



Negócios & Propaganda

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

"Espero que a indústria da comunicação fique unida, atenta e de mente aberta a todas as novidades, oportunidades e dificuldades que vão surgir."

Eduardo Moncalvo, sócio-diretor da Staff e diretor da Abap-Rio



O que esperar de 2016

Profissionais da publicidade do Rio de Janeiro dão suas visões de 2016, torcendo por maior estabilidade e oportunidades. Para Gustavo Oliveira, presidente da Abap-Rio, a propaganda será uma grande aliada para as empresas.

Feliz Ano Novo!



"Imprevisibilidade é a palavra para 2016. Porém, acredito que, além do ano olímpico que será bom, muitas outras oportunidades vão aparecer. 2016 será o ano das oportunidades."

Marcio Borges, VP Executivo da WMcCann Rio)



"Torço por um ano mais assertivo e menos instável. Para o país voltar a caminhar, mesmo que seja em passos lentos. Se isso acontecer, será uma grande vitória para todos nós brasileiros."

Flávio Martino, sócio-diretor da Giacometti

"Deve ser um ano ainda travado, mas talvez mais estável, mais regular, e com a gente mais preparado para a briga. No Rio em particular, poderemos viver um período de maior otimismo com a entrega de obras importantes que vão transformar a cidade e a visão que temos dela, e com o período das olimpíadas."



Gustavo Bastos, sócio e diretor de criação da 11:21

"Temos todas as condições para que não seja um '2015 S'. Damos uma arrancada neste final de ano e, mesmo com projeções externas pessimistas, estamos animados, preparados e determinados."

Bob Vieira da Costa, CEO e sócio da nova/sb



2016? É a pergunta que não quer calar mas não encontra quem a responda com razoável certeza ou precisão. Por enquanto, o problema não é procurar luz no final do túnel. É achar o túnel...Mas - inexoravelmente - o mundo não pára, a roda continua o seu giro. Basta visitar o Museu do Amanhã, criado pelo nosso cliente Fundação Roberto Marinho. Muito fôlego, vontade e suor, valorização cada vez maior das grandes ideias, disposição para ouvir as demandas dos clientes e sensibilidade para o ainda provável downsizing de que o consumidor brasileiro será vítima. É sobre estes pilares que o grupo pretende encerrar o novo ano".



Armando Strozenberg, Chairman Havas Worldwide Brasil

"O que se fala de 2016, é que será ainda pior para a economia do que foi 2015. Esperamos seguir na contramão do mercado, crescendo. Mas com todo cuidado, muita responsabilidade, racionalizando investimentos. A idéia é estarmos muito próximos dos nossos clientes, cuidando para que todos passem por esse momento da forma menos traumática possível. De resto é torcer, e acreditar que as crises passam, e quem sobreviver a elas, estará mais forte e consistente para navegar em mares futuramente mais tranquilos."

Marcelo Gorodicht, diretor geral da X-Tudo Comunicação Completa



"Nossa indústria precisa ser reavaliada, reavaliada e atualizada. Entramos em um modo perigoso de autodepreciação nos últimos 10 anos. 2015 serviu para expor ainda mais essas feridas. Nosso mercado já foi mais unido. Espero que em 2016 possamos agir conforme pregamos."

André Gomes, co-CEO Mullen Lowe Brasil



"As incertezas do cenário político e econômico já deixam claro que 2016 não será fácil. A crise política que tem sido a maior responsável pela crise econômica evidencia para as empresas a necessidade de um planejamento ainda mais detalhado para 2016. E é aí que a publicidade se torna ainda mais necessária. As marcas precisam saber comunicar com muita precisão e criatividade a importância dos seus produtos e serviços, falando com seus públicos alvos de maneira cada vez mais específicas. Então, sim, será um ano difícil, mas, sem de forma alguma minimizar a gravidade da realidade, a Thompson já passou por várias. Esta crise é apenas mais uma."

Ezra Geld, CEO da J. Walter Thompson Brasil



"2016 será outro ano de crise. O nome do jogo é mudança. Quem não mudar vai morrer. Vejo que as agências entenderam esta mensagem e estão se ajustando para os tempos de tormentas. Apesar de tudo, sou um otimista responsável. Acredito que nosso mercado vai sair dessa mais forte. Que venha 2017!"

Antonino Brandão, vice-presidente de atendimento e negócios da NBS e diretor da Abap-Rio)

