

FACULDADE EDUVALE AVARÉ

METODOLOGIA DE PESQUISA

PROFA.: LUCIMARI DE CAMPOS MONTEIRO

JORNALISMO

ARTIGO CIENTIFICO – MARKETING

VITÓRIA CORRÊA

2018

AVARÉ – SP

PSG X JORDAN – UMA PARCERIA DE SUCESSO

Vitória Family Corrêa dos Santos
Profª Esp. Lucimari de Campos Monteiro

ÁREA: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

RESUMO

Atletas de diversos esportes, artistas e pessoas comuns cada vez mais se adaptam às tendências da moda urbana. Atenta a isso, a Nike resolveu investir e expandir a Jordan Brand e o Jumpman, empresa e símbolo de Michael Jordan, ex-jogador de basquete, considerado o maior de todos os tempos, pelo mundo. Após o investimento dentro da própria National Basketball Association (NBA) onde os atletas usufruem do vestuário de Jordan, a expansão foi para seleções de basquete e agora atinge um mercado que cresce ano após ano, o do Paris Saint-Germain. No desenvolvimento do artigo é possível encontrar informações sobre o impacto do comércio dessa parceria que está sendo discutida no mundo esportivo, além da descrição dos produtos oferecidos e opiniões de figuras importantes para a divulgação da colaboração. O artigo foi desenvolvido pautado em notícias publicadas no dia 14 de setembro, data que a novidade foi apresentada ao mundo, entrevistas e repercussão pós-lançamento. A ideia é mostrar a estratégia de marketing da Nike em um local que ela não se destaca a fim de derrotar uma concorrente forte em um determinado período.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing, Marcas, PSG, Jordan, Esportes

INTRODUÇÃO

A ideia deste trabalho é projetar o impacto da união de dois nomes importantes para o esporte: a lenda da NBA Michael Jordan e o time de futebol francês Paris Saint-Germain. A parceria entre dois esportes diferentes foi possível graças à Nike, que é fornecedora de material esportivo do PSG e que produz os Air Jordan, os tênis do astro

de basquete, e toda a linha de camisetas e moletons. A Nike é a empresa oficial da NBA e grande parte dos atletas praticam o esporte usando os tênis produzidos de forma igual ou exclusiva. Muitos deles usam as roupas e calçados da Jordan Brandt. O PSG é um time que vem crescendo e arrematando muitos torcedores nos últimos anos, portanto em uma ação de marketing, a Nike resolveu unir o sucesso de um com a fidelidade do outro e formar uma parceria de sucesso: PSG x Jordan.

Quando a ideia de juntar o PSG e o Jordan saiu do papel, a visão de mercado era expandir a marca da equipe para que fizesse parte da vida das pessoas como uma peça do dia a dia, tal qual acontece com o time de futebol americano Oakland Raiders. Basicamente, a Nike quer que as equipes vão além do ambiente esportivo e, com essa parceria, espera alcançar um público ainda maior com os uniformes no modelo torcedor, além de moletons e camisetas casuais. Os tênis também são uma aposta e foram disponibilizados pouco tempo depois da linha de uniformes (a partir de 03 de novembro) como edição especial que celebra a cidade de Paris, França. O acompanhamento, resultado da ação de marketing e recepção da mídia, principalmente esportiva, para com a parceria PSG x Jordan será apresentado ao longo deste trabalho.

MATERIAL E MÉTODOS

Para realizar esse trabalho a pesquisa acadêmica em dicionários não foi necessária, pois não existem termos científicos no corpo do texto. Para falar sobre esse tema e sobre o seu impacto devido as marcas citadas, a pesquisa na internet a partir de sites específicos, notícias e artigos de opinião de especialistas foi extremamente importante. Sites como MKT Esportivo, por exemplo, noticiaram em peso e acompanharam o lançamento da linha de vestuário PSG x Jordan. Sites de opinião, como o portal Rap+, que fala sobre rap e sobre todo o entorno dele, levando em consideração que rappers, como Travis Scott, usam e abusam dos tênis e camisetas da Nike, e do blog Culture PSG, que cobre exclusivamente a equipe francesa, foram consultados para nortear em relação à aceitação da mídia e dos fãs tanto de basquete e/ou de futebol quanto de moda. A pesquisa em vídeo também foi importante, visto que pronunciamentos oficiais das empresas e de personagens, como o jogador Daniel Alves, o próprio Michael Jordan e o presidente do PSG, Nasser Al-Khelaifi, também completam o material estudado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Cada vez mais as empresas apostam no marketing 4.0, ou seja, o marketing de relacionamento com o consumidor usando a tecnologia. A adaptação das empresas para a linguagem usada na internet e/ou entre o público-alvo é o principal destaque desse movimento. No caso da Nike, a ideia de expandir a Jordan Brand para fora do basquete e da NBA é um case de marketing bastante interessante e lucrativo, visto que a mesclagem dos esportes é uma aposta válida. Fãs de esportes se misturam entre outros fãs de esporte a fim de democratizar tanto a prática quanto o acompanhamento pela TV, pois é nítido que há rivalidade entre esportes, principalmente no Brasil. Quando algo que é conhecido independentemente do esporte que se gosta (Michael Jordan) se encontra com outro algo que já é bastante utilizado como peça de vestuário (Paris Saint-Germain) o impacto é imediato. Apesar de certa exclusividade para uso (será usado apenas na Champions League), a linha causou encantamento não só nos fãs, mas também nos atletas de diversos esportes. O design tanto do uniforme branco com detalhes em preto quanto do uniforme preto com detalhes em branco, o vermelho, simples e tradicional do uniforme de goleiro e dos moletos e tênis vem chamando a atenção ao redor do mundo. De acordo com Daniel Alves, lateral do Paris Saint-Germain que está lesionado, “é emocionante ter Jordan por trás de nós, porque ele é uma grande lenda e talvez este seja o 'salto' que este clube precisa nos levar a outro nível”. O *feedback* dos atletas que representam não só o PSG como também a Jordan Brand é de extrema importância para as pretensões da Nike e seu marketing.

A linha foi lançada em 14 de setembro de 2018 oficialmente e teve impacto imediato. Todos os 5 mil itens de vestuário disponibilizados no site do Paris Saint-Germain foram vendidos em apenas três horas. Nasser Al-Khelaifi, presidente do PSG, projeta o sucesso da combinação e afirma que

a parceria entre o Paris Saint-Germain e a Air Jordan reflete a ambição das duas marcas de aliar estilo, performance e inovação. [...] Essa parceria é animadora para a torcida, e vai ajudar a atingir um novo público e ampliar nosso alcance global. (Nasser Al-Khelaifi. Coletiva de imprensa. 13 set. 2018. Paris, França)

Jordan acredita que “a Air Jordan e o PSG compartilham uma posição única, em termos de esporte e estilo. A relação com o clube surge de forma totalmente orgânica”. Assim como a Nike visa expandir a marca do time francês pelo mundo, o ex-jogador quer se consolidar ainda mais fora dos Estados Unidos. Na França, por exemplo, a companhia de Jordan inaugurou uma loja própria em Paris em 2016 e, desde 2017 é fornecedora de material esportivo da Federação Francesa de Basquete. Além da seleção francesa, a marca também é fornecedora da Federação Argentina de Basquete.

Nos Estados Unidos, equipes de basquete e futebol americano de faculdades e ensino médio, como por exemplo o Oklahoma Sooners, equipe da Universidade de Oklahoma, também fazem parte da lista de patrocinados pela Jordan Brand e Nike. Apesar de muito celebrado nos EUA, o College Football não é tão popular fora do país, portanto levar a marca de Jordan ao futebol, obviamente, garante maior reconhecimento e de forma imediata, além de geração de lucro a partir de investimentos de marketing, o que caracteriza uma poderosa ação da Nike e seus CEO's para com a Air Jordan, que, de acordo com o último ano fiscal (jun/2017), faturou US\$ 2,86 bilhões. No mesmo período, a Nike faturou US\$ 1,49 bilhão com basquete e US\$ 2,1 bilhões com futebol. Esses números representam, respectivamente, o dobro e 25% a mais no faturamento da marca de Jordan para com os demais investimentos da Nike, sendo que o único segmento que a Jordan Brand não dominou é o de segmentos de roupas casuais, corridas e treinamento. Projeto a longo prazo, o sucesso fora do continente americano e em outros esportes (está presente também no golfe, beisebol, futebol americano, Nascar, etc.) visa 2024. Neste ano em questão, Paris será sede dos Jogos Olímpicos, e a Nike quer superar a concorrência com a marca alemã Adidas, principalmente na Europa, um continente onde a empresa americana não tem tanta força quanto nos demais lugares ao redor do mundo.

CONCLUSÃO

Cada uma das equipes que agora estampam o logotipo de Michael Jordan em seus uniformes teve destaque na grande mídia, principalmente, esportiva. O principal motivo é a fusão entre esportes, mas essencialmente a fusão entre o tradicional e o moderno. As seleções argentina e francesa de basquete têm histórico positivo em competições dentro e fora de seu continente, o que faz delas exemplos da prática do basquete fora dos Estados Unidos. A parceria com a Federação Francesa foi de extrema importância para que a parceria com o Paris Saint-Germain saísse do papel e se tornasse o sucesso que está sendo ao redor do mundo, pois foi uma aposta pessoal de Jordan apoiada pela Nike. Após a estampa no uniforme da seleção de basquete, apostar em times de futebol da França, a atual campeã mundial, é garantia de sucesso. O PSG é uma equipe que, desde que recebeu investimento, vem aparecendo no cenário europeu de forma que sempre está a incomodar outras equipes tradicionais em competições continentais. A imposição da marca de Jordan no uniforme causa uma paixão maior pelos dois esportes relacionados, além de um aumento no acervo de vestuário, que cada vez mais está ligado à moda urbana e moderna. Com todos os

investimentos da Nike para fazer a Air Jordan crescer é possível afirmar que em 2024 a empresa americana juntamente com a criação de Michael Jordan pode ser a líder no segmento de calçados e vestuário no geral, superando concorrentes e adquirindo o reconhecimento do público diante da junção de figuras importantes no mundo esportivo e comercial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIR JORDAN É A NOVA PATROCINADORA DA SELEÇÃO FRANCESA DE BASQUETE. MKT ESPORTIVO. Disponível em: <<http://www.mktesportivo.com/2017/03/air-jordan-franca-selecao-basquete-patrocinio/>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

AIR JORDAN FECHA CONTRATO COM A CONFEDERAÇÃO ARGENTINA DE BASQUETE. MKT ESPORTIVO. Disponível em: <<http://www.mktesportivo.com/2017/01/air-jordan-selecao-argentina-basquete-nike/>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

DE OLHO EM PARIS 2024, NIKE USARÁ JORDAN NO PSG. MÁQUINA DO ESPORTE. Disponível em: <https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/de-olho-em-paris-2024-nike-usara-jordan-no-psg_35467.html>. Acesso em: 05 nov. 2018.

INTERVIEW: DANI ALVES TALKS JORDAN X PSG, NEYMAR'S SNEAKER COLLECTION AND THE CHAMPIONS LEAGUE. COMPLEX. Disponível em: <<https://www.complex.com/sports/2018/10/interview-dani-alves/>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

LOOK: OKLAHOMA FOOTBALL DEBUTS FAMILIAR UNIFORM IN SWITCH TO JORDAN BRAND APPAREL. CBS SPORTS. Disponível em: <<https://www.cbssports.com/college-football/news/look-oklahoma-football-debuts-familiar-uniform-in-switch-to-jordan-brand-apparel/>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

PSG X JORDAN, LES COULISSES DE LA COLLABORATION. CULTURE PSG. Disponível em: <<http://www.culturepsg.com/news/video/psg-x-jordan-les-coulisses-de-la-collaboration/23629>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

SUCESSO ABSOLUTO, LINHA DO PSG COM MARCA DE MICHAEL JORDAN ESGOTA EM POUCAS HORAS. MKT ESPORTIVO. Disponível em: <<http://www.mktesportivo.com/2018/09/sucesso-absoluto-linha-do-psg-com-marca-de-michael-jordan-esgota-em-poucas-horas/>>. Acesso em: 05 nov. 2018.