

A PRIMEIRA EMPRESA portuguesa de agenciamento de vozes

Dão voz aos anúncios e querem facturar 500 mil

Hugo Real
hreal@economicasgqs.com

A Addvoices espera encerrar o seu primeiro ano de actividade com uma facturação de meio milhão de euros. A informação foi avançada ao Diário Económico por Marta Correia, directora-geral da empresa, que faz "um balanço positivo" dos primeiros meses de funcionamento da consultora cujo 'core business' "é o fornecimento de vozes de todo o género a todas as áreas e suportes que necessitem de voz, desde publicidade, passando por call center, dobragens, telemóveis, jogos interactivos, entre outros".

"Temos mais de 500 vozes agenciadas, cerca de 180 que já trabalharam e uma facturação prevista de meio milhão de euros para o primeiro ano de vida", refere a responsável da empresa.

Com 80% do volume de trabalho centrado na publicidade, a empresa, que deve atin-

gir o break even até Maio de 2008, tem realizado também trabalhos corporativos e algumas dobragens, tendo como maiores clientes empresas como a BBDO, os estúdios de som Display e Pôr do Som e a Galp, com "trabalhos institucionais".

Sem revelar os preços executados, Marta Correia apenas explica que "se for um processo chave na mão o valor varia muito", mas caso seja "só gravação de voz são cobrados os valores do mercado". Ou seja, pode ir de 40 euros até aos 950, valor de tabela para a gravação de uma imitação de voz para um anúncio televisivo.

Integrada no grupo Finagen-

"Este é um mercado muito atractivo e o futuro vai trazer concorrência a esta área"

ce, que detém ainda a L'Agence Lisboa, L'Agence Rio, a NeverMind e a Scriptmakers, a Add Voices está a trabalhar "num mercado muito atractivo, uma área não explorada", cujo futuro vai passar pelo "aparecimento de concorrência", o que fará com que "as vozes comecem a trabalhar em exclusivo". De resto, este é um dos objectivos da empresa, que até ao final do ano espera ter 20 profissionais a dar a sua voz num regime de exclusividade.

Segundo Marta Correia, a criação da Addvoices veio preencher "uma lacuna no mercado", já que "os clientes queriam mais vozes e as vozes queriam entrar no mercado".

Com o objectivo de "fornecer mais serviços ao cliente português" a empresa celebrou recentemente uma parceria com a australiana RMK Luke Down, empresa que "faz agenciamento há 28 anos e tem uma base de vozes em exclusivo e em 26 idiomas". ■

BI

Nascida em Janeiro de 2007, a Addvoices vai fechar o primeiro ano de vida com uma facturação de 500 mil euros, esperando atingir o break even em Maio de 2008.

80% dos trabalhos são na área da publicidade.

A empresa tem 500 vozes agenciadas, sendo que destas 180 já executaram trabalhos. A aposta de futuro passa em vozes que trabalhem num regime de exclusividade.

Uma parceria com a australiana RMK coloca ao dispor dos clientes da Addvoices vozes exclusivas em 26 idiomas.

AS VOZES

António Pedro Cerdeira e Susana Arrais (na foto) são duas das vozes que a Addvoices coloca ao dispor dos seus clientes. Neste caso, os profissionais gravaram um anúncio de rádio para o grupo Dolce Vita. No total, a empresa tem mais de 500 vozes agenciadas, com o objectivo de "fornecer a maior diversidade possível" aos seus clientes.



Paula Nunes