

## **W/McCann inicia operação na 2ª-feira**

*Rita Gallo*

Em sua primeira entrevista depois do anúncio da união entre W/Brasil e McCann Erickson, em 21 de abril, Washington Olivetto afirma, em meio à preparação para o início oficial do trabalho conjunto, na próxima segunda-feira, que já existe uma certeza: a sua chegada à gigante americana "abrasileirou" os negócios da agência no País. "Em contrapartida, internacionalizou a marca W/Brasil", afirma.

Ainda arrumando sua sala na sede da antiga McCann, Olivetto conta detalhes da união entre as duas agências, que para ele "vai tornar possível perpetuar a marca `W' no mercado".

"Foram nove meses de encontros com Luca Lindner, da McCann, o que acabaram resultando em uma parceria sólida, quase em uma amizade de infância", diz Olivetto.

Depois do período de "gestação", durante o qual o sigilo foi cuidadosamente preservado, em 21 de abril a união foi comunicada oficialmente ao mercado. "No entanto, três dias antes, comunicamos pessoalmente a todos os presidentes das empresas clientes a mudança da operação no País", afirma o publicitário. Olivetto explica que o rito da passagem de duas grandes agências para uma outra maior ainda tem sido tranquilo. "Para integrar as equipes de criação das duas agências, levei todo mundo para a minha casa e conversei com cada um sobre a união", diz ele.

Na próxima segunda-feira, a W/McCann vai realizar uma festa para formalizar e comemorar a união. O evento, em São Paulo, terá o presidente da Nestlé, Ivan Zurita, como um dos oradores. A escolha não foi aleatória. "A Nestlé é a única conta que a McCann e a W/Brasil tinham em comum antes da união", conta Olivetto.

### **Chiclete com banana**

Para animar a festa, Olivetto escolheu como música ambiente "Chiclete com Banana", na interpretação de Gilberto Gil. "Nada é mais simbólico da união entre a McCann e a WBrasil do que esta música [união entre brasileiros e americanos]", diz.

O início do "chiclete com banana" aconteceu em Nova York, em um encontro de Olivetto com a alta cúpula da McCann, que estava interessada na visão do publicitário sobre o mercado brasileiro. "Falei com entusiasmo do brasileiro, um povo apaixonado, romântico, musical, sensual, receptivo à boa publicidade", diz Olivetto. Segundo ele, as negociações começaram a partir dessas conversas.

Com a união, a W/McCann deve fechar 2010 entre as cinco maiores agências do Brasil, em receita. "Somos a maior empresa do Rio de Janeiro, que é um alto-falante do Brasil", explica o Olivetto, que além de presidente da operação no Brasil acumula o cargo para América Latina e Caribe da McCann Erickson.

Os planos para o futuro incluem a busca de clientes que ainda não estão na carteira unificada recentemente. "Não temos, por exemplo, como clientes uma grande rede de varejo, nem uma instituição financeira", diz Olivetto.

A energia gasta em mais uma união?"ou casamento", como diz Olivetto? vem de planos para o futuro. "Pretendo me aposentar daqui a sete anos [aos 65], mas não vou sair integralmente do negócio", frisa Olivetto. Para ele, o trabalho é contínuo.

"Vivo literalmente um lema que li certa vez, que dizia que a aventura pode ser louca se o aventureiro for lúcido", diz Washington Olivetto.

Para ele, é prioritário que os 400 novos funcionários mantenham "alto índice de felicidade" ao trabalhar na nova agência: "Essa felicidade é facilmente perceptível e importante no nosso trabalho".

Fonte: DCI, São Paulo, 26 maio 2010, Primeiro Caderno, p. A9.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais