

Sud Licensing

Nº16 - Julio 2013. Buenos Aires, Argentina. Ejemplar de distribución gratuita.

INFORME EXCLUSIVO
TOTAL
LICENSING

**LICENCIAS
PARA CHICAS.**
**TURNO PARA
EL MUNDO
FEMENINO.**



NOVEDADES

**Princesita
Sofía**

CASOS CON HISTORIA

Rasti



LAS VEGAS 2013

LICENSING EXPO



Rasti



Una empresa para armar

¿Qué es Rasti?

Sus inicios se remontan al año 1960, cuando ingenieros alemanes lanzaron el sistema de construcción con bloques plásticos en Argentina. Rasti proviene de la palabra alemana "rasten", que significa "asentar dando solidez". Éste fue el primer juguete didáctico fabricado en Argentina que aplicó el experiential marketing en el país y, así, la marca RASTI se transformó en un genérico de la categoría "ladrillito" aún hasta el día de hoy, y adquirió la figura de ícono en la cultura argentina. El concepto de "EL" juguete nacional logra que la marca tenga un alto grado de emotividad y recordación a través de las generaciones que se sensibilizan con el poder volver a tener RASTI en sus casas. Hoy Rasti es marca de entretenimiento, no sólo de juguete.

¿A qué se dedica hoy Juguetes Rasti (Dimare S.A.)?

En el año 1965 nuestro padre, Antonio Dimare, un inmigrante italiano radicado en Argentina, fundó y montó la empresa familiar desde cero. Hoy somos una PYME que desarrolla y fabrica juguetes que estimulan a los niños no sólo en el país, sino que, a través de una alianza estratégica con Mattel, estamos en Chile, Perú, Colombia, México y, en forma directa, en Uruguay, Paraguay y Bolivia. Según la consultora internacional Euromonitor International, que monitorea los principales mercados del juguete del mundo, en Argentina y desde el 2011, somos líderes en la categoría "juguetes de construcción" superando a Lego y Mis Ladrillos.

Además de Rasti, tenemos las marcas Bimbi, Blocky, Armatron, Piago y Blocky House. Nuestra marca Bimbi es la cuarta en el ranking de juguetes para bebés (0-18 meses), sólo superada por marcas importadas de la talla de Fisher Price y Chicco.

¿Cuáles fueron las claves de su crecimiento?

Hemos exhibido un rápido crecimiento y posicionamiento con un modelo expansivo de aproximación a los clientes y consumidores, buscando adaptar y lanzar productos y servicios que respondan a sus preferencias e intereses, y aplicando un consistente sistema de gestión, certificado bajo Normas ISO 9001:2008.

Constantemente pensamos en cómo apoyar al canal juguetero (minorista y mayorista). Así surgió el primer newsletter del sector en Argentina, "Juguetes y Negocios", que creció con su portal web www.JuguetesyNegocios.com, con noticias y contenidos relacionados a la comercialización del juguete y el marketing infantil. Hoy llega a 11.500 suscriptores en Argentina, Latinoamérica y España. Desde JuguetesyNegocios.com ofrecemos el servicio de pre acreditación a las Ferias del Juguete que organiza la Cámara Argentina de la Industria del Juguete (CAIJ) y, al haber firmado un acuerdo con una cadena de hoteles, brindamos tarifas bonificadas a nuestros lectores que asistan a dicha feria.

¿Por qué la nueva generación de chicos se vuelve a entusiasmar con los juegos que usaban sus padres como Rasti?

Los chicos se entusiasman con Rasti porque vuelven a jugar y divertirse con sus padres. Ese momento de calidad que los padres dedican a sus hijos, los más chicos lo valoran muchísimo. Son varios los factores que permiten que esto suceda. Actualmente, los padres reconocen que quieren ver a los chicos de hoy como a los chicos de antes: chicos "de verdad", que juegan en serio, chicos activos, creativos que juegan sin violencia y son felices; chicos que mañana serán admirados. Creemos que hay que volver a dar "vida" al momento de juego, diversión, risas e ingenuidades. Dejar un poco de lado el ser totalmente virtuales y complementar con ratos de "juego real".



Desde un estudio de mercado surgió la triste realidad en la que los padres que querían compartir un momento de diversión con sus hijos, debían hacerlo jugando a los videojuegos. Los chicos afirmaron que, como ellos siempre ganaban, se aburrían y preferían jugar solos.

Frente a esta situación, decidimos ofrecer un juguete que conozcan y sepan jugar tanto chicos como adultos, para poder compartir y construir en equipo un proyecto en común. Esto genera un momento familiar, creativo, lúdico, de unión y donde el padre interactúa con su hijo de igual a igual.

¿Cómo entraron las licencias, alianzas y promociones?

Para acercarnos cada vez más a los chicos, hemos desarrollado modelos de Rasti con Motor, ediciones especiales con licencias como Boca Junior y Hot Wheels. Con el objetivo de democratizar y desmonetizar el juego con Rasti, hemos creado el concepto "PUNTO RASTI", juegotecas libres y gratuitas donde los chicos y grandes viven la experiencia de construir con RASTI, transformándose en una alternativa de diversión y un contenido lúdico para todas las familias que visitan los shoppings y exposiciones tales como Paseo Alcorta, DOT Baires, Unicenter, Galerías Pacífico, San Justo Shopping, La Rural y Tecnópolis.

¿Cuáles son los atributos de la marca Rasti?

Los atributos de marca de Rasti como marca de entretenimiento familiar, atrajeron la atención de grandes empresas para realizar las siguientes alianzas:

- Co-branding con la empresa de calzados Alpargatas, para desarrollar la edición especial "Rasti" de zapatillas Flecha.
 - Espacios de juego Rasti y menú de juego Rasti en las habitaciones del hotel Holiday Inn,
 - Co-desarrollo para editorial Catapulta y el humorista Nik de una línea Gaturro para armar.
 - Promociones de gran difusión e impacto a nivel nacional junto a Terrabusi (Kraft)
 - y otras alianzas con 20th Century Fox, Unicef, Aeropuertos Argentina 2000, artista plástica Nora Iniesta, entre otros.
- Además, tanto la marca como las piezas Rasti, se utilizan

para actividades de capacitación corporativa (www.CorpoRasti.com.ar) y para festejos de cumpleaños y eventos lúdicos infantiles (www.CumpleRasti.com.ar). En el ámbito digital, Rasti está presente con su site www.Rasti.com.ar, www.LaboratorioRasti.com.ar para la educación, una "Comunidad Rasti" en Facebook y un grupo de fanáticos bajo el nombre "República Rasti" quienes producen y emiten un programa de TV en internet llamado "Rasti TV".

¿Tienen nuevos proyectos en licencias Rasti?

Parte de nuestro objetivo es seguir potenciando la marca Rasti con acciones de marketing y publicidad que la posicionen aún más en el mercado y ampliarla a otros

rubros, a través del licenciamiento de la marca Rasti junto al agente licenciador IMC Licensing. En los últimos tres años hemos invertido más de \$ 3.500.000 en marketing y publicidad solo para esta marca. Por la experiencia de las alianzas realizadas, muchas empresas que buscan asociación de marca están buscando algo atrayente para su público y la marca de juguetes Rasti es un ícono argentino que es inmediatamente reconocido en toda la Argentina y representa a la infancia tradicional y a una forma de jugar activa, creativa y en familia. Nuestra experiencia y know how para lanzar en forma continua nuevos modelos y temáticas de productos Rasti, sumados a la generación de experiencias vivenciales lúdicas infantiles en shoppings y eventos públicos contribuyen a difundir los mensajes claves de la marca.



Rasti, la marca de juguetes mejor posicionada de la Argentina, se transforma así en una marca dirigida al entretenimiento.

Sus atributos de marca están relacionados con:

- **Un estilo de vida balanceado entre lo virtual y lo real**
- **Bienestar infantil con gran actividad creativa, constructiva y social**
- **Desarrollo sustentable de la inteligencia, la imaginación y la creatividad de los chicos**

Ya tenemos planificados los lanzamientos hasta el 2016 que se ajustan a nuestra visión corporativa que reza: "Ser el fabricante de juguetes didácticos líder de Argentina con presencia en Latinoamérica". Y para eso estamos decididos a "jugar en serio". ★



Superando los 30 años



Con la "Operación Rescate" y el relanzamiento de RASTI, luego de 30 años de ausencia en el mercado, se obtuvieron exitosos resultados comerciales y de repercusión en la prensa local e internacional: CNN en español, Telesur de Venezuela, entre otros. En solo 55 días se lograron: 31 minutos en noticieros y menciones de TV abierta, además de 66.655 cm2 en diarios y revistas, equivalentes a 64 páginas del diario Clarín.

OTROS LOGROS:

- Premio Mercurio 2007 a la excelencia en Marketing, en la categoría productos masivos no comestibles, entregado por la Asociación Argentina de Marketing.
- Reconocimiento de la revista MERCADO por el trabajo realizado con el lanzamiento de RASTI, como uno de los 100 protagonistas destacados del Marketing del 2007.
- Caso de estudio: Caso Rasti: "La importancia de las decisiones comerciales relacionadas con la marca en el proceso de desarrollo del potencial de una empresa Pyme", caso editado por la "Fundación de Empresas Globales" y que fue elevado al BID (Banco Interamericano de Desarrollo), en el marco de un acuerdo para difundir casos exitoso en toda América.
- El canal de televisión WOBI (ex ManagementTV) realizó el documental "Caso RASTI" para su programa "El Emprendedor", emitido en toda Sudamérica con el propósito de inspirar y motivar a todo aquel que tenga el sueño de construir su propio proyecto.



| Al frente: Antonio Dimare. Detrás, de izquierda a derecha: Sergio, Gabriel, Sabrina, Daniel y Fabián