

Publicis negocia compra de parte da Talent

Grupo francês, terceiro maior do mundo, deve ficar como menos da metade das ações e manter a atual gestão

Andrei Netto
CORRESPONDENTE
PARIS

O grupo francês de comunicação Publicis parece disposto a invadir o mercado brasileiro. Três semanas depois de anunciar a compra da agência gaúcha A2G, a gigante da publicidade está negociando a compra de um pedaço da agência Talent. O valor total da empresa foi avaliado em cerca de US\$ 200 milhões.

Segundo fontes ligadas às agências, a Publicis compraria menos da metade do capital da Talent. A maioria das ações e o comando da agência continuariam nas mãos dos atuais controladores, que também se manteriam à frente da gestão. Além disso, a avaliação de US\$ 200 milhões pode subir nos próximos anos, dependendo do desempe-

nho da agência. O negócio está perto de ser concluído e pode ser anunciado nas duas próximas semanas.

Se for confirmado, a companhia francesa, número 3 do setor no mundo, superará a concorrência da WPP, número 1, que também manifestava interesse pela Talent. WPP e Talent haviam aberto negociações havia cerca de um mês.

A WPP e a Publicis enviaram suas ofertas para a Talent, mas a proposta da WPP foi superior à da concorrente.

Parceria. Juntas, Publicis e Talent anunciariam no início de setembro a criação de uma joint venture, que exploraria o mercado publicitário brasileiro, de olho na Copa do Mundo de 2014 e nos Jogos Olímpicos de 2016.

O **Estado** tentou obter ontem uma posição da direção da agência em Paris. Segundo a diretora de Comunicação Externa, Peggy Nahmany, o grupo não comentará as especulações “para não estimular os comentários no mercado e na imprensa”. “Não confirmamos, nem negamos.”

● Omissão

PEGGY NAHAMANY

DIRETORA DE COMUNICAÇÃO
EXTERNA DA PUBLICIS

“Para não estimular os comentários no mercado e na imprensa, não confirmamos nem negamos”.

PUBLICIS

EM NOTA DIVULGADA EM AGOSTO,
AO ADQUIRIR A AGÊNCIA A2G
“Ainda que a taxa global de investimentos publicitários tenha caído fortemente em 2009, o Brasil segue considerado como um dos mercados publicitários mais promissores do mundo”.

A disposição de Júlio Ribeiro, maior acionista da Talent, em ouvir propostas de grupos multinacionais por sua empresa tem duas motivações principais, segundo fontes ligadas à empresa.

Para a Talent, além da injeção de recursos, o negócio seria a oportunidade de aliar-se a uma companhia de 45 mil funcionários e com presença mundial,

uma tendência do setor.

Emergente. Para a Publicis, seria a chance de competir em um mercado emergente em pé de igualdade com a WPP, número 1 da publicidade no Brasil, por meio de marcas como Ogilvy, Y & R e JWT. Além disso, os franceses pisariam no País incorporando contas como Embratel, Timberland, Sony e Santander.

As negociações estão sendo conduzidas pelos departamentos de fusões e aquisições da Publicis e da WPP e, no caso da Talent, pela consultoria Estáter.

A eventual conclusão do negócio confirmará a determinação da Publicis em aumentar sua presença no mercado brasileiro, onde já mantém uma rede de 750 profissionais.

No início de agosto, a Publicis já havia adquirido a agência A2G, em Porto Alegre. “Ainda que a taxa global de investimentos publicitários tenha caído fortemente em 2009, o Brasil segue considerado como um dos mercados publicitários mais promissores do mundo”, informou a Publicis, em nota, na época do anúncio.