



m&m online

[Aparrecimento](#)

 BUSCA:
[BUSCA AVANÇADA](#)

Olá, Amadeu

[ATUALIZAR DADOS](#) | [NOVO LOGIN](#)

Publicidade



CANAIS

- Prêmio Caboré 2007 **novo**
- Cobertura MaxiMídia 2007 **novo**
- Meio Digital
- Prêmio MOnline/MSN
- Galeria Criativa
- Mobile
- M&M Network
- Opinião
- Podcast
- Revista da Criação
- FAQ
- **RSS**

LINKS PATROCINADOS

Anúncios Google

[Seu Evento Sem Fronteiras](#)
Transmissão de eventos ao vivo pela internet com a Interrogação Digital
www.interrogacaodigital.com

Anuncie neste site

Espaço M&M

EM PAUTA

Marketing & Negócios

Santander adotará marca única no Brasil

Site do banco na Espanha sinaliza que decisão será tomada "no momento oportuno"

Cláudia Bergamasco

09/10 - 12:18

A compra do holandês ABN Amro Real pelo consórcio formado pelo banco espanhol Santander mexeu com o ranking do setor bancário brasileiro e certamente vai mexer com o mercado da propaganda no Brasil. A negociação, toda ela conduzida entre as instituições na Holanda e na Espanha, faz o Santander saltar do sétimo para o terceiro lugar entre os maiores bancos no País, no ranking geral das instituições financeiras, incluindo as estatais, atrás apenas do Banco do Brasil e do Bradesco. Estima-se que o novo banco tenha ativos de cerca de R\$ 277 bilhões.

No meio publicitário, há dois questionamentos: a verba de marketing do novo banco e a linha de comunicação a ser adotada. A verba vai crescer? Prevalecerá a linha de comunicação do Real ou a do Santander? Ou será criada uma nova, híbrida com o que os dois têm de melhor? Por enquanto, nenhum dos bancos se pronuncia sobre a compra, tão pouco sobre as estratégias a serem adotadas daqui para frente. Mas, no site da instituição espanhola, um comunicado afirma que "será adotada uma estratégia de marca única no momento oportuno", a exemplo do que aconteceu nos processos de integração dos quais o Santander participou na América Latina - no Brasil, o Banespa, no final de 2000. O comunicado afirma ainda que o banco tem mantido marcas distintas durante períodos relativamente longos de tempo, mas não sinaliza quanto tempo ainda a marca ABN Amro Real será mantida no Brasil. No que diz respeito a tecnologia, o comunicado é mais objetivo. Diz que o banco resultante da compra terá uma única plataforma tecnológica até 2010.

Vice-líder em mídia

O segmento Mercado Financeiro e Seguros está na vice-liderança entre os setores econômicos que mais investem em mídia no país, atrás apenas de Comércio e Varejo. No ano passado, o segmento comprou quase R\$ 1,5 milhão em mídia, valor 16% maior que em 2005, segundo o ranking Agências&Anunciantes, de Meio & Mensagem. Este ano, o bolo deve crescer.

Pesquisa feita pelo Ibope Monitor, empresa que mede o investimento em mídia de diversos setores da economia, mostra que o segmento Mercado Financeiro e Seguros encerrou o primeiro semestre de 2007 com a compra de mais de R\$ 1,6 milhão em mídia.

Publicidade





No ano passado, o Santander Banespa aumentou seu investimento publicitário em 68%, para R\$ 83,3 milhões, saltando da 40ª posição no ranking dos 300 maiores anunciantes, segundo o Agências&Anunciantes, para o 22º lugar. O Banco Real ABN Amro não ficou muito atrás: investiu R\$ 78 milhões na compra de mídia, volume 32% maior que em 2005, e subiu da 31ª posição para a 25ª no ranking.

A nova campanha do Real

No último dia 5, o Real, antes mesmo de sua venda estar confirmada, decidiu investir R\$ 10 milhões numa campanha para estreitar o relacionamento com seus clientes. O objetivo é mostrar que, no Real, problemas podem se transformar em oportunidades. "Queremos conhecer as manifestações dos nossos clientes, assumindo o compromisso de resolvê-las da forma mais eficaz e rápida possível", afirma o diretor executivo de estratégia da marca e comunicação corporativa do Real, Fernando Byington Egydio Martins.

Assinada pela agência LewLara, a campanha contempla filme para TV, anúncio em internet, mídia impressa e rádio, com previsão de veiculação até o final de outubro.

Atualmente, três agências atendem o ABN Amro Real: Talent, LewLara e Ogilvy. Já o Santander tem sua conta publicitária concentrada na McCann Ericsson.

A plataforma de comunicação do Santander é de inovação. Já o Real vem, nos últimos oito anos, investindo pesadamente no marketing da sustentabilidade e responsabilidade social. O presidente das operações brasileiras, Fabio Barbosa, disse, durante o MaxiMídia, evento realizado pelo Grupo Meio & Mensagem, entre os dias 2 e 4 deste mês, em São Paulo, que a manutenção da política de sustentabilidade que o banco adotou como uma das principais bandeiras da sua marca está nas mãos do Santander. "Cabe ao Santander decidir se vai continuar com essa política, mas acho que a sociedade, que cobra cada vez mais uma postura ética, transparente, responsável e também sustentável das empresas, vai influenciar na decisão", disse Barbosa.

LEIA TAMBÉM

[Consórcio compra 86% do ABN Amro](#)

COMENTÁRIOS

Por **Marcos Car** - 10/10/2007 - 01:21

Não sou cliente de nenhum dos dois, mas a postura do banco Real é muito mais simpática que a de qualquer outro banco.

Por **Pedro Brasil** - 10/10/2007 - 00:16

Se mudarem a proposta de valor do Real, me perdem como cliente! O Real é muito mais simpático que o Santander.

Por **Felipe Medici** - 09/10/2007 - 16:48

o importante mesmo é a manutenção da atitude positiva do banco, em prol de um mundo melhor, ou no mínimo menos pior. porque no fundo, no fundo, todo banco existe é pra dar lucro aos investidores. quanto às arvores, somos nozes...

Por **Luciana Senatore** - 09/10/2007 - 15:41

Como cliente do Banco Real tenho receio de ver toda a preocupação que a instituição demonstra com sustentabilidade e responsabilidade social desaparecer. O Real sempre foi a empresa mais fortemente atuante nesta "causa", e isso faz com que eu, e certamente grande parte dos clientes do banco, estejamos torcendo pela manutenção principalmente das ações e linha de comunicação através das campanhas publicitárias, uma das mais brilhantes do país.

NOTÍCIAS MAIS LIDAS DESTA EDITORIA

- + LG lança concorrentes do iPhone
- + Anvisa defende maior controle da publicidade
- + Santander adotará marca única no Brasil
- + Consórcio compra 86% do ABN Amro
- + Estrela espera ampliar vendas em 30%

copyright meio & mensagem 2007

[PRIVACIDADE](#)