Costeira, 4077 – Parque das Dunas – Tel: 202-4343 – hotel@imiraplaza.com.br – www.imiraplaza.com.br – Salão para eventos com capacidade para 400, 100, 80 e 60 pessoas, respectivamente.
• Laina's Palace Hotel – R. Pedro Fonseca Filho, 9028 – Ponta Negra – Tel: 219-4400 – lainas@digi.com.br – www.lainashotel.com.br
• Manary Praia Hotel – R. Francisco Gurgel, 9067 – Ponta Negra – Tel: 219-2900 manary@manary.com.br – www.manary.com.br – Auditório para 100 pessoas.
• Monza Palace Hotel – Av. Sen. Salgado Filho, 3490 – Lagoa Nova – Tel: 234-6464 – monza@digizap.com.br - www.digi.com.br – Auditório para 260, 60 e 30 pessoas.
• Natal Center Hotel – R. Santo Antônio, 665 – Centro – Tel: 221-2355 – natalcenterhotel@samnet.com.br – www.natalcenter.com.br – Dois auditórios de 80 e 20 lugares.
• Natal Mar Hotel – Av. Sen. Dinarte Mariz, 8101 – Ponta Negra – Tel: 219-2121 – hotel@natalmarhotel.com.br – www.hotelmarnatal.com.br – Salão para 80 pessoas em auditório
• Natal Dunnas Hotel – Av. Roberto Freire, 3180 – Ponta Negra – Tel: 219-3297 – bemvindos@nataldunnas.com.br – www.nataldunnas.com.br – Salão para 80 pessoas.
• Novotel Ladeira do Sol – R. Fabrício Pedrosa, 915 – Petrópolis – reserva@novotelnatal.com.br – www.novotelnatal.com.br – Dois salões de eventos para 30 e 60 pessoas em auditório.
• Ocean Palace Hotel – Av. Via Costeira, km 11 – Ponta Negra – Tel: 219-4144 – ocean@oceanpalace.com.br – www.oceanpalace.com.br – Área de convenções com dois salões para 250 pessoas (Sunshine e Sunset); três salas para até 100 pessoas.
• Ocean View Residence – R. Des. Dionísio Filgueira, 770 – Petrópolis – Tel: 202-5490 oceanview@digi.com.br – www.oceanview.com.br – Sala de convenções para até 100 pessoas.
• Pestana Natal Beach Resort – Av. Sen. Dinarte de Medeiros Mariz, 5525 – Parque das Dunas – Tel: 220-8920 – reservas@pestananatal.com.br – www.pestanahotels.com.br – Salão com capacidade para até 635 pessoas em auditório; 5 salas de reuniões.
• Pirâmide Palace Hotel – Av. Sen. Dinarte de Medeiros Mariz, 1717 – Parque das Dunas – Tel: 202-2200 – reservas@piramidepalace.com.br – www.piramidepalace.com.br – Pavilhão de exposições para três mil pessoas; salão de exposições para até 45 estandes; centro de convenções para 700 pessoas; salas para 20 até 200 pessoas.
• Pizzato Praia Hotel – R. Pedro Fonseca Filho, 291 – Ponta Negra – Tel: 219-4170 – pizzato@digi.com.br – www.digi.com.br – Salão de eventos com capacidade para até 100 pessoas.
• Praia Center Hotel – R. Fabrício Pedroza, 45 – Petrópolis – Tel: 202-4407 – praiacenter@digi.com.br – Auditório para 130 pessoas; duas salas de reuniões para 70 pessoas.
• Praiamar Hotel – R. Francisco Gurgel, 33 – Ponta Negra – Tel: 219-2230 – reservas@praiamarhotel.com.br – www.praiamarnatal.com.br – Centro de eventos com 14 salas de convenções com capacidade para até mil pessoas.
• Praia do Sol Hotel – Av. Pres. Café Filho, 750 – Praia dos Artistas – Tel: 202-4848 – praiadosol@samnet.com.br – www.samnet.com.br/praiadosol – Sala para 250 pessoas.
• Residence Praia Hotel – Av. 25 de Dezembro, 868 – Praia dos Artistas – Tel: 202-4466 – residencepraia@residencepraia.com.br – www.residencepraia.com.br – Auditório para 100 pessoas.
• Rifóles Praia Hotel – R. Inácio Vale, 8847 – Ponta Negra – Tel: 646-5000 – reservas@rifoles.com.br – www.rifoles.com.br – Salão com capacidade para até 300 pessoas.
• Soleil Suíte Hotel – R. Elia Barros, 70 – Ponta Negra – Tel: 219-5959 – reservas@soleilhotel.com.br – www.soleilhotel.com.br
• Visual Praia Hotel – R. Francisco Gurgel, 9184 – Ponta Negra – Tel: 646-4646 – reservas@visualpraiahotel.com.br – www.visualpraiahotel.com.br – Auditório para até 140 pessoas.
• Yak Plaza Hotel – R. Mascarenhas Homem, 25 – Praia dos Artistas – Tel: 202-4224 – reservas@yakplaza.com.br – www.yakplaza.com.br – Sala de reuniões para 60 pessoas.

ORGANIZADORES, PROMOTORES E MONTADORES DE EVENTOS
• Aconsult – Tel: 234-9211 – aconsult@digi.com.br – www.aconsulteventos.com.br
• Complave – Tel: 234-6174 – cnplave@digi.com.br
• Espacial Eventos – Tel: 206-9008 – espacialeventos@digi.com.br
• Idéias Eventos – Tel: 211-4358 – idéias@ideiaseventos.com.br – www.ideiaseventos.com.br
• Prática Serviços – Tel: 208-0644 – praticaservicos@ig.com.br
• Tema Eventos – Tel: 206-6457 – tema.eventos@ig.com.br
• Verbo – Tel: 201-7429 – atendimento@verboeventos.com.br- www.verboeventos.com.br

SERVIÇOS DE APOIO PARA EVENTOS
• Potiguar Turismo – Tel: 202-4316 – potitur@terra.com.br
• Dromedunas – Tel: 225-2053 – www.dromedunas.com.br
• Buggy Turismo Sidney – Tel: 9988-8701
• Briza Propaganda – Tel: 211-4642
• Artnort – Tel: 645-5110 – artnort@digi.com.br
• Digi Zap – Tel: 215-9000 – www.digzap.com.br
• Preview – Tel: 234-1940
• International Tour – Tel: 217-6333 – receptivo@internationaltours.com.br
• Nataltur – Tel: 211-0177 – lucknataltur@luckviagens.com.br
• Protur – Tel: 642-2829 – locação@protur.com.br – www.protour.com.br
• Tropicaltur – Tel: 219-6377 – tropicaltur@tropicaltur.com.br – www.tropicaltur.com.br
• Ilana Albuquerquer Assessoria de Imprensa – Tel: 9401-4001- ilanaalbuquerquer@digi.com.br
• Acrilart – Tel: 611-1213 – acrilart@veloxmail.com.br
• Brindem – Tel: 213-5736
• Cia. da Arte – Tel: 211-6115 – ciadaarte@digi.com.br
• Olegna – Tel: 201-8556
• Luiz Henrique Cerimonial – Tel: 236-2204
• JSET Estúdio – tel: 9421-4390
• Gustavo Ribeiro Computação Gráfica – Tel: 201-2155
• Interativa – Tel: 207-1303 – www.visite-nos.com.br
• Araújo Fotos – Tel: 9983-2555
• Data Show – Tel: 611-9859 – www.datavideosom.com.br
• Mult Sinais – Tel: 206-6353 – multsinais@digi.com.br
• Msom e Vídeo – Tel: 217-7729 – msom@digi.com.br – www.msom.com.br
• Protech Áudio e Vídeo – Tel: 213-4110 –
• WSO Multimídia – Tel: 211-4401 – www.wsomultimidia.com.br
• Tele-serv – Tel: 217-2667
• Umbelino Refrigeração – Tel: 211-2270
• Jota 2 Comunicação Visual – Tel: 613-0800 – jota.2@natal.digi.com.br
• Tisel Tradução – Tel: (81) 3228-0808 – tisel@tisel.com.br – www.tisel.com.br
• Stands Nordeste – Tel: (83) 231-5126 – stands-nordeste@openline.com.br
• Scandinavian Plus Receptivo – Tel: 219-4517 – comercial.scanplus@digizap.com.br – www.scandinavianplus.com.br

ONDE COMER E APROVEITAR A NOITE
• Casa de Taipa Tapiocaria Café – Tel: 219-5798
• Cipó Brasil – Tel: 219-5227
• Beterraba Restaurante – Tel: 219-6241
• Tábua de Carne – Tel: 642-1236
• Manary – Tel: 219-2900
• Marenosso – Tel: 211-6218
• Funchal – Tel: 219-4883
• Camarões – Tel: 219-2424
• Ginza – Tel: 219-2002
• Mandi-Oca – Tel: 235-8137
• Cipó Brasil – Tel: 235-5227
• Casa de Taipa – Tel: 219-5798
• Abade – Tel: 219-4469
• Zás Trás Show – Tel: 211-1444
• Forró com Turista – Tel: 211-6218
• Chaplin Disco – Tel: 211-6218
• Cervejaria Via Costeira – Tel: 202-1199
• Salsa Bar – Tel: 202-1089

ATRAÇÕES TURÍSTICAS
• Barra de Tabatinga, Muriú, Pirangi, Ponta Negra, Rendinha, Lagoa de Pitangui, Lagoa de Arituba, Parrachos de Maracajaú, Morro do Careca, Parque dos Tubarões, Santuário Ecológico de Pipa, Mirante de Barra de Tabatinga, Marina Badauê, Maior Cajueiro do Mundo, Jiqui Country Club, Farol de Mãe Luíza, Dunas e Lago de Jacumã, Via Costeira, Centro de Turismo, Barreira do Inferno, Capitania das Artes, Forte dos Reis Magos, Teatro Alberto Maranhão, e as dunas, praias e lagoa de Genipabu.

Centro de Convenções

Centro de convenções com auditório para 700 lugares, pavilhão de feiras de 2100 m², salão de exposições de 600 m², várias salas de apoio e toda infra-estrutura e conforto que você deseja e seu evento merece.

Fotos: CACIO MURILO

PIRÂMIDE®
PALACE HOTEL

Via Costeira, 1717 • Parque das Dunas • CEP 59090 002
Natal • RN • Brasil • Tel.: 55 84 202 2525 Fax: 55 84 202 2288
eventos@piramidepalace.com.br
www.piramidepalace.com.br

antares

TOM NUTLEY: acreditamos muito no sucesso da Lacime

Em entrevista exclusiva à Revista dos Eventos, Tom Nutley, chairman da Reed Travel Exhibitions, destaca o mercado de incentivos no mundo, sua importância e evolução; faz revelações inéditas sobre a EIBTM, que completa 12 anos de atividades na Europa, e aborda a realização da primeira edição da Lacime - Latin América & Caribean Incentive and Meetings Exhibitions – que acontecerá em entre os dias 23 e 25 de junho, em São Paulo

Paulo F. Cunha*

Divulgação

Nutley, no escritório da Reed Travel Exhibitions em São Paulo

Revista dos EVENTOS – No final deste ano será realizada mais uma edição da EIBTM – European Incentive Business Travel Market. O senhor poderia falar um pouco sobre o evento e sua importância para o mercado de incentivos?

Tom Nutley – A EIBTM está agora em seu décimo segundo ano. A Reed Travel Exhibitions comprou a feira em 1997. É um evento muito importante para indústria de turismo de negócios da Europa, um segmento que registra, ano a ano, grande crescimento. Nos últimos anos tenho constatado a importância crescente que os governos tem dado ao turismo, seja ele de negócios ou de lazer, como agente de desenvolvimento econômico para os países, gerando empregos e melhorando a qualidade de vida para todos. O turismo é uma indústria que finalmente está ganhando o reconhecimento dos governos.

EVENTOS – A sede da EIBTM foi transferida para Barcelona, na Espanha. Quais as razões da mudança?

Nutley – A razão pela qual nós decidimos sair de Genebra, Suíça foi porque o contrato já estava para expirar no ano passado. Eu disse para equipe que gerencia a feira que nós não podíamos continuar a crescer com a feira em ali porque a cidade não possuía capacidade de hospedagem para nossos compradores. E nem havia plano em Genebra para aumentar o número de hotéis. Nos últimos anos tivemos que hospedar nossos compradores em outras cidades, muitas das quais bem distantes. Outro grande problema da cidade era conseguir hospedagem em hotéis 4 e 5 estrelas. Tínhamos que recorrer aos de 2 e 3 estrelas que apresentam um outro inconveniente: são muito caros. Então, já que o contrato com Genebra estava expirando, decidimos verificar se outras grandes cidades da Europa teriam interesse em se candidatar para sediar o evento. Vinte e uma cidades se interessaram em receber o documento de candidatura. Enviamos as propostas estabelecendo os requisitos mínimos para sediar o evento, como o número de leitos disponíveis nos hotéis, tamanho dos pavilhões de exposições, malha aérea, entre outros detalhes. Onze ci-

dades garantiram o atendimento desses pré-requisitos, e cinco foram selecionadas. Realizamos visitas técnicas a cada uma delas: Lisboa, Madrid, Barcelona, Viena, assim como Genebra. Também realizamos uma pesquisa com os compradores e expositores da EIBTM que escolheram a cidade através de voto secreto, e também com a equipe da RTE (Reed Travel Exhibition). Barcelona foi a mais votada pelos compradores, expositores e por nossa equipe.

EVENTOS – Houve também mudança de data para a realização do evento. Por que?

Nutley – Muitas empresas e profissionais que gostaríamos que estivessem em nossa exposição não podiam comparecer no evento acontecia que tradicionalmente no mês de maio. Para a mudança de data para novembro/dezembro também fizemos uma pesquisa com os nossos compradores com o seguinte enfoque: em qual a época do ano eles estariam ocupados com eventos de suas empresas e em que período realizavam seus planejamentos. O resultado revelou que o período de eventos estava centrado entre abril e outubro e o de planejamento, entre novembro e fevereiro. Para escolher a nova data procuramos focar o período de planejamento, entre os meses de novembro e fevereiro - em princípio muito bom, mas não para a programação de hospedagem. Eu não queria fazer a EIBTM depois do Natal, já que nessa época a Europa está praticamente parada por duas semanas. É uma época crítica. Decidimos então que a exposição fosse realizada de 30 de novembro a 2 de dezembro. A semana que nós escolhemos foi a melhor para essa época do ano e todos estão muito satisfeitos com a nova sede e a data escolhida. Inclusive eu.

EVENTOS – Existe a possibilidade da EIBTM mudar de sede nos próximos anos?

Nutley – Se nós estamos falando que a EIBTM é européia, não interessa, de fato, em que cidade ela seja realizada. O importante é que o local escolhido tenha infra-estrutura. Assinamos um contrato com Barcelona por cinco anos, mas em três anos serão abertas as novas candidaturas, o que fazemos sempre dois anos antes do contrato vencer. As cidades candidatas que preencherem os pré-requisitos receberão visitas técnicas, serão pesquisadas junto a compradores e expositores e receberão, também, o nosso próprio parecer. E que vença a melhor!

EVENTOS – O senhor mencionou a compra do EIBTM em 1997. Como foi este processo?

Nutley – Eu já conhecia o antigo dono da EIBTM, Ray Blomm, antes mesmo de ingressar na Reed Travel Exbhitions. Era eu quem coordenava as exposições que aconteciam na cidade de Brighton, Inglaterra, onde Ray Blomm era dono de dois hotéis. Ingressei na RTE, e, alguns anos depois, Ray Blomm lançou a EIBTM. Durante esse período nos encontramos muito em feiras realizadas ao redor do mundo e eu sempre disse a ele que no dia em que quisesse vender a exposição, que falasse comigo.

EVENTOS – É verdade que o Sr. Blomm está criando uma nova exposição em Frankfurt, na Alemanha, que poderá concorrer com a EIBTM?

Nutley – Vou dizer exatamente o que disse quando soube do desta nova feira.

Nunca considerei o lançamento de um evento que competisse com a EIBTM. Se eu acreditasse que o mercado na Europa fosse grande a ponto de ter duas exposições e que tivéssemos um ciclo de compra suficiente para seis meses, então aí eu consideraria lançar uma nova feira. É importante ressaltar que nós, RTE, compramos a EIBTM e não lançamos um evento que fosse competir com qualquer outro. Eu nunca lancei um evento concorrente para mostrar que ele existe. Nunca!

***EVENTOS** – O crescimento da oferta de tecnologia tem favorecido o segmento de eventos?*

Nutley – Nós somos parte desse negócio, somos organizadores de exposições, o que nos permite avaliar os benefícios da tecnologia em nossos negócios. Trabalhando num ambiente internacional, com fuso horário diferente, onde as informações têm que acontecer em tempo real, a tecnologia, eu acredito, nos permitiu, como empresa, oferecer um serviço muito melhor para os nossos clientes, tanto em eficiência de tempo, além de modo mais apurado e preciso, como também com melhor custo/benefício. A tecnologia possibilita a comunicação mais eficiente inclusive em relação à mudança de prazos de inscrição, por exemplo. Antes, o prazo era de quatro semanas em função do tempo de correio e postagem. Hoje pode cair para duas semanas, graças às novas tecnologias como o e-mail, por exemplo. A tecnologia também trouxe mais precisão nas informações. Antes recebíamos fax escritos à mão, muitos dos quais de países não familiarizados com a língua inglesa, e que poderiam provocar um erro de interpretação. Usando a tecnologia do e-mail essa probabilidade de erro é bem menor. As informações ficam mais precisas, mais fáceis de checar. Esse avanço tecnológico dos últimos 10 anos tem contribuído bastante para o desenvolvimento do nosso setor. Muitos bons softwares têm sido lançados, um dos quais nós usamos, o programa SpotMe, uma ferramenta bastante aplicada em conferências. Trata-se de um PDA, um palm, que possibilita armazenar a lista de todos os delegados participantes - de 200 pessoas, por exemplo - e suas respectivas fotos. Cada participante também conta com o seu PDA. Quando estou tentando localizar uma pessoa que não conheço, se ela estiver num raio de 15 metros, o PDA mostra a sua foto e quão distante estou dela. É uma ferramenta que também possibilita o envio de mensagens para um ou para todos os delegados. E o delegado também pode mandar mensagem para outro participante. A todo momento há ferramentas sendo desenvolvidas nesta direção, isto é, o marketing de pessoa para pessoa.

***EVENTOS** – Aliando a tecnologia da informação e o crescimento do setor de eventos no mundo, o que, na sua opinião, mais mudou neste mercado?*

Nutley – Há 10 ou 15 anos meu trabalho como organizador de exposições era trazer uma grande quantidade de pessoas para participar do evento. Hoje os desafios são bem maiores. Costumo dizer que atuamos como uma "agência matrimonial". Se você é um fornecedor eu preciso procurar os "indivíduos" (empresas) para os "encontros" de negócios. É como buscar o "namorado", o "marido", o "companheiro", certos para você. Com o sistema de agendamento do Hosted Program, desenvolvido por nós, temos condições de escolher o "indivíduo" certo para a pessoa certa. Através de um grande banco de dados chegamos ao perfil da pessoa e da empresa certas para estarem no evento. Funcionamos portanto, no nosso segmento, de forma mais ou menos semelhante a de uma "agência matrimonial". Num evento que comparecerem de 3 a 10 mil pessoas, por exemplo, você somente conseguirá ter um contato maior de negócios com 20 ou 30 delas. O nosso trabalho é achar essas 20 ou 30 pessoas e fazer com que elas saibam que você quer vê-las, encontrá-las e fazer negócios. É um grande desafio localizar esses parceiros ideais. Isso mostra o nosso profissionalismo e também a maneira de como podemos atingir algo que você, como um fornecedor ou expositor, não poderia fazê-lo sozinho.

***EVENTOS** – Qual a sua expectativa com relação à realização da LACIME, em São Paulo, neste ano?*

Nutley – Nessa indústria de viagens e incentivos a Reed Travel Exhibitions tem 13 feiras ao redor do mundo, como a EIBTM na Europa, AIME na Austrália, além de outros eventos. Meu sonho com a Lacime é fazer dela uma EIBTM da América Latina e Caribe, mas isso não vai acontecer em um ano. Se nós tivermos um início promissor, de sucesso - e no segundo e terceiro anos também - lá pelo quarto ano atingiremos o nosso objetivo. Essa é minha visão, é o que pretendo e vou fazer acontecer.

***EVENTOS** – Quais eventos paralelos acontecerão na Lacime 2004? Serão idênticos aos realizados em outros países?*

Nutley – Sempre procuramos ter programas educacionais e sociais durante tais eventos. Obviamente, há uma certa limitação para os novos eventos pois, em primeiro lugar temos que garantir que a exposição funcione adequadamente, para que os negócios aconteçam já na primeira edição. Mas nós teremos nesta primeira edição da Lacime, seminários educacionais e algumas atividades sociais. De acordo com o seu crescimento essas programações paralelas também serão incrementadas, como já acontece em outros eventos. Não existe um evento paralelo que seja mais importante que o outro. O que existe são os diferentes segmentos do mercado.

***EVENTOS** – Na sua opinião, quais perspectivas se abrem para o mercado de incentivos na América Latina e Caribe com a realização da primeira edição da Lacime?*

Nutley – O negócio do turismo vai crescer, ninguém duvida disso. Para América Latina e Caribe, ter um pedaço desse bolo e futuramente uma grande porção, é importante que se leve esse segmento a sério. Se a Lacime for um sucesso, sem dúvida vai ajudar a desenvolver o mercado na América Latina e Caribe, captando mais eventos internacionais, ampliando as possibilidades de negócios e contribuindo para o crescimento econômico dos países latino-americanos. Entendo que se você quiser obter retorno de um negócio, precisa investir. Nós estamos investindo no lançamento da Lacime e espero que países, cidades e empresas que acreditam nesse mercado se unam a nós garantindo benefícios para todos.

** Colaborou: Pedro Ferreira*

LACIME

23-25 Junho 2004
Transamerica Expo Center
São Paulo - SP, Brasil

Latin America and Caribbean Incentive & Meetings Exhibition

Se o seu negócio é o Turismo Corporativo,

a **LACIME 2004** é seu próximo destino.

Participe da Primeira Exposição de Turismo de Incentivo,

Eventos e Negócios da América Latina e Caribe.

REED EXHIBITIONS BRASIL
Tel: +55 11 5502-7272 | Fax: +55 11 5505-7872
info@lacimexpo.com

REGISTRE-SE AGORA
www.lacimexpo.com/revistadoseventos

Patrocinadores Platina

BRITISH AIRWAYS · Continental Airlines · Hilton · Sol Meliá Hotels & Resorts · TAM · HT São Paulo Hotéis Transamérica · VARIG Brasil

Patrocinadores Ouro

Hyatt · InterContinental Hotels Group

Patrocinadores Prata

LANCHILE

Patrocinadores Bronze

Marriott Hotels & Resorts Brasil

Apoio Associações

ABEOC Brasil · GEV · ABH · ABLA · AMPRO · braztoa · COCAL · FAVECC · FBC&VB

Organizadores

Reed Exhibitions · EJK E.J. Krause & Associates, Inc. · ABAV

Ministério do Turismo · Embratur · Brasil um país de todos

Membros da

UBRAFE União Brasileira dos Promotores de Feiras

Media Partner

eventos

Grandes marcas apostam em eventos proprietários

Por Marlene Jaggi

Empresas patrocinadoras de megaeventos obtêm grande retorno estreitando o relacionamento com o público-alvo, posicionando e agregando valor à marca e à imagem, além de ampliar sua participação no mercado

De tempos em tempos, algumas cidades brasileiras são sacudidas por eventos ansiosamente esperados pelos mais variados tipos de público. Pode ser o Skol Beats, que só no ano passado levou nada menos do que 44 mil aficionados por música eletrônica ao Sambódromo paulista; o Tim Festival que em três noites atraiu outras 50 mil pessoas apaixonadas por jazz, pop e outros gêneros musicais ao Museu de Arte Moderna no Rio; ou o Avon Women in Concert, que reuniu outra multidão na Praça da Paz, no Parque do Ibirapuera (SP). Mas também pode ser o Vivo Open Air – um verdadeiro paraíso para os amantes do cinema; o Nova Schin Board Games – um evento sob medida para surfistas, o Coca-Cola Vibezone – outra superfesta tão apreciada pelos jovens quanto o Pão Music por pessoas das mais variadas idades.

Na verdade, o calendário cultural e esportivo do país vem ganhando cada vez mais eventos de porte – a maioria associada a grandes marcas –, também conhecidos como eventos proprietários, por incorporarem em seu nome a marca de seu patrocinador principal. Para os brasileiros, tais iniciativas não poderiam ser melhores: oferecem-lhes acesso – muitas vezes gratuito ou mediante

Divulgação

Com doze anos de sucesso, o Pão Music, do Grupo Pão de Açúcar, já recebeu mais de 9 milhões de pessoas em seus 190 shows. Este ano o evento ganhou novo visual, criado pela CC&M - Cooperativa de Comunicação e Marketing

Divulgação

O Vivo Open Air estreou em São Paulo no Jockey Club. Setenta toneladas de equipamentos propiciaram a maratona de filmes exibidos em uma tela de 282 m² importada da Suíça

Divulgação

O Tim Festival atraiu 50 mil pessoas que aplaudiram estrelas da música nacional e internacional, como a canadense K. D. Lang, no MAM do Rio de Janeiro

Divulgação

O TIM Festival, coordenado pela Dueto Produções, reúne astros do jazz, pop, DJs e novas tendências internacionais. Na foto, os pilotis do MAM carioca, onde foi realizado o evento

preços bem razoáveis – a espetáculos incríveis. Para as empresas patrocinadoras, o retorno é fantástico. Ao colocar sua assinatura em um espetáculo, estreitam o relacionamento com seu público-alvo, posicionam sua marca, fortalecem e identificam sua imagem com valores preciosos e, assim, ampliam sua participação no mercado.

A aposta nos eventos proprietários como estratégia de marketing no Brasil começou há cerca de duas décadas com dois eventos promovidos pela Souza Cruz – o Free Jazz Festival e o Carlton Dance –; cresceu, com a criação do Prêmio Sharp de Música, em 1987, avançou ainda mais com os espetáculos Sampa Show (hoje Pão Music), em 1993, e desde então vem sendo adotada por um número cada vez maior de empresas. Idealizados pela Dueto Produções, tanto o Free Jazz quanto o Carlton Dance agregaram muito valor às marcas de cigarros, diz o publicitário Pedro Bianco, profissional que acompanhou de perto a evolução desse mercado. Segundo ele, a fórmula do Free Jazz deu tão certo que sustentou 16 edições e atraiu um novo patrocinador depois que as travas legais à publicidade de cigarros obrigaram a Souza Cruz a desassociar a marca do cigarro do evento.

De fato, desde o ano passado é a marca Tim que assina o evento, dentro do projeto TIM Música sem Fronteiras, que procura atingir seu público-alvo por meio da música. Além do TIM Festival, o projeto resgatou o Prêmio Sharp de Música (agora Prêmio TIM de Música) e manteve na produção dos eventos seus criadores originais: o Tim Festival é coordenado por Monique Gardenberg, da Dueto, e tem a curadoria de Zuza Homem de Mello, Paulo Albuquerque, José Nogueira e Hermano Vianna, enquanto o Prêmio TIM de Música continua sob o comando de José Mauricio Machline. "O Tim festival é um resgate do Free Jazz Festival", ressalta Monique Gardenberg, dona da Dueto. "Fomos procurados pelo Mario Cohen, profissional de marketing que presta serviço de consultoria de imagem para a Tim e ficamos encantados com sua percepção da importância e da força do evento", conta ela.

JAZZ, A PORTA DE ENTRADA DOS NOVOS EVENTOS

Em 1984, quando teve a idéia de montar um festival de jazz no Brasil, Monique não imaginava que a iniciativa pudesse abrir caminho para tantos eventos do gênero. Ela entrou nesse universo quando ainda era estudante de economia na UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) e, envolvida com o movimento estudantil, começou a produzir shows musicais no Teatro de Arena para angariar fundos para o Centro Acadêmico. "Ali conheci vários artistas e o Chico Buarque me convidou para ajudar a organizar os Shows 1º de Maio. Logo depois, segui para Angola com um grupo de artistas que ele reuniu. Lá, conheci Djavan que me convidou para ser sua empresária. Ele havia acabado de compor 'Meu bem querer' e precisava de alguém que organizasse sua carreira, que começava a despontar", lembra ela. Foi nas viagens que fez com Djavan por vários festivais de jazz internacionais que surgiu a idéia de montar um festival de jazz no Brasil. "Quando voltamos, criamos o evento com a ajuda de uma curadoria especializada, preparamos uma apresentação bem detalhada e levamos o projeto para a Souza Cruz, que, na época, exibia um comercial de TV onde um rapaz tocava um tema de jazz ao piano mas interrompia e se dirigia ao telespectador, dizendo: 'ah, você prefere rock? Não faz mal, pelo menos alguma coisa a gente tem em comum'. Por conta deste comercial, achamos que a nossa idéia estava em sintonia com a imagem que a marca Free estava querendo passar e decidimos procurá-los". Nascia ali uma parceria que duraria até a virada do milênio.

RETORNO GARANTIDO

A nova safra de megaeventos tem uma história mais curta, mas um saldo de resultados tão positivos quanto os primei-

Divulgação

O Chivas Jazz Festival 2003 trouxe ao Brasil os mais bem cotados músicos do mundo, como o pianista Jason Moran (na foto, em primeiro plano)

ros. “São vários os motivos que levam as empresas a buscarem essa estratégia. Algumas querem apenas comemorar uma data importante para elas; outras vão atrás de posicionamento de marca e retorno de imagem, estimuladas pelos incentivos fiscais, o que não significa que não estejam preocupadas em dar sua contribuição social e cultural ao país”, diz Pedro Bianco. Segundo ele, sejam quais forem os motivos, o retorno é certo e seguro. “O que leva as empresas a interromperem projetos desse porte não é a falta de resultados. Elas podem, por exemplo, ter de seguir outras estratégias, depois de passarem por modificações estruturais importantes”, diz ele, com a experiência de quem editou uma revista e montou festivais dedicados à dança, desenvolveu eventos de patrocínio como os Concertos de Vinólia (da Unilever, que abandonou a estratégia para investir nas outras marcas da empresa), o Dupont Basic Sound, o Walita ao Vivo (ambos feitos para comemorar datas importantes para as empresas), o e-festival IBM e o Avon Women in Concert, nos quais as empresas continuam investindo.

Pedro Bianco, diretor da Dançar Marketing e Comunicações, empresa responsável pelo e-Festival IBM e o Avon Women in Concert

Divulgação

Felipe Barahona, diretor de marketing da Vivo, inspirou-se em evento realizado há 14 anos na Suíça para lançar o Vivo Open Air

Novata nesse universo, a Vivo não hesitou em associar seu nome a um megaevento. Com mais de 20 milhões de clientes e uma participação de cerca de 45% no mercado brasileiro, a empresa resolveu apostar no cinema e na moda, valores com os quais procura identificação. “Patrocinamos o São Paulo Fashion Week, o Fashion Rio e o Curitiba Art Fashion e lançamos o Vivo Open Air, uma mostra de cinema ao ar livre inspirada em evento similar realizado há 14 anos na Suíça”, conta o diretor de eventos da empresa, Felipe Barahona.

A estréia da companhia no festival de cinema aconteceu este ano entre 19 de março a 8 de abril, no Jockey Club de São Paulo, num clima de muito charme, com cenografia especial, bares, restaurantes (pizzaria Piola, a grife de sushis Hakka, Le Style Bistrot, Bar Open Air e um sofisticado restaurante do grupo Fasano), além de shows e muita badalação.

Idealizado para receber 1.750 pessoas por noite, o festival exibiu 25 filmes, escolhidos a dedo por Ademar de Oliveira, e exibidos numa tela gigantesca de 282 m², importada da Suíça. O evento também foi cenário para a pré-estréia nacional do filme Benjamin, baseado no livro de Chico Buarque, estrelado por Cleo Pires, premiada por sua atuação no Festival de Cinema do Rio de Janeiro, e dirigido por Monique Gardenberg. De acordo com Barahona, o investimento nessa megaestrutura tem retorno garantido: “É uma maneira de estreitar nosso relacionamento com os atuais clientes (pessoas físicas e jurídicas) que terão tratamento diferenciado (descontos nos ingressos, por exemplo) e de atrair novos consumidores. Além disso, contamos com uma mídia espontânea equivalente ao dobro do total investido”, diz ele.

O e-Festival IBM foi criado para revelar novos talentos do cenário musical brasileiro. Em 2003 ganhou novo formato, passando a envolver escolas de música

DE OLHO NOS JOVENS

Na área de bebidas, os eventos de patrocínio também estão se revelando poderosas ferramentas de marketing. Na Coca-Cola, por exemplo, as ações mais voltadas ao público jovem (como o Coca-Cola Vibezone, megaevento cuja primeira edição, realizada no ano passado no Rio de Janeiro ofereceu muita música e esportes radicais) ajudaram a companhia a fechar 2003 com 33,5% de market share – 1,5% a mais do que no ano anterior. Para continuar no topo a empresa decidiu, este ano, associar o evento a uma megapromoção musical, a Vibesound Coca-Cola, cujo funcionamento é simples: o consumidor junta 10 provas de compra, mais R$ 3,00, e troca por um dos quatro títulos dos mini-CDs com as melhores bandas do momento. Na compra, os jovens poderão ser premiados com um pacote com direito a acompanhante para assistir a segunda edição do Coca-Cola Vibezone, que será realizado no Rio de Janeiro, nos dias 14 e 15 de maio, e ainda fazer parte da Vibegalera, que terá direito, entre outras coisas, a passagem aérea, hospedagem em hotel no Rio, city tour, in-

Divulgação

O Skol Hip Rock une os maiores sucessos dos dois gêneros musicais. Em 2003, se apresentaram em São Bernardo do Campo (SP), Marcelo D2 e Thaíde, dois expoentes do hip-hop

gressos para os dois dias de show e a freqüentar a área VIP do evento.

"Como resolvemos fazer uma promoção nacional dando a oportunidade aos consumidores de todo o Brasil de participarem do evento Coca-Cola Vibezone, achamos muito mais interessante concentrar todos os ganhadores da promoção em um só lugar, promovendo uma super integração dos consumidores de Coca-Cola aqui no Rio de Janeiro", explicou Cláudia Colaferro, diretora de marketing da Coca-Cola, no lançamento da promoção.

CERVEJAS: EVENTOS RADICAIS

Para a Skol são também muitas as vantagens de associar seu nome a eventos como o Skol Beats – considerado o maior festival de música eletrônica da América Latina e um dos maiores do mundo. "Ganhamos o reconhecimento dos consumidores e consolidamos a Skol como uma marca jovem, moderna e inovadora", afirma Carlos Lisboa, gerente de marketing da empresa, associando o pioneirismo do evento de música eletrônica (o primeiro foi realizado em 2000) ao vanguardismo da empresa no lançamento de produtos (foi a primeira a usar as embalagens long neck, as latas de alumínio e a primeira a lançar a cerveja para agitos: Skol Beats). Além do Skol Beats, a empresa busca aproximação com seu público jovem com outros eventos. Um deles é o Skol Hip Rock, que junta grandes nomes desse gênero musical a oficinas de grafitagem, lan house e apresentações de skate em várias cidades brasileiras, além de colocar à disposição do público CDs com músicas tops do rock e do hip hop e tenda com coleção de roupas e acessórios especialmente desenvolvidas para o evento. Outra iniciativa é o Skol Spirit, um evento que traz para o público que curte o verão nas praias e gosta de música eletrônica, o clima e a melhor seleção musical das festas ao por do sol, que movimentam o verão de Ibiza – a mais badalada praia européia. O evento, que teve início no verão de 2002, já percorreu as praias de Maresias (SP), Maracaípe (PE), Mole (SC) e Aleluia (Salvador).

Para montar todos esses eventos, a Skol conta com a B/Ferraz, agência dirigida por Bazinho Ferraz, um administrador de empresas de apenas 31 anos que se interessou pelos negócios de entretenimento desde muito jovem. Bazinho chegou à Skol depois de cuidar, na sua agência, de clientes como Jack Daniel, Smirnof Ice, J&B e Audi. De seu premiado portfólio constam a criação de cases como o J&B Night of Fun (evento de música eletrônica) e o Audi al Mare (um show room dos novos modelos da marca montado sobre uma balsa nas águas de Ilha Bela e Angra dos Reis, onde os convidados podiam, ainda, participar de festas ou degustar comida japonesa num restaurante montado no próprio barco).

"Nosso trabalho é de full promotion", explica ele. Isso quer dizer que, com a ajuda de seus 52 funcionários, ele pode oferecer todos os serviços promocionais que o cliente precisa – de ações em pontos de venda a estandes em feiras, design de embalagens,

Divulgação

O maior festival de música eletrônica da América Latina e um dos maiores do mundo, o Skol Beats, organizado pela B\Ferraz, atinge seu quarto ano de sucesso absoluto

Divulgação

O êxito do Nova Schin Festival, que uniu a etapa brasileira do campeonato mundial de surf e muita música nacional e internacional, motivou a criação do Nova Schin Board Games, reunindo competições esportivas de prancha

utilização de incentivos, otimização de verbas, captação de recursos, marketing direto a eventos institucionais, empresariais e especiais. Para as Casas Bahia, por exemplo, ele montou um megaevento de varejo – uma loja de 29 mil metros quadrados dentro do Anhembi que, durante 43 dias, recebeu 1,2 milhão de pessoas. Para a Skol ele trabalha em várias frentes. Só a montagem do Skol Beats já toma o ano inteiro. É que a B/Ferraz atua no projeto desde a pesquisa de atrações e diferenciais à definição de plantas, layouts até a produção total, que requer o trabalho de 10 coordenadores de área nos meses que antecedem o evento e de nada menos do que 3.500 pessoas durante o evento.

Divulgação

Desde o ano passado, o Pão Music se integrou ao Programa Fome Zero. Os convidados das áreas VIP e do lounge (foto) doaram um quilo de alimento não perecível e, para cada quilo arrecadado, a rede Pão de Açúcar doou mais um

Enquanto a Skol aposta na música, a Nova Schin - cerveja pilsen do Grupo Schincariol - busca o público jovem através dos esportes. No ano passado, a empresa assumiu o patrocínio oficial da etapa brasileira do WCT - World Championship Tour, transformando o evento mais importante do surf no país em um mega festival - o Nova Schin Festival, que reuniu em Santa Catarina as maiores feras do surf e da música nacional e internacional. O WCT - World Championship Tour, é o mais importante campeonato de surf mundial e reúne os 46 maiores competidores de elite da ASP - Association of Surfing Professionals e acontece em 12 etapas nos Estados Unidos, Austrália, França, Brasil, Japão e Havaí. Mas por que investir no surf? Para a empresa, o surf é mais que um esporte; é um estilo de vida, um ícone da liberdade, independente da idade que se tenha. Representa a ousadia, o arrojo e, principalmente o novo - valores que a marca persegue e faz questão de incorporar seu produto.

Animada com os resultados do festival, que recebeu cerca de 10 mil pessoas, a empresa investiu, no auge do verão deste ano, R$ 2,1 milhões no Nova Schin Board Games, evento que juntou competições esportivas, exibições, clínicas, workshops e festas em cinco pontos do litoral brasileiro: Maresias, Rio de Janeiro, Recife, Fernando de Noronha e Florianópolis. O projeto integra todas as modalidades de esporte com prancha num único evento e inclui ainda duas etapas oficiais dos campeonatos de surf - WQS e Longboard e conta com a participação de personalidades do esporte e celebridades da TV. Além de atividades e uma comemoração havaiana com direito a luau, o evento da Nova Schin inaugurou uma associação profissional de longboard feminino, e estendeu a disputa a duas categorias convidadas, a Legends, para surfistas acima de 47 anos e outra para longboarders de até 18 anos.

Divulgação

Sonia Manastan comanda o marketing institucional do Grupo Pão de Açúcar: o megaevento agrega valor à marca e consolida a imagem da empresa no campo da responsabilidade social

CASES SOB MEDIDA

Se a Skol, Nova Schin e Coca-Cola vêm jogando todas suas fichas para conquistar o público jovem, empresas como Pão de Açúcar, Avon e Pernod Ricard Brasil (dona da marca Chivas de uísque) procuram criar eventos para atrair outro tipo de público. Com o Chivas Jazz Festival, o grupo Pernod aproxima a marca de consumidores maduros, exigentes e requintados. A estratégia é valorizar o fato de que esse é o único festival que não se rendeu a outros gêneros musicais. O evento é de jazz, para amantes de jazz – público que sabe apreciar um bom uísque. Segundo seus idealizadores, a programação dos eventos, que acontecerão simultaneamente no DirecTV Music Hall, em São Paulo, e na Marina da Glória, no Rio de Janeiro, em maio, prima pelo alto nível musical e pelo ineditismo das atrações: estarão lá, entre outros grandes nomes, o trompetista Tom Harrell e o pianista Andrew Hill, o baterista e mestre do hard bop Louis Hayes e o saxofonista e compositor Bud Shank, pioneiro do jazz west coast e das fusões do jazz com o samba, além da vanguardista big band The Sun Ra Arkestra.

No caso do Pão de Açúcar, a estratégia é agregar valor à marca, identificando-a como uma empresa socialmente responsável. Para tanto, nada melhor do que atuar em várias frentes, todas elas muito bem organizadas. Hoje existe no grupo uma área exclusivamente dedicada ao marketing institucional. Gerenciada por Sonia Manastan, conta com cinco coordenadoras para cuidar das cinco vertentes (cultura; esportes, meio ambiente; educação para o consumo e relações com as comunidades) trabalhadas institucionalmente para as três bandeiras do grupo: Pão de Açúcar, Extra e Barateiro. Entre os eventos realizados em todo o país pelo grupo, são mais conhecidos o Pão Music e a Maratona de Revezamento de São Paulo. Realizada anualmente, a prova reuniu no ano passado 25 mil participantes.

Nascido com o nome de Sampa Show em 1993, e rebatizado com o nome atual em 1996, o Pão Music foi visto, durante esses 12 anos, por mais de 9 milhões de pessoas. Foram 190 shows, 150 artistas brasileiros e internacionais e apresentações em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro Distrito Federal e Fortaleza, que

Divulgação

A Avon Cosméticos promove também no Brasil, o Avon Running, campanha de combate ao câncer de mama, megaevento que conta com a adesão de mulheres em mais de treze países

levaram ao público desde a música portuguesa, na série Grandes Encontros Brasil/Portugal – 500 Anos de Brasil, ao pop rock, no Pão Music Rock Sinfônico até encontros históricos das maiores estrelas da atual MPB. "A preocupação da empresa em democratizar o acesso do público a várias correntes musicais trouxe um grande retorno de imagem para a marca", afirma Sonia. Segundo ela, o Pão Music transformou-se num dos eventos mais aguardados do ano, comparável a grandes espetáculos musicais nacionais e internacionais. "Hoje, muita gente acha que todo show feito no Ibirapuera é promoção do Pão de Açúcar", diz ela. Sônia afirma que o retorno desses e outros eventos feitos pelo grupo aparecem nitidamente nas pesquisas. Há ainda o retorno em mídia, pela grande exposição da marca. O evento se transforma em matéria-prima dos cadernos de cultura dos jornais, por exemplo, além de ter divulgação no rádio e TV.

O Pão Music participa do programa Fome Zero, do Governo Federal. Os convidados levam um quilo de alimento não perecível para ajudar a campanha. O meio ambiente e a cidadania também fazem parte dos espetáculos musicais. Jovens universitários uniformizados, contratados pelo Grupo Pão de Açúcar realizam o trabalho de conscientização de limpeza e de preservação dos locais dos shows. Ao final de cada espetáculo, esses mesmos jovens coletam o lixo numa ação batizada Show de Limpeza. "Somos reconhecidos como um grupo preocupado com a cidadania" – destaca Sonia.

Em sua opinião, a prova de que a aposta no marketing institucional dá certo é o crescimento da área dentro do grupo que, somente no Pão Music investe R$ 2 milhões para os 12 shows e cerca de R$ 20 milhões em todos os eventos realizados para todas as marcas do grupo. Há 15 anos na empresa, Sonia gerencia a área desde que foi instituída, há cinco anos.

ESPORTE, SAÚDE E CULTURA

Outra empresa que procura ser reconhecida como incentivadora da cultura é a Avon. Em alguns aspectos, sua estratégia é parecida com a do Pão de Açúcar: também promove o esporte (com o Avon Running – Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama) e a democratização da cultura (com os shows gratuitos ao ar livre do Avon Women in Concert). O foco de seu público, contudo, aparece no formato dos eventos: fabricante de produtos essencialmente usados pela mulher, a empresa coloca no palco do Avon Women in Concert apenas grandes nomes femininos da música e trabalha o Avon Running como uma campanha pelo combate ao câncer de mama.

Realizado pela primeira vez em 1999, e reconhecido pelo público por trazer nomes como Kiri Te Kanawa, Sarah Brightman e Barbara Hendricks, o Avon Women In Concert apresentou em São Paulo, no início deste ano, o primeiro concerto de sua sétima edição, mesclando música erudita com ritmos regionais brasileiros. Na seqüência, o espetáculo segue para as cidades de Campos do Jordão, Ouro Preto, Salvador e Recife, sempre com apresentação de grupos totalmente femininos. Acompanhadas da Orquestra Filarmônica de Mulheres, representantes regionais da música brasileira compromissados com a questão social exibirão ritmos e sons que compõem a tradição da cultura do nosso país.

Segundo Patrícia Stein, gerente de promoção de eventos da companhia, o objetivo este ano é valorizar a diversidade cultural e introduzir uma preocupação social no conceito do Avon Women In Concert. "Assim como democratiza a beleza, a Avon quer democratizar a cultura", diz ela. Dessa forma, os concertos de Ouro Preto, Salvador e Recife, terão apresentações de grupos musicais provenientes de Organizações Não Governamentais, que desenvolvem projetos sociais voltados, entre outros aspectos, para a capacitação das comunidades nas quais estão inseridos. Existirá melhor forma de agregar valor a uma marca do que patrocinar um evento com estas dimensões?

Marcos Issa/Argosfoto

Apresentação de Rita Lee, acompanhada da Orquestra Filarmônica de Mulheres, no Avon Women in Concert 2004, no Parque do Ibirapuera (SP), que homenageou o Dia Internacional da Mulher

Brunna Soares

Divulgação

Guagliardi fala durante a posse em jantar comemorativo ao 18º aniversário da Ubrafe

Não poderíamos iniciar a seção deste mês sem antes dar as boas vindas ao novo presidente da Ubrafe (União Brasileira dos Promotores de Feiras), José Rafael Guagliardi, que já presidiu a entidade por quatro mandatos, e é presidente executivo da Alcantara Machado. Guagliardi, que substitui João Batista de Lima, tomou posse em 15 de março, durante jantar de comemoração dos 18 anos da entidade, quando foi anunciada a diretoria para o biênio 2004-2006. A festa contou com a presença de 400 convidados e foi realizada no Holiday Inn Parque Anhembi, hotel que integra o projeto original do complexo Anhembi, idealizado por Caio de Alcantara Machado, e que inclui também a construção de um novo centro de convenções, atualmente em estudo. Guagliardi é formado em administração de empresas pela faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA-USP), onde fez mestrado e doutorado e é professor. Sempre contribuindo com o setor de eventos, Rafael foi mentor intelectual da criação da Ubrafe e do Sindprom (Sindicato das Empresas de Promoção, Organização e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Estado de São Paulo), nos quais vem atuando por vários mandatos. Na Alcantara Machado, considerada uma das maiores organizadoras de feiras de negócios do país, Rafael trabalha há cerca de 34 anos. As feiras dos associados da Ubrafe receberam cerca de 45 mil compradores estrangeiros em 2003, graças às parcerias com a Apex, Sebrae e entidades de classe. A principal meta do novo presidente é intensificar a divulgação das feiras brasileiras no exterior. O objetivo é trazer mais importadores, sobretudo neste momento em que muitas empresas brasileiras já estão preparadas para apresentar seus produtos e negociar com o mercado internacional.

Calçados brasileiros no exterior

Couromoda

Considerada uma ferramenta de marketing que contribui para as vendas e lançamentos de moda, a Couromoda 2004 aumentou em 14% o número de expositores e em 7% a área de exposição, ocupando toda a extensão do pavilhão do Anhembi. Para facilitar a visitação, a organizadora setorizou os estandes na feira e inovou com a disponibilidade de roteiros de visitas pela Internet, determinados pelos profissionais de acordo com suas áreas de interesse. A Couromoda é a maior feira do setor na América Latina, representando 85% da produção brasileira de calçados, segundo dados da organizadora. Os números do mercado internacional indicados pela Abicalçados (Associação Brasileira das Indústrias de Calçados) revelam que hoje este setor exporta US$ 1,55 bilhão/ano e 188 milhões de pares a 130 mercados internacionais. A principal meta do mercado coureiro-calçadista é aumentar as exportações e a feira, que também contribui neste sentido, recebeu 2,7 mil compradores estrangeiros de 62 países contra 1,7 mil em 2003. Para atender estes compradores a feira criou um espaço com infra-estrutura de serviços completa, o International Lounge, além

Marcello Kamio

Recorde na visitação internacional que registrou 2,7 mil estrangeiros

do programa Couromoda Exporter que identificou, por meio de um selo, os expositores com experiência em exportações e preparou uma listagem para facilitar a visitação dos importadores. Fernando Manígua Brigagão, gerente de marketing da Sândalo, declarou que "o crescimento na visitação internacional na feira foi notório e a Sândalo prospectou negócios voltados às exportações". Os compradores brasileiros também puderam usufruir desta infra-estrutura no espaço nacional, o Couromoda Lounge. Entre outros destaques, a feira também recebeu 17 grupos de expositores formado por médias, pequenas e microempresas, subsidiados por entidades do governo, sindicatos e associações. Neste ano estes grupos registraram a participação de 400 empresas. A Fábrica Modelo da Couromoda foi outro destaque, atraindo os profissionais que conferiram as tecnologias e novos processos de fabricação de calçados, um projeto que contou com 70 empresas de máquinas, matérias-primas e componentes.

COUROMODA • *Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro* • *FENINVER* • *Feira Brasileira de Confecções e Acessórios de Moda* • *Congresso Brasileiro da Indústria de Calçados* • *13 a 16 de janeiro* • *Pavilhão de Exposições do Anhembi* • *São Paulo/SP* • Expositores: *915 empresas que representam 1,5 mil marcas* • Visitantes: *55 mil* • *Feira fechada* • Área útil: *45 mil m²* • Organizador: *Couromoda Feiras Comerciais* • Transportadora Oficial: *Tam* • Informações: *(11) 3897-6100* • *www.couromoda.com.br* • *couromoda@couromoda.com.br*

Marcello Kamio

Computador e moda desfilaram juntos na São Paulo Fashion Week

Moda para todos os gostos

Criado em 1996 como Morumbi Fashion e rebatizado em 2001 como São Paulo Fashion Week, o evento surgiu para unir em um só calendário os diversos desfiles que eram realizados ao longo do ano. Realizado este ano no aniversário da cidade de São Paulo, o SPFW fez uma homenagem com uma megaexposição fotográfica retratando as várias faces da identidade da cidade – dos imigrantes aos moradores de rua. Como sempre, desfiles, cenários, passarelas deram um show. Entre as curiosidades, os vestidos de bombons de Gloria Coelho, os morangos gigantes para decorar a passarela de Fause Haten, personagens como o homem-piano e mulher cabeça-de-olho da Zapping, os andarilhos chiques da Uma, as peças inspiradas na Hello Kitty e os apliques de frutas lembrando Carmen Miranda no desfile feminino de Alexandre Herchcovitch, além da iluminação, sons e perfumes especiais, da presença de famosos e até de animais, como o cavalo branco de Renato Loureiro e o cão de guarda no meio da passarela de Ricardo Almeida. A sensação do evento não ficou só por conta dos 37 desfiles. As empresas patrocinadoras do evento, como nos anos anteriores, montaram seus lounges de acesso restrito a convidados. Melissa, Natura, Vivo, Citröen, Hotel Unique, Fedex Express, Motorola, Brahma Light, Vicunha, Guaraná Antártica e Abit, entre outros, distribuíram brindes, como sandálias exclusivas para o evento (Melissa), bolachas – aparadores de copos (Brahma Light), entre outras ações de marketing. Para tornar o foco business do evento ainda mais forte, foi realizado, em parceria com a Alcantara Machado no terceiro piso da Bienal, o Salão de Moda e Design que reuniu o showroom com 41 empresas participantes e ocupou 4 mil m². Para Vivi Haydu, diretora de feiras têxteis e de moda da Alcantara Machado, "a intenção foi facilitar o processo de compra. No mesmo evento, compradores puderam conhecer as peças nos desfiles e adquiri-las no showroom". Segundo Haydu, este formato já é adotado em eventos de moda em Paris, Milão e Nova Iorque e faz parte da reestruturação que busca corrigir as distorções em todas as etapas da cadeia produtiva nacional. Outra novidade que se destacou na 16ª edição foram os desfiles externos realizados por quatro estilistas. Marcelo Sommer apresentou sua coleção no seu showroom na Rua Augusta, em petit-comité (os vips foram recebidos dentro da loja enquanto o público viu o desfile na rua, que teve uma quadra interditada para realização do evento); Lorenzo Merlino, apresentou sua coleção na Pinacoteca do Estado; a Cori na Sala São Paulo, com direito a Orquestra Jazz Sinfônica; e a estilista Clo Orozco, da Huis Clos, no showroom localizado no Bom Retiro. Segundo a organizadora, a SPFW teve um custo de R$ 5 milhões, utilizou cerca de 2,5 mil profissionais, ocupou 24 mil m² e recebeu um público de 12 mil pessoas por dia.

SÃO PAULO FASHION WEEK • *Calendário Oficial da Moda Brasileira* • *28 de janeiro a 03 de fevereiro* • *Bienal do Ibirapuera* • *São Paulo/SP* • Empresas participantes: *41 grifes* • *Evento fechado* • Visitantes: *84 mil* • Área útil: *24 mil m²* • Organizador: *Luminosidade* • Informações: *www.saopaulofashionweek.com.br*

FIT 0/16

A 22ª edição da feira ganhou palestras gratuitas, além do Fit Fashion, desfiles diários que atraíram compradores e visitantes. A próxima edição, marcada para 29 de junho a 2 de julho, espera receber 50 novos compradores internacionais e quase toda a área da feira já foi comercializada.

FENIN

O Centro de Eventos Sierra Park, em Gramado (RS) sediou a 8ª edição da Fenin, que contou com a presença de 22 mil visitantes, 400 expositores e 920 marcas representadas. Entre os destaques, desfiles na rua coberta de gramado, e o crescimento da feira em número de visitantes, que superou em 40% as expectativas iniciais. Em volume de negócios, o evento movimentou R$ 330 milhões em 2004.

FASHION RIO

Com 26 grifes se apresentando, o Fashion Rio foi realizado em quatro tendas montadas nos jardins do MAM carioca. O evento recebeu mais de 70 mil visitantes que acompanharam 22 desfiles. Em sintonia com os negócios, a 3ª edição do Fashion Business recebeu 2,5 mil lojistas e movimentou R$ 200 milhões em negócios.

FENIT / SIM / SALÃO INFANTO-JUVENIL E BEBÊ

Realizados em paralelo, os eventos receberam 400 expositores e 20 mil compradores. Nos desfiles da Fenit, do Sim e do Salão Infanto-Juvenil e Bebê cerca de 50 empresas apresentaram suas coleções e ficou registrado a presença de diversas regiões do país, como Ceará, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul.

PRÊT-À-PORTER BRASIL

Inovando no formato, o evento realizado pela 1ª vez no Hotel Unique, em São Paulo reuniu 8 marcas além das presentes no projeto Carência Zero. Com glamour nas passarelas, os desfiles voltados para o consumidor final tinham o intuito de despertar o desejo de compra e impulsionar as vendas – e foi aberto apenas para clientes vip e convidado das marcas presentes.

ENCONTRO DA MODA

Nesta 26ª edição o evento recebeu 100 expositores que apresentaram a coleção de outono/inverno 2004. A organizadora do evento lançou o Top Stylist, um prêmio exclusivo aos estilistas e designers especializados em moda comercial que foi inspirado no tema "SP 450 anos: a elegância concreta de uma cidade".

MINAS GERAIS FASHION WEEK

O MGFW foi composto por três eventos: BH Shoes, Gerais Fashion e Brazil Gem Show, envolvendo assim todos os segmentos deste mercado e movimentando cerca de R$ 30 milhões entre os 20 mil visitantes e os 300 expositores das três feiras.

CIOSP

A 22ª edição do Ciosp (Congresso Internacional de Odontologia de São Paulo), foi composto por um vasto programa. Além de palestras e atividades com agentes mirins em saúde bucal, houve uma programação cultural na cidade para que os visitantes aproveitassem sua permanência em São Paulo. A 7ª Fiosp (Feira Intl. de Odontologia) ocupou 47 mil m² do Anhembi e recebeu 70 mil visitantes, entre congressistas, profissionais e estudantes.

Transmissão de mensagens

A 14ª edição da Telexpo, maior feira das Américas de telecomunicação e TI, veio fortalecida pelos bons resultados do setor em 2003. Segundo Ligia Amorim, diretora geral e CEO da Advanstar, "dos 380 expositores, 51 são novas empresas no evento. Em 2003 o evento movimentou R$ 500 milhões em negócios e em 2004, R$ 700 milhões". Empresas de grande porte já fecharam contrato para participação em 2005 e aumentaram a área do estande em cerca de 30%. As grandes operadoras de celulares estavam presentes e com força total em atrações para os visitantes, embora a vedete da feira tenha sido mesmo a demonstração do uso da telefonia IP (Internet Protocol), comunicação de dados, voz e vídeo numa única rede de alta velocidade, o que permite diversas facilidades e torna os custos mais baixos. Algumas empresas apresentaram, inclusive, o ROI (Retorno sobre Investimento) da utilização desta tecnologia. Personalizada para cada tipo de negócio, a telefonia IP permite maior mobilidade, acesso às informações e soluções de integração que apóiam ações de marketing e vendas com clientes. O principal foco do congresso foi a utilização da tecnologia como suporte aos negócios, facilitando transações comerciais a um custo menor. O congresso recebeu 1,2 mil participantes em oito fóruns e 30 painéis.

Lulu Costa

Soluções para usuários corporativos em Telecomunicação e TI

TELEXPO • *Congresso Telexpo "Communications & Technology Working Together"* • *2 a 5 de março* • *Expo Center Norte* • *São Paulo/SP* • Expositores: *380* • Visitantes: *55 mil* • *Feira fechada* • Área útil: *40 mil m²* • Organizador: *Advanstar* • Informações: *(11) 3044-4912* • *www.telexpo.com.br* • *telemkt@advanstar.com.br*

Como embalar produtos?

A feira, que é uma vitrine dos modernos processos, matérias-primas e maquinário do setor, recebeu na 4ª edição 573 expositores e 30 mil visitantes contra os 516 expositores e 26 mil visitantes em 2003. O segmento de embalagem montou ilhas de produção, composta por cadeias de máquinas, equipamentos e insumos, demonstrando formas mais eficientes e com melhor relação custo/benefício para produtos dirigidos tanto ao mercado interno como externo. Durante o evento 22 tipos de produtos foram fabricados nas 15 ilhas que compuseram a Expo Linhas de Produção, resultando numa produção de 50 toneladas de material plástico, 9 toneladas de papel cartão, 6 mil folhas de papel ondulado, 9 mil frascos de vidro, 10 mil latas recravadas e 590 mil peças de rótulos e etiquetas. A sacola oficial do evento, produzida com plástico degradável, com tecnologia já utilizada em países europeus, mostrou que a reciclagem é uma das atuais preocupações do mercado brasileiro. Também no segmento de reciclagem teve ilhas de produção e em uma delas as embalagens PET eram transformadas em bandejas.

Divulgação

Uma das 15 ilhas da Expo Linhas de Produção

BRASILPACK • *Feira Internacional de Embalagem* • *Semana Internacional de Embalagem* • *8 a 12 de março* • *Pavilhão de Exposições do Anhembi* • *São Paulo/SP* • Expositores: *573* • Visitantes: *30 mil* • *Feira fechada* • Área útil: *47 mil m²* • Organizador: *Alcantara Machado e Messe Dusseldorf* • Informações: *(11) 6221-9908* • *www.brasilpack.com.br* • *info@brasilpack.com.br*

Marcos Issa/Argosfot

Nos estandes, os visitantes conheceram os diversos projetos dos expositores

Parcerias e ações para eliminar um dos maiores problemas do país

A 1ª edição do evento foi marcada pela presença de autoridades e muitas expectativas, sobretudo pela seriedade do projeto, que tem boa receptividade por parte da sociedade e do empresariado. A feira também é considerada um marco por ser realizada em um momento em que as práticas de responsabilidade no país estão se consolidando. Segundo índices do INEP (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) em 2003, 59% das empresas brasileiras desenvolvem projetos sociais, sendo 54% na área de assistência social 41% na área de alimentação. O evento apresentou diversos projetos sociais visando contribuir com as áreas de segurança alimentar e nutricional, educação, qualificação profissional, inclusão social, saúde, ecologia e de desenvolvimento sustentável para as população em situação de miséria. As empresas presentes aproveitaram a oportunidade para conhecer os diversos benefícios oferecidos pelo programa Fome Zero. A renda arrecadada com o evento foi revertida para o programa do Governo e repassada para o fundo de doações. Daniel Carvalho de Mendonça, vice-presidente de assuntos governamentais da Coca-cola declarou que "a iniciativa da Francal contribui com o programa, pois este evento desperta o interesse das empresas que ainda não participam". O atual projeto da Coca-Cola é instalar restaurantes populares, um em cada capital. Em abril de 2003 foi inaugurado o primeiro em Porto Alegre que serve 300 refeições ao dia por R$ 1,00, e até o final de 2004 o objetivo é oferecer 500 mil refeições em todo o Brasil. Já a Petrobrás anunciou que até 2006 estará investindo R$ 303 milhões em propostas voltadas para os projetos selecionados. Para Janice Dias, gerente de marketing da estatal, "a feira demonstrou que as empresas presentes estão em busca de parcerias. Muitos projetos ainda não são executados por limitação de verba, o que tornam as parcerias ainda mais necessárias". Entre as atrações culturais e atividades realizadas durante a feira estiveram presentes uma escola de samba, grupos de teatro, grupos de dança e musicais.

Divulgação

Autoridades marcaram presença

EXPO FOME ZERO • *Brasil Socialmente Responsável* • *Fórum Brasil Fome Zero* • *10 a 12 de fevereiro* • *Expo Center Norte* • *São Paulo/SP* • Expositores: *138* • Visitantes: *5 mil* • *Feira aberta* • Área útil: *4,5 mil m²* • Organizador: *Francal* • Montadora Oficial: *Estrutural* • Informações: *(11) 4689-3100* • *www.expofomezero.com.br*

CIDADÃO EFICIENTE

O Novotel Center Norte sediou o Seminário Cidadão Eficiente, organizado pela Commissair. O evento focado nos portadores de deficiência física, contou com três módulos, voltados para recursos humanos de empresas, ao turismo adaptado e para a área de informática. Com a presença de renomados profissionais de turismo os painéis abordaram temas como acessibilidade da cidade de São Paulo e nos cruzeiros marítimos, o turismo de aventura, adaptações de ônibus e vans rodoviários, entre outros temas.

MOVELSUL

Os fabricantes de móveis se reuniram em Bento Gonçalves (RS) na 14ª edição da feira bienal que contou com uma exposição de 50 mil m², a presença de 434 expositores e 33 mil visitantes. O projeto comprador envolveu a participação de 25 importadores e de 134 expositores.

LABEL LATINOAMERICA

Organizada pela Compacta, no Expo Mart, em São Paulo, a 1ª edição da Label Latinoamerica, Feira Internacional de Etiquetas Adesivas, que contou com a presença de 80 expositores e 12 mil visitantes. Apesar do sucesso de estréia, a feira será realizada bienalmente para atrair toda a cadeia produtiva e atingir a expectativa de 160 a 200 expositores.

FEIRA DE HANNOVER

Sorte de quem embarcar pela Lufthansa. A companhia está oferecendo ingressos gratuitos para a Feira Industrial de Hannover para os primeiros 80 passageiros que apresentarem cópia do bilhete. Realizado entre 19 e 25 de abril, na Alemanha, o evento é considerado o maior do mundo no setor industrial, automatização e inovação, e deverá receber 33 mil visitantes.

Brunna Soares

Combinação elegante

A 8ª edição da Expovinis/Vivavinho ganhou definitivamente a assinatura Expovinis, um dos maiores eventos do setor da Europa. A feira manterá seu objetivo de fomentar o mercado e disseminar a cultura do vinho, sobretudo com palestras, degustações e com as novidades que as importadoras levarão para a Expovinis/Vivavinho. Realizada simultaneamente, a 4ª edição do Epicure reunirá empresas do setor de tabaco, charutos, acessórios para fumo, presentes e bebidas finas e café gourmet. Na edição passada, em 2003, as duas feiras juntas receberam cerca de 12 mil visitantes e 200 expositores numa área de 12 mil m². Na busca pela visita qualificada, a grande novidade para 2004 é que a entrada para o evento será paga, fato que vai focalizar os negócios. A organização acredita que, dessa forma, somente as pessoas muito interessadas, os profissionais, visitarão o evento.

EXPOVINIS BRASIL/VIVAVINHO • *Epicure* • *Feira Sul-americana do Tabaco e do Presente Fino* • *4 e 6 de maio* • *ITM Expo* • *São Paulo/SP* • *Feira aberta* • Organizador: *Exponor Brasil* • Informações: *(11) 3151-6444* • *www.exponor.com.br/vivavinho* • *www.exponor.com.br/epicure* • *exponor@exponor.com.br*

Tudo para a evolução da cosmética e do setor farmacêutico

O evento, considerado uma grande oportunidade de atualização aos profissionais do setor, tem foco exclusivamente científico. O Congresso Brasileiro de Cosmetologia por exemplo, apresentará cerca de 60 temas da ciência cosmética. Com palestras técnicas que mostram os avanços no desenvolvimento de novos ingredientes e cosméticos a participação de profissionais estrangeiros é garantida. Com expectativa de receber 250 expositores e 17 mil visitantes, a HBA South America é a única feira da América Latina voltada à exposição de soluções e tecnologia para o desenvolvimento de novos produtos. Em paralelo, acontecerá a FCE Pharma, voltada à indústria farmacêutica e que recebeu, em 2003, cerca de 16 mil visitantes e 200 expositores dos setores de matérias-primas, embalagens, equipamentos e máquinas, logística e engenharia de processos. A expectativa da organização é de que em três dias esta exposição receba 18 mil visitantes para conhecerem os principais lançamentos do setor.

HBA SOUTH AMÉRICA • *Exposição Internacional de Tecnologias para as Indústrias de Cosmética* • *Congresso Brasileiro de Cosmetologia* • *Workhop: "Métodos alternativos como substituição aos testes animais"* • Workshop: *"Cosmetovigilância"* • *FCE PHARMA* • *Feira Internacional de Tecnologia para a Indústria Farmacêutica* • *Congresso Pharma Congress* • *11 a 13 de maio* • *Transamérica Expo Center* • *São Paulo/SP* • Organizador: *Vnu Business Media Brasil* • Informações: *(11) 3873-0081* • *www.hbaexpo.com.br* • *www.fcepharma.com.br* • *hba@vnu.com.br* • *fce@vnu.com.br*

Localização geográfica

As tecnologias de posicionamento espacial estão cada vez mais presentes no cotidiano, seja em seus objetivos mais simples, como na localização de um cinema, até na identificação de queimadas. A 5ª edição da Geobrasil abrigará em sua exposição as tecnologias para geoinformação e reunirá os especialistas em análise geográfica, mapeamento e serviços GPS (posicionamento global por satélite). Pela primeira vez, a feira receberá diversos eventos paralelos, como a ExpoGPS, Geo Óleo e Gás, e GEOInteleigência, que serão palco de 114 palestras, 10 debates e 12 tutoriais. Entre os destaques, serão apresentados cases de sucesso, como o da Caixa Econômica Federal "Mapas de Oportunidades – Geomarketing para Empresas Atacadistas". O GEOInteligência apresentará soluções para combater enchentes, incêndios e problemas de integração de informações em redes subterrâneas e aéreas, devido aos sistemas de informações georreferenciadas. Em 2004, a organização espera reunir cerca de 4 mil profissionais e mais de 50 expositores. Em 2003 o evento registrou a participação de 3,6 mil participantes do Brasil e América Latina, entre congressistas e visitantes da feira.

GEOBRASIL • *Congresso e Feira Internacional de Geoinformação* • *ExpoGPS* • *Congresso de Posicionamento por Satélite* • *GEO Óleo e Gás* • *Seminário Internacional de Geotecnologias para Oleodutos e Gasodutos* • *GEOInteligência* • *Fórum Latino-Americano de Proteção e Gerenciamento Crítico de Infra-Estrutura de Serviços Públicos* • *4 a 6 de maio* • *Centro de Exposições Imigrantes* • *São Paulo/SP* • Expositores: *50* • Visitantes: *4 mil* • Organização: *Alcantara Machado* • Informações: *(11) 6096-5311* • *info@geobr.com.br* • *www.geobr.com.br.*

Forte presença internacional

O aquecimento nas exportações do setor de máquinas e equipamentos indicam que a edição deste ano deve ser bem-sucedida. A expectativa da organizadora é de que irá movimentar US$ 1 bilhão em negócios e registrar a participação de 1,7 mil expositores e 110 mil visitantes. A Mecânica é considerada um mostruário do setor, sobretudo por causa da presença de aproximadamente 800 expositores internacionais de mais de 30 países. A 25ª edição da feira ocupará 76 mil m2 e receberá mais de 25 segmentos da área industrial, entre os quais automação, controle de processos, medição, informática aplicada, ferramentas, dispositivos, máquinas, equipamentos diversos, acessórios, motores, acoplamentos, redutores, engrenagens, válvulas, bombas, compressores, fornos, estufas, caldeiras e tratamento térmico.

MECÂNICA • *Feira Internacional da Mecânica* • *18 a 22 de maio* • *Pavilhão de Exposições do Anhembi* • *São Paulo/SP* • *Feira fechada* • Organizador: *Alcantara Machado e Messe Düsseldorf* • Informações: *(11) 6221-9908* • *www.mecanica.com.br* • *info@mecanica.com.br*

Brazil Promotion.
Participar de uma feira de promoção e eventos onde 70% dos visitantes têm poder de decisão é a decisão certa.

13.000 visitantes na edição de 2003

Sucesso de público e de negócios, o Free Shop Meeting foi testado e aprovado pelos principais fornecedores de produtos e serviços voltados para realização de eventos. Os expositores realizam um verdadeiro test-drive, com performances em palco, auditório, atrações itinerantes ou interativas, avaliadas ao vivo por mais de 13.000 profissionais do setor.

40% procuram novos fornecedores, soluções e serviços diferenciados para eventos

O Free Shop Meeting é o segmento do Brazil Promotion onde você poderá mostrar o que faz de melhor no ramo de eventos para os profissionais que mais contratam seus serviços como organizadores, recursos humanos, marketing, compras, trade-marketing, comunicação e promoção das principais empresas de todo o país.

O melhor retorno por m²

Participando da 4ª edição do Free Shop Meeting, o seu retorno de vendas é real. Você mostra seus diferenciais para o público certo e garante seu espaço nos eventos e promoções mais importantes do ano.

De 3 a 5 de agosto de 2004, das 14 às 21 horas
Transamérica Expo Center - São Paulo - Pavilhões A e B
Av. Dr. Mário Villas Boas Rodrigues, 387

Participe. Maiores informações.
Para reservar seu stand, ligue para Tel.: (11) 3723-5200
Para visitar a feira, acesse o site www.brazilpromotion.com.br

Brazil promotion
A feira referência do mercado promocional

FREE SHOP MEETING

Agência de Viagens e Turismo Oficial
SEASON

Rede de Hotelaria Oficial
Sol Melia HOTELS & RESORTS

Apoio
ABEOC NACIONAL

Pesca e aqüicultura em exposição

Com o crescimento da produção brasileira nos últimos anos e com o Programa Brasileiro de Expansão das Exportações de Pescado do Governo Federal, a Seafood, realizada pela 1ª vez terá seu foco voltado exclusivamente aos negócios e ao conhecimento técnico. Entre os expositores da feira, estão fornecedores de pescado e frutos do mar, fabricantes de equipamentos e tecnologia para a pesca e aqüicultura de água doce e marinha, equipamentos de processamento para o pescado, além de produtos frescos, congelados, enlatados, defumados e processados. O público-alvo da Seafood são os profissionais dos setores de pesca e pescado - de criação, distribuição, processamento, varejo, food-service, supermercados, atacadistas, lojas de conveniência e compradores internacionais. Um dos destaques da feira é o Seafood Tech, um pavilhão que apresentará as novidades tecnológicas para a indústria pesqueira nacional. A feira também receberá o Pavilhão do Camarão Cultivado, um espaço onde os produtores nacionais de camarão marinho terão oportunidade de apresentar seus diferente produtos a compradores internacionais dos principais mercados importadores. Em paralelo à feira uma vasta grade de temas abrigará aulas práticas, seminários, palestras técnicas e científicas apoiadas pelas entidades de classe específicas de cada segmento.

SEAFOOD EXPO LATIN AMERICA • *Feira Internacional de Pescados, Frutos do Mar e Tecnologia para a Indústria da Aqüicultura e Pesca • Congresso Abracoa (Associação dos Criadores de Organismos Aquáticos) • Workshop Internacional sobre Aproveitamento Integral do Pescado • Encontro Nacional da Pesca e Aquicultura • Seminário do Camarão Cultivado • 11 a 13 de maio • Expo Center Norte • São Paulo/SP* • Organizador: *Vnu Business Media Brasil* • Informações: *(11) 3873-0081 • www.seafood.com.br • seafood@vnu.com.br*

Home Electronics & DVD Show agora é Expo Entretenimento

Em uma disputa judicial com a Abeav (Associação Brasileira de Empresas de Áudio e Vídeo) pela utilização da marca Home Electronics & DVD Show, a organizadora da 3ª edição da feira mudou o nome do evento para Expo Entretenimento. Em 2003 a feira contou a presença de 150 marcas e 32 mil visitantes, além de empresas distribuidoras de filmes quando o nome foi então ampliado para Home Theater & DVD Show. Com esta mudança, a organizadora amplia a feira com os segmentos de games e home automation. O espaço comercializado já chega a mais de 50% e expositores como LG Electronics, Epson, Semp Toshiba, Dynacom, Paramount, Cineart já confirmaram presença.

EXPO ENTRETENIMENTO • *Feira Internacional de Home Theater, Games, CD & DVD • 27 a 30 de maio • ITM Expo • São Paulo/SP • Feira aberta* • Organizador: *PR Eventos* • Informações: *(11) 3999-3866 • www.preventos.com.br • preventos@preventos.com.br*

Educação e aprendizado

O evento deste ano abordará "A Educação do Futuro e o Futuro da Educação – Temas e Dilemas do Ensino no Século XXI", com conferências voltadas à questão da prática educativa. Serão tratados assuntos como avaliação, o novo papel da educação infantil, currículo, qualidade de ensino, alfabetização, formação de equipes pedagógicas e de gestão. A expectativa da organização do evento é receber 420 expositores, 8 mil congressistas e 120 mil visitantes no Expo Center Norte. A Educar reunirá nos pavilhões branco e vermelho do Expo Center Norte, as principais empresas fornecedoras de produtos e serviços para instituições e profissionais de ensino. Um das novidades é a 1ª edição da Feira da Saúde do Educador, voltada saúde e qualidade de vida do educador e orientação para a saúde do aluno, que contará com a participação de profissionais da área médica e de laboratórios farmacêuticos, tanto na exposição quanto nas palestras que serão ministradas neste espaço da feira. Outra novidade é a Trilha da Pós que apresentará as opções de instituições e cursos de especialização.

EDUCAR • *Feira Internacional de Educação • EDUCADOR • Congresso Internacional de Educação • Seminário de Gestão em Educação Pública e Experiências Bem Sucedidas • Seminário do Ensino Superior • 19 a 22 de maio • Expo Center Norte • São Paulo/SP* • Expositores: *420* • Visitantes: *120 mil* • Organizador: *Promofair* • Informações: *(13) 3285-8888 • www.educador.com.br • www.feiraeducar.com.br • promofair@promofair.com.br*

Compras para shoppings

A indústria de shoppings se reúne anualmente na Brasilshop que espera receber em 2004 cerca de 80 expositores e 10 mil visitantes e movimentar R$ 55 milhões em negócios. O público do evento é composto por executivos de shopping, empreendedores, superintendentes, gerentes de marketing e empresários que utilizarão o evento para trocar experiências e atualizar-se sobre os assuntos do varejo. Atualmente 572 shoppings estão em operação no País, e segundo a Alshop (Associação Brasileira de Lojistas de Shopping) o setor deve faturar R$ 48,8 bilhões em 2004, sem considerar as novas operações. No congresso os principais líderes do varejo brasileiro e internacional abordarão temas como "Melhore a ambientação de sua loja e aumente seu prestígio", "O Show do Varejo Americano", "As grandes inovações tecnológicas: a Loja do Futuro já é uma realidade", "Planejamento do Visual Merchandising", entre outros.

BRASILSHOP • *Feira Internacional de Tecnologia e Suprimentos para Lojistas e Shopping Centers • Congresso Internacional de Varejo • 31 de maio a 3 de junho • ITM Expo • São Paulo/SP* • Expositores: *80* • Visitantes: *10 mil* • *Feira aberta* • Organização: *Mts Eventos* • Informações: *(11) 5536-3332 • www.brasilshop2004.com.br*

2004
ABEOC
NACIONAL

21º Congresso Nacional de Empresas e Profissionais de Eventos

9ª Feira Nacional de Produtos e Serviços para Eventos

1º Seminário de Empresas e Profissionais de Eventos do Centro Oeste

24 a 26 de Maio 2004

Cuiabá- MT

Foto - Marcos Vergueiro

Estabilidade em Tempos Instáveis: É Possível?

www.abeoc.org.br/congresso

Patrocínio

Banco do Nordeste
O nosso negócio é o desenvolvimento

BRASIL UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

Realização e Promoção

ABEOC

• Associação Brasileira de Empresas de Eventos
• Associação Brasileira de Empresas de Eventos - Mato Grosso

Apoio Institucional

SEBRAE

Organização/Informações

Andréia Brum | Eventos

Av. Lavras, 141/Conj. 301 - 90460-040 - Porto Alegre/RS
Tel.: (51) 3321.1888 - abevents@abevents.com.br

ABAV 2004
Onde os bons negócios ultrapassam todas as fronteiras

ABAV 2004

A FEIRA DAS AMÉRICAS®

32º Congresso Brasileiro de Agências de Viagens e Exposição de Turismo

O maior evento de turismo da América Latina

De 20 a 24 de outubro
Rio de Janeiro

Em quatro pavilhões do Riocentro Convention Center

informações pelo tel. 55 11 3231-3077 - e-mail: expo@abav.com.br

ATLANTICA HOTELS – O Quality Suites Congonhas tem Andréa Aichele, ex-Radisson Faria Lima como nova gerente. Ela substitui Edson Caetano, que deixou a empresa. Outra novidade na rede: a equipe de Vendas agora tem sede própria em São Paulo: Christina Munte comanda o escritório regional que conta com Isabelle Grechi como gerente.

BEST WESTERN – A rede conta agora com Carlos Lessa, ex-Le Meridien e Summit, como novo diretor de Vendas e Marketing para a América do Sul. Ele vai trabalhar com Richard Rewaldt, diretor geral, em São Paulo.

BLUE TREE HOTELS – O hotel de Salvador, Morro do Conselho, tem novo gerente-geral. Trata-se de Jair Ellwanger, na rede há oito anos e que substitui Ayrton Dornelas. Ellwanger acumula a gerência do hotel com a Regional Nordeste. Claudia Mota, é a nova supervisora de Vendas.

CC&M COMUNICAÇÃO E MARKETING – A agência, que passou por processo de reestruturação, conta agora com uma área de Planejamento sob a gerência de Vanderlei Carriço. Para auxiliá-lo foi contratada Stella Vezzi Salton. Na gerência da Produção está Silvia Chermont, ex-F/Nazca, com equipe de produtoras executivas, como Flávia De Salles Macuco, ex-Aktuel, Cristiane Soares, ex-Brahma, e Adriana Tosato. Na gerência da área Administrativa Financeira/RH está Waldir Linhares Jr., ex-CET; José Nogueira, ex-produtor executivo, assumiu a gerência do novo departamento de Comunicação Visual.

EMBRATUR – Maria Katavatis, ex-TAM, é a nova gerente de Eventos Promocionais da empresa. Katavatis é uma das mais experientes e respeitadas profissionais da área no país.

ESTANPLAZA – Ex-Blue Tree Towers Salvador, Airton Dornelas assumiu a gerência geral da Rede Estanplaza Boutique Hotels. Dornelas é formado em Administração de empresas, com pós-graduação em Administração Hoteleira e especialização pelo Senac. Responderá pela operação do Estanplaza São Paulo e pelas ações comerciais da rede.

GRANDE HOTEL SÃO FRANCISCO – Geraldo L. Bittencourt retorna ao tradicional hotel do centro do Rio de Janeiro como gerente geral.

GRUPO PESTANA – Denise Reinoso deixou o Pestana Rio Atlantica para gerenciar o novo Pestana Hotels & Resorts em Buenos Aires (ainda em regime de soft-opening). Gláucio Olchenski, ex-Bourbon Cataratas Resort & Convention Center, em Foz do Iguaçu, substitui Reinoso no Rio.

GRUPO SAVOY – O brasileiro Antonio Mazzafera foi nomeado diretor de Marketing do famoso hotel londrino. O anúncio foi feito por Geraldine Mckenna, vice-presidente do grupo inglês que possui ainda os hotéis The Berkeley, Claridge's, The Connaught, Savoy e o restaurante Simpson's-in-the-Strand. Mazzafera estará baseado na matriz do grupo em Londres e será responsável por todas as iniciativas de marketing, incluindo parcerias estratégicas, relacionamento com clientes, desenvolvimento da marca, comunicação via internet e campanhas promocionais em todo o mundo. Anteriormente, o profissional ocupou o cargo de diretor de Marketing da Visa do Brasil. Com MBA na Harvard Business School, Mazzafera é formado em Artes e em Administração de Empresas na Pontifícia Universidade Católica.

INTERCONTINENTAL – Manrique Rodriguez, deixou o InterContinental São Paulo para assumir a gerência geral do InterContinental Rio a partir de maio. Substitui Antonio Torres, que muda para São Paulo para atuar no corporativo da rede.

LK PROMOÇÕES E EVENTOS – A empresa carioca, que está há mais de 30 anos no mercado de congressos e eventos, tem novo diretor de Projetos Especiais. Trata-se de Pedro Claussen, que assumiu o cargo após desligar-se do Riocentro.

RADISSON FARIA LIMA – O Radisson Faria Lima está sob a gerência de Giuliana Laganá.

REDE OTHON – Hélio Buarque assumiu a recém-criada diretoria de Novos Negócios. A rede está ultimando os preparativos para o lançamento do Oásis Othon Classic, em Ribeirão Preto, o terceiro empreendimento no interior paulista, que tem ainda o Intervale Othon Travel, em São José dos Campos, e o Nena Suíte Othon Classic, em Franca. No BH Othon Palace, Ricardo Kawa assume o cargo de gerente, ocupado anteriormente por José Carlos Menezes, que após quatro anos no comando da filial mineira, segue para o Bahia Othon Palace, em substituição Aldo Campos.

SHERATON RIO HOTEL & TOWERS – Vitor Sznejder está na Comunicação Social, respondendo diretamente ao gerente geral do hotel, Roger Schaaf, e à diretora de Comunicação da Starwood para a América Latina, Laura Cánepa.

SOFITEL RIO – Dominique Guerin, aprendiz do famoso Gaston Lenôtre, é o novo chef de pâtisserie da filial carioca da rede. Guerin, que lecionou na escola Lê Cordon Bleu, em Seul, assume o cargo de Beatrice Dupasquier, nova assistente operacional de A&B.

SOL MELIÁ – A diretora dos cursos de hotelaria da Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo, Elizabeth Wada, retornou à rede espanhola, como diretora de Vendas & Marketing, sem abandonar a carreira acadêmica.

TAM – Klaus Kuhnast, profissional da área de aviação desde 1989, é o novo diretor de Vendas da empresa aérea. Desde 1999 na TAM, Klaus já atuou como supervisor comercial, gerente comercial regional e assessor da vice-presidência Comercial e Marketing da empresa. Outra mudança na companhia: Noel Monturil deixa a gerência geral no Aeroporto Augusto Severo, em Salvador, para assumir o mesmo cargo em Natal, no Rio Grande do Norte.

TRADE TOURS – Rogério Ribeiro, ex-promotor de vendas, retorna à filial carioca da rede depois de três anos afastado para assumir o cargo de gerente.

TV1.COM – Alessandra Baptista e Renato Caiuby são os novos integrantes da equipe de Atendimento e Negócios. Formada em Propaganda e Marketing com especialização em Comunicação Dirigida e Web pela ESPM, Alessandra já coordenou projetos da Agência Click. Caiuby, que é bacharel em Direito pela PUC e possui MBA em Comércio Eletrônico, atuou em cargos gerenciais na Tesla Tecnologia e Web Participações.

ZAGAIA ECO RESORT HOTEL – Daiane Melo, ex-Hotel Embaixador do Rio Grande do Sul, é a nova gerente comercial do hotel de Bonito, no Mato Grosso do Sul.

Paulo F. Cunha

Vencedores do Prêmio Caio em Campo Grande comemoram

Alfredo Fernandes, Eraldo Santana e o prefeito André Puccinelli

Marco Antônio de Almeida, Alfredo Fernandes, Roosevelt Hamam, Eraldo Santana, Armando Campos Mello e André Puccinelli

Roosevetl Hamam e o prefeito André Puccinelli

Eraldo Santana, Marco Antonio de Almeida e Moacir Khol

Jonatas Camargo, Roosevelt Hamam, Sergio Junqueira

Luciano Mandeta e Jane Serrou

Posse do novo presidente da TAM

Marco Antonio Bologna e Noemy Amaro

Novo presidente e diretoria da Abeoc Nacional

Juarez Augusto de Carvalho Filho e Roosevelt Hamam

Alexandre Werfel, Valéria Cavalcante, Dylmar Hoffmann, Simone Saccoman, Juarez Augusto de Carvalho Filho e Roosevelt Hamam

Roosevelt Hamam, Sônia Mara Rodrigues, Lara Cristina Rueda Aures e Nelson Cunha

Juarez Augusto de Carvalho Filho, Rosana Bety e Clóvis Casemiro

Solange e Armando Arruda, Margareth Pizzatto e Eduardo Camargo

Ana Luíza Diniz Cintra, Istênio Pascoal, Valéria Guimarães e Maria Katavatis

Grande festa de inauguração do Estação Embratel em Curitiba

Frederico Gallart, prefeito Cássio Taniguchi, Marina Taniguchi, Cecília Krigsner e Miguel Krigsner

Governador do Paraná Roberto Requião, Miguel Krigsner e o governador de Alagoas Caio Lessa

A atriz Ana Paula Arósio também marcou presença no evento

Espanha leva profissionais de incentivos para FITUR

Patrícia Gugliotti, Viviana López, Andea Galasso e Maria Elvira Viedma

Esteban Ortiz Royo, Adalberto Canto, Luis Barros, Enrique Ruiz de Lera e Danilo de Souza

Enrique Ruiz de Lera, Nilda Mozzoni e Konstantinos Pappas

Antes da viagem, o grupo de profissionais de incentivos participaram de um coquetel no escritório de turismo da Espanha, em São Paulo

Daniela Almeida, Patrícia Gugliotti, Andréa Galasso, Aldo Leone Filho, Konstantinos Pappas, Nilda Mozzoni, Enrique Ruiz de Lera, Adalberto Canto, Luis Barros, Danilo Souza e Heber Garrido

CC&M comemora 13 anos com festa à fantasia na Casa Fasano

Adriana Candian, Edna Samesima, Luciana Dantas, Alessandra Piva e Eliane Cardoso

Alessandra Piva, Adriana Candian e Simone Veiga

Simone Veiga e Luiz Leite

MÊS	DATA	SEGMENTO	EVENTO	CIDADE / ESTADO	LOCAL	ORGANIZADOR	TELEFONE	E-MAIL	SITE
FEIRAS									
Junho	01/06 a 11/07	Decoração	CASA COR 2004	São Paulo / SP	Av.Brigad. Faria Lima, 1461 cj.54		(11) 3819-7955	casacor@casacor.com.br	www.casacor.com.br
Junho	01 a 04	Recursos Humanos	EXPOGESTÃO - Feira Nac. de Serv. e Prod. da Gestão	Joinville / SC	Centreventos Cau Hansen	Messe Brasil	(47) 451-3000	feiras@messebrasil.com.br	www.expogestao.com.br
Junho	01 a 04	Saúde	HOSPITALAR - Feira Intl. de Equip., Serv. e Tecnol. p/ Hosp., Labor. e Consult.	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Hospitalar	(11) 3897-6199	hospitalar@hospitalar.com.br	www.hospitalar.com
Junho	01 a 04	Alimentício	FISPAL TECNOLOGIA - Feira Intl. de Embalagens e Proc. Industriais	São Paulo / SP	Pav. de Expos. Anhembi	Brasil Rio	(11) 3759-7090	tecnologia@fispal.com.br	www.fispal.com
Junho	02 a 04	Transportes	INTERMODAL - Feira Intl. de Transp. e Serv. de Comércio Exterior	São Paulo / SP	Imigrantes	Dmg World Media	(11) 3815-9900	intermodal@dmgwm.com.br	www.intermodal.com.br
Junho	02 a 04	Gás	PROTECTION OFFSHORE	Macaé / RJ	Macaécentro	MG	(11) 3816-2227	contato@protectionoffshore.com.br	www.protectionoffshore.com.br
Junho	02 a 05	Plástico	LATINOPLAST - Feira Latino-Americana da Indústria de Plástico	Gramado / RS	Sierra Park	Efep	(51) 3337-3131	efep@efep.com.br	www.latinoplast.com.br
Junho	02 a 05	Transporte	SALÃO TRANSCARGA / AUTO RIO / RIO MECPEÇAS	Rio de Janeiro / RJ	Riocentro	Auto idéias	(21) 2492-1707	autoideias@autoideias.com.br	
Junho	03 a 05	Condomínio	Feira do Síndico do Espírito Santo	Vitória / ES	C. C. de Vitória	Cipa	(11) 5585-4355	feira@cipanet.com.br	www.cipanet.com.br
Junho	03 a 06	Turismo	FITA - Feira Intl. de Turismo da Amazônia	Belém / PA	C. C. Tancredo Neves	Paratur	(91) 223-1932	turismo@prodepa.gov.br	
Junho	04 a 13	Educação	APPRENDO - Expos. Intl. da Educação e Cultura	S.José dos Campos / SP	C. E. de São José dos Campos	Certame	(11) 3873-0091	certame@certame.com.br	www.certame.com
Junho	10 a 13	Saúde	EXPO PRO SAÚDE - Feira Nac. de Saúde e Qualidade de Vida	Rio de Janeiro / RJ	Riocentro	New Quality Eventos	(21) 2493-9494	comercial@expoprosaude.com.br	www.expoprosaude.com.br
Junho	10 a 13	Mobiliário	FEMAP - Feira da Tecnologia Moveleira	Ubá / MG	Pav. Expos. Horto Florestal		(32) 3541-1377	femap@intersind.com.br	
Junho	11 a 20	Moda	FEIRA MODA INVERNO	Curitiba / PR	Pq. Barigui	Diretriz	(41) 335-3377	diretriz@diretriz.com.br	www.diretriz.com.br
Junho	14 a 18	Urbanismo	URBIS - Feira e Congr. Intl. de Política e Prática de Gestão de Cidades	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Alcantara Machado	(11) 4197-9111	info@urbis-sp.com.br	www.urbis-sp.com.br
Junho	15 a 17	Negócios	FENIUB 2004	Uberlândia / MG	Center Conv. Uberlândia	Aciub	(34) 3239-1514	feiras@aciub.com	www.aciub.com.br
Junho	15 a 17	Iluminação	ENIE 2004 - Feira e Congr. de Instalações Elétricas E Networking	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Aranda Eventos	(11) 3824-5300	enie2004@arandanet.com.br	www.arandanet.com.br
Junho	15 a 18	Alimentício	FISPAL ALIMENTOS - Feira Intl. da Alimentação	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Brasil Rio	(11) 3759-7090	alimentos@fispal.com	www.fispal.com
Junho	15 a 19	Pecuária	FEICORTE - Feira da Cadeia Produtiva da Carne	São Paulo / SP	C. E. Imigrantes	Agrocentro e Alcantara Machado	(11) 5073-7799	info@feicorte.com.br	www.feicorte.com.br
Junho	16 a 17	Jurídico	FENALAW - Feira Nac. de Suprimentos e Serv. Jurídicos	São Paulo / SP	Frei Caneca Convention	Cipa	(11) 5585-4355	feira@cipanet.com.br	www.cipanet.com.br
Junho	16 a 18	Construção	CONSTRUMETAL - Feira e Simp. Intl. da Constr. Metálica	São Paulo / SP	Transamérica Expo Center	Abcem	(11) 3816-6597	abcem@abcem.org.br	www.construmetal.com.br
Junho	16 a 18	Gás	GAS & GAS EXPO - Feira do Encontro Bras. do Mercado de Gás	São Paulo / SP	C. E. São Luis		(11) 3283-2737	workout@workoutenergy.com.br	www.vencontro.com.br
Junho	16 a 19	Faça você Mesmo	BRICOLAGE - Feira Profissional de Bricolagem	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Midiagrupo	(11) 5687-8522	feira@bricolage.com.br	www.bricolage.com.br
Junho	16 a 19	Negócios	ABF FRANCHISING EXPO - Feira de Negócios de Franquias	São Paulo / SP	ITM Expo	Guazzelli	(11) 4688-6000	abfexpo@guazzelli.com.br	www.abfexpo.com.br
Junho	18 a 27	Decoração	UNILAR - Feira Nac. Decoração, Móveis e Equipamentos do Lar	Belo Horizonte / MG	Expominas	Tecnitur	(31) 3261-3870	unilar@tecnitur.com.br	www.tecnitur.com.br
Junho	20 a 22	Supermercado	EXPOSUPER – Conv. Catar. e Expos. de Equip. e Prod. p/ Supermercado	Florianópolis / SC	CentroSul	Acats	(48) 223-0174	acats@acats.com.br	www.exposuper.com.br
Junho	22 a 24	Computação gráfica	DDW - Salão Digital Design World	São Paulo / SP	ITM Expo	Exponor	(11) 3151-4861	exponor@exponor.com.br	www.exponor.com.br
Junho	22 a 25	Agronegócio	AGROCANA - Feira de Neg. e Tecnol. da Agricult. da Cana-de-açúcar	Sertãozinho / SP	Pq. Expos. Paulo Merlim	Multiplus	(16) 623-8936	multiplus@multipluseventos.com.br	www.agrocana.com.br
Junho	22 a 25	Indústria	MF - Feira de Máquinas e Equipamentos	Porto Alegre / RS	Fiergs	Efep	(51) 3337-3131	efep@efep.com.br	www.efep.com.br
Junho	22 a 25	Tecnologia	BLUSOFT BRASIL - Feira e Congresso de Tecnologia	Blumenau / SC	PROEB	Latin Event	(47) 326-4267	latineve@latinevent.com.br	www.blusoftbrasil.com.br
Junho	23 a 25	Turismo de Incentivo	LACIME - Feira e Conf. Intl. de Tur. de Incentivo e de Eventos p/ a Am. Latina e Caribe	São Paulo / SP	Transamérica Expo Center	Reed Exhibitions	(11) 5505-7272	info@reedexpo.com.br	www.lacime.com
Junho	23 a 25	Indústria Naval	NAVALSHORE - Feira e Conf. da Ind. Naval Offshore	Rio de Janeiro / RJ	Porto/Armazém 1	Gauche			www.portosenavios.com.br/navalshore
Junho	24 a 26	Indústria Vidreira	GLASS SOUTH AMERICA - Feira Intl. p/ a Ind. Vidreira	São Paulo / SP	Transamérica Expo Center	Vnu	(11) 3873-0081	glass@vnu.com.br	www.glassexpo.com.br
Junho	28 a 01	Sorveteria	FITHEP MERCOSUL BRASIL	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Publitec	(11) 3813-1808	publitec@terra.com.br	www.publitec.com.br
Junho	29 a 01	Postos de abastecimento	EXPO POSTOS & CONVENIÊNCIA	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Fagga	(21) 2537-4338	expopostos@fagga.com.br	www.expopostos.com.br
Junho	29 a 01	Telecomunic.	BICSI BRASIL - Netshow Sotuh America	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Santa Catarina	(48) 334-8000	fenasoft@fenasoft.com.br	www.fenasoft.com.br
Junho	29 a 01	Informática	FENASOFT BRASIL SOFTWARE WEEK	São Paulo / SP	Expo Center Norte	Santa Catarina	(48) 334-8000	fenasoft@fenasoft.com.br	www.fenasoft.com.br
Junho	29 a 02	Moda	SURF BEACH SHOW - Feira Intl. de Surfwear e Beachwear	São Paulo / SP	Imigrantes	Waves Promoções	(11) 3884-4544	atendimentofeiras@waves.com.br	www.surfbeach.com.br
Junho	29 a 02	Têxtil	TEXBRASIL FENATEC - Feira Inl. da Tecelagem	São Paulo / SP	Pav. de Expos. do Anhembi	Alcantara Machado	(11) 3829-9111	info@fenatec.com.br	www.fenatec.com.br
Junho	29 a 02	Têxtil	TEXBRASIL FENIT - Feira Intl. da Indústria Têxtil	São Paulo / SP	Pav. de Expos. do Anhembi	Alcantara Machado	(11) 3829-9111	info@fenit.com.br	www.fenit.com.br
Junho	29 a 02	Moda Infantil	Salão Infanto Juvenil e Bebê 2004	São Paulo / SP	Pav. de Expos. do Anhembi	Alcantara Machado	(11) 3829-9111	infanto@alcantara.com.br	www.salaoinfantojuvenilbebe.com.br
Junho	29 a 02	Têxtil	FIT 0/16 - Feira Intl. do Setor Infanto-Juvenil Bebê	São Paulo / SP	ITM Expo	Interfeiras	(11) 3966-3022	expo@fit016.com.br	www.fit016.cm.br
Junho	29 a 02	Postos de abastecimento	POSTO SHOPPING - Feira Intl. de Postos de Serv. e Lojas de Conveniência	São Paulo / SP	C. E. Imigrantes	EPS	(11) 3864-0584	info@feirapostoshopping.com.br	www.feirapostoshopping.com.br
Junho	29 a 02	Comunicação	MÍDIA - Feira da Comunic. e seus Fornecedores	Curitiba / PR	Pq. Barigui	Diretriz	(41) 335-3377	diretriz@diretriz.com.br	www.diretriz.com.br
Junho	30 a 03	Indústria	BRASILMAQ - Feira Bras. de Máquinas	Caxias do Sul / RS	Pav. da Festa da Uva	Fcem	(51) 3338-0800	fcem@fcem.com.br	www.feirabrasilmaq.com.br
CONGRESSOS									
Junho	02 a 04	Tecnologia	CIAB - Congr. e Expos. de Tecnol. da Inform. das Instituições Financeiras	São Paulo / SP	Transamérica Expo Center	PR Eventos e Febrabran	(11) 3244-9860	eventos@febrabran.org.br	www.ciab.org.br
Junho	03 a 04	Saúde	Congr. Nac. do Departamento de Ergometria e Reabilitação Cardiovascular	Gramado / RS	C. C. Hotel Serrano	AB Eventos	(51) 3321-1888	abevents@abevents.com.br	www.abevents.com.br/ergometria/
Junho	03 a 05	Saúde	COTECE - Congr. de Traumatologia e Ortopedia do Estado do Ceará	Fortaleza / CE	Seara Praia Hotel	SBOT - CE	0800 55 72 68		www.sbot.org.br
Junho	03 a 05	Turismo	Congresso do Turismo Paulista e Salão São paulo de Turismo	São Paulo / SP	C. E. São Luis	Bueno e Camargo	(11) 3758-0142	buenocamargo@salaospturismo.com.br	
Junho	04 a 05	Saúde	Jornada de Cardiologia de Pelotas e Jornada de Enferm. em Cardiologia	Pelotas / RS	Cefet	Bagaggem Eventos	(51) 3221-2028	adriana.bagaggem@terra.com.br	www.bagaggemeventos.com.br
Junho	04 a 05	Saúde	Imersão ORL	São Paulo / SP	Hotel Maksoud Plaza	Malu Losso	(11) 3865 5354	mlosso@uol.com.br	www.imersaoorl.com.br
Junho	04 a 05	Fisioterapia	Congr. Intl. de Fisioterapia do Trabalho	São Paulo / SP	C. C. Rebouças	Sobrafit	(41) 336-1288		www.sobrafit.com.br
Junho	06 a 09	Saúde	Simp.Intl. sobre Nitric Oxide Cytokines Inflammation	Rio de Janeiro / RJ	Copacabana Palace Hotel	Instituto Oswaldo Cruz		nitricoxide@ioc.fiocruz.br	www.ioc.fiocruz.br/nitricoxide2004/
Junho	09 a 11	Saúde	Congr. de Ginecologia e Obstetria da SGORJ	Rio de Janeiro / RJ		SGORJ	(21) 2285-0892	sgorj@sgorj.gov.br	www.sgorj.gov.br
Junho	09 a 11	Saúde	Congr. da Soc. Bras. de Hemodinâmica e Cardiol. Intervencionista	João Pessoa / PB	Espaço Cultural José Lins do Rego	Rowan Eventos	(41) 342-9078	rowam@rowameventos.com.br	www.sbhci.com.br/congresso2004
Junho	09 a 12	Saúde	Congr. Bras. de Psicodrama	Belo Horizonte / MG	Hotel Grandarrell Minas	ST Eventos	(31) 3273-1121	st-eventos@terra.com.br	www.febrap.org.br
Junho	09 a 13	Saúde	Congr. Intercontinental de Patologia	Foz do Iguaçu / PR	Bourbon Hotel	RD Eventos	(41) 343-3904	rd@eventosrd.com.br	www.sbp.org.br
Junho	09 a 12	Científico	Congr. da Ass. de Estudos Brasileiros - BRASA	Rio de Janeiro / RJ	PUC Rio	BRASA		brasa@unm.edu	www.brasa.org
Junho	10 a 12	Administração	Congr. Mundial de Administração	Gramado / RS	C. C. Hotel Serrano	Bagaggem Eventos	(51) 3221-2028	adriana.bagaggem@terra.com.br	www.bagaggemeventos.com.br
Junho	10 a 12	Saúde	Conv. Latino-Americana e Congr. Brasil. de Psicoterapias Corporais	Foz do Iguaçu / PR	Rafain Palace		(41) 263-4895	centroreichiano@centroreichiano.com.br	www.centroreichiano.com.br
Junho	11 a 15	Saúde	Congresso Brasileiro de Medicina Intensiva	Curitiba / PR	Estação Embratel Conv. Center	Ekipe Eventos	(41) 3022-1247	cbmi2004@cbmi2004.com.br	www.cbmi2004.com.br
Junho	13 a 18	Desenvolvimento	UNCTAD - Conferência das Nações Unidas p/ o Com. e Desenvolvimento	São Paulo / SP	Anhembi	Prefeitura de SP e Anhembi		unctad@mre.gov.br	www.unctadxi.org
Junho	15 a 18	Metalurgia	ENTMME - Enc. Nac. de Tratamento de Minérios e Metalurgia Extrativa	Florianópolis / SC	CentroSul	Fly Sul Eventos	(48) 437-0361	entmme@unesc.rct-sc.br	www.unesc.rct-sc.br
Junho	16 a 19	Saúde	Congr. Bras. de Nutrição e Câncer e Ganepão	São Paulo / SP	C. C. Rebouças	Ganep	(11) 3284-6318		www.ganep.com.br
Junho	17 a 19	Saúde	Congr. Baiano de Pediatria	Salvador / BA	Bahia Othon Palace	Eventus System	(71) 264-0508	informa@eventussystem.com.br	www.eventussuystem.com.br
Junho	17 a 19	Saúde	SITE 2004 - Simp. Intl. de Técnicas Endovasculares	Rio de Janeiro / RJ	Casa de Saúde São José		(21) 2266-9150		www.jz.com.br
Junho	18 a 19	Saúde	Simpósio Intl. de Neurogenética	Curitiba / PR	Hotel Four Points - Sheraton	Idealiza	(41) 342-7175	idealiza@idealiza.com.br	www.idealiza.com.br
Junho	18 a 19	Psicanálise	Conf. Intl. do International Journal of Psychoanalysis	Rio de Janeiro / RJ	Colégio Bras. de Cirurgiões - CBC	SBP-RJ	(21) 2537-1333	secretaria@sbprj.org.br	www.sbprj.org.br
Junho	19 a 23	Saúde	Congr. Brasil. de Epidemiologia	Recife / PE	C. C. de Pernambuco	Bureau de Eventos	(81) 3227-1902	bureau@bureaudeeventos.com.br	www.congressoepidemiologia2004.com.br
Junho	21 a 23	Direito	Congr. Bras. Direito do Trabalho, de Previdência Social, Seg. e Saúde no Trabalho	São Paulo / SP	C. C. Rebouças	Ltr Editora	(11) 3667-1101		www.ltr.com.br
Junho	22 a 24	Informática	CONIP - Congr. Bras. de Informática Pública	São Paulo / SP	Frei Caneca Convention	Sucesu e Ideti	(11) 5561-4942	conip@conip.com.br	www.conip.com.br
Junho	22 a 25	TI	CATI - Congr. Anual de Tecnol. de Informação	São Paulo / SP	FGV	FGV - EAESP	(11) 3281-3334	cati@fgvsp.br	www.fgvsp.br/cati
Junho	24 a 26	Saúde	Jornada Internacional de Cardiologia da PUC	Porto Alegre / RS	C. de Eventos da PUC	Bagaggem Eventos	(51) 3221-2028	adriana.bagaggem@terra.com.br	www.bagaggemeventos.com.br
Junho	24 a 26	Transportes	Semin. Nac. de Transportes em Saneamento	Santos / SP	Mendes Convention Center	Full Time	(13) 3221-3535	fulltime@fulltime-eventos.com.br	www.fulltime-eventos.com.br
Junho	25 a 27	Saúde	COOTES - Congr. de Ortopedia e Traumatologia do ES	Pedra Azul / ES	Hotel Eco da Floresta	SBOT - ES	0800 55 72 68		www.sbot.org.br
Junho	28 a 01	Indústria cerâmica	Congr. Bras. de Cerâmica	Curitiba / PR	Estação Embratel Conv. Center	ABC e Pólo	(11) 3768-7101	abceram@abceram.org.br	www.abceram.org.br
Junho	28 a 02	Agricultura	Congr. Bras. de Plantio Direto na Palha	Chapecó / SC		PJ Eventos	(41) 241-1000	pjeventos@pjeventos.com.br	www.pjeventos.com.br
Junho	30 a 01	Responsabilidade Social	Conf. Nac. do Instituto Ethos	São Paulo / SP	Hotel Transamérica	Instituto Ethos	(11) 4193-1018	nacional2004@ethos.org.br	www.ethos.org.br

SE DINHEIRO DESSE EM ÁRVORE, ESTA SERIA A SEMENTE.

GRIFFO

FOTOS: CARLOS SILVA E WALDA MARQUES

FITA. FEIRA INTERNACIONAL DE TURISMO DA AMAZÔNIA.

De 3 a 6 de junho, no Centur, Belém - Pará.
Informações: (91) 223-1932. turismo@prodepa.gov.br

Aqui é Amazônia PARAtur

SECRETARIA ESPECIAL DE PRODUÇÃO

GOVERNO DO PARÁ
www.pa.gov.br

Corra que o bicho vai pegar...

A indústria brasileira de eventos já está preparando o novo Prêmio Caio 2004. Os melhores profissionais, empresas e empreendimentos serão premiados com Jacaré de Ouro, Prata e Bronze. Inscreva seus cases de sucesso e reserve espaço para sua coleção.

Premiação Nacional - 10 a 12 de dezembro de 2004

The Royal Palm Plaza Hotel Resort, Campinas (SP)

PRÊMIO CAIO 2004

www.premiocaio.com.br

Realização Promoção Patrocínio Organização