

Carrefour escolhe Publicis



A conta global de publicidade do Carrefour, avaliada em US\$ 1 bilhão, passou para as mãos do Grupo Publicis desde a última semana, quando a rede varejista francesa comunicou o alinhamento mundial. No Brasil, até o fechamento desta edição na última sexta-feira (30), não havia definição sobre qual entre as agências da holding francesa – Publicis, Leo Burnett e F/Nazca S&S – ficará com a conta da rede de varejo, que seria de 1% do faturamento do Carrefour no País, que em 2007 foi de R\$ 19,25 bilhões.

Fontes do mercado afirmam que o Grupo Publicis teria aberto uma espécie de concorrência interna entre as agências, mas a Publicis não se manifestou sobre o assunto. Procurado, o Carrefour também não quis se pronunciar sobre o destino da conta nem a respeito de novas estratégias de comunicação. A informação que circula no mercado é de que a decisão sai nesta semana.

Parte da conta global do Carrefour estava nas mãos da EuroRSCG, do grupo francês Havas. No Brasil, a conta era da AlmapBBDO, que mantinha só para o atendimento do anunciante um núcleo de aproximadamente 50 pessoas, liderado por José Eduardo Schwartzman. A parceria entre a Almap e Carrefour começou em julho de 2004. Vale lembrar que a Publicis já atendeu o anunciante em meados da década de 90 no Brasil, pela agência Salles. Internacionalmente, o grupo prepara núcleo específico para o atendimento da marca.

Líder

O Carrefour tem 33 anos de Brasil e mantém a liderança há anos entre os supermercados, à frente do Pão de Açúcar e Wal-Mart, empregando 62 mil pessoas. Hoje, a rede conta com 770 unidades em 17 Estados, oferecendo ampla gama de serviços, que funciona como uma extensão da marca no País, desde postos de combustíveis, drogarias e serviços financeiros a agências de viagens. O faturamento bruto anual do grupo em 2007 foi de R\$ 19,25 bilhões. O Carrefour também é dono do supermercado Dia%, sua bandeira popular no Brasil. A marca é

atendida pela agência Avenida Paulista. Há informação de que a rede também analisa possível concentração do atendimento da bandeira com o Grupo Publicis.

Fonte: Propmark, São Paulo, 2 fev. 2009, p. 10.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais