

Ogilvy & Mather lança agência David de olho na América Latina

Nova empresa nasce com escritórios em São Paulo, Buenos Aires e Nova York e começa a atuar em janeiro

Fábio Suzuki

fsuzuki@brasileconomico.com.br

O grupo de comunicação Ogilvy & Mather aproveita o bom momento do mercado latino-americano e, principalmente, brasileiro para lançar sua segunda empresa apenas neste ano no país. Após a chegada da agência de marketing esportivo 9ine, em parceria com o ex-jogador Ronaldo, o conglomerado de origem americana reforça sua atuação na América Latina com o lançamento da David, que terá escritórios em São Paulo, Buenos Aires e, provavelmente, em Nova York, local onde fica a sede do grupo. Os investimentos na nova agência não foram revelados, mas a expectativa é que a companhia já tenha lucro logo no primeiro ano de atuação.

A nova empresa nasce como uma agência de publicidade tradicional e iniciará sua atuação no primeiro mês de 2012 nos escritórios brasileiro e argentino. Já o espaço nos Estados Unidos ainda não tem data para ser inaugurado nem local definido, mas a prioridade da companhia será a cidade de Nova York. Criada após seis meses de conversas entre os sócios-diretores, a David terá estrutura e administração totalmente independentes do carro-chefe do grupo, a Ogilvy, e os executivos envolvidos na iniciativa afirmam que não haverá conflito nos trabalhos, embora ambas as agências atuem na mesma área.

“Não existe choque nenhum. Haverá liderança criativa e administrativa, além de estrutura totalmente diferente”, afirma Fernando Musa, sócio-diretor da David, ao lado de Anselmo Ramos e Gastón Bigio. “Hoje, há projetos que não são absorvidos pela Ogilvy”, comenta. “Apesar de o anunciante ser cliente da Ogilvy, poderemos brigar por esses trabalhos.”

Contas em negociação

Em relação à carteira de clientes, a agência não tem uma meta a atingir para seu primeiro ano de atuação, mas os primeiros contratos devem ser assinados nos próximos dias. “Te-

mos buscado projetos globais, que pode ser uma empresa com competitividade local mas com capacidade de se desenvolver em outros mercados”, diz Musa. Juntos, os escritórios de São Paulo e Buenos Aires devem iniciar os trabalhos com cerca de 50 pessoas.

O presidente da Ogilvy no Brasil, Sérgio Amado, apontou o atual cenário econômico do globo para falar das oportunidades no mercado que a David terá nos próximos anos: “Mercados como os Estados Unidos e a Europa estão em crise, enquanto Brasil e Argentina não. Temos que absorver as oportunidades”. Segundo Amado, a Ogilvy tem em 2011 o seu melhor ano desde a última década. ■

CONGLOMERADO DA COMUNICAÇÃO

Grupo Ogilvy atua com cinco empresas de diferentes áreas no país

NOME	SEGMENTO
OGILVY & MATHER	Publicidade tradicional
OGILVYONE	Marketing digital
OGILVYACTION	Promoção e eventos
OGILVYPR	Relações públicas
OGILVYHEALTHWORLD	Saúde e bem-estar

Fonte: empresa



Anselmo Ramos, Fernando Musa e Gastón Bigio: projetos globais e competitividade local

CONTRATAÇÕES

Agência pretende montar “equipe global” em seus escritórios

A nova agência do Grupo Ogilvy já nasce multinacional não apenas pelos escritórios em três países, mas também pela equipe de profissionais que pretende ter

internamente. Um exemplo foi a primeira contratação da David, Nazia Du Bois, que nasceu em Bangladesh e já trabalhou em escritórios em Xangai, Londres,

Dubai e Brasil. “Vamos buscar pessoas que possam trabalhar em qualquer mercado do mundo”, afirma Fernando Musa, sócio-diretor da David.