

Publicis busca fortalecer marca global

Keila Guimarães

A Publicis Worldwide quer fortalecer sua rede de agências ao redor do mundo. Para isso, contratou o premiado criativo Erik Vervroegen, que assumiu, no último dia 1º, o posto de diretor internacional de criação. A tarefa de Vervroegen é fazer com que os profissionais de cada unidade entendam que “a rede Publicis é algo real”.

“Meu trabalho é muito claro: ajudar as agências a fazer um trabalho melhor. E isso é mais complicado hoje. A Publicis entende que uma rede precisa ser desejada, atrativa. Se você não for desejado, sexy ou não for a agência da qual as pessoas falam será complicado manter os negócios e contratar os melhores talentos”, afirmou.

Vervroegen esteve em São Paulo na última semana para uma visita à Publicis Brasil. Desde o dia 1º de outubro, quando assumiu o cargo, já visitou unidades em São Francisco (EUA), Bruxelas (Bélgica) e Buenos Aires (Argentina). Depois da capital paulista, o criativo viaja para Toronto (EUA) e Montreal (Canadá). Segundo ele, não há “espécie de agenda” e, nesse primeiro momento, viajará por um ano para conhecer todas as unidades da agência.

“Quero entender a cultura de cada mercado. O que acontece no Brasil é diferente do que ocorre na Argentina, no México, em Praga. Quero ver o que posso fazer para ajudar as pessoas em seus problemas. Quero estar perto dessas pessoas, não quero ser o cara que chega dizendo o que é certo fazer. Vou viajar por um ano para fazer isso. É meu primeiro contato”, ressaltou.

O trabalho de Vervroegen também inclui levar a Publicis ao topo das agências mais premiadas. Hoje ela é a 12ª no Gunn Report, ranking que soma os prêmios dos principais festivais de todo o mundo e posiciona as de maior destaque. “O Maurice Levy (presidente do grupo) quer a agência no topo, na primeira posição. Vamos fazer nosso melhor”, disse.

A tarefa não parece que será tão dura para o criativo. Vervroegen é um dos publicitários mais premiados do mundo. Antes de assumir como diretor internacional de criação, o criativo passou pela TBWA/Paris e Goodby, Silverstein & Partners. Na primeira, conseguiu um feito inédito: levou o título de Agência do Ano em Cannes, por quatro anos consecutivos, de 2003 a 2006. Tem mais de 70 Leões no currículo. Já trabalhou para marcas como Nissan, Playstation 2, McDonald's, The New York Times, BMW, Wonderbra e Land Rover.

Para ele, ganhar tantos Leões “é uma mistura de sorte e bons parceiros”. E ser Agência do Ano em Cannes “não é assim tão complicado”. “Algumas agências não têm o apoio necessário, bons clientes e métodos ou processos bem definidos, e eu tinha o tripé necessário. Foi uma combinação de todos esses elementos colocados juntos e misturados com sorte. Era o cara certo, no lugar certo. Não chamaria de acidente, porque todos os elementos necessários estavam lá”, afirmou.

Mesmo com a meta global da companhia de “fortalecer as ambições criativas”, ele acredita que premiação faz parte de um processo de trabalho coerente e não deve ser o foco principal. “Não é apenas ganhar prêmios, é ser respeitado, é as pessoas falarem sobre a sua agência. Isso pode acontecer porque você ganhou prêmios ou conquistou um mercado especial. Provar nossa capacidade em novas mídias, sermos modernos, atraentes, sexy combina com grandes marcas e negócios. E ganhar prêmios faz parte disso”, reiterou.

Além do trabalho com as agências, o criativo ficará também com a conta global da Ray-Ban, uma “grande oportunidade”, segundo ele. “Gosto de fazer publicidade. É maravilhoso ter esse desafio.”

Vervroegen ficará sediado em Paris, sede do quartel-general da Publicis. Ele atuará ao lado de Arthur Sadoun, managing director da rede e seu antigo braço direito na TBWA francesa.

A Publicis Worldwide é uma das três agências globais do grupo Publicis, terceiro maior conglomerado de comunicação, atrás de WPP e Omnicom. Além dela, estão na carteira da holding as gigantes Leo Burnett e Saatchi&Saatchi.

Fonte: Propmark, São Paulo, 17 out. 2011, p. 15.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.