WPP fica com toda a mídia da Unilever na UE

O WPP Group, segunda maior proprietária mundial de agências de publicidade, foi contratada para ser a única planejadora e compradora de espaço publicitário europeu para a Unilever, vencendo a concorrente dos Estados Unidos, Interpublic Group.

A MindShare da WPP terá pleno controle da conta de € 1 bilhão (US$ 1,3 bilhão) que era previamente dividida com a Initiative, da Interpublic, comunicou a Unilever, fabricante do chá Lipton e do sabonete Dove, em declaração no Euronext Amsterdam.

A mudança "não significou insatisfação ou crítica das agências envolvidas, mas uma alavancagem pela Unilever para controlar de modo centralizado e manter sua posição de liderança no modo de gerenciar a mídia", disse a empresa.

O WPP, com sede em Londres, que também possui a JW Thompson e Ogilvy & Mather, agências de publicidade, beneficiou-se este ano, já que clientes como o banco HSBC e a Nestlé consolidaram suas contas publicitárias com poucas agências. O WPP captou 1,8 bilhão de libras (US$ 3,3 bilhões) com novas contas nos primeiros nove meses do ano, disse a empresa em outubro.

O WPP Group informou sexta-feira também que sua unidade de pesquisa Kantar comprou a Cannondale Associates, empresa de análise de marketing dos Estados Unidos. A Cannondale que faz consultoria em promoções, tinha um faturamento sem auditoria de US$ 8,6 milhões, e ativos líquidos de US$ 1,7 milhão no final de 2003

Gazeta Mercantil – 8 nov. 2004, Mídia & Marketing, pA14