

A nova, e animada, vida de Ronaldo Fenômeno

9ine, agência de marketing esportivo do craque em parceria com Marcus Buaziz e o britânico WPP fecha primeiro ano com clientes de porte

Eliane Sobral

esobral@brasileconomico.com.br

Ronaldo está se divertindo. E muito. (Bem) mais gordo do que quando deixou os gramados, em junho do ano passado, o Fenômeno das quatro linhas “está curtindo” seu lado empresário. A 9ine, agência de marketing esportivo e publicidade que fundou há um ano ao lado do amigo Marcus Buaziz e em conjunto com o maior conglomerado de comunicação e marketing do mundo, o britânico WPP, tem nomes de peso na carteira de clientes: GlaxoSmithKline (GSK), Duracell, Extra e Marfinite Arenas, do lado das empresas; e Neymar, do meia Lucas, do São Paulo, e o garoto sensação dos ringues, Anderson Silva, do lado dos atletas. “Na verdade, o plano inicial era me dedicar integralmente à agência só a partir deste ano, quando efetivamente me aposentaria dos campos. Como parei um pouco antes do previsto, pude participar do dia a dia da 9ine, me envolver em todas as decisões e ajudar de perto no crescimento da agência”, diz ele em conversa com o Brasil Econômico. Ele não diz qual foi a receita da 9ine em seu primeiro ano de operação mas garante que seus sócios não têm do que reclamar.

Ronaldo, o suave

Quem trabalha ao lado do Fenômeno garante: o Fenômeno é um chefe suave no trato e um aplicado aprendiz de executivo no dia a dia. “Posso dizer que estou aprendendo muito com a nova vida de empresário. Gosto demais do meu trabalho na 9ine, o envolvimento da equipe, enfim, um mundo novo que estou conhecendo. Cada dia é um passo novo”, afirma o craque.

Ele não nega, porém, que sente falta daquilo que faz desde os 16 anos de idade: jogar bola. “Claro, sinto falta, foram tantos anos jogando. O bom dessa nova vida é que ela não me afastou daquilo que mais gosto, o futebol. Conse-



“Conseguir unir a paixão pelo esporte a um negócio forte e consistente”

gui unir a paixão que tenho pelo esporte a um negócio forte e consistente. Estou muito feliz com a 9ine.”

Até por conta da proximidade com a Copa do Mundo, em 2014, o número de novas agências de marketing esportivo ou ligadas de alguma forma ao futebol, não para de crescer, o próprio Fenômeno explica o que faz um novo cliente bater à porta de sua empresa em detrimento da concorrência: “Não tenho experiência na publicidade, ainda vou aprender muito, mas conheço bastante de esporte, das necessidades dos atletas e das marcas, já que sempre tive bons patrocinários. Pra resumir, nenhuma outra agência de marketing esportivo tem a minha experiência e todo o know-how do WPP juntos, numa mesma empresa. Só por isso a 9ine já nasceu diferente de tudo o que existe no mercado”, diz o eterno Fenômeno. ■

NAMING RIGHTS PARA A ARENA PALMEIRAS



A construtora WTorre, responsável pela construção do novo estádio do Palmeiras, teria recebido uma oferta de R\$ 380 milhões da empresa holandesa de seguros Aegon para ter o direito de nome da arena por 20 anos. Os executivos da WTorre não comentaram a negociação.