

Vale entra em nova fase para definir agência

Vera Saavedra Durão e Adriana Mattos

Mídia Mineradora e empresas de propaganda se encontram para tratar da conta de publicidade da companhia.

As oito agências de publicidade que estão na disputa pela conta de mídia da mineradora Vale devem participar de uma reunião com a empresa na terça-feira, na sede do grupo, no Rio de Janeiro. O Valor apurou que o investimento publicitário da companhia deve ficar entre R\$ 50 milhões a R\$ 70 milhões em 2012 (sem incluir eventuais descontos aplicados pelo mercado). Foram cerca de R\$ 40 milhões em 2010.

É possível que a mineradora seja atendida por mais de uma agência no Brasil e fora do país, apurou o Valor. O contrato com a Vale é considerado interessante pelo mercado, mas a soma investida não está entre as principais do setor. Em 2010, a Vale ocupava a 49ª posição entre as maiores contas do mercado publicitário no país, segundo levantamento do Projeto Inter-Meios.

A Vale não confirma essas informações e tem tratado a questão com muita discrição. Nem mesmo as agências sabem o grupo de companhias que continua na disputa. A mineradora tem feito, basicamente, investimentos em sua imagem corporativa nos últimos anos.

Valor da conta de publicidade da empresa privada deve girar entre R\$ 50 milhões e R\$ 70 milhões em 2012

Com a reunião na próxima semana, as empresas passam para uma segunda fase do processo de concorrência, que envolverá o recebimento do "briefing" da empresa, com informações preliminares que o cliente fornece à agência para orientar os trabalhos da empresa. As oito companhias que estão nesse processo são: Africa, DPZ, Euro RSCG, Giovanni +Draftfcb, JWT, Leo Burnett, LewLara /TBWA e Publicis, conforme informações colhidas no mercado. A atual agência é a Africa, do grupo ABC, de Nizan Guanaes.

Num primeiro momento, o comando de 16 agências se apresentaram para participar do processo de seleção, na chamada "apresentação de credenciais". Foram selecionadas então oito companhias no fim do mês passado, todas com operações ou escritórios fora do país. Isso porque a agência que ficar com conta da Vale vai trabalhar com a empresa em outros mercados no mundo.

Há seis anos a Vale não abria licitação para renovar esse contrato, pois o acordo com a África tinha renovação automática. A agência do grupo ABC trabalhou um primeiro período por três anos e após mais três anos teve a conta renovada. O acordo entre as partes termina no próximo mês.

Procurada, a Vale informa, por meio de nota oficial, que a mudança no comando de sua conta publicitária é uma movimentação de "praxe" da empresa.

"É praxe da Vale e prática saudável em toda grande empresa internacional realizar concorrência periódica para seus contratos com fornecedores", informa em comunicado. Segundo a mineradora, não serão informados os nomes das agências que participarão desse processo de concorrência.

Gastos do grupo em ações institucionais no exterior são tímidos e devem aumentar nos próximos anos

"É de bom tom manter um giro na conta. Para ganhar, a agência tem de provar que é melhor, e trabalhar privilegiando isso é interessante para a companhia", conta um publicitário.

Não há grandes expectativas no mercado de que a mineradora vá desembolsar somas altas em seus investimentos em mídia nos próximos anos no país. A empresa fez uma mudança em seu

alto comando e, na análise de pessoas próximas a Vale, a linha de frente da companhia não tem planos de engordar de forma considerável a soma aplicada em comunicação no Brasil. Mas a nova gestão deve ampliar os investimentos da marca no exterior, até porque a soma aplicada lá fora era considerada tímida pelo mercado, apurou o Valor. A Vale controla uma empresa de níquel no Canadá e tem projetos de mineração na África, na China, na Austrália e na América do Sul.

Em maio, a empresa informou que reduziria o valor de seus investimentos gerais em 2011. A companhia deveria investir US\$ 20 bilhões neste ano, 16,7% abaixo do valor anunciado inicialmente.

O executivo Murilo Pinto de Oliveira Ferreira foi escolhido para suceder Roger Agnelli como diretor-presidente da Vale em maio. "O Agnelli gostava dessa coisa de campanha, de agência. Não sabemos direito como o novo presidente pensa", afirma um diretor de agência.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 3 nov. 2011, Empresas, p. B(.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins econômicos.