Newcomm lança LongPlay, a sexta empresa do grupo
Sandra Azedo

Agência, originária da Maestro, é uma concorrente da própria Y&R e tem ex-Grey como criativo.

Desde que surgiu, o Grupo Newcomm já passou por algumas mudanças. Uma das maiores foi em janeiro de 2004, quando foi composta a holding nos formatos atuais, com 50% de capital nas mãos de Roberto Justus e a outra metade sob a posse do WPP Group. Ontem, foi anunciada mais uma novidade. A agência Maestro, que nasceu para trabalhar exclusivamente com marketing promocional e depois ampliou sua atuação e se tornou uma agência de propaganda, serviu de base para o lançamento da LongPlay Comunicação 360º, a sexta agência do Newcomm.

A LongPlay, portanto, passa a ser uma concorrente da maior agência do grupo e do Brasil, a Y&R, e da Dez Brasil, outra empresa do Newcomm, que além destas quatro ainda tem em seu portfólio a Wunderman e a Ação Produções Gráficas.

Com estas mudanças, a Maestro volta às suas origens e transfere alguns clientes para a LongPlay, beneficiada ainda pela presença de Fernando Luna como vice-presidente de criação. Isso porque, ao sair da atual MatosGrey, Luna trouxe consigo alguns clientes. Além de trazer contas, o criativo ainda abastece a LongPlay Comunicação 360º com profissionais vindos da antiga Grey Brasil.

De acordo com o presidente da LongPlay, Sérgio Prandini, não é possível divulgar a previsão de faturamento para o primeiro ano, já que se trata de uma agência que tem parte de seu capital com o WPP Group. "Pretendemos estar entre as 50 maiores agências do Brasil até o fim deste ano", informa Prandini, que é sócio da LongPlay e da Maestro, assim como Luna.

O criativo, aliás, se desligou da MatosGrey no começo do ano, com as mudanças ocasionadas a partir da chegada de Silvio Matos, vindo da Y&R, também de propriedade do Grupo Newcomm.

Explica Prandini, que está na holding desde 2001, primeiro na Bates Brasil (que mundialmente ficou apenas Y&R) e depois na Dez Brasil, que a Maestro foi lançada para suprir uma demanda por below the line existente à época. "Depois ganhamos um grande cliente, a Abyara, e partimos também para o above the line", detalha o presidente da LongPlay.

"Achamos melhor não misturar os dois business na Maestro e por isso decidimos fundar uma nova agência", diz o executivo, ao completar que a LongPlay se propõe a trabalhar não apenas com propaganda, mas também com internet, marketing promocional, entre outras ferramentas da comunicação dirigida.

Luna já tem uma experiência de trabalho ao lado de Roberto Justus, que hoje, com a saída de Silvio Matos, é não apenas presidente do Grupo Newcomm, como da Y&R. Esta experiência veio durante 11 anos, na então Fischer & Justus.

A LongPlay surge, portanto, com 26 contas, entre elas Abyara, BB Seguros, Yahoo!, entre outras de pequeno e médio porte. "Estamos em alguns prospecções", conta Luna. "E é claro que também buscamos uma grande conta", completa Prandini.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 20 abr. 2006, Comunicação, p. C-6.