



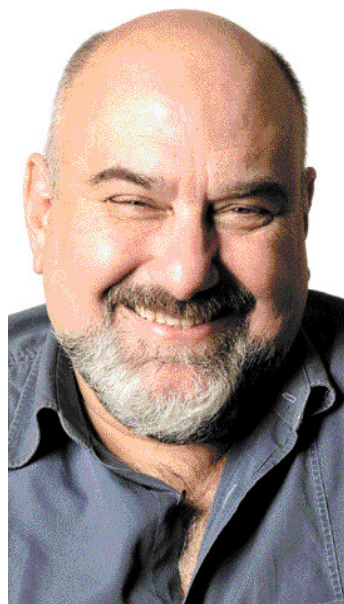
Negócios & Propaganda

por **Claudia Penteadó** >> claudia@claudiapenteadó.com.br

BATE BOLA

Beto Werneck
SÓCIO DA FENÍCIOS COMUNICAÇÃO

Contar boas histórias não basta



Beto Werneck, sócio da Fenícios Comunicação, se inspirou na inventividade do povo Fenício - e sua conexão com a comunicação - para dar nome e conceituar a agência criada por ele em 2008, depois de 18 anos na McCann-Erickson. A esperança acabou virando símbolo da empresa por alguns encontros inusitados com o inseto - como o dia em que Beto digitava o plano de negócios da Fenícios numa noite de inverno e teve de conviver com o bichinho se aquecendo na tela do seu Mac Pro. No dia-a-dia, ele costuma dizer que ela faz a equipe acreditar no seu negócio - e no dos seus clientes.

Qual é a proposta da Fenícios hoje, e como ela se transformou desde que foi criada?

Temos clientes como o Infoglobo (marketing publicitário) que estão conosco praticamente desde o início da agência e perceberam na gente

realmente um parceiro de comunicação. Temos um contrato para atuar em uma determinada área, mas frequentemente resolvemos outros jobs de outras áreas sempre que eles precisam. E resolvemos de verdade. Este é o conceito que trago desde o início e que faz com que nossas parcerias sejam verdadeiras e efetivas. Temos ao longo destes quase oito anos de vida histórias de sucesso e de resultados positivos para todos os nossos clientes.

Quais foram as conquistas da agência no último ano?

Nós triplicamos nosso faturamento nos 3 últimos anos. Em 2014 a RJZ Cyrela no Rio e em BSB e a Construtora Calçada se tornaram clientes da Fenícios. Além disso, ganhamos também Kwell, da Aspen. 2014 foi um ano de consolidação da agência no segmento imobiliário.

Você é uma pessoa experiente em propaganda. Como enxerga o mercado hoje, as oportunidades e desafios que ele oferece?

Venho de uma época em que contar histórias bem contadas era o suficiente, transformá-las em entretenimento bastava. Hoje, além disso, precisamos criar novos canais, plataformas e subverter a cada momento tudo o que já aprendemos. E é esse o maior desafio que esse mundo e esse mercado nos coloca todos os dias, aprenda, absorva e reaprenda de novo por todos os dias seguintes.

Quem vai passar bem por 2015?

Este ano, estamos como todas as agências repaginando nossos negócios, reformulando e abrangendo nossa atuação. Nossa área de eventos e promoção está se transformando em uma nova empresa chamada Celtas Promocionais. Com todos os problemas econômicos e de credibilidade pelos quais passa o país, vamos em frente, fortalecendo parcerias verdadeiras e de resultados. 2015. Bota esperança nisso.

Campanha "vende" lixo na web

Nessa semana do Dia Mundial da Água o Menos 1 Lixo e a agência Staff Brasil, entre outros parceiros, lançam a campanha "Achados da Guanabara - os presentes que a Baía de Guanabara nunca quis ganhar". A bordo de um catamarã, uma equipe de mergulhadores do Brazil Divers retirou o lixo jogado nas águas da Baía de Guanabara. Os itens foram fotografados por Rogerio Faissal e estão à venda na americanas.com e no enjoei.com. Criação: Paulo Castro, Rodrigo de Lamare, Maria Clara Cardão, Felipe Gaúcho e Luciana Saldanha.



A marca da ética no marketing

A NBS criou a logomarca/selo do Código de Ética do Profissional de Marketing, criado no final dos anos 90 e que passa por uma atualização liderada pela ABMN e pela ESPM. A partir da reformulação, o Código será armazenado em uma plataforma digital e se tornará "vivo", permanentemente aberto a discussões.



MX

Economia - A Abap-Rio realiza nesta quinta-feira (26) um evento fechado para agências associadas com palestra do jornalista e articulista econômico George Vidor - que dará sua visão sobre o momento econômico do Brasil e fará suas previsões para 2015.

Pessoas - O escritório da Giacometti Comunicação no Rio de Janeiro anunciará em breve uma nova conta, que motivou con-

tratações nas áreas de atendimento, mídia e criação. Cristiane Leal (ex-Agência3) é a nova supervisora de contas, Regina Chagas (ex-Artplan) retorna à agência como gerente de mídia e na criação entra o diretor de arte Antônio Guerra. (ex- OOH Plus).

TV - A Binder passa a atender a Record Rio.

Prêmio - A Artplan é a agência brasileira mais premiada no Young Guns International Award.

Criação - Nesta segunda será anunciada a chapa que concorre ao Clube de Criação do Rio de Janeiro, liderada por José Luiz Vaz (Agência3) e Bob Ferraz (NBS). As inscrições para chapas estão abertas no CCRJ até 10 de abril. Informações: clubedecriacaodoriodejaneiro@gmail.com