

BRAZUCA

LEAGUE

SPORTAINMENT COM

A GINGA BRASILEIRA

O BRASIL SEMPRE FOI O PAÍS DO FUTEBOL, MAS ESTE ÍCONE CULTURAL PODE ESTAR AMEAÇADO

O GLOBO

Ingressos caros deixam setor vazio em jogo da seleção brasileira na Fonte Nova

CNN ESPORTES

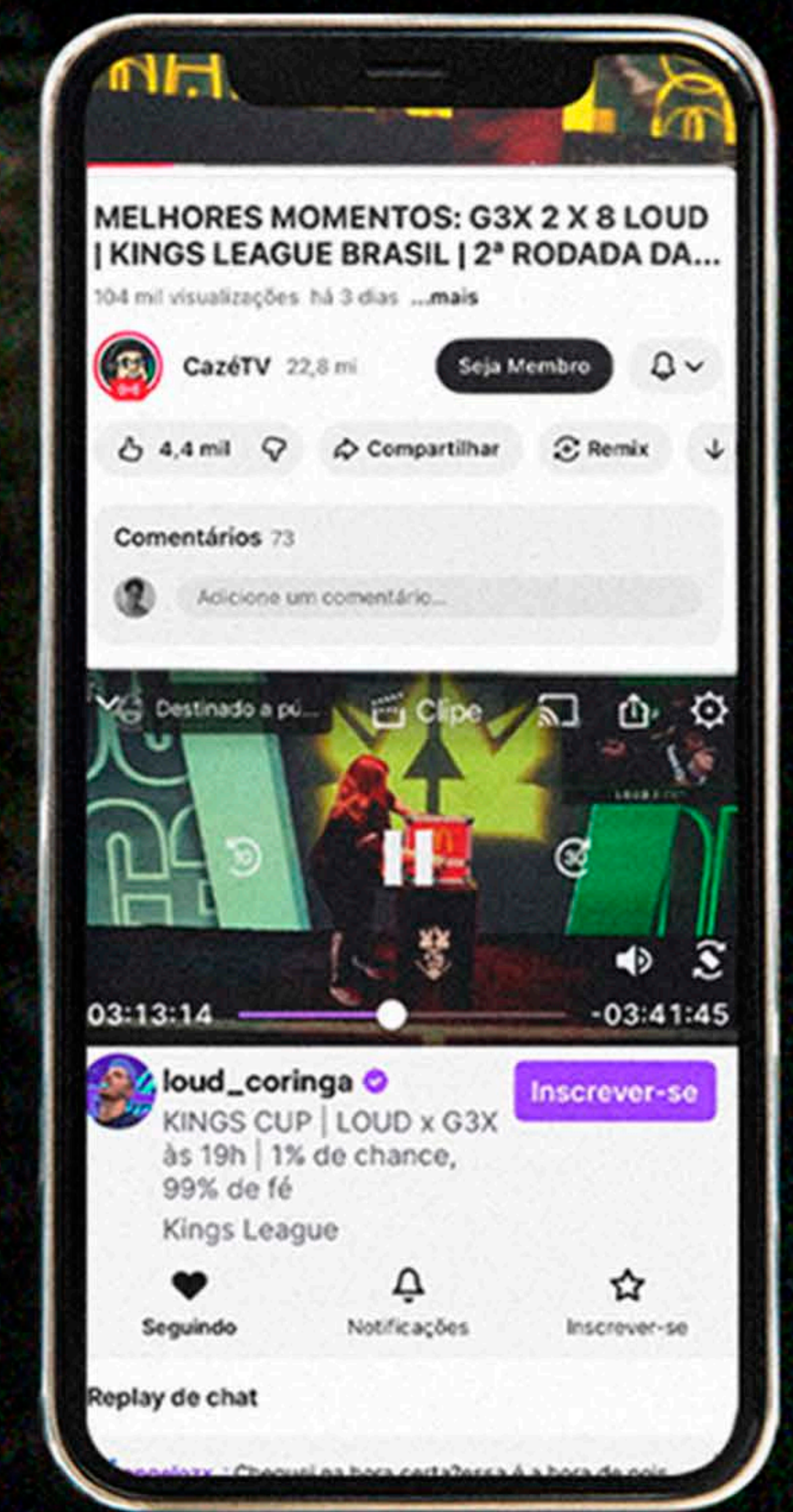
NFL no Brasil surpreende e gera mais de R\$ 330 milhões; entenda

O GLOBO

Torcida mirim por times europeus reflete geração global e conectada

CNN ESPORTES

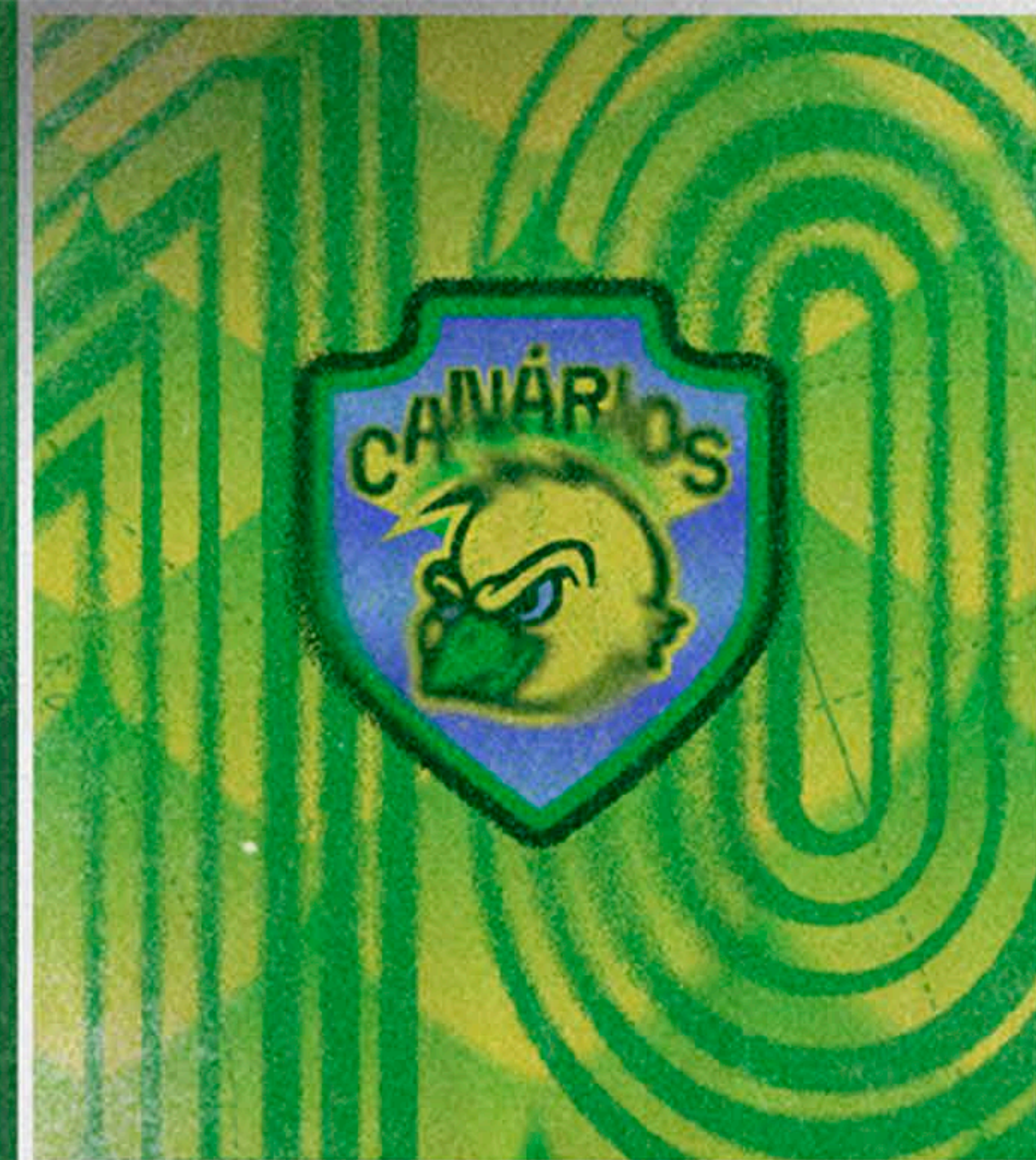
Jovens entre 18 e 24 anos são os que menos acompanham o futebol tradicional.



Com baixa capacidade de atenção, o público migrou para um novo formato de transmissão. Como resposta a isso, surgiram na Europa novas modalidades esportivas.

O Brasil inventou o futebol de areia, o futevôlei, e o futsal: a gente não podia deixar esses gringos invadirem nosso campinho.

INFLUENCIADORES E EX-JOGADORES
VIRARAM CAPITÃES DOS TIMES,
TRAZENDO SUA AUDIÊNCIA
PARA O EVENTO



A BRAZUCA SURGE COMO UMA **NOVA MODALIDADE ESPORTIVA COM IDENTIDADE**, TIMES E REGRAS INSPIRADOS NA **CULTURA BRASILEIRA** DE FUTEBOL E ADAPTADAS ÀS **NOVAS TENDÊNCIAS** DE COMPORTAMENTO E CONSUMO.

Um novo produto de sportainment multiplataforma que conecta as marcas com o público jovem.



TIMES PROPRIETÁRIOS
E BRANDING DA LIGA
DESENVOLVIDOS
EM TEMAS BRASILEIROS



GRAMADO SINTÉTICO INSPIRADO
NO TERRÃO PRODUZIDO
EXCLUSIVAMENTE PARA O EVENTO

PARCEIROS ESTRATÉGICOS

O maior grupo de comunicação da região sul virou media partner, promovendo o evento em rádio, no portal GZH, nas redes sociais e no streaming com resultados incríveis*.

Grupo **RBS**

12.1M
IMPACTOS TOTAIS

7.1M
IMPACTOS NO RÁDIO

1.7M
IMPACTOS NO YOUTUBE

3.4M
IMPACTOS NAS REDES

*Dados totais da Brazuca League no Grupo RBS.

PRESENÇA DE COMUNICADORES PRESTIGIADOS DA COMUNICAÇÃO DO ESTADO.

ATIVAÇÕES PERSONALIZADAS

Grandes marcas nacionais e regionais aderiram ao projeto. Além de espaços tradicionais de patrocínio esportivo, as marcas apareceram em ativações personalizadas e dentro das dinâmicas do jogo.

KTO

Sicredi

GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL

A ROLETA KTO DAVA OPORTUNIDADE AS EQUIPES DE GANHAR VANTAGENS NO SEGUNDO TEMPO.

AUDIÊNCIA ENGAJADA

O perfil oficial alcançou mais de **18 mil seguidores** em apenas três meses.



thebrazucaleague

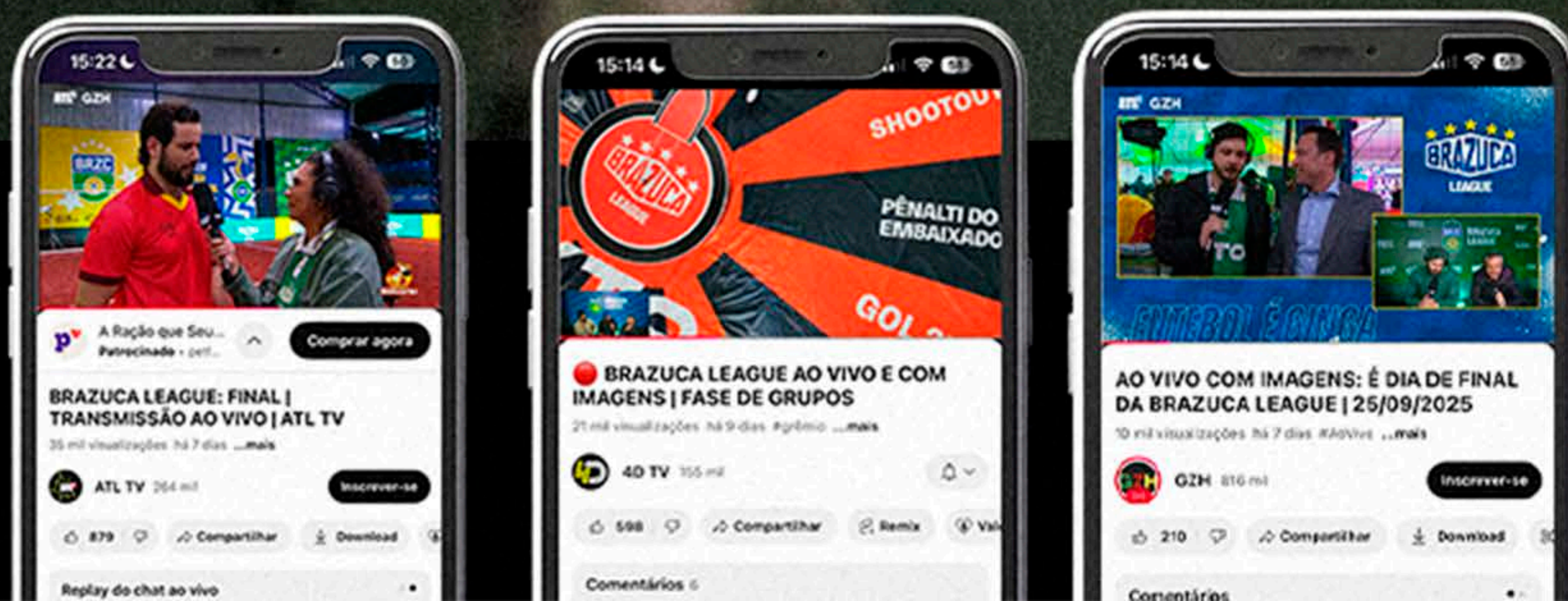
Brazuca League

226 posts 18,7 mil seguidores 39 seguindo

A PRIMEIRA EDIÇÃO TEVE ATÉ TORCIDA ORGANIZADA.

STREAMING AO VIVO NOS 3 DIAS DO EVENTO

ATL **GZH** **4DTV**



PATROCINADOR MASTER

KTO

PATROCINADORES OFICIAIS

Sicredi

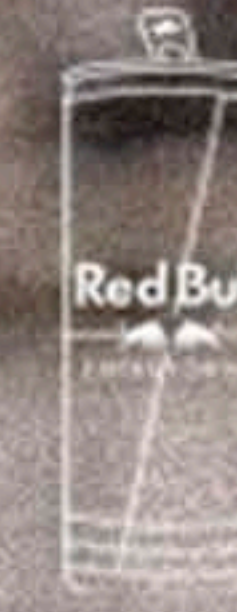
GOVERNO
DO ESTADO
RIO
GRANDE
DO SUL

APOIO

JB

OLINA

PENALTY



gang

Unimed
Porto Alegre

11.8 MILHÕES
DE IMPACTOS TOTAIS
ORGÂNICOS NOS CANAIS DIGITAIS*



7.8M

ALCANCE EM MÍDIA ESPONTÂNEA
(META)



35K

INTERAÇÕES TOTAIS
(META & YOUTUBE)



60%

DO PÚBLICO* NA FAIXA DOS 18 AOS 34 ANOS

ALTA TAXA DE ENGAJAMENTO*

BRAZUCA LEAGUE: 2.30%

CLUBES BRASILEIROS DE SÉRIE A: 1.17%

KINGS LEAGUE: 0.41%

SUCESSO NOS STREAMINGS**

+750K IMPACTOS

+150K VISUALIZAÇÕES

20MIN TEMPO DE VISUALIZAÇÃO MÉDIO

*Dados coletados da plataforma Zeeng. A Zeeng coleta apenas resultados orgânicos. **Dados do Youtube de ATL TV, GZH e 4DTV.