

Agências Fischer e Fala! se unem

Marili Ribeiro

Fusão faz parte da reestruturação do grupo Totalcom

As agências de propaganda Fischer América e Fala!, ambas do grupo Totalcom, comandado por Eduardo Fischer, vão unir suas operações. A fusão faz parte de um processo de reestruturação da Totalcom, que busca integrar cada vez mais suas atividades. "O mercado publicitário global está buscando modelos de integração há tempos", diz Fischer. "A atual crise mundial só agravou a necessidade de se encontrar um novo modelo de negócios para o segmento."

Segundo Fischer, três fatores impulsionaram sua empresa a romper com o modelo vigente de holding de comunicação que abriga várias agências prestadoras de serviço: a queda da rentabilidade das agências nos últimos tempos; o crescimento da mídia online, que revolucionou a forma de as empresas enviarem mensagens publicitárias; e a crise econômica, que reduz verbas e obriga os profissionais do meio a se posicionarem como consultores estratégicos, capazes de oferecer mais do que uma boa ideia para uma campanha.

Com a fusão, a nova agência FischerAmérica + Fala! já se posiciona, pela soma de seus faturamentos brutos em 2008, entre as dez maiores agências do País. Assume a 8ª posição, com faturamento anual de R\$ 1, 138 bilhão, segundo dados do Ibope Monitor. Ao se tornarem uma única agência, porém, Fischer e Fala! deixam de competir por verbas conflitantes de anunciantes concorrentes. Não poderá atender, por exemplo, dois fabricantes de automóveis ao mesmo tempo. Para não perder receita, o grupo pretende ampliar e aprofundar os serviços oferecidos a cada um dos clientes.

A Fala!, dedicada principalmente ao varejo, por conta da experiência de seu fundador, Allan Barros - que trabalhou vários anos nas Casas Bahia -, vem mantendo crescimento constante desde sua criação, há três anos. Seu sucesso tornou-a cobiçada no mercado e, há pouco mais de um ano, a Totalcom comprou 60% das ações. Agora, Barros assume a posição de copresidente comercial da nova agência e segue na condição de sócio. A presidência da nova agência fica com Antônio Fadiga, que já comandava a Fischer e é também sócio da Totalcom.

O varejo, aliás, é a saída para o atual cenário de crise, acredita Fischer. Os anúncios institucionais vão ceder espaço para as ações. "Na hora da crise, todo mundo quer essa inteligência comercial capaz de ativar vendas, e estamos nos preparando para oferecer isso com um diferencial que o mercado não tem."

MUDANÇA

A reestruturação da Totalcom dividiu a empresa em quatro plataformas de atuação, com, por exemplo, uma área voltada para prestação de serviços de marketing promocional, incentivo e eventos, entre outros, assim como também prevê a criação de uma área voltada para o desenvolvimento de projetos de conteúdo.

Para Fischer, no entanto, essas plataformas de atuação devem se transformar, com o tempo, em uma só, com a total integração das atividades.

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 25 mar. 2009, Economia & Negócios, p. B14.