

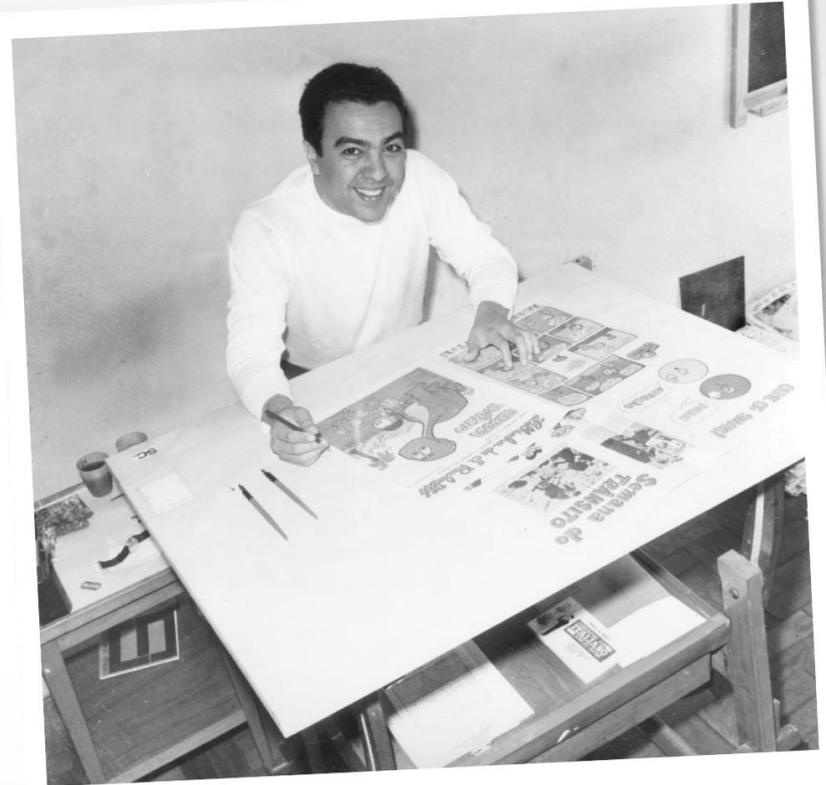
**Das HQs brasileiras para o mundo:
menos barreiras, mais
internacionalização**

Rodrigo Paiva
Diretor de Licenciamento da
Mauricio de Sousa Produções
rodrigo.paiva@turmadamonica.com.br



Nascida da prancheta do desenhista Mauricio de Sousa, a **Mauricio de Sousa Produções** é uma empresa brasileira, que emprega diretamente **300 funcionários** e contribui com a geração de mais de **700 mil empregos*** em vários setores da economia, como agronegócio, indústria, varejo e serviços.

*Fonte: GO Associados





Só no Brasil, hoje são mais de **3.000 produtos** licenciados para **150 empresas**, nas mais diversas categorias: de fraldas e brinquedos a vestuário, calçados e material escolar.



A marca tem se associado cada vez mais a **alimentos in natura**. A **maçã da Turma da Mônica** foi o **primeiro case de fruta com marca** do mercado brasileiro e hoje vende **850 toneladas** por mês.





O personagem **Jotalhão** há **40 anos** tematiza produtos, contribuindo para a venda de **1 bilhão** de latinhas de extrato de tomate por mês.

Mônica é a única personagem a ocupar a posição de **Embaixadora do UNICEF**.

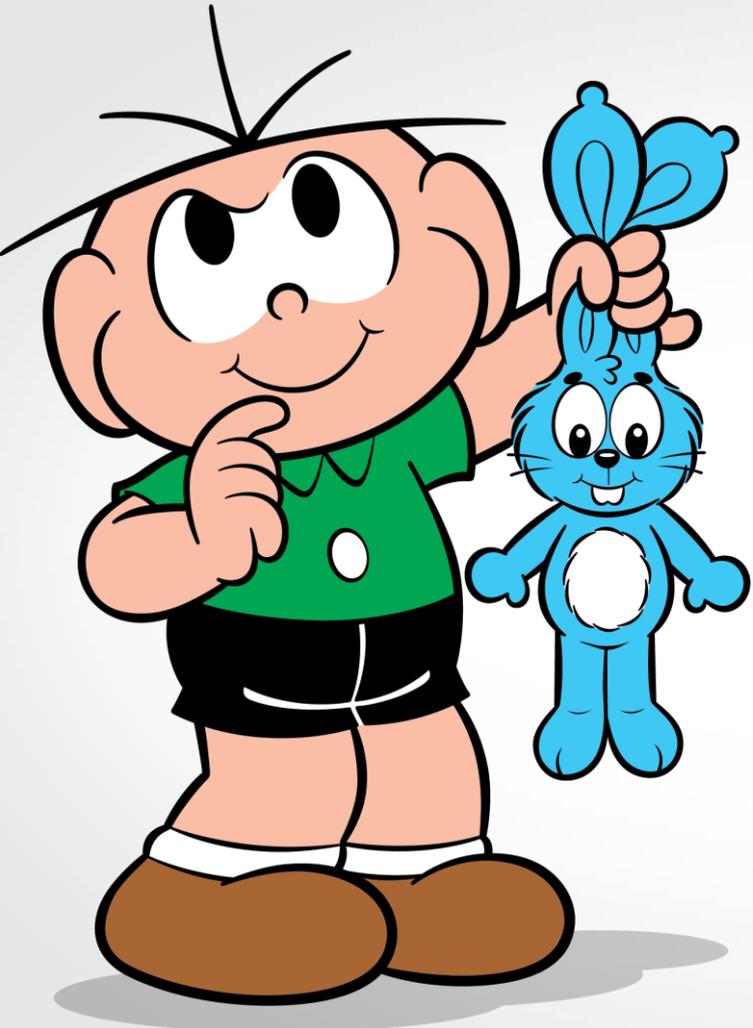
A personagem também é **Embaixadora do Turismo** e diplomada **Embaixadora da Cultura Brasileira**, além de encabeçar o projeto **Donas da Rua**, com apoio da **ONU Mulheres**.

Já o personagem **Chico Bento** é Embaixador das Nascentes do Pantanal pelo WWF-Brasil e, por meio de sua atuação, já é conhecido no **Reino Unido** e na **Índia**.



10 ANOS
EMBAIXADORA
unicef 





85%

dos brasileiros acreditam que os **gibis** da Turma da Mônica **estimulam o hábito da leitura.**

93%

dos brasileiros **conhecem os personagens** da Turma da Mônica.

83%

dos brasileiros já compraram produtos **licenciados** da marca Turma da Mônica

81%

dos brasileiros têm uma **imagem positiva** da marca Turma da Mônica

Fonte: Pesquisa Datafolha, 2017



DESIGNATED GOODS FOR WHICH THE TRADEMARK IS USED (Class 16):
★ printed matter; printed publications; books; magazines[periodicals]; posters;
albums; greeting cards; diary; calendars; stationery; towels of paper;
of paper and cellulose, disposable; writing instruments;
household purposes; office requisites, except

FOR WHICH THE TRADEMARK IS USED (Class 16):
publications; books; magazines[periodicals]; posters;
; diary; calendars; stationery; towels of paper;
of paper and cellulose, disposable; writing instruments;
stationery or household purposes; office requisites, except

DESIGNATED GOODS FOR WHICH THE TRADEMARK IS USED (Class 9):
★ Computer game programs; Compact discs; Floppy disks; Electronic Publications
[downloadable]; Software; Video recorders; Radios; Video cameras; DVD
players; MP3/MP4 players and compounding piece; Amusement apparatus
adapted for use with television set or monitor; Videotapes; Animated cartoons;
DESIGNATED GOODS FOR WHICH THE TRADEMARK IS USED (Class 18):
Purses; School satchels; Umbrellas; Sling bags for
carrying infants; Handbags; Vanity cases [not
fitted]; Garment bags



TM CLASS 41

第 6360228 号

核定服务项目
书籍出版、提供在线
教育、电视节目的
提供在线教育、提供
和电视节目
计算机网络上

注册人 毛里西奥·德·索萨
MAURICIO DE SOUSA

注册地址 巴西圣保罗市... 电话: 55 (11) 3065-5000

marque de fabrique,
de commerce ou de service

CERTIFICAT D'ENREGISTREMENT

Le Directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle

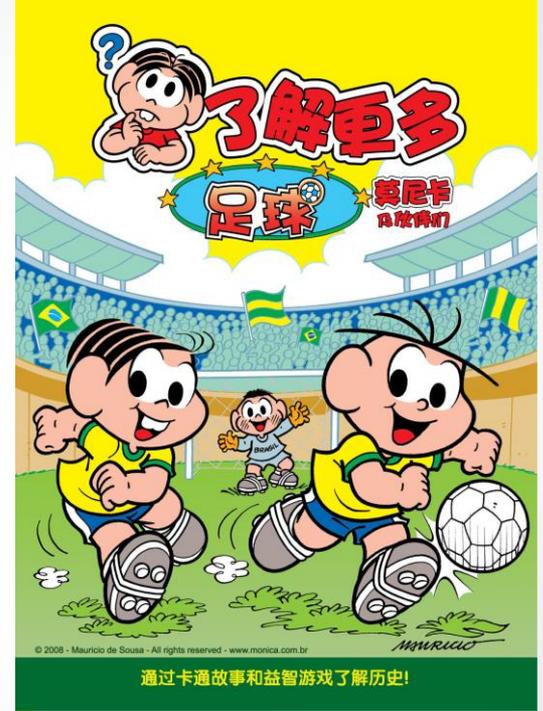
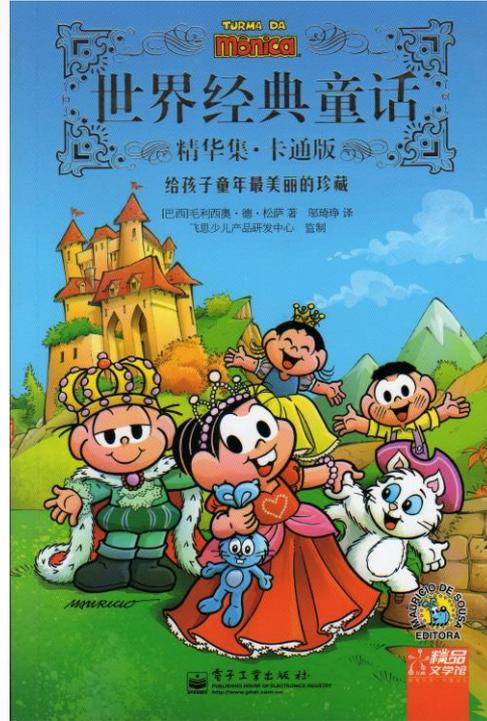
Ao longo de 60 anos, a Mauricio de Sousa Produções já esteve presente em mais de **60 países**, de maneira esporádica.

Os **entraves burocráticos** foram obstáculos que dificultaram uma presença mais consistente.

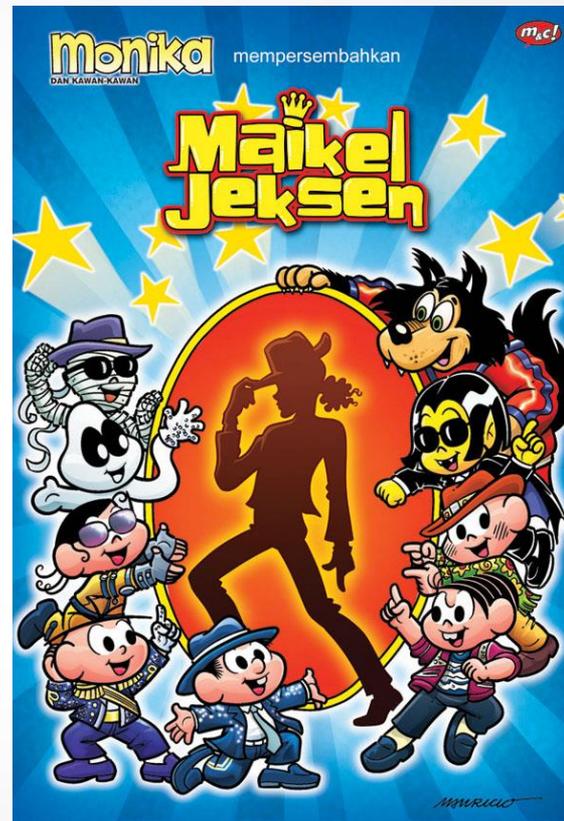
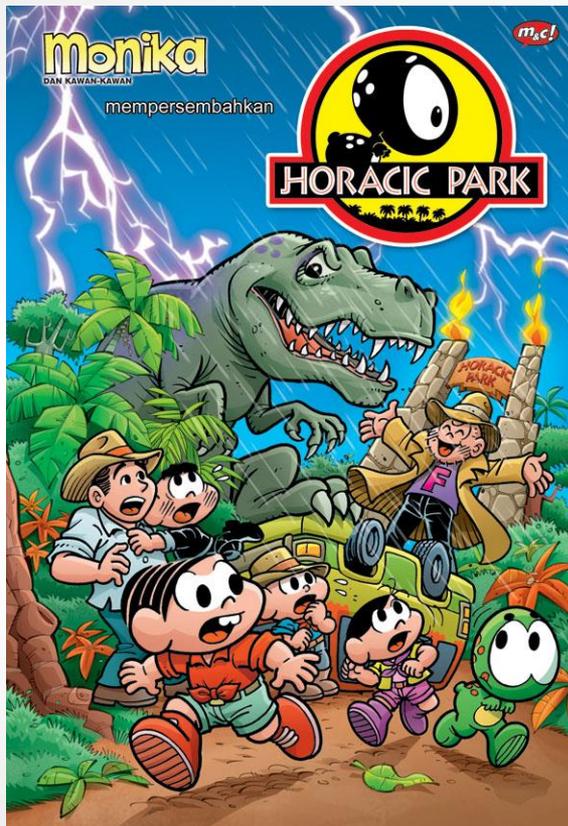
Explorar outros mercados implica **investimentos** que **nem sempre** trazem os **resultados esperados**.

Cada personagem pode precisar **ser registrado** em **múltiplas** **categorias**, lidando com diversos idiomas e iniciando o **processo do zero** a cada novo país em que entramos.

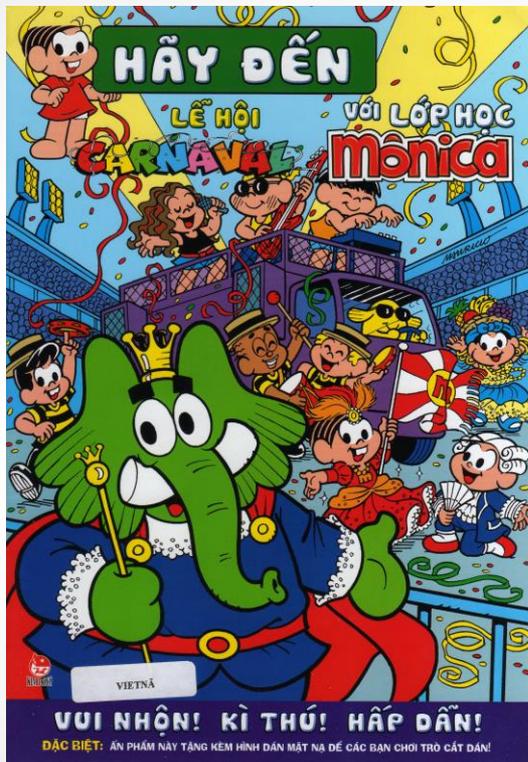
TURMA DA MÔNICA NA CHINA



TURMA DA MÔNICA NA INDONÉSIA



TURMA DA MÔNICA NO VIETNÃ



A graphic novel “Astronauta Magnetar” foi publicada na Alemanha, França, Espanha e Itália

In DER ASTRONAUT schafft Danilo Beyruth eine mutige Neuversion des Astronauten, eine Figur von Mauricio de Sousa, in der der Held zum “Raum“-Schiffbrüchigen im Weltall wird und nicht nur um seinen Verstand kämpft, sondern auch um sein Leben.

Seefahrer und Astronauten

Entgegengesetzte Welten, würde ein Neuling sagen, wenn es um Seefahrer und Astronauten geht. Riesige Ozeane mit unendlichen Bewegungen, jedoch auch endlich und angezogen von der Schwerkraft zu einem kleinen Planeten, auf dem es wundersamerweise Leben gibt: Das ist das Habitat der Seefahrer. Der Ozean des Weltraums hingegen zeigt sich nicht nur weltläufig und unbekannt, sondern vielmehr unendlich und frei von Reibungen und Schwere.

Die Erfahrung der völligen Isolation ist jedoch in beiden Fällen ähnlich. Das erste Mal als ich die Hälfte der Entfernung zwischen Afrika und Amerika erreichte – allein und nur von einem nüchternen Paar Ruder getrieben –, stellte ich erstaunt fest, wie nah ich mich doch an den zwei Seiten des Ozeans befand.

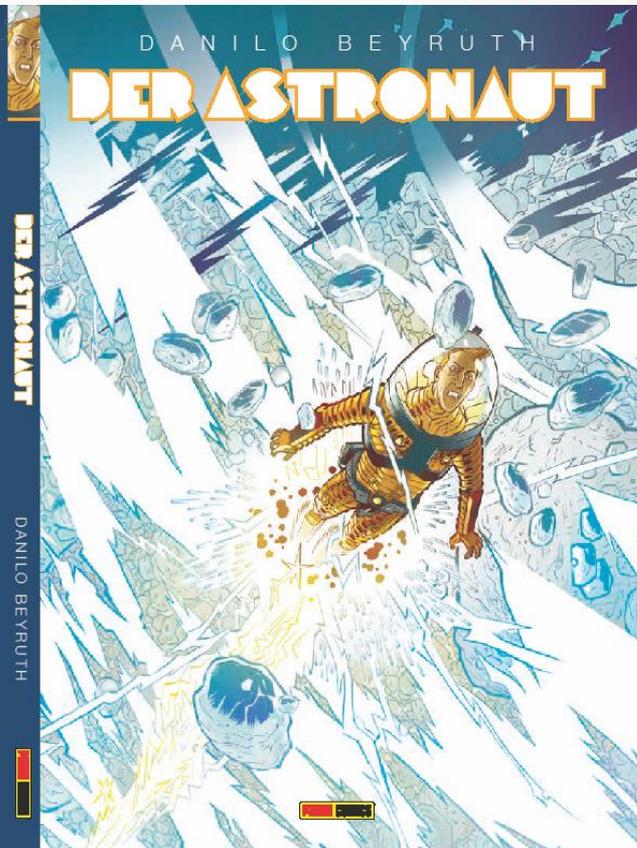
Ich kann nicht erklären, warum, aber ich begriff es erst, als ich an diesem Punkt ankam. Als die ersten Astronauten Fuß auf den Mond setzten und mit ihrem kleinen Satelliten die Erde erblickten, in ihrem Gesamtbild und so fern, waren sie in genau jenem Moment allen menschlichen Wesen näher, als sie es je in ihrer gesamten Existenz hätten sein können.

Im Meer habe ich mich dieser Übung gewidmet, eben der Entdeckung der Nähe dank der Entfernung. Hin und wieder, weil es mir persönlich Spaß macht, mache ich die Übung aber umgekehrt. Den Lesern dieses einsamen Astronauten, eine neue Auslegung des Klassikers von Mauricio de Sousa, kreiert von Danilo Beyruth, wünsche ich genau dieses Vergnügen.

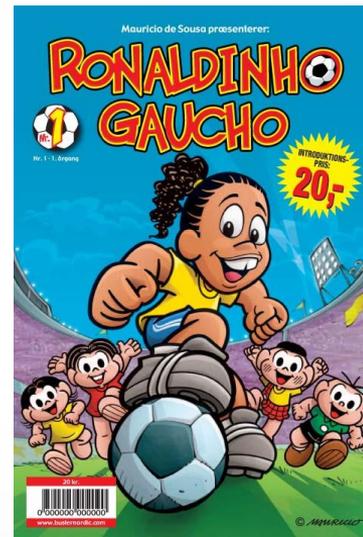
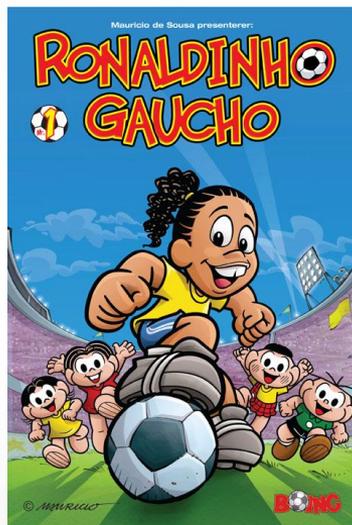
Amyr Klink
Seefahrer und Autor



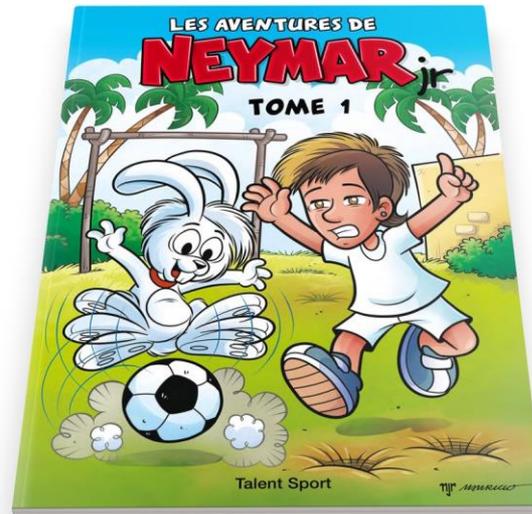
34.16.95
34.17.11



Ronaldinho Gaúcho teve suas revistas publicadas em diversos países, como **Croácia, Noruega, Suécia e Finlândia**



Já a HQ “Neymar Jr.” teve edições publicadas na **Dinamarca, Suécia, Noruega e Finlândia**. Hoje, é publicada também na **França** e distribuída na **Bélgica, Suíça, em Luxemburgo e no Canadá**



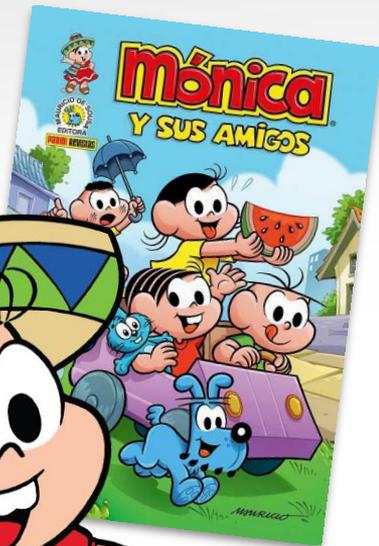
As novas **plataformas digitais**, por romper fronteiras mediante investimentos relativamente baixos, geraram um **novo momento de internacionalização**.

Por meio de nossos canais oficiais no **YouTube**, já ultrapassamos **9,7 bilhões de visualizações**, sendo que 40% de nossa audiência estão fora do Brasil.

Os principais mercados são **EUA, Rússia, México e Argentina**, mas somos assistidos também em países como **Vietnã e Bulgária**.



CONQUE



Por meio do canal Boomerang, da **Cartoon Network**, estamos presentes em **toda a América Latina**.

Acabamos de lançar **nossos gibis** no **México**, no maior evento de quadrinhos do país, a Conque, e queremos **conquistar mais países** na América Latina.

O desenho animado **Mônica y Sus Amigos** é o **mais visto** por crianças de 4 a 11 anos com acesso a TV a cabo no Brasil e no **Chile**.



Comemoramos a expansão, mas tememos pelo **risco** de não conseguirmos **proteger a marca**.

Enterprise culture 企业文化



Há sempre a ameaça de que nossa presença oficial seja precedida por **piratas**, como aconteceu na **China**, onde uma empresa que fabricava botões registrou a marca Monica.

Jiangsu Heyi Garment Accessories Company started in 2006 Jingxing was her formname. whichlocated in the world commodity city-Yiwu. We are in the research, development and production of Alloy Jea Buckles Hooks. Hot fix and other all kinds of garment ad



Além de **desrespeitar** nossa **propriedade intelectual**, o uso indevido da marca pode confundir nossos fãs e afetar a credibilidade da empresa.





Uma empresa de porte médio como a **Mauricio de Sousa**, concorre com **grandes estúdios internacionais**. Os EUA são signatários do **Protocolo de Madri**, o que **diminui** sensivelmente os **custos de ingresso** dessas marcas em mercados internacionais.

Somos favoráveis a toda medida que vise derrubar barreiras à concorrência e favorecer a expansão de marcas brasileiras.

Desde 2002, a Mauricio de Sousa se posiciona favoravelmente a que o Brasil ratifique o **Protocolo**.



OBRIGADO!

*MURICIO
DE SOUSA*

PRODUÇÕES