

12ª EDIÇÃO DO RÉVEILLON NA PAULISTA MOSTRA MÚLTIPLAS ETNIAS E CULTURAS DE SÃO PAULO

A Prefeitura de São Paulo, os patrocinadores master Magazine Luiza e Banco Itaú e as co-patrocinadoras Brahma e Vivo anunciam a realização da 12ª edição do Réveillon na Paulista, considerada uma das dez maiores celebrações do gênero no mundo e uma das principais festas de final de ano do País. A Playcorp, idealizadora e produtora do evento, trará para a Avenida Paulista uma cenografia inédita com o tema São Paulo e o mundo se encontram aqui. O objetivo é mostrar a conexão entre as diferentes etnias e culturas que compõem a cidade. A expectativa dos organizadores é atrair um público de mais de dois milhões de visitantes.

O Réveillon na Paulista 2009 terá grandes shows artísticos que certamente vão agradar todos os gostos. Estão confirmados o cantor sertanejo Daniel, o ritmo axé do Babado Novo e a banda de pop rock Skank, que agitarão os três quilômetros da Avenida Paulista. A animação e o alto astral da campeã do carnaval de São Paulo 2008, a Vai-Vai, encerra com chave de ouro o evento e começa a preparar as comemorações do carnaval do próximo ano.

O megapalco, de 800 m² de área instalado entres as ruas Ministro Rocha Azevedo e Frei Caneca, será transformado em um imenso porta-retrato estilizado, através de um efeito visual obtido pela montagem dos telões e painéis eletrônicos que fazem parte da cenografia. Neles serão exibidas imagens que mostram a diversidade étnica e cultural de São Paulo, como pessoas e bairros característicos, além de mensagens positivas para 2009, que poderão ser enviadas pela própria população via torpedos de celulares da operadora Vivo.

A festa terá início no dia 31 de dezembro, a partir das 20h00, e deverá seguir até as 2h30, do dia 1º de janeiro. Para que todos possam esperar a chegada do novo ano com conforto e segurança, mais de 3,5 mil pessoas trabalharão na montagem e na realização do evento.

Para a contagem regressiva, haverá muitas novidades e os tradicionais efeitos especiais. O som, com potência de 500 mil watts, reproduzirá o áudio do palco ao longo da Avenida Paulista. Os cuidados com a infra-estrutura não param por aí: 12 telões/painéis eletrônicos exibirão a vibração do espetáculo, integrando os artistas e o público durante todo o evento.

Uma iluminação especial também contagiará a comemoração. As luzes consumirão mais de um milhão de watts, por meio de equipamentos de última geração, que somados aos demais efeitos serão suportados por 23 geradores com capacidade de mais de quatro milhões de watts - energia suficiente para iluminar uma cidade.

Após a meia-noite, ocorrerá 15 minutos de espetáculo pirotécnico, produzido por 100 mil tiros e mais de seis mil bombas multicoloridas, 30% a mais do que no ano anterior, que ainda será acompanhado por uma chuva de cinco milhões de confetes metalizados e revoada de 10 mil balões coloridos. Tudo isso estará sincronizado com uma trilha sonora exclusivamente criada para tornar o momento marcante e encantador.

A segurança do público será garantida por cerca de 2,5 mil homens, entre seguranças particulares, Polícia Militar, Guarda Civil Metropolitana e CET, além do apoio de viaturas, motos, helicóptero Águia, Bases Comunitárias e um sistema de câmeras com alcance de

um quilometro cada. O monitoramento por câmeras de controle remoto será feito em pontos estratégicos da avenida, para maior controle e segurança de toda população presente.

Lançado em 1996, o Réveillon na Paulista é tradicional no calendário oficial da cidade e a cada ano atrai novos visitantes do Brasil e, também, de outros países. No ano passado, estiveram na avenida cerca de 2,3 milhões de pessoas, com um percentual significativo de turistas. O Réveillon na Paulista tem se mostrado a cada ano um momento mais importante de confraternização para paulistanos e turistas festejarem, com total segurança, a paz e a esperança tendo como cenário a terceira maior cidade do planeta, diz o prefeito da cidade de São Paulo, Gilberto Kassab.

Para Caio Luiz de Carvalho, presidente da São Paulo Turismo (SPTuris) empresa de promoção turística e de eventos da cidade a comemoração na Avenida Paulista é um dos principais acontecimentos da capital. Esta festa é mais uma prova de que os eventos são uma das principais vocações da cidade. Só São Paulo, uma cidade globalizada e de vanguarda, poderia sediar uma das dez maiores festas de Réveillon do mundo, afirma o executivo.

PATROCINADORES

O sucesso da festa paulistana atraiu a atenção de duas grandes empresas em seus segmentos de atuação, o Magazine Luiza e o Banco Itaú, que são os patrocinadores master do Réveillon na Paulista 2009. Decidimos patrocinar o Réveillon na Paulista como retribuição ao imenso carinho com que fomos recebidos pela população de São Paulo na inauguração das nossas 50 lojas, diz Frederico Trajano, diretor de Marketing e Vendas do Magazine Luiza.

Para Cristiane Magalhães, diretora de Marketing do Banco Itaú, o Réveillon na Paulista vem crescendo em importância a cada ano, e é gratificante ter a oportunidade de, mais uma vez, contribuir para manter o evento entre as maiores celebrações do País. Este patrocínio está em linha com a nossa iniciativa de apoiar as principais manifestações da cultura brasileira, como o Carnaval, a Bossa Nova e o futebol da Seleção.

Segundo Fernando Elimelek, diretor da Playcorp, quem estiver em São Paulo terá uma grande oportunidade de se divertir com muitas atrações. O sucesso do Réveillon na Paulista é resultado do empenho e expertise da Playcorp, que há 12 anos idealizou esse evento para ser um dos principais acontecimentos do mundo. Por isso, nos comprometemos a sempre trazer um importante espetáculo para essa cidade que abriga tantos povos e culturas, diz.

Para Nelson Baeta Neves, presidente da Associação Paulista Viva, entidade que apóia a celebração desde a primeira edição, o Réveillon na Paulista é muito importante, pois é a festa do povo que considera a Avenida Paulista símbolo maior da nossa cidade e que exerce fascínio sobre a população ordeira da grande São Paulo e sobre os turistas que nos visitam.

Além dos patrocínios master, o Réveillon na Paulista conta com o co-patrocínio da Brahma e da Vivo. A Brahma sempre esteve presente nos principais momentos de celebração e de diversão dos brasileiros, não poderia ser diferente no Réveillon da Paulista, uma festa que é um orgulho para os paulistanos e que se consolidou como um dos principais eventos no calendário oficial da cidade, comenta Bruno Cosentino, gerente de Marketing da Brahma, sobre a presença da marca no evento. Já Carlos Cipriano,

diretor da Vivo para a regional São Paulo, esta é mais uma oportunidade de a Vivo se aproximar aos seus clientes, mercado em que somos líderes.

O Réveillon na Paulista também terá flashes ao vivo, transmitidos pela TV Globo para todo o território nacional e para diversos países pela Globo Internacional. O evento ainda tem a promoção da Mix FM, da Globo.com e das revistas Época e Quem, que são parceiras de mídia fundamentais para divulgar e convidar toda a população para esta grande festa da cidade.

SERVIÇOS

Transporte para facilitar o acesso a melhor opção é o Metrô. O sistema operará ininterruptamente as linhas 1-Azul, 2-Verde e 3-Vermelha, durante toda a madrugada do dia 1º, com as estações abertas para embarque e desembarque até as 2 horas. Após este horário, as estações Paraíso, Brigadeiro, Consolação e Clínicas ficarão abertas para embarque, enquanto as demais continuarão funcionando para desembarque. A estação Trianon será fechada às 19h00 do dia 31 e reaberta às 4h40 do dia 1º.

No Metrô serão emitidas mensagens sonoras, além da comunicação visual informativa que será afixada. A frota de trens será reforçada e haverá aumento do contingente de empregados do tráfego e seguranças nas estações. O Metrô pede para que os usuários adquiram antecipadamente seu bilhete, para evitar filas nas bilheterias e facilitar o acesso a qualquer momento, tanto na ida quanto na volta.

A frota de trens e o intervalo entre trens na madrugada do Réveillon serão:

- Linha 1: 9 trens e intervalo de 8 minutos;
- Linha 2: 6 trens e intervalo de 6 minutos;
- Linha 3: 9 trens e intervalo de 8 minutos.

Esta quantidade de trens poderá ser ampliada, caso seja necessário, em função da demanda de usuários.

Segurança cerca de 2,5 mil pessoas, entre homens da Polícia Militar, Guarda Civil Metropolitana, CET e seguranças contratados pela Playcorp, estarão ao longo da Avenida Paulista. O número é maior do que o do ano passado e reforça a importância da segurança para tranquilidade da família paulistana e turistas para participarem desta grande festa. Eles contarão com o apoio de viaturas, motocicletas, bases comunitárias e um moderno sistema de câmeras de controle remoto, que serão instaladas em pontos estratégicos da avenida e farão o monitoramento de toda a movimentação do público, preservando assim a segurança do evento.

Um esquema especial de revista será montado com apoio da Polícia Militar e a avenida será totalmente gradeada com mais de sete quilômetros de estruturas metálicas. Materiais cortantes ou pontiagudos, garrafas e fogos de artifício estão proibidos e serão retidos nesses acessos. As crianças merecem atenção especial. Elas devem estar identificadas e sempre acompanhadas dos responsáveis. Haverá ainda reforço de policiamento nas entradas das estações Brigadeiro, Paraíso e Clínicas. Ao lado do palco será montado um Centro de Coordenação do Evento com a participação de todos os órgãos envolvidos: a Polícia Militar, a Defesa Civil, a PMSP, a SPTrans e o Metrô. O objetivo é facilitar a adoção de estratégias integradas.

Serviço médico serão instalados 10 ambulatórios com médicos e enfermeiros de plantão em pontos estratégicos da Avenida Paulista, incluindo ambulâncias e UTIs

móveis para cuidar da remoção dos pacientes que eventualmente precisarão de cuidados especiais.

Alimentação 60 pontos de venda serão instalados ao longo da Avenida Paulista para comercialização de alimentos e bebidas variadas.

Área para pessoas especiais uma área para pessoas com necessidades especiais será instalada bem em frente ao palco, na altura da Rua Ministro Rocha Azevedo, e terá acesso na barricada frontal do palco.

Ponto de encontro como o Metrô é o melhor sistema de transporte para chegar a festa, a organização recomenda que as pessoas usem os acessos externos das estações como referência para ponto de encontro, evitando permanecer dentro das estações, para não prejudicar o fluxo dos demais passageiros.

Infra-estrutura o evento tem todo suporte necessário para que a população paulistana, as famílias e os turistas se divirtam nessa virada do ano num clima de paz e confraternização.

A fiscalização, com apoio da Subprefeitura da Sé, da Guarda Civil Metropolitana e da CET, impedirá a instalação de ambulantes na região, garantindo que os mesmos não tenham acesso ao evento com estruturas que possam trazer qualquer tipo de dano à população.

Limpeza para deixar a avenida em ordem, uma equipe de 200 pessoas cuidará da limpeza. Somente no ano passado, foram recolhidos mais de cinco toneladas de lixo, como copos e papéis, após o término do espetáculo.

RÉVEILLON NA PAULISTA DEVERÁ RECEBER 100 MIL TURISTAS

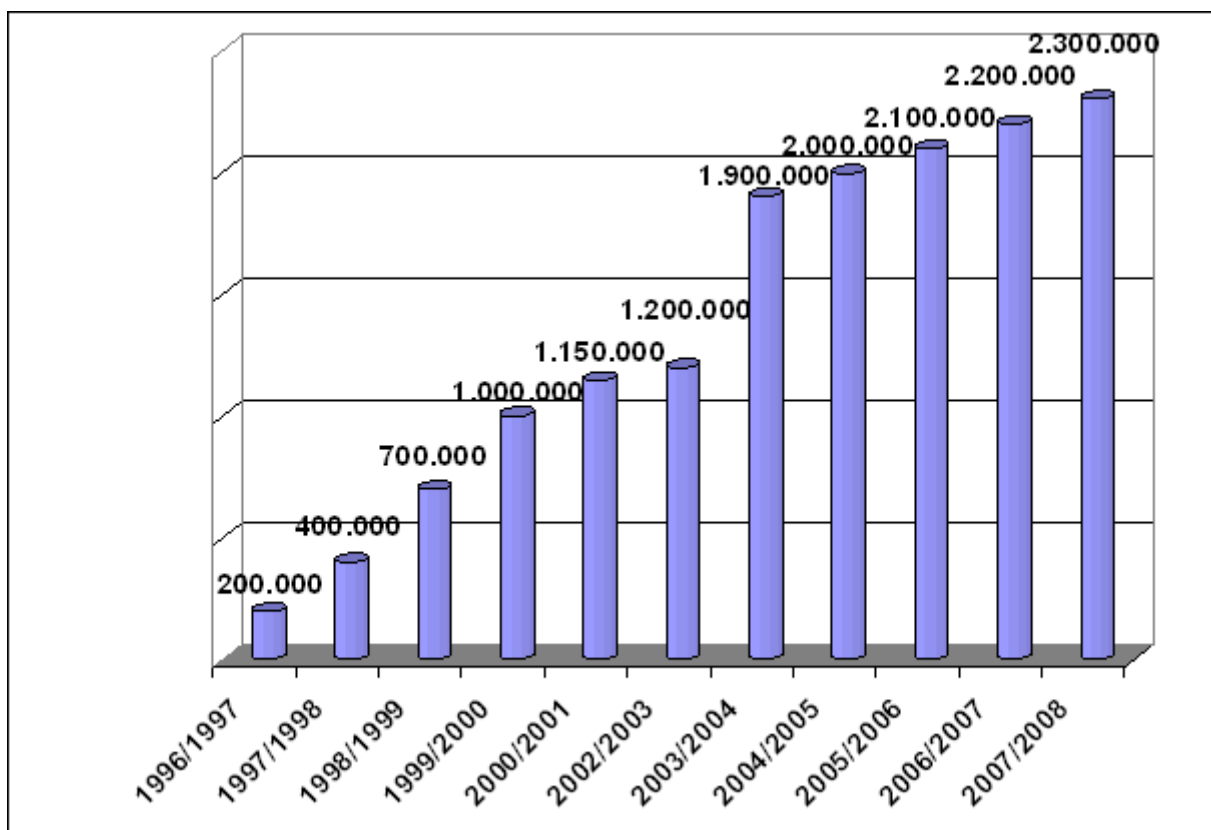
Dos mais de dois milhões de pessoas que devem comparecer ao Réveillon na Paulista durante toda a noite, aproximadamente 100 mil serão visitantes estrangeiros e brasileiros residentes fora da cidade, segundo estimativa da São Paulo Turismo. Serão turistas de negócios e lazer, que estão em São Paulo por diversos motivos, principalmente para vivenciarem uma virada de ano cosmopolita. A realização da Corrida de São Silvestre e as diversas opções de compras e passeios na época de Natal, também são outros fatores que motivam o comparecimento maciço de turistas ao evento. Além disso, muitas famílias que estão na cidade para passar as festas de final de ano com seus parentes buscam uma forma segura e animada de comemorar o réveillon e encontram na Avenida Paulista o lugar ideal. A expectativa é que apenas esses visitantes deixem na cidade algo em torno de R\$ 50 milhões, em transporte, alimentação, lazer e compras.

Muitos deles, além desses gastos, hospedam-se na capital paulista, elevando o faturamento das redes hoteleiras da cidade nesse período. A taxa de ocupação dos hotéis na região da Avenida Paulista deve ultrapassar 70%. Isso é prova de que o evento já está consolidado como produto turístico importante para a cidade.

RÉVEILLON NA PAULISTA COMPLETA 12 ANOS

Idealizado pela Playcorp, o Réveillon na Paulista foi criado em 1996 para garantir que São Paulo, como terceira metrópole mundial, passasse a fazer parte do seleto circuito dos megaeventos que são preparados para as grandes viradas de ano. Foi então que, na

passagem para 2001, a festa integrou o calendário oficial da cidade de São Paulo. A primeira edição atraiu um público de 200 mil pessoas. Desde então, esse número não pára de crescer:



Números do evento:

Público estimado	<ul style="list-style-type: none"> Mais de 2 milhões de pessoas mais de 1.000% de crescimento desde a primeira edição (virada de 96 para 97).
Alimentação	<ul style="list-style-type: none"> 60 barracas comercializarão bebidas e alimentos em embalagens descartáveis.
Banheiros químicos	<ul style="list-style-type: none"> 300 unidades em pontos estratégicos da avenida.
Duração do evento	<ul style="list-style-type: none"> Mais de sete horas de programação.
Contagem Regressiva / Efeitos Especiais	<ul style="list-style-type: none"> 15 minutos de espetáculo pirotécnico; 100 mil tiros e seis mil bombas multicoloridas; Cinco milhões de confetes metalizados que, lado a lado, somam 25 mil quilômetros; 10 mil balões coloridos ; Space Cannon ao longo da avenida; Prédios iluminados com superprojetores coloridos; Trilha sonora especialmente criada para a virada.
Empregos gerados	<ul style="list-style-type: none"> Mais de 3,5 mil diretos e indiretos (estimativa).

Estrutura metálica	<ul style="list-style-type: none"> • 250 toneladas de aço, ferro e alumínio.
Limpeza	<ul style="list-style-type: none"> • 200 pessoas, carros pipa, varredores e caminhões.
Luz	<ul style="list-style-type: none"> • Um milhão de watts produzidos por equipamentos de última geração.
Palco	<ul style="list-style-type: none"> • 800 metros quadrados de área.
Segurança	<ul style="list-style-type: none"> • Cerca de 2,5 mil policiais militares, homens da guarda civil, CET e seguranças particulares.
Serviço médico	<ul style="list-style-type: none"> • 10 ambulatórios com materiais e equipamentos de pronto atendimento; • 10 ambulâncias com médicos e enfermeiros e UTI móvel.
Som	<ul style="list-style-type: none"> • 500 mil watts alcance de mais de dois quilômetros.
Telões	<ul style="list-style-type: none"> • 8 painéis eletrônicos instalados no palco, que somados representam uma tela de 152 m² • 12 painéis eletrônicos ao longo da avenida.
Turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativa de aproximadamente 100 mil turistas presentes.

Sobre a SPTuris

A São Paulo Turismo S.A. (SP Turis) é a empresa de promoção turística e eventos da Cidade de São Paulo. Ex-Anhembí Turismo e Eventos, é presidida por Caio Luiz de Carvalho, que atua há mais de 25 anos no setor, tendo sido Ministro do Esporte e Turismo e presidente da Embratur por mais de 10 anos. A empresa, de economia mista, administra ainda o Parque Anhembí e o Autódromo de Interlagos. Veja mais no www.spturis.com e saiba mais sobre o turismo em São Paulo no www.cidadedesapaulo.com.

Sobre a Paulista Viva

A Associação Paulista Viva é uma organização da sociedade civil de interesse público que luta pela preservação da Av. Paulista, objetivando melhorar a qualidade de vida na região. Para isto a entidade mantém projetos de inclusão social através de cursos gratuitos; faz ou mantém convênio com outras entidades para projetos como o da Segurança em Supedâneos. A Organização é mantida exclusivamente pela iniciativa privada. Veja mais detalhes no site www.associacaopaulistaviva.org.br.

Sobre o Magazine Luiza

O Magazine Luiza é uma das três maiores redes de varejo de móveis e eletrônicos do Brasil. Sua origem foi em Franca (SP), há 51 anos, com o espírito empreendedor de seus fundadores Dona Luiza Trajano Donato e do Senhor Pelegrino Donato. Vem crescendo de forma arrojada e já conquistou diversas regiões brasileiras. Atualmente, seus mais de 13 mil colaboradores trabalham nas 450 lojas distribuídas pelos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Mato Grosso do Sul, Goiás, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Nas lojas e na web (www.magazineluiza.com.br) a empresa comercializa produtos de bens de consumo para casa: móveis, eletroeletrônicos, presentes, brinquedos, hobby e lazer, informática e telefonia. Além dos produtos, a empresa também oferece, em parceria com o Unibanco e com a Cardif, serviços financeiros como cartão de crédito, empréstimo, consórcio, seguro de vida, seguro prestamista, garantia estendida e pagamento de contas.

Algumas promoções da empresa são conhecidas nacionalmente, como a campanha 'Só Amanhã', na qual produtos específicos são vendidos com preços muito abaixo dos praticados no mercado, e a 'Liquidação Fantástica', que acontece sempre no início do ano, com descontos de até 70%.

O Magazine Luiza é reconhecido por sua inovação nos negócios e na gestão de pessoas. Por isso, é estudado como uma das disciplinas de Administração da Universidade de Harvard, nos EUA. Em 2006, foi escolhida pelo Capital Group, um fundo internacional de investimentos, como empresa com o melhor potencial de crescimento no Brasil. Há onze anos a Rede integra a lista das Melhores Empresas para Trabalhar, segundo pesquisa do Instituto Great Place to Work, sendo eleita em 2008 a melhor empresa do Brasil para o executivo trabalhar.

Sobre o Banco Itaú

Não é de hoje que o Itaú entende a preservação e o acesso à cultura nacional como alicerces para o desenvolvimento de uma sociedade crítica e independente.

Em linha com o histórico da sua atuação neste setor, o Itaú lançou em 2008 o ItaúBrasil, plataforma de eventos que tem como objetivo enaltecer e difundir o que o país tem de melhor. Em sua primeira edição, o projeto celebrou os 50 anos da Bossa Nova com uma série de eventos e iniciativas inéditas sobre o tema, sempre abertas ao público. Entre elas, uma mega exposição tecnológica na Oca do Ibirapuera, que recebeu milhares de visitantes, e shows concebidos especialmente para a ocasião, como o histórico encontro entre Roberto Carlos e Caetano Veloso em uma emocionante homenagem a Tom Jobim.

O banco também deu continuidade neste ano ao patrocínio a importantes eventos e festas populares em todo o Brasil, com o propósito de valorizar as iniciativas das comunidades onde atua e incentivar o desenvolvimento social e cultural dessas localidades. Tradicionais eventos contaram com o apoio do banco, como a festa de Nossa Senhora dos Navegantes, no Rio Grande do Sul, terceira maior festividade religiosa do País, e o Carnaval de Salvador, maior manifestação popular do mundo, de acordo com registro no Guinness Book. Também foi mantido o patrocínio, pelo oitavo ano consecutivo, do Festival Internacional de Teatro de Curitiba, maior evento das artes cênicas do País, que realizou em 2008 sua 17ª edição.

Sobre a Brahma

Considerada a cerveja mais famosa do Brasil, a Brahma completou em 2008 120 anos. Atualmente, é a segunda marca mais vendida no País, com mais de 18% de participação no mercado segundo dados da A/C Nielsen de novembro /08. Em São Paulo, maior mercado brasileiro, é líder com mais de 30% de participação de mercado. Primeira cerveja brasileira a ser exportada, é a oitava mais consumida no mundo.

Sobre a Vivo

A Vivo (Bovespa: VIVO3, VIVO4; NYSE: VIV), é a maior operadora de telecomunicações móveis do hemisfério sul em número de usuários e oferece a melhor qualidade de ligação, de acordo com os indicadores da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Entre os principais atributos da Vivo destacam-se: a constante busca na excelência da prestação de serviço, com foco na qualidade em todos os pontos de contato com o cliente, serviços de transmissão de dados em banda larga baseada na rede de terceira geração (3G) e o amplo portfólio de produtos e serviços.

Na área de responsabilidade socioambiental, a Vivo desenvolve projetos como o pioneiro programa de reciclagem de aparelhos celulares, baterias e acessórios, já coletou mais de um milhão de itens. Por meio do Instituto Vivo, a empresa investe em iniciativas voltadas à causa da inclusão sociocultural de pessoas com deficiência e a educação geradora de oportunidade, trabalho e renda.

Sobre a Playcorp

A Playcorp Organização de Eventos Ltda atua no mercado há 25 anos. Especialista na concepção de eventos, projetos temáticos e na realização de alianças corporativas, a empresa possui uma forte atuação na área de megaproduções, tendo em seu portfólio mais de três mil projetos executados, dentre os quais todas as edições do Réveillon Oficial de São Paulo realizado na Avenida Paulista; a tour do Holiday on Ice e a Feira do Estudante Expo CIEE, o maior evento do setor voltado ao público jovem do país. Entre os cases de destaque da Playcorp estão: o Chevrolet Mundi (test drive realizado no parque Hopi Hari), a festa dos 100 anos da

Pernambucanas, e parcerias estratégicas com a Costa do Sauípe, Rio Quente Resorts, Beach Park, Hopi Hari, entre outros.

Informações para imprensa:

CDI Agência de Comunicação

Alexandre Rigonato alexandre@cdicom.com.br 55 11 3817.7911 cel. 11 9607-8406

Grace Cunha grace@cdicom.com.br 55 11 3817.7956 cel. 11 7629-7850

Paula Teles paula.teles@cdicom.com.br 55 11 3817.7940 cel. 11 9579-6596

Thatiane Leme thatiane@cdicom.com.br 55 11 3817.7963 cel. 11 8768-9819