



Publituris. desde 1969
Em: 06/05/2009
Por: ESTEVES, Tiago da Cunha

Portugal é porta de entrada da Imagic! na Europa



Dia 1 de Maio marca o arranque da Imagic! em Portugal.

Para quem nunca ouviu falar, trata-se de uma empresa brasileira dedicada exclusivamente ao Design de empreendimentos de Lazer, Entretenimento e Brand Experience. Isto inclui parques temáticos, museus corporativos, museus interativos, bares, restaurantes, hotéis e resorts. Paulo Stenzel será o responsável pela implementação da empresa e, ao mesmo tempo, um dos seus sócios. Este publicitário é director criativo da agência Sardinha, propriedade da Yap, o segundo sócio. “A Imagic vai ser uma nova área de negócio da Yap e irá chamar-se Imagic! Europa”, explica Stenzel. A Imagic! é a maior empresa do gênero na América Latina e está presente no Brasil, nos EUA e, agora, na Europa. O responsável é o arquiteto Leonardo Fontenele que, entre outras experiências, trabalhou no núcleo de desenvolvimento de espaços temáticos da Disney. A Imagic! Já trabalhou por diversas vezes em conjunto com a americana Jack Rouse, uma das maiores e mais importantes do mundo. Ambas são filiadas à Themed Entertainment Association

(TEA). Assim que oficializar o escritório em Portugal, a Imagic! será a primeira empresa nacional especializada neste tipo de negócio. A empresa está neste momento a trabalhar numa base de contactos de potenciais clientes, tais como: as marcas, o sector da hotelaria, museu, resorts e empresas portuguesas que vão para o Brasil. Paulo Stenzel considera que a vertente da “tematização” está pouco explorada em Portugal e, por isso, no primeiro ano a meta é criar massa crítica. Portugal vai ser usado como mercado de teste para a entrada da Imagic! na Europa, como explica Stenzel: “Até agora eram os investidores interessados que contactavam diretamente a Jack Rouse e a Imagic!, a partir de agora podem contactar-nos a nós”.

Segundo Paulo Stenzel a Imagic! propõe, entre outras coisas, associar experiências a uma marca, e dá como exemplo as caves do Vinho do Porto: “Além das visitas, as pessoas podiam passar por uma série de experiências que se encontram nos parques temáticos, desde experiências interativas até representações do antigamente. Essas experiências farão com que as pessoas retenham por mais tempo a recordação daquela marca. A construção de parques temáticos é outro dos interesses da Imagic! em Portugal, embora, admite o responsável, “este não seja um mercado tão amplo”.

Os projectos da Imagic Brasil

No Brasil, a Imagic! está a desenvolver o Acquário Ceará, o terceiro maior do mundo em volume de água, com 15 milhões de litros. É responsável também pelo projeto ECOVIAS, um empreendimento de entretenimento com incentivo ao turismo ecológico e educação ambiental e atrações de Brand Entertainment. O parque foi realizado para a maior concessionária de rodovias do Brasil, em São Paulo. O Bourbon Cataratas Convention Resort, localizado na fronteira do Brasil com a Argentina e Paraguai, ao lado das majestosas Cataratas do Iguaçu, com 350 apartamentos e forte apelo ecológico, foi construído pela Imagic!, assim como, o parque da Mônica e a Pousada Rio Quente – Hot Park, o primeiro parque aquático de água quente do Brasil.

Três perguntas a... Leonardo Fontanele, diretor da Imagic!



1 – O que faz o sucesso de um parque temático?

Na verdade o sucesso de um empreendimento desta natureza advém da observação atenta de um conjunto de premissas que compõem a solução geral do desafio.

É muito importante ter uma ideia clara do segmento de mercado e de que tipo de consumidor que se procura alcançar com essa iniciativa. A seguir, é necessário fazer uma análise profissional acerca da temática que se pretende realizar, avaliando se ela representa uma oferta original no mercado, se é adequada ao contexto físico-geográfico e cultural no qual o empreendimento está inserido, se a expectativa financeira (de investimento e de retorno) está baseada em premissas reais e ainda se a fantasia pretendida realmente terá uma boa capacidade de sedução sobre o público-alvo a ser atingido e fidelizado.

2 – O que é que as pessoas valorizam mais num parque temático?

A “experiência” que será vivenciada no local. Ela é que vai determinar a percepção de valor do empreendimento por parte do visitante. Esta experiência deve ser cuidadosamente construída a partir de uma oferta inteligente que consiga ligar-

se com o seu público consumidor. Ela pode basear-se em um aspecto cultural da região, uma característica geográfica marcante ou ainda ser um tema que misture diversos elementos de forma a estabelecer uma experiência significativa toque de forma visceral o visitante.

Se não for assim, o empreendimento não se destaca. Não existe “fórmula mágica” para se fazer isso, apenas trabalho profissional, procurando uma solução original e criativa.

3 – Conhece o mercado português? Quais são as potencialidades deste país para a construção de um parque temático de grande dimensão?

Já observamos o mercado português há algum tempo e ao longo deste processo identificamos um leque interessante de procuras que não têm resposta e que podem representar um ótimo potencial de negócios.

Durante este período escolhemos cuidadosamente a empresa que será nossa aliada estratégica em Portugal baseado não apenas no seu conhecimento e penetração no mercado local como também na capacidade de suporte para nosso plano de expansão para o mercado europeu.

ESTEVES, Tiago da Cunha. Portugal é porta de entrada da Imagic! na Europa. **Publituris. desde 1969**, 06 maio 2009. Disponível em: <
<http://www.publituris.pt/2009/05/06/portugal-e-porta-de-entrada-da-imagic-na-europa/>>. Acesso em: 09 maio 2009.