

Publicidade tem alta de 4% em 2009

Mariana Barbosa

Alta de investimento acontece apesar da onda de fusões e aquisições, que tira do mercado grandes anunciantes

Estimativa para 2010 é de um crescimento de 12% a 15% nos gastos dos anunciantes, graças a Copa e eleições

O investimento em veiculação de anúncios no Brasil cresceu 4% no ano passado, alcançando R\$ 30,5 bilhões.

O resultado foi puxado pelo aquecimento da economia no último trimestre. "Passamos o período de janeiro a setembro com crescimento zero", diz José Carlos de Salles Gomes Neto, presidente do Grupo Meio & Mensagem, responsável pela elaboração do ranking Agências e Anunciantes.

Como acontece desde o início da década, as Casas Bahia lideram o ranking dos maiores anunciantes do país, com verba de R\$ 1,1 bilhão em compra de mídia -recuo de 2% em relação a 2008.

Em segundo lugar vem a Unilever, com R\$ 793 milhões (alta de 1%).

O crescimento do mercado aconteceu apesar do movimento de fusões e aquisições, que reduzem o ambiente competitivo. O Itaú manteve praticamente estável a sua verba de mídia (R\$ 153 milhões). Mas o Unibanco, adquirido em novembro de 2008, reduziu em 19% seus investimentos no setor, para R\$ 36 milhões. "Com o desaparecimento da marca Unibanco a partir deste ano, essa verba vai desaparecer", diz Salles Neto.

No ranking das agências, a Y&R, que detém a conta das Casas Bahia, segue na liderança, com faturamento bruto de R\$ 1,8 bilhão.

Para este ano, Salles Neto prevê alta de 12% a 15% nos gastos com publicidade, crescimento que deve ser puxado por Copa e eleições. "No primeiro trimestre, o setor já cresceu 25%."

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 01 jun. 2010, Mercado, p. B10.