

AGÊNCIAS

Liderança isolada

AlmapBBDO é o grande destaque da 14ª edição do ranking anual de melhores em novos negócios

ALEXANDRE ZAGHI LEMOS azlemos@grupomm.com.br

Com um desempenho acima da média histórica das primeiras colocadas nas edições anteriores do ranking de melhores agências em novos negócios, publicado por Meio & Mensagem pelo 14º ano consecutivo, a AlmapBBDO é a líder isolada da análise referente ao consolidado de 2024. Durante o ano passado, a agência somou

dez movimentos importantes de conquista de clientes, aumento de participação em verbas de empresas já atendidas ou realização de projetos especiais.

Entre seus principais novos negócios estão as vitórias na disputa pela conta de produtos e serviços do Bradesco, na concorrência pela unificação de todas as marcas da Zamp – Burger King, Po-

peyes, Subway e Starbucks – e no processo promovido pelo Grupo OLX, que inclui os portais Zap Imóveis e Viva Real.

A Almap ampliou atendimento a grandes clientes como a Amazon, ao conquistar a conta de mídia da gigante do varejo global; o Grupo Heineken, que lhe entregou a marca Amstel; o Grupo Boticário, que passou à agência mais

incumbências de Eudora; e a Mars, que recolocou no portfólio da casa as marcas Pedigree e Whiskas.

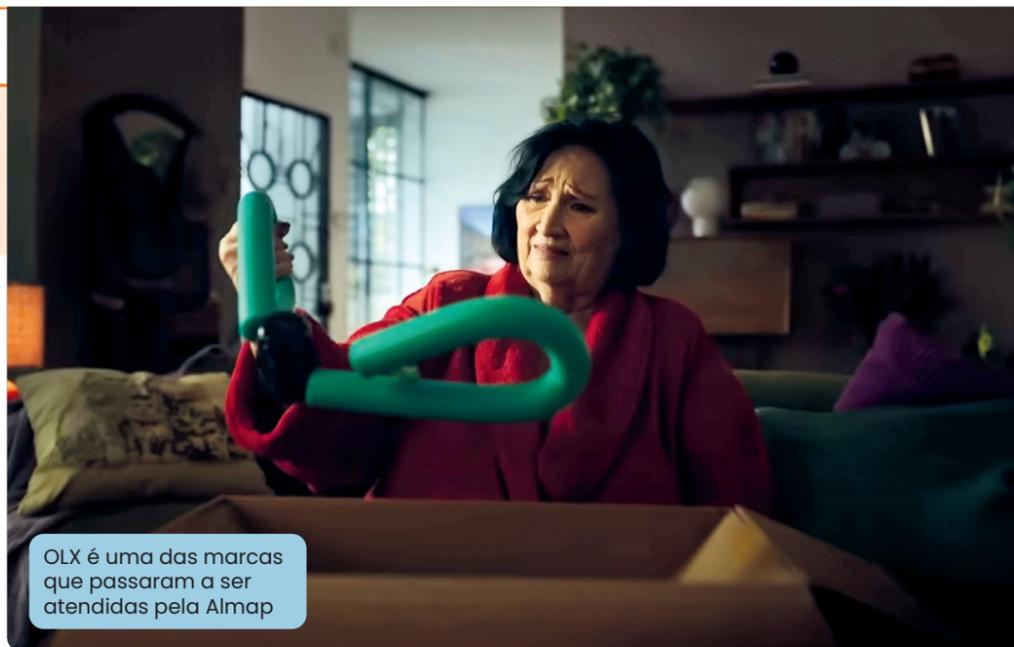
Além disso, ainda conquistou Yamaha Motor, lançou o canal Times Brasil e realizou projeto especial para Riachuelo. No total, um potencial de aumento em volume de compra de mídia que ultrapassa R\$ 1,5 bilhão, se levados em

Melhores agências em novos negócios em 2024

1ª

ALMAP BBDO

Ganhadora do Caboré de Agência de Comunicação de 2024, a AlmapBBDO fechou o ano passado com um desempenho invejável em novos negócios. Venceu a disputa pela conta de produtos e serviços do Bradesco – o Grupo Dreamers ficou com a comunicação institucional do banco, antes com atendimento concentrado na Aldeiah. Ganhou a concorrência promovida pela Zamp, para unificar o atendimento a todas as suas marcas: Burger King (ex-David), Popeyes (ex-Africa Creative), Subway (ex-Dentsu) e Starbucks. Foi a escolhida no processo do Grupo OLX, que inclui os portais Zap Imóveis e Viva Real e vinha trabalhando com uma house. Na concorrência global pela conta de mídia da Amazon, a agência conseguiu ampliar seu escopo de trabalho para a empresa, que já atendia na parte criativa desde 2020 – a verba de mídia no Brasil, antes na Mediabrands, passou a ser administrada pela nova parceira em conjunto com a Omnicom Media Group (OMG). A Almap foi, ainda, a maior beneficiada no remanejamento do Grupo Heineken, ao ganhar Amstel (ex-HNK Lab, hub do WPP), mesmo tendo perdido as marcas Sol, Baden Baden, Lagunitas e Blue Moon para a Ogilvy. A Yamaha Motor (ex-FutureBrand) e o lançamento do canal Times Brasil, licenciado da CNBC, foram outros novos negócios da Almap no ano passado, período em que aumentou seu atendimento ao Grupo Boticário, que lhe entregou a



OLX é uma das marcas que passaram a ser atendidas pela Almap

marca Siage e as campanhas de equity e datas comemorativas da Eudora (ex-Suno); e à Mars, voltando a trabalhar para Pedigree e Whiskas, que haviam deixado seu portfólio em 2020 e voltaram no ano passado, com a adição de trabalhos globais, antes sob responsabilidade da BBDO México. Além disso, a Almap realizou projeto especial para a Riachuelo, que não é sua cliente fixa. Em contrapartida, perdeu o Grupo Habib's para a 11:11 e a marca White Horse, da Diageo, para a Gana.

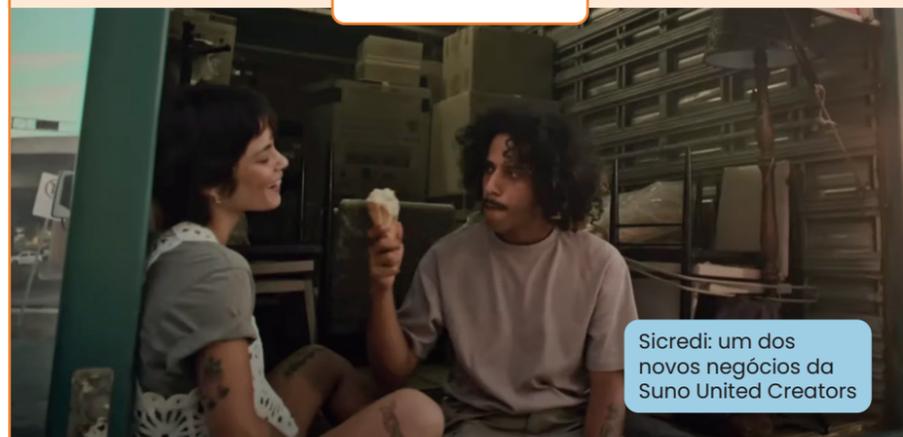
2ª

DC
DENTSU CREATIVE

Dentsu foi escolhida para cuidar da criação para Kayak

Entre os dez novos negócios de 2024 da Dentsu Creative, três figuram entre os maiores anunciantes do País. A agência venceu a concorrência pela verba full service de Sky (ex-FCB e Mirum) e ganhou as contas de mídia da Pernod Ricard (ex-Mirum) e de criação da Kayak (ex-Dojo). Em 2024, a Dentsu também aumentou seu atendimento a dois grandes clientes: concentrou toda a verba da Ajinomoto, conquistando a fatia digital, que estava na Cappuccino, e passou a cuidar da verba corporativa do Grupo Heineken, para quem já coordena a central de mídia. A agência ganhou, ainda, a conta full service da Athena Saúde; as verbas de mídia de Galderma (ex-Grupo Dreamers), Crunchyroll (ex-Mediabrands) e Honor; passou a atender a Adobe na área de customer experience management (CXM); e realizou projetos pontuais para KLM e Dazn. A única perda registrada pela Dentsu no período foi a de Subway, que seguiu para a Almap.

3ª

SUNO
UNITED CREATORS

Sicredi: um dos novos negócios da Suno United Creators

Dois novos clientes com grande investimento em compra de mídia incrementaram o portfólio da Suno United Creators no ano passado. A agência venceu a concorrência pela conta da Cogna Educação, antes na VML; e foi escolhida pela Sicredi (ex-Hoc), com o objetivo de ampliar o conhecimento nacional da marca. A agência, que já cuidava da conta digital da Vivo desde o ano anterior, deu um importante passo na ampliação de seu atendimento à empresa de telefonia, ao vencer a concorrência para coordenar a central de mídia do anunciante, antes sob responsabilidade de Africa Creative. A Suno passou a atender, ainda, as contas full service de Aramis (ex-David) e Idea Zarvos; a verba digital e de performance da Pizza Hut; e as áreas de martech e CRM de Pizza Hut e KFC. Em contrapartida, a Suno perdeu as fatias que detinha das contas do Grupo Yduqs, para a Artplan, e da Eudora, para a AlmapBBDO.

conta os valores expressos no especial Agências & Anunciantes, publicado por Meio & Mensagem em maio de 2024, com dados da Kantar Ibope Media referentes ao exercício de 2023.

FATURAMENTOS AMPLIADOS

Nesta edição do ranking de melhores agências em novos negócios, o levantamento considerou como pré-requisitos básicos: o início de relacionamento com, no mínimo, dois anunciantes listados entre os maiores compradores de mídia do País; a perspectiva de somar ao seu faturamento, no conjunto de todas as conquistas do ano passado, ao menos R\$ 200 milhões em investimentos em comunicação; e o registro de pelo menos cinco movimentos de abertura de novos negócios com clientes fixos ou realização de pro-

jetos pontuais para empresas de fora do seu portfólio. Por esses critérios, além da AlmapBBDO, em primeiro, a lista detalhada nesta reportagem inclui, ainda, Dentsu Creative, Suno United Creators, Africa Creative, Pullse, Talent e Artplan.

Nas 13 edições anteriores do ranking de Meio & Mensagem, a Almap só havia aparecido três vezes: em oitavo lugar na lista relativa a 2020 e, depois, ocupando a quarta colocação nos consolidados de 2021 e 2022, seu melhor desempenho até então. Dentsu e Suno aparecem no levantamento pela primeira vez. Já a Africa figura pela quinta vez, sendo que sua melhor performance foi o segundo lugar, em 2015 – depois a agência voltou ao ranking nos consolidados relativos a 2017, 2018 e 2019. A Pullse, operação especializada em varejo, estreou

no ano passado na primeira posição; e a Talent estava ausente desde 2016, quando liderou o ranking, após outras duas aparições em 2011 e 2015.

A Artplan é a campeã no histórico de inclusões: soma onze pódios em 14 anos, tendo liderado a lista em 2022, 2017 e 2013. Pullse e Artplan integram o Grupo Dreamers, holding que angaria muitos novos negócios pela sinergia entre suas empresas, como ocorreu no ano passado ao conquistar a conta institucional do Bradesco, cliente para o qual monta um hub específico.

CRITÉRIOS QUALITATIVOS

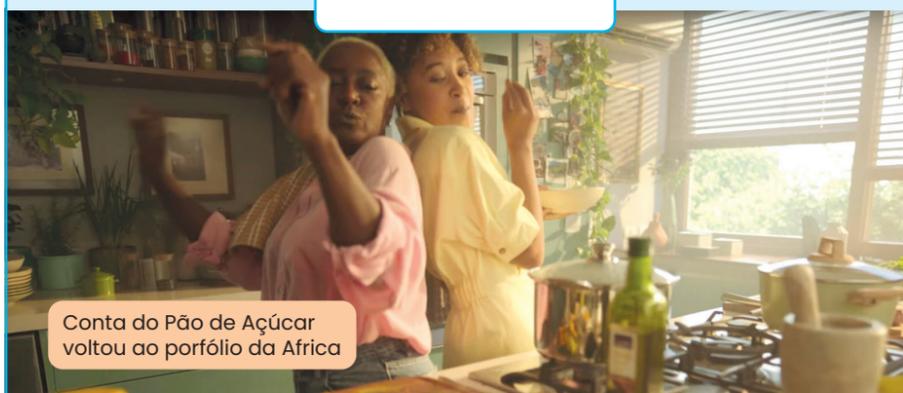
A construção do ranking parte de informações prestadas pelas maiores agências do País e de checagens feitas pela redação de Meio & Mensagem sobre as

mais relevantes trocas de parceiras realizadas pelos principais anunciantes do mercado. A metodologia é guiada por critérios editoriais e não meramente quantitativos. Ou seja, não necessariamente as líderes são as agências que somam mais novos negócios. O total de conquistas é importante, mas são mais determinantes as contas de maior investimento em mídia, considerando dados do ranking Agências & Anunciantes, cuja última edição disponível reporta valores de 2023, além de quantias expressas em editais de licitações públicas.

É feito, ainda, um comparativo, agência a agência, dos ganhos de investimento estimados com as conquistas versus as perdas provocadas pelas contas que encerraram relacionamentos, com maior reconhecimento àquelas que manti-

4^ª

Africa Créative



Conta do Pão de Açúcar voltou ao portfólio da África

A Africa Creative voltou a atender em 2024 dois grandes ex-clientes: venceu a concorrência do GPA pelas redes Pão de Açúcar e Extra (ex-BETC Havas) e reconquistou a verba da HPE Automotores, controladora das marcas Mitsubishi e Suzuki, que estavam na Tech & Soul. A Africa também passou a atender o Estadão (ex-FCB), a Ambipar, a Clínica Seven e ampliou seu relacionamento com a Ambev, ao agregar a conta de mídia de Corona (ex-Performics). A agência se envolveu em projetos especiais premiados, como o filme “A Cura”, produzido pela Santeria para Editora Taverna, e o curta “Meu Karma”, realizado em parceria com Czar SP, KondZilla e Satellite Audio para a rapper Jovem MK. Também prestou atendimento pontual para Netflix, Universidade Zumbi dos Palmares, Unesco, MAM e Lagar H. Os revezes foram as perdas da central de mídia de Vivo, para a Suno; Popeyes, para a Almap; e Hemmer, da Kraft Heinz, para LePub.

5^ª

PULSE

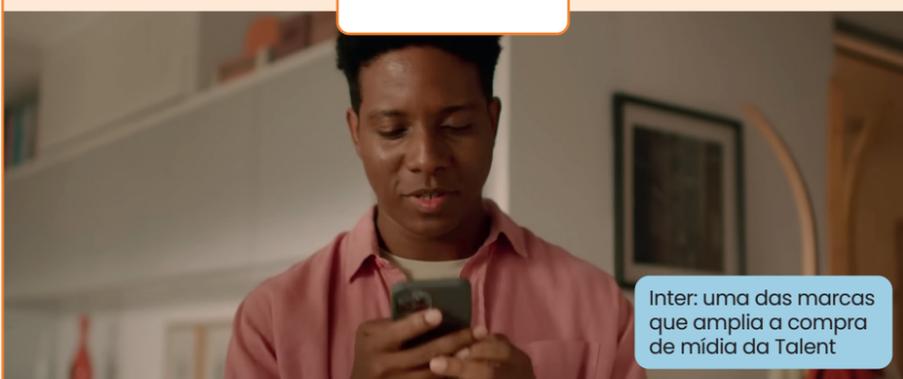


Varejista Havan entregou sua verba para a Pullse

Líder da edição anterior do ranking de melhores em novos negócios, embalada pelas conquistas, em 2023, dos grupos Casas Bahia e Caa, a Pullse volta a figurar na lista que consolida os desempenhos de 2024 devido à chegada de outros dois varejistas que também figuram entre os maiores compradores de mídia do País. A agência do Grupo Dreamers passou a atender, no ano passado, a conta full service da Havan (ex-house) e a compra de mídia regional para a rede Assaí (ex-BETC Havas). Além disso, a agência foi escolhida para o lançamento da Superbet, entrando, assim, em um dos segmentos que mais aumenta sua participação na compra de mídia no País; e fez projetos pontuais para a marca Activia, da Danone, e para os laboratórios Fleury. O dado negativo do ano passado foi a perda de Pontofrio, do Grupo Casas Bahia, para a Leo Burnett.

6^ª

TALENT

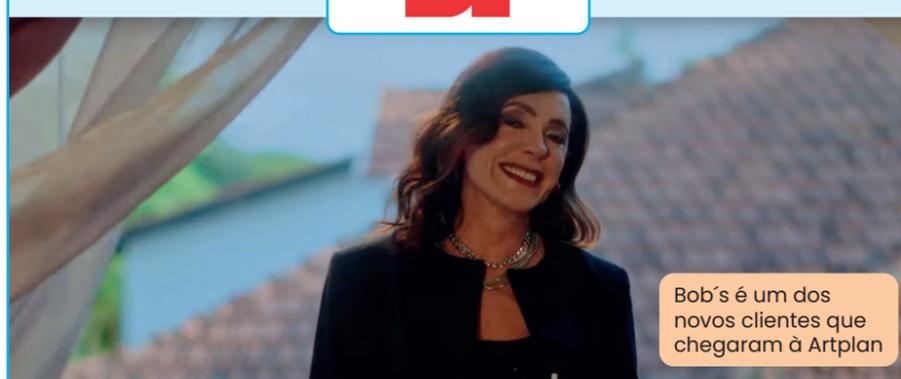


Inter: uma das marcas que amplia a compra de mídia da Talent

Três anunciantes listados entre os maiores compradores de mídia do País entraram para o portfólio de clientes da Talent no ano passado. Depois de fazer alguns projetos para a marca, a agência conquistou a conta full service do banco Inter, antes na house Brand Lab; ganhou também a verba da Ferrero, que havia saído da Dentsu em 2023; e foi escolhida para cuidar de toda a mídia da Lactalis, antes na BETC Havas, que continua atendendo a empresa na parte criativa. Outro movimento importante da Talent foi o aumento do escopo de trabalho para o seu maior cliente, a operadora Claro, que transferiu para a agência sua verba digital, até então na iD/TBWA, com exceção da conta de performance. A agência fez, ainda, projetos pontuais para a farmacêutica Genomma Lab, uma das empresas mais presentes na mídia brasileira. Fato raro entre as grandes agências, a Talent foi uma das poucas que passou 2024 ileso à perda de clientes.

7^ª

artplan



Bob's é um dos novos clientes que chegaram à Artplan

A Artplan conquistou Bob's (ex-Multisolution) e Movidia (ex-Leo Burnett) e foi escolhida para lançar projetos de grande potencial: Familhão, plataforma de descontos e benefícios, que tem Luciano Huck como sócio e garoto-propaganda; e BetMGM, marca global de apostas, que deve chegar ao Brasil após parceria entre MGM e Globo. Entrou para o pool de agências da Samsung; passou a atender o condomínio carioca Ilha Pura, comprado pelo BTG Pactual; aumentou seu escopo de trabalho para o Grupo Yduqs, com Ibmecc, Idomed e Wyden, antes na Suno, além do Instituto Yduqs; e fez projeto pontual para Autoglass. Lideranças da agência participaram da conquista da conta institucional do Bradesco pelo Grupo Dreamers. Entretanto, para evitar conflito com o BTG Pactual, a holding monta um hub dedicado ao atendimento do novo cliente. No ano passado, a Artplan perdeu Betano (para W+K), Localiza (para house), Paramount (para Social Tailors), cerveja Therezópolis (para BETC Havas) e Sest Senat.

veram maiores saldos. São mais valorizadas as conquistas de marcas de anunciantes com os quais as agências não tinham relacionamento anterior. Entretanto, é reconhecida a importância da aquisição de marcas de empresas com as quais já têm parceria e do aumento de participação nas verbas já atendidas, como nos casos de VML, selecionada no processo de avaliação da C&A, para quem já atuava como parceira de mídia e conteúdo, e ampliou escopo como agência integrada; e DPZ, que venceu concorrência pela conta de mídia Latam da Electrolux, que já era seu cliente no Brasil.

Não são consideradas na construção do ranking as renovações de contratos, apesar da relevância para as agências das vitórias em concorrências promovidas por empresas já clientes, como ocorreu, em 2024, com Mediabrands, vitoriosa na reavaliação de mídia da Unilever, uma de suas maiores contas; e com WMcCann e Lew' Lara\TBWA, que se mantiveram entre as agências responsáveis pela comunicação do Banco do Brasil, que adicionou Nacional e Nova ao time.

PORTAS ABERTAS

A ponderação editorial de elaboração do ranking de melhores em novos negócios considera, embora com menor peso, os projetos pontuais feitos para marcas que não são clientes fixos. Nos últimos anos, praticamente todas as grandes agências passaram a prestar serviços pontuais para marcas que não são suas clientes regulares, com remuneração fechada por projeto. Essa modalidade de atendimento – com começo, meio e fim pré-estabelecidos – tornou-se, inclusive, um mecanismo importante de prospecção para futuros clientes regulares.

A metodologia avalia, ainda, o histórico de fidelidade de cada anunciante, pois há marcas que mantêm relações por períodos muito curtos, como a Ferrero, que em 2023 trocou a Dentsu pela MKT House e, no ano passado, seguiu para a Talent; a KFC, que há dois anos havia deixado a The Heart Company e iniciado relacionamento com a Wunderman Thompson, manteve-se na casa após a fusão da agência com a VML, mas, em 2024, entregou sua verba para a DM9; e a marca Petra, da Cervejaria Petrópolis, que foi atendida pela BETC Havas até 2023, mudou-se para a VML e, no ano passado, seguiu para DPZ.

O levantamento considera o ano em que o novo negócio foi registrado pela reportagem de Meio & Mensagem e não o de início oficial do atendimento. Portanto, não constam nesta edição trocas já citadas anteriormente, mesmo que o relacionamento tenha se iniciado oficialmente em 2024. Por outro lado, pode ter ocorrido a inclusão no ranking atual de alguma conquista do final de 2023, desde que não tenha sido computada no levantamento anterior.

O monitoramento de Meio & Mensagem em 2024 contabilizou mais de 200 transferências de contas entre agências, concorrências, alinhamentos internacionais, licitações públicas, entradas de novas marcas no mercado anunciante e volta à mídia de clientes que estavam ausentes. Os dados completos serão publicados no site, nesta semana.

Dança das Contas - Os 90 movimentos mais relevantes de 2024

Anunciantes	Novas agências	Agências anteriores**
A.C. Camargo Cancer Center	Fbiz	Santa Clara
Allianz	EssenceMediacom	iD\TBWA
Amazon (mídia)	AlmapBBDO e Omnicom Media Group	Mediabrand
Amstel (Grupo Heineken)	AlmapBBDO	HNK Lab (WPP)
Aramis*	Suno United Creators	David
Assai	Pullse	BETC Havas
Baden Baden, Sol, Lagunitas, Blue Moon e Eisenbahn (Grupo Heineken)*	Ogilvy	AlmapBBDO (Sol, Baden Baden, Lagunitas, Blue Moon) e HNK Lab (Eisenbahn)
Banco do Brasil	Nacional, Nova, WMcCann e Lew' Lara\TBWA	WMcCann e Lew' Lara\TBWA
BB Seguros	Nacional	We
Beats (Ambev)	Wieden+Kennedy	Soko
Betano	Wieden+Kennedy	Ampfy (criação) e Artplan (mídia)
BetMGM	Artplan	novo anunciante
Bob's	Artplan	Multisolution
Bradesco	AlmapBBDO e Grupo Dreamers	Aldeiah
Brasil Cacau (Nestlé)	Santa Clara	sem agência
Brastemp e Consul (Whirlpool)	DM9	FCB e DM9 (digital e social)
Burger King, Popeyes*, Starbucks e Subway (Zamp)	AlmapBBDO	David (Burger King), Africa Creative (Popeyes) e Dentsu Creative (Subway)
Caixa (digital)	Binder	nova conta
Casa e Vídeo	Next	Propeg
Cenoura & Bronze	Fbiz	BRMedia
Claro (digital)	Talent	iD\TBWA
Cogna	Suno United Creators	VML
Dove e Lux, da Unilever (criação)	David	Wunderman Thompson (Lux)
Dr. Consulta	Euphoria Creative	house
Elefante, Pomarola e Liza (Cargill)	MRM	Dojo
Embelze	Asia	MHComm
Estadão	Africa Creative	FCB
Eudora (Siège, equity e datas promocionais)	AlmapBBDO	Suno United Creators
Famihão	Artplan	novo anunciante
Ferrero*	Talent	MKT House
Flash Benefícios	Isla	FCB
GAC Motor	Greenz	novo anunciante
Governo de Minas Gerais	Nacional, Calix, Perfil, Filadélfia e Oro	Filadélfia, Perfil, Tom e Lápis Raro
Governo do Ceará	EBM Quintto, Bolero, Ágil e Mene Portella	Verve, Slogan, EBM Quintto e Bolero
Guaraná Antarctica (Ambev)	CP+B	Soko
Habib's e Ragazzo (Grupo Habib's)	11:11	AlmapBBDO
Havaianas (digital)	Galeria	diversas agências
Havan	Pullse	house
Hellmann's, da Unilever (criação)	Euphoria Creative	Ogilvy
Hemmer* e operação de conteúdo The Kitchen (Kraft Heinz)	LePub	Africa (Hemmer) e Soko (The Kitchen)
Ibmec, Idomed e Wyden (Grupo Yduqs)	Artplan	Suno United Creators
Inter	Talent e Next (performance)	Brand Lab (house)
Kayak (criação)	Dentsu Creative	Dojo
KFC*	DM9	VML
Kibon, da Unilever (criação e social)	Euphoria Creative	sem agência
Knorr (criação)	11:11	Mediabrand
Lactalis (mídia)	Talent	BETC Havas
Leroy Merlin	Monks	Ogilvy
Levi's	Mediabrand	Execution
Localiza	house	Artplan
Maguary e DaFruta (Britvic)	Dark Kitchen Creatives	Clarita
Maizena e Mãe Terra, da Unilever (criação)	11:11	Droga5
Melitta	Fbiz	Ampfy
Metrô SP	Jotacom, Mene Portella e Adag	Adag, CC&P e Fields
Minerva Foods	DPZ	sem agência
Mitsubishi e Suzuki (HPE Automotores)	Africa Creative	Tech & Soul
Movida*	Artplan	Leo Burnett
Nestlé (mídia digital)	Publicis	Mediabrand
Nestlé (Promo, Puravida, Leite Moça e Cereais)	VML	Ogilvy (Promo e Cereais), FCB (Leite Moça) e house (Puravida)
Nestlé Mucilon Snacks	Ogilvy	Publicis
Neve	Mediabrand	FCB
Nomad	David	house
O Globo	Asia	sem agência
OLX, Zap Imóveis e Viva Real (Grupo OLX)	AlmapBBDO	house
Outback	Mestiça	Santa Clara
OX Cosméticos	Magenta	Dark Kitchen Creatives
Pão de Açúcar e Extra (GPA)	Africa Creative	BETC Havas
Pedigree e Whiskas (Mars)	AlmapBBDO	sem agência
Pernod Ricard (mídia)	Dentsu Creative	Mirum
Petra*	DPZ	VML
Pontofrio* (Grupo Casas Bahia)	Leo Burnett	Pullse
Positivo Tecnologia	Tech & Soul	sem agência
Rexona, da Unilever (criação)	DM9	EnergyBBDO
Riachuelo	Cadastra	Monks
Sagatiba	DPZ	Ginga
Samsung	Artplan	entrou para o pool de agências
SBT e +SBT	We	WMcCann
Sephora	R/GA (criação) e BETC Havas (mídia)	sem agência
Shell Lubrificantes	Greenz	Euphoria Creative
Sicredi	Suno United Creators	HOC
Sky	Dentsu Creative	FCB e Mirum
Sonho de Valsa (Mondelez)	David	sem agência
Sportingbet* (digital e social)	Voa	DPZ
Superbet	Pullse	sem agência
TecBan	Nico.ag	BETC Havas
Telha Norte	Rái	IVL
Tinder	Gut	Jones
Vivo	Galeria, Africa e Suno United Creators	VML, Galeria, Africa e Suno United Creators
White Horse (Diageo)	Gana	AlmapBBDO
Yamaha	AlmapBBDO	FutureBrand

*Contas que já tinham trocado de agência em 2023. **Em alguns casos, as agências anteriores podem ter deixado de atender antes de 2024.

Fonte: informações prestadas pelas agências, checagens de trocas de parceiras feitas pelos principais anunciantes e pesquisas no acervo de Meio & Mensagem. Confira o monitoramento completo no site.