

## Bolsa Samba Digital quer entrar na Euronext Lisboa

Há um IPO à vista na Bolsa de Lisboa. É de uma empresa que tem sede em Miami, joga todas as fichas no desporto, em especial no futebol

A Samba Digital nasceu em 2018, por iniciativa de Frédéric Fausser, um francês que vive no Brasil e escolheu para a sua empresa um nome de inspiração brasileira, à medida de uma proposta focada no desporto e em especial no futebol, mas optou por eleger Miami, nos Estados Unidos, para sediar o negócio. Agora quer entrar em Portugal, através da Euronext Lisboa, já a olhar para Espanha. O empresário sabe que Lisboa "tem uma Bolsa pequena, com pouca liquidez", mas a sua empresa "também é pequena e assim até poderá ter mais visibilidade do que num grande mercado". Além do

mais, se for admitida à cotação, "fica automaticamente na Euronext", o que lhe dá, logo à partida, "escala europeia a partir de Lisboa".

A favor de Portugal, a par da proximidade a Espanha, outro dos seus alvos no curto prazo, está "a cultura desportiva portuguesa, paixão pelo futebol incluída, fundamental para atrair o interesse dos investidores". Junta-se ainda a proximidade ao Brasil, o principal mercado desta empresa, e a oportunidade de atrair, em Lisboa, investidores brasileiros que têm ligações a Portugal, designadamente uma segunda residência no país, explica.

E o que faz a Samba Digital? "É uma B2B que ajuda entidades, marcas de desporto, a crescer internacionalmente através de uma estratégia digital e que trabalha com grandes marcas, desde clubes de futebol como o Paris Saint-Germain, Olympique de Lyon, AS Monaco, LOSC Lille, Liverpool, Manchester United, Tottenham, Juventus e Nápoles, à Ligue 1 ou à Bundesliga. Mas também está noutras modalidades, do rúgubi ao basquetebol, via NBA, ao automobilismo, onde corre através da Fórmula 1, ao ténis, através de Roland Garros.

Em Portugal, que inconscientemente poderá ter entrado no radar da Samba "quando Jorge Jesus chegou ao Flamengo e se tornou um deus no Brasil", os primeiros alvos serão os três grandes: Benfica, FC Porto e Sporting. No



A Euronext Lisboa vai receber uma startup tecnológica FOTO GETTY IMAGES

entanto, o potencial de trabalho parece não ter fronteiras, desde logo porque a Samba nasceu a pensar em clubes mais pequenos que não têm orçamentos de marketing para gerir a marca à escala global, mas também serve os grandes: uma das últimas aquisições foi o Liverpool, que entrou na Samba para gerir as suas redes sociais no Brasil e poderá apostar na plataforma de tradução da empresa, a Sports Translate, para chegar a adeptos de mais 30 idiomas, ou seja, "à escala global".

"Temos 60 clientes e queremos chegar aos 100 até ao fim do ano. Tratamos de uma 'torcida' de 400 milhões

de pessoas para os nossos clientes", avança o gestor, pronto a trabalhar em todas as redes sociais, com conteúdos específicos à medida de cada país a partir de uma rede de 150 tradutores especializados em desporto que oferecem traduções rápidas em 30 idiomas, desde posts a notícias ou, até, a contratos dos próprios jogadores.

Na verdade, a plataforma nasceu com a covid-19 e em meio ano compensou o investimento feito pela empresa que garante ter crescido 50% em 2020, em plena pandemia, para um volume de negócios de 2 milhões de dólares e que este ano deverá saltar até aos €3

milhões (€2,5 milhões). A meta, para 2023, "é ser a principal referência internacional do marketing desportivo digital" e isso, diz Frédéric Fausser, pode já passar por Portugal, onde aguarda, em junho, uma decisão da Euronext sobre a sua adesão ao Euronext Access, criado pela Bolsa pan-europeia para ser uma base para a admissão de startups e pequenas e médias empresas (PME) gazela no mercado. Neste caso é uma empresa que não depende da estrutura tradicional de custos fixos, uma vez que a Samba Digital não tem escritórios nem assalariados. Trabalha apenas com freelancers espalhados por diferentes países, "mas têm cultura de empresa", garante o empresário.

Valorizar a empresa e garantir financiamento para novos projetos, designadamente no universo da Inteligência Artificial, onde quer inovar na tradução automática especializada em vocabulário desportivo são objetivos assumidos à partida. Centralizar todos os serviços numa única plataforma até 2023 também é uma ambição.

Já ser um unicórnio parece ficar fora de cena. Pode até acontecer, mas a Samba Digital assume-se como uma startup tecnológica em que "a rentabilidade é prioridade", enquanto "nos unicórnios tudo passa muito mais pelo crescimento e os prejuízos não são um problema", comenta.

MARGARIDA CARDOSO

mcardoso@expresso.impresa.pt