



## STIHL estreia no Carnaval do Rio em patrocínio à Unidos da Tijuca

*Exposição da marca nos macacões dos empurradores dos carros alegóricos, abanadores para aliviar o calor dos foliões e garrafas de água customizadas, entre outras ações na quadra de ensaio e no camarote da Unidos da Tijuca no Sambódromo, fazem parte da comemoração de 40 anos de atuação da STIHL no Brasil. Líder no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, a empresa tem matriz na cidade de Waiblingen, na Alemanha.*

**São Paulo, 7 de fevereiro de 2013** – No ano em que comemora 40 anos de atuação no Brasil, a STIHL, líder no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, estreará no Sambódromo, no Carnaval do Rio de Janeiro, em patrocínio à escola de samba Unidos da Tijuca, campeã do ano passado. Por ocasião das comemorações do ano da Alemanha no Brasil, em 2013, a agremiação escolheu o enredo “Desceu num raio, é trovoada! O deus Thor pede passagem pra mostrar nessa viagem a Alemanha encantada”. Para a STIHL, que foi fundada em 1926 em Stuttgart, na Alemanha, por Andreas Stihl, e que tem matriz na cidade de Waiblingen, o patrocínio visa aproveitar a folia da festa para ações de relacionamento com parceiros comerciais no Brasil e para reforçar a aproximação da empresa com o grande público consumidor da sua linha de produtos para jardinagem e uso doméstico, além de promover a cultura alemã.

“A STIHL celebra 40 anos no Brasil em 2013 e não poderia existir forma melhor de comemorar do que participando de uma das festas mais tradicionais do país, ainda mais tendo a oportunidade de promover a cultura alemã, que está em nossas raízes”, afirma Rafael Zaroni, gerente de Marketing da STIHL. Há muito a comemorar na trajetória da STIHL no mercado brasileiro, desde o início da produção no país, em 1973, em pequeno prédio alugado no município de São Leopoldo, no Rio Grande do Sul. Hoje a sede própria, estabelecida em 1975, conta com 270.000m<sup>2</sup>. Com uma linha de 53 ferramentas motorizadas portáteis para os mercados florestal, agropecuário, jardinagem e doméstico, a STIHL busca a evolução contínua e planeja o futuro, em todas as frentes. Os investimentos somaram R\$ 250,4 milhões em 2012, parte do total previsto de R\$ 518 milhões até 2014, com a criação de 645 novos empregos. “O bom desempenho nasce de uma cultura corporativa que valoriza o talento e o empenho dos funcionários, cultiva o bom relacionamento com a comunidade e tem o apoio de uma ampla rede de distribuição de mais de 2.300 pontos de venda no Brasil, com concessionários qualificados para atender os diferentes públicos consumidores da empresa oferecendo sempre o melhor serviço”, destaca Zaroni.

As ações começaram na quadra da Unidos da Tijuca, onde a STIHL recebeu convidados especiais para que desfrutassem da animação dos ensaios que antecederam os desfiles. Na quadra, a empresa contou com um espaço para divulgação de seus produtos. No camarote do Sambódromo, os convites serão direcionados para ações de relacionamento com as concessionárias, em reconhecimento àquelas que obtiveram melhores resultados em recente campanha desenvolvida pela empresa para os produtos da área de jardinagem, principalmente roçadeiras.

Um abanador com o samba enredo da escola no verso foi especialmente criado para auxiliar o folião a se refrescar e a acompanhar cantando com a escola no desfile. As ações em torno da folia incluem ainda a inserção do logotipo da STIHL no site da escola (Grêmio Recreativo Escola de Samba Unidos da Tijuca, <http://unidosdatijuca.com.br/pt/>), nos macacões dos empurradores dos carros alegóricos, nos camarotes da quadra de ensaios e da Sapucaí, e outras peças customizadas, como garrafas de água.

O pique e a animação da STIHL vão muito além do Carnaval do Rio. Em todas as frentes, a empresa comemora os seus 40 anos no país com um ritmo de expansão e renovação constantes. Com um amplo portfólio de 53 produtos (roçadeiras, lavadoras, podadores, pulverizadores, sopradores, perfuradores, cortadores a disco, motosserras e ferramentas



multifuncionais), a STIHL lançou em 2012 uma nova linha de produtos a bateria, que surge para facilitar ainda mais o dia a dia das pessoas em suas residências. Com os investimentos previstos até 2014, a empresa irá ampliar o quadro de funcionários; 350 novos postos de trabalho foram criados só em 2012. Com tecnologia inovadora, a meta da STIHL é ampliar cada vez mais o seu mix de produtos para facilitar a vida e o trabalho de um número cada vez maior de usuários domésticos e profissionais. Os diferenciais da tecnologia STIHL priorizam as pessoas, a sua segurança e conforto, e o meio ambiente.

### **Sobre a Unidos da Tijuca**

Campeã do Carnaval carioca em 2012, a Unidos da Tijuca é uma das escolas mais aguardadas na Sapucaí em 2013. A Tijuca será a terceira escola a desfilar no domingo de Carnaval, dia 10 de fevereiro, e buscará o quarto título no grupo especial com o tema que apresentará a Alemanha e seus encantos ao público da Marquês da Sapucaí e do mundo. Desenvolvido pelo carnavalesco Paulo Barros, o enredo abordará a riqueza cultural alemã e marcará com alegria o início das festividades do ano, cujo lema é “Quando as ideias se encontram”. A partir de maio e nos próximos doze meses, a programação do ano da Alemanha no Brasil tem o objetivo de aprofundar as relações entre os dois países. A intenção é dar maior visibilidade à cooperação e incentivar novas parcerias.

### **Sobre a STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda.**

Com produtos destinados aos mercados florestal, agropecuário, jardinagem e doméstico, a STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda. oferece ao mercado brasileiro uma ampla linha de ferramentas motorizadas portáteis, entre elas roçadeiras, lavadoras, podadores, pulverizadores, sopradores, perfuradores, cortadores a disco, motosserras e ferramentas multifuncionais, que podem ser encontradas em mais de 2.300 pontos de venda distribuídos pelo Brasil. A fábrica da STIHL fica na sede da empresa, em São Leopoldo (RS), onde trabalham cerca de 2.000 colaboradores.

A meta da STIHL é manter a liderança no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, com rentabilidade e comprometimento com a sustentabilidade. A estratégia de expansão prevê a melhoria contínua e o desenvolvimento de produtos tecnologicamente avançados, tendo como foco principal as pessoas – a sua segurança e conforto – e o meio ambiente, com equipamentos de baixo consumo, baixa emissão de gases e menor nível de ruído. As ações de marketing da companhia buscam valorizar a marca e a qualidade dos produtos, destacando o princípio de qualidade de vida na casa das pessoas, em sintonia com o meio ambiente.

A comercialização da STIHL é feita por meio de pontos de venda em todo o país, que oferecem os produtos com todas as informações sobre uso, segurança, manutenção, operação e garantia, com base no procedimento de entrega técnica. A STIHL investe na parceria com a sua rede – treinamentos regulares são realizados nos Centros de Qualificação STIHL, direcionados, entre outros profissionais, aos técnicos das concessionárias STIHL. Para acompanhar o crescimento dos pontos de venda, a STIHL dispõe de cinco Centros de Qualificação STIHL (CQS) em operação no Brasil, que atendem as cinco regiões do país: CQS Sul, em São Leopoldo (RS), na fábrica; CQS Norte, em Belém (PA); CQS Sudeste, em Lavras (MG); CQS Nordeste, em Recife (PE); e o CQS Centro-Oeste, em Goiânia (GO).

Na STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda., o empenho rumo ao estabelecimento de uma gestão responsável para a sustentabilidade é uma postura permanente e significa uma visão ampla sobre a continuidade do meio ambiente, das relações com colaboradores, fornecedores, consumidores e clientes. A fábrica da STIHL conta com a dupla certificação ISO 14001 e OHSAS 18001, além da ISO 9001.

Em 2011, a empresa anunciou investimentos da ordem de R\$ 518 milhões até 2014, o que proporcionará 645 novos postos de trabalho. O foco principal dos investimentos será a fábrica de cilindros, que tem previsão de aumento de produção de 56% até 2014. Já em 2012, foi inaugurada a nova linha III de Cromagem, com investimentos de cerca de R\$ 21 milhões. O montante de investimentos, disputado pelas empresas do grupo STIHL situadas principalmente nos Estados Unidos e na China, foi aprovado para a unidade brasileira em função do know-how já estabelecido pela empresa no país desde 1996.

A STIHL participa de projetos de entidades e instituições relacionadas à sua área de atuação. Entre eles está a parceria com o Instituto Floresta Tropical, IFT (Belém, Pará), que envolve a realização de projetos de incentivo ao manejo sustentável e a parceria com a PUC / Rio Grande do Sul para o Projeto Pró-Mata, que, entre outros trabalhos, desenvolve pesquisas de bioprospecção de espécies vegetais para a cura de doenças como a malária e a tuberculose. Além disso, auxilia em projetos ambientais, como a recuperação do Rio dos Sinos, do Projeto Martim Pescador e Projeto Guarapiranga.



[www.stihl.com.br](http://www.stihl.com.br)

**Sobre a STIHL**

A matriz da STIHL fica na cidade de Waiblingen, na Alemanha. A STIHL foi criada em 1926 em Stuttgart, por Andreas Stihl, que nasceu em Zurique, na Suíça, em 1896. A empresa conta hoje com cerca de 11 mil colaboradores em todo o mundo. No centro de desenvolvimento de produtos da empresa situado na Alemanha, mais de 500 engenheiros se dedicam à criação de novas soluções. Reconhecida pela sua inovação, a STIHL tem presença em mais de 160 países por meio de canais de distribuição formados por revendas autorizadas. Para atender ao mercado global, conta com unidades produtivas na Alemanha, Brasil, EUA, Áustria, Suíça e China.

**MAIS INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA**

Printec Comunicação [www.printeccomunicacao.com.br](http://www.printeccomunicacao.com.br)

Eleni Rocha [eleni.rocha@printeccomunicacao.com.br](mailto:eleni.rocha@printeccomunicacao.com.br)

Vanessa Giacometti de Godoy [vanessa.godoy@printeccomunicacao.com.br](mailto:vanessa.godoy@printeccomunicacao.com.br)

Tel.: +55 11 5182 1806