

Investimento. Chegada de sócio estrangeiro foi anunciada ontem pela manhã em Paris, sem que fosse informado o valor, que, segundo fontes de mercado, ficou em US\$ 110 milhões; fundador da Talent garante que empresa continua independente

Grupo francês Publicis compra 49% da agência brasileira Talent

Andrei Netto

CORRESPONDENTE / PARIS

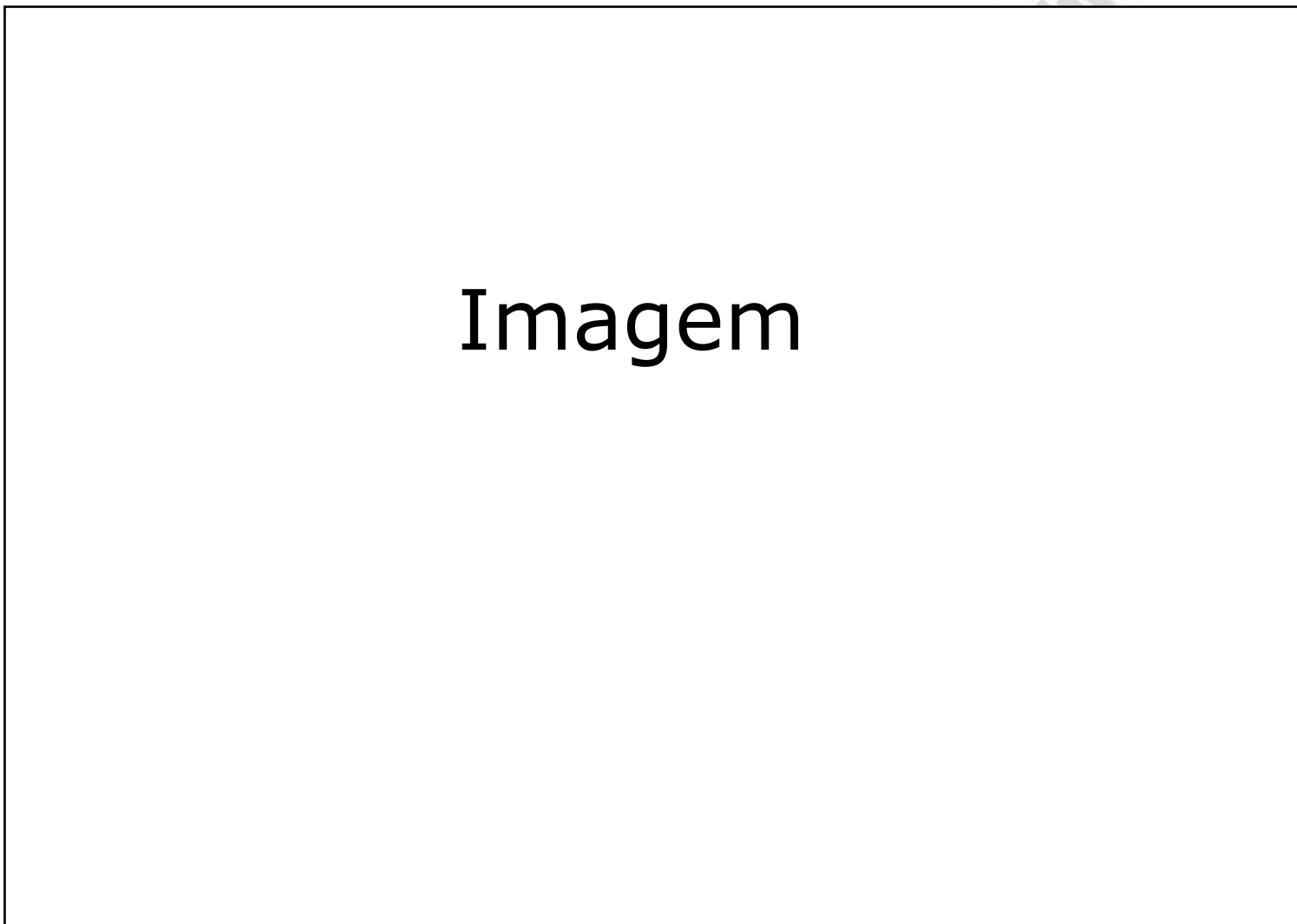
O grupo Publicis, terceiro maior do mercado publicitário mundial, anunciou ontem a compra de 49% das ações da agência Talent, com sede em São Paulo. O anúncio foi feito em um comunicado oficial, sem detalhes sobre o negócio, no qual não consta o valor da transação.

De acordo com informações obtidas pelo **Estado** em Paris, a transferência custará à empresa francesa US\$ 110 milhões – valor bem abaixo dos US\$ 200 milhões cogitados em agosto pelo jornal *Financial Times*.

O negócio foi informado por meio de uma nota oficial lacônica, na qual 60% das informações são dedicadas a descrever o grupo Talent. O único dado relativo à transação é o percentual de 49%. Fontes do mercado publicitário da França garantem que a participação pode ser aumentada, sem, no entanto, que haja um prazo tal. Diretora de Comunicação Externa, Peggy Nahmany, não se manifestou sobre o tema, ontem, quando consultada pela reportagem.

Ainda no comunicado, a companhia francesa afirma: “A transação está em linha com a estratégia do Grupo Publicis de realizar aquisições pontuais visando expandir a liderança em mercados de alto crescimento, como o Brasil.”

A empresa ainda lembra que, em agosto, já oficializara a aquisição da agência A2G, em Porto Alegre, escritório se uniu à subsidiária Publicis Modem, braço digital da Publicis Worldwide. “O movimento segue a aquisição pelo Grupo Publicis da



Imagem

agência digital AG2 e sua fatia minoritária na agência Taterka, também neste ano.”

Segundo a Publicis, os negócios se justificam porque “o Brasil é um dos mais promissores mercados de publicidade do mundo”. Com a aquisição da Talent, a Publicis chega a mil funcionários no País, onde reúne cinco marcas: Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, Leo

Burnett, VivaKi e MS&LGroup.

Além de ampliar sua estrutura física no Brasil ao adquirir a agência fundada por Julio Ribeiro, o grupo francês se consolida como a grande oponente da WPP, a número 1 da publicidade. Para tanto, a Publicis contará agora com clientes da Talent do peso de Sony, Santander, Timberland e Embratel.

A companhia já fatura a metade de sua renda em países emergentes e no ambiente digital, e sua projeção é chegar a 60% em

tre 2013 e 2014. Em julho, segundo a agência *Reuters*, o presidente do diretório da Publicis, Maurice Lévy, afirmou que o grupo pretende seguir uma política de aquisições, de forma a ampliar seu mercado na China.

Planos. “Assinamos ontem (terça-feira), depois de um ano de conversas”, afirmou Ribeiro, em São Paulo. “O acordo aumenta minha ambição.”

O publicitário explicou que seus clientes brasileiros – co-

mo Semp Toshiba, Tigre, Alpargatas e Votorantim Cimentos – estão se tornando multinacionais, e que ele precisava de um sócio internacional para atender a essas empresas fora do País. “Achamos que o modelo anterior era muito restritivo”, explicou. “Era difícil crescer só no Brasil.”

Ribeiro não confirmou o valor do negócio, dizendo que “existem muitos boatos no mercado”. Ele garantiu que a Talent continuará atuando como

PARA LEMBRAR

Mercado atrai agências estrangeiras

A compra da Talent pela Publicis reflete uma tendência de as grandes agências brasileiras se associarem a grupos internacionais. Em abril, o publicitário Washington Olivetto uniu-se à rede americana de agências McCann-Erickson, formando a WMcCann.

Criada em 1980 por Julio Ribeiro, a Talent prevê crescer 25% este ano, chegando a um faturamento de R\$ 1 bilhão. A compra da Talent incluiu a QG Propaganda, criada há 18 anos.

A Talent continuará sob o comando de Ribeiro e dos sócios José Eustachio, vice-presidente de Operações, e Antonio Lino, vice-presidente de Administração. A QG continuará sob a presidência de Paulo Zoega Neto.

uma agência independente, tanto do ponto de vista da criação quanto administrativo.

A Publicis tem uma operação brasileira, que continuará separada da Talent.

O fundador da Talent comunicou ontem à equipe a chegada do novo sócio. “O pessoal recebeu bem”, disse Ribeiro. “Com o acordo assinado, minha sensação é de alívio, depois de um ano de negociações. Agora vou tirar uma semana de férias.” / COLABOROU RENATO CRUZ