



Nutri Ventures busca parceiros ao redor do Brasil

Empresas de alimentos e editoras brasileiras estão na mira da empresa portuguesa

Parceira de Michele Obama na luta contra a obesidade infantil, a Nutri Ventures está buscando novos parceiros para divulgar um estilo de vida mais saudável para as crianças. Com histórias atuais e que se encaixam na rotina de qualquer criança, as aventuras da Nutri Ventures ajudam pais e responsáveis a inserir uma alimentação mais adequada à vida dos pequenos.

Pedro Cresso, responsável pela Nutri Ventures para o Brasil, explica que as histórias da série foram pensadas, desde a sua gênese, para atingir crianças em todo o mundo. “Apesar de a empresa ser portuguesa, a ideia é para o mundo todo. Por exemplo, a estreia da infantil não foi em Portugal, mas na Ucrânia, em 2012, onde teve a sua primeira aparição na televisão. Ou, seja, poderíamos ser norte-americanos ou brasileiros também. Criamos um conceito de entretenimento único que trata de um tema que interessa a todas as crianças, pais e educadores. Curiosamente, o Brasil é o país com mais pessoas no Facebook e aquele onde o número de visualizações no nosso canal Youtube cresce mais rapidamente. Atendendo ao seu potencial e também por ser um país com altos índices de penetração digital, é também o país onde existe um maior investimento a nível mundial. Até hoje já foi investido no Brasil mais de R\$ 1 Milhão”, explica.

Até o momento, a série já foi vendida para 23 países - Brasil, Bulgária, Espanha, EUA, Hungria, Israel, Portugal, República Checa, Singapura, e Ucrânia e estamos em fase de dobragens e adaptações para Albânia, Bósnia e Herzegovina, Colômbia, Croácia, Eslováquia, Eslovénia, Malásia, Montenegro, Tailândia e Sérvia. “Todos os conteúdos Nutri Ventures (série, plataforma digital, músicas, jogos, conteúdos pedagógicos etc) são adaptados a cada mercado e, por isso, são disponibilizados ao público em momentos diferentes, assim como os frutos das parcerias institucionais e comerciais com as entidades locais”.

Atualmente, a Nutri Ventures busca parcerias com empresas que queiram associar-se a uma alimentação saudável. “Podem ser marcas produtoras de alimentos saudáveis que vejam no mercado infantil um grande potencial, tal como nós vemos, mas podem igualmente ser empresas produtoras ou distribuidoras que hoje em dia são tratadas como commodities e encontrem na Nutri Ventures uma forma de se diferenciar junto do consumidor. Podem ser empresas de carne, peixe, leite integral branco ou frutas e legumes, mas, obviamente, devem ser produtos saudáveis”, complementa Pedro.





Em paralelo, a Nutri Ventures também busca parceiros no varejo alimentar. "Se pensarmos bem, em um supermercado, toda a área de alimentos saudáveis (carnes, peixes, frutas, verduras, legumes etc) é pouco apelativa do ponto de vista de marcas e ainda menos interessante se pensarmos nas crianças. Temos projetos para os nossos futuros parceiros de varejo de tornar essa área de alimentos saudáveis uma zona muito apetecível para as crianças, não só por meio de decoração específica, mas também com promoções digitais associadas a alimentos saudáveis. Aliás, a nossa visão é para que quando uma criança entrar em um supermercado onde a Nutri Ventures esteja presente, que pegue na mão do responsável e o puxe para a zona de alimentos saudáveis, uma coisa que não acontece hoje em dia. Para além de produtos alimentares e varejo, estamos também em busca de uma editora que acredite no projeto e nos queira ajudar a desenvolver toda a parte impressa da história. Essa parceria será para o Brasil, e se a editora desenvolver os materiais, poderá igualmente ficar com parte das receitas internacionais de editoras de outros países que venham a adaptar os seus materiais como base", finaliza.

Informações para a imprensa:

Exclusiva Comunicação

Priscila Correia

21.7123.7220

Priscila@exclusivacomunicacao.com.br

Samantha Leal

21.7154.2224

Samantha@exclusivacomunicacao.com.br

