

Mario D'Andrea, presidente da ABAP: "Marcas precisam passar por divã"



Renato Pezzotti

Colaboração para o UOL, em São Paulo

14/05/2020 04h01

Mario D'Andrea, presidente da ABAP (Associação Brasileira das Agências de Publicidade) e CEO da recém-criada Dentsumcgarrybowen (formada a partir da fusão das agências Dentsu e Mcgarrybowen), é o entrevistado desta semana do podcast Mídia e Marketing.

No papo, D'Andrea fala sobre a reinvenção do modelo das agências de propaganda no país, além de comentar como o cenário atual da pandemia afeta o mercado publicitário.

"A propaganda tem que construir pontes entre a verdade da marca e a verdade do consumidor. Se eu não encontrar essas duas verdades, não vai funcionar na vida real. Depois que você perde a credibilidade com o consumidor, demora muito para (conquistar) de volta. Marcas precisam passar por um divã para saber quais são as suas verdades, o que pode ou não prometer", declara (no arquivo acima, o trecho está a partir de 18:47).

"A reinvenção do modelo das agências foi acelerada com a crise. E os clientes não podem ter medo de errar, senão serão esquecidos. Se tem uma coisa que dura, é a memória do consumidor — e, principalmente, a afetiva. Neste momento, a marca que conseguir criar uma conexão com as emoções do consumidor, vai estar muito mais próxima dele lá na frente", diz o executivo (a partir de 5:45).

Sobre o futuro pós-pandemia, D'Andrea comenta sobre o consumo na China, retomado depois do fim da quarentena. "Lá vimos um crescimento na venda de produtos de luxo e de emplacamento de carros. O componente emocional do consumidor vai aumentar depois da crise. Espero que as pessoas mudem valores, que o capitalismo entorpeceu", declara (a partir de 9:15).

O executivo ainda cita uma campanha criada em 2006, para a Telecom New Zealand, como uma campanha que gostaria de ter feito. "O filme conta a história de um pai e filho, que todos os anos vão pescar juntos. Uma obra prima. Tem um conceito tão forte que poderia veicular hoje. Quando a ideia é muito forte, ela não tem data, não tem lugar. Morro de inveja toda vez que vejo esse filme", declara (a partir de 33:20).

Veja o comercial:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=Yw6Es89c4IM&feature=emb_logo

Confira a íntegra da entrevista no podcast Mídia e Marketing, do UOL Economia:

https://www.youtube.com/watch?v=3dHh8iECmGY&feature=emb_logo

<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/14/mario-dandrea-presidente-da-abap-marcas-precisam-passar-por-diva.htm?cmpid=copiaecola>