

Publicis adquire brasileira AG2 para competir na área digital

Depois de apresentar o melhor crescimento do grupo em 2009, América Latina é o foco da companhia



Rafael Neddermeyer

César Paz (à esquerda), Jean-Philippe Maheu, Alejandro Cardoso e Orlando Marques na comemoração da nova agência, a AG2 Publicis Modem

Amanda Vidigal Amorim
avidigal@brasileconomico.com.br

A aquisição de 62% da agência de publicidade digital brasileira AG2 pela francesa Publicis reforça a intenção do terceiro maior grupo de comunicação do mundo, de acordo com o ranking anual do Research Company Evaluating the Media Agency Industry (RECMA), em investir na América Latina, e principalmente no Brasil. Com € 4,5 bilhões de faturamento em 2009, a Publicis quer ganhar um mercado ainda inédito na América Latina, o de mídia digital. Orlando Marques, presidente da Publicis Brasil, afirma que o país atualmente é o que mais cresce para a empresa. “Em 2009 a América Latina foi a região que mais expandiu dentro das operações do grupo, e nela o Brasil, que além de ser o maior é o que cresceu mais”.

O investimento do grupo na aquisição da AG2 não foi revelado, mas Marques afirma que

para 2011 o grande investimento será na agência de mídia digital. “Ainda não temos o valor que será investido no Brasil, mas posso afirmar que destinaremos a maior parte dele para a AG2Publicis Modem, nossa mais nova empresa”.

O motivo de tantos esforços em recursos digitais tem uma explicação. Segundo Jean-Philippe Maheu, presidente global da Publicis Modem, braço do grupo de mídia digital, até 2013 o número de pessoas que acessam a internet via telefone celular será maior do que as que acessam por computadores. “A nossa preocupação com a mídia digital é baseada em pesquisas que mostram como esse mercado cresce constantemente no mundo e o Brasil é hoje o país que mais acessa, por exemplo, as redes sociais”, afirma Maheu. Além disso, ele afirma que 25% da população mundial está conectada na internet, o que mostra o potencial da rede para atender e divulgar grandes marcas mundiais.

“
A nossa preocupação com a mídia digital está baseada em pesquisas que mostram como esse mercado cresce constantemente no mundo

Jean-Philippe Maheu,
presidente global
da Publicis Modem

Para abocanhar uma fatia maior desse mercado, Marques afirma que já existe uma expansão planejada para a AG2 Publicis Modem. “Estamos com um novo escritório em São Paulo, além do escritório de Porto Alegre, cidade onde foi criada a AG2. Como a Publicis Brasil dispõe de um escritório no Rio de Janeiro, vamos atender por lá os clientes da AG2 Publicis Modem”. César Paz, fundador da AG2 e atual presidente da nova agência, afirma que a aquisição pelo grupo francês vai facilitar a expansão da companhia, que segundo ele, cresceu cerca de 40% nos últimos cinco anos.

Os negócios devem chegar também em Brasília. Segundo Marques, a empresa ainda não atende o governo, mas tem interesse em adquirir algumas contas públicas e não descarta a possibilidade de abrir um novo escritório na capital federal. Com apenas cinco anos de atuação na América Latina, o grupo Publicis prevê novas aquisições. Alejandro Cardoso, presidente da Publicis América Latina, afirma que após a aquisição no Brasil, vai voltar as atenções para o México, mercado que, segundo ele, é o mais importante da região depois do Brasil. “Em breve vamos anunciar mais uma aquisição”, afirma Cardoso. ■

RECEITA

€ 4,5 bilhões

foi quanto o grupo Publicis faturou em 2009. O grupo diz que o melhor desempenho foi a região latino-americana.

AQUISIÇÃO

62%

foi a parte que a Publicis Modem comprou da AG2 e o primeiro investimento em mídia digital da empresa na América Latina.

EVOLUÇÃO

2013

será o ano, segundo o CEO da Publicis Modem, em que a maioria dos usuários acessarão a internet pelo celular.