FAST FORWARD XPERIENCE

web summit LISBON

COM A VISÃO DE GUGA SCHIFINO, CURADOR DA FFX

PALCO	DIA	LISBOA
MARKETING SUMMIT	**10 NOV 2026**	**14:45**

NA NOTHING, QUEM DIVULGA A MARCA VIRA SÓCIO DELA

MARKETING · BRANDING · COMUNIDADE · INFLUENCIADORES

Charlie Smith

Chief Brand Officer da Nothing desde janeiro de 2026, o primeiro da empresa, respondendo direto ao CEO Carl Pei e cuidando de marca, marketing, comunicação e design de lojas.

Lu Rodrigues

Colunista da Forbes Brasil na seção Carreira, apresentada pela revista como executiva C-level de comunicação, mentora e conselheira.

EM 30 SEGUNDOS

Para crescer com uma marca que pouca gente conhece, a Nothing faz de artistas e fãs seus sócios e dá à comunidade um lugar no conselho.

Quem gasta menos em marketing que os líderes pode trocar parte do cachê por participação: assim, o artista também ganha quando a marca cresce.

O OLHAR DA CURADORIA

Guga Schifino

Curador da FFX

ESCREVEU que a Nothing desafia Apple e Samsung ao transformar design ousado, transparência e senso de comunidade em diferenciais, fazendo da tecnologia um objeto de desejo e de expressão de identidade.

ANOTOU que a marca registra crescimento de três dígitos desde que foi criada, em 2020.

ANOTOU que a Nothing tem lojas em Londres e em Bengaluru, na Índia.

NÚMEROS DO PALCO

US$ 2 bi

Receita acumulada da Nothing desde o 1º produto, de 2021

<10%

Reconhecimento da marca Nothing nas pesquisas citadas por Smith

27 anos

Idade média do cliente da Nothing

3 mil jovens

Público das sessões do influenciador Lyas para ver desfiles em Paris, com a Nothing como parceira

---

PARA LEVAR

1. **Dê ao cliente uma voz com mandato: alguém eleito pela comunidade, com lugar fixo na reunião do conselho para levar elogios e críticas.**
2. **Ofereça a artistas e fãs a chance de investir na empresa, mas defina antes quanto do capital aceita dividir.**
3. **Antes de criar um evento do zero, procure o encontro que seus clientes já fazem por conta própria e entre como parceiro.**

O ARTIGO

3 MIN DE LEITURA

A Nothing, fabricante londrina de celulares e fones que pouca gente conhece, divide a empresa com quem a promove.

A cantora Charli XCX é embaixadora e acionista, os fãs podem investir e um representante eleito por eles participa das reuniões do conselho. Quem contou foi Charlie Smith, chefe de marca da Nothing e ex-diretor de marketing da grife espanhola de luxo LOEWE. **Guga Schifino, curador da FFX, avalia que desafiar Apple e Samsung com o apoio de embaixadores que se tornam sócios tem feito todo sentido.**

Lu Rodrigues, ex-CEO da Grey Brasil e colunista da Forbes Brasil, que conduziu a conversa, contou que sempre tentou convencer os anunciantes que atendia a dar uma pequena fatia da empresa a celebridades, sem sucesso. Smith não revelou o tamanho da fatia de Charli XCX, mas disse que dividir a empresa com quem gosta dela vem desde o início: a comunidade pode investir, e o grupo Swedish House Mafia está entre os investidores. **Para uma marca pouco conhecida, o apoio de um sócio pode soar como aposta, e não como anúncio pago.**

Perguntado se ter criadores como acionistas era real ou só marketing, Smith respondeu: "Eu odiaria que fosse só uma estratégia de marketing". A comunidade elege um representante, o Community Board Officer, que vai às reuniões do conselho com o que os usuários publicam no fórum da marca, críticas incluídas. **Com o cargo, a reclamação do fórum chega a quem decide os rumos da empresa.**

A Nothing também apoia encontros que o público já organiza sozinho. Sem convite para um desfile da Dior, o influenciador francês Lyas avisou no Instagram que assistiria num bar de Paris, e cerca de mil estudantes apareceram. Hoje a sessão acontece no Théâtre du Châtelet, para cerca de 3 mil jovens, e tem a Nothing como parceira. A marca fez camisetas com a frase "fui à sessão e saí com Nothing", um trocadilho com o nome, que em inglês quer dizer "nada".

A Nothing divide a empresa com quem a promove

NOTHING

Charli XCX	Embaixadora e acionista
Fãs investidores	A comunidade pode comprar participação
Community Board Officer	Eleito pelos fãs, leva o fórum ao conselho
Swedish House Mafia	Grupo musical entre os investidores
Sessões do Lyas	Cerca de 3 mil jovens veem desfiles em Paris

Quando Lu Rodrigues pediu que ele convencesse a plateia a trocar de celular, Smith lembrou que os produtos da Nothing custam metade do preço dos concorrentes. **O preço baixo pode explicar parte das vendas, e a empresa não diz quanto veio dele e quanto dos sócios.** Fora do palco, a receita de 2024 passou de US$ 500 milhões, o dobro do ano anterior (9to5Google, 2025).

Charlie Smith e Lu Rodrigues no palco do Web Summit Lisboa.
Foto: curadoria FFX no Web Summit 2026

SE VOCÊ VAI ENTRAR NA CULTURA COMO MARCA

CULTURAL, NÃO PODE SÓ EXTRAIR DELA.

Charlie Smith, Chief Brand Officer da Nothing

Para a FFX, o cachê compra o alcance do artista por um prazo; a participação compra o interesse dele no resultado da empresa. Esse arranjo tem três custos. A empresa divide o capital com mais gente. Passa a ouvir crítica dentro da sala onde decide. E amarra a marca à imagem do sócio: Smith elogiou Charli XCX pelo jeito bagunçado, contra a perfeição falsa das redes sociais, e esse jeito agora também fala pela Nothing.

Sócio ganha com o resultado; contratado ganha com o prazo

Participação	Cachê
Interesse O artista ganha quando a empresa cresce	**Interesse** Alcance comprado por tempo limitado
Voz Crítica dos fãs chega à mesa do conselho	**Percepção** Para marca pouco conhecida, soa como anúncio pago
Custo Capital dividido e imagem atrelada ao sócio	

Smith contou que a comunidade da Nothing começou com fãs de tecnologia e agora se abre para música e moda. **Aí está o limite: um representante eleito por fãs engajados fala por quem já ama a marca; falta provar que fala também pelo cliente comum.** Mesmo assim, a Nothing já mostrou que uma artista aceita ser sócia e embaixadora ao mesmo tempo, o arranjo que Lu Rodrigues nunca conseguiu vender aos anunciantes.

LEITURA FFX

A participação só faz o sócio trabalhar pela marca quando vem com voz e com acesso ao que a empresa decide.

A Kuba Audio, marca brasileira de fones, vendeu participação a fãs por crowdfunding em 2021 e reuniu cerca de 300 investidores; o fundador, Leonardo Drummond, diz ter criado "uma base de fãs que quer participar do negócio, não só consumir o produto" (Startups, 2025).

Na Mascavo, de cosméticos, a sócia majoritária e rosto da marca, Mari Saad, diz ter perdido acesso a vendas e estoque e deixou a direção, com a briga na Justiça (Meio & Mensagem e IstoÉ Dinheiro, 2026).

Quem troca cachê por participação deve definir no contrato o que o sócio decide e o

PROVOCAÇÃO FFX

QUEM DIVULGA A SUA MARCA GANHA QUANDO ELA CRESCE, OU SÓ QUANDO POSTA?

RETRATO DA EMPRESA

NOTHING

Fabricante londrina de celulares, fones e acessórios fundada em 2020 por Carl Pei, cofundador da OnePlus, conhecida pelo design transparente.

Avaliada em **US$ 1,3** bilhão após rodada de investimento de US$ 200 milhões liderada pela Tiger Global (set/2025, TechCrunch)

Loja de Bengaluru, na Índia: mais de 61 mil visitantes e mais de **US$ 1,3** milhão em receita nos três primeiros meses (mai/2026, Republic World)

A CMF, marca mais barata do grupo, vira empresa independente, de controle majoritariamente indiano, com meta de 100 milhões de celulares por ano (set/2026, Business Today)

Primeiro celular homologado na Anatel em abril de 2026, ainda sem lançamento oficial no Brasil (abr/2026, Canaltech)

FONTES

1. 9to5Google: Nothing expansion and funding after successful 2024 (Bloomberg)
2. Counterpoint Research: Global smartphone shipments hit a new low with 20% YoY decline (12/10/2026)
3. Startups: Com nova rodada, Kuba Audio quer crescer 100% em 2026 (29/12/2025)
4. Meio & Mensagem: Mari Saad deixa Mascavo após disputa com sócios da marca (18/09/2026)
5. IstoÉ Dinheiro: A disputa entre Mariana Saad e os sócios da Mascavo na Justiça (22/09/2026)
6. InfoMoney: Influenciadores viram sócios de empresas em novo modelo de negócios (05/07/2026)
7. IAB: The AI Ad Gap Widens (15/01/2026)
8. TechRadar: Nothing CEO confirms there will be no Phone (4) this year
9. GSMArena: Nothing denies plans to exit 12 global markets (27/07/2026)
10. TechCrunch: Nothing closes $200M Series C led by Tiger Global
11. Republic World: After Bengaluru's breakout success, Nothing eyes more India stores (14/05/2026)
12. Business Today: CMF becomes Indian, Carl Pei explains (21/09/2026)
13. Canaltech: Nothing está vindo para o Brasil; 1º celular da marca é homologado na Anatel (09/04/2026)