

Brasil Now é a arma da Embratur contra a crise



Eliseu Barros, da ABIH, Dirk Graetz, da Gol, Jeanine Pires, presidente da Embratur, Octávio Martins, da Bito, José Roberto Pereira, da Tam, e Mário Carvalho, da Tap

FORTALEZA - A Embratur acaba de anunciar uma parceria público-privada inédita para combater os efeitos negativos da crise econômica mundial e que desaqueceu o fluxo internacional. A campanha Brasil Now (com "s" mesmo), conta com a parceria da ABIH Nacional, Bito, e das companhias aéreas Tam, Gol e Tap, e já começa a partir da semana que vem.

Funciona da seguinte maneira: os parceiros da ação decidem, dentro de suas estratégias comerciais individuais, ofertar condições especiais (para passagens aéreas, hotelaria ou serviços de receptivo) ou agregar valores aos seus produtos e que serão repassados para os operadores estrangeiros, que, por sua vez, replicarão as ofertas junto aos agentes de viagens estrangeiros.

A primeira etapa, que segue até 26 de junho, compreende os operadores sulamericanos e norte-americanos. O trabalho será desenvolvido com os operadores dos Comitês Descubra o Brasil na América do Sul, e da BTOA, nos Estados Unidos. Segundo Jeanine Pires, a Europa, por não ter comitês que agreguem as operadoras especializadas em vender o Brasil, ficará para uma segunda etapa. "E a hora de lançarmos uma campanha dessas lá já passou", acrescentou.

Também foi criado um selo que vai identificar os parceiros na ação. Um hot site da campanha para os operadores desses países emissores entrará no ar entre dez e 15 dias.

O Rio de Janeiro será o piloto da ação, que já conta com interesse de adesão de destinos nordestinos. A Embratur será a responsável pela comunicação e integração da iniciativa. A campanha Brasil Now está inserida dentro do Brasil Sensacional, que volta em maio.