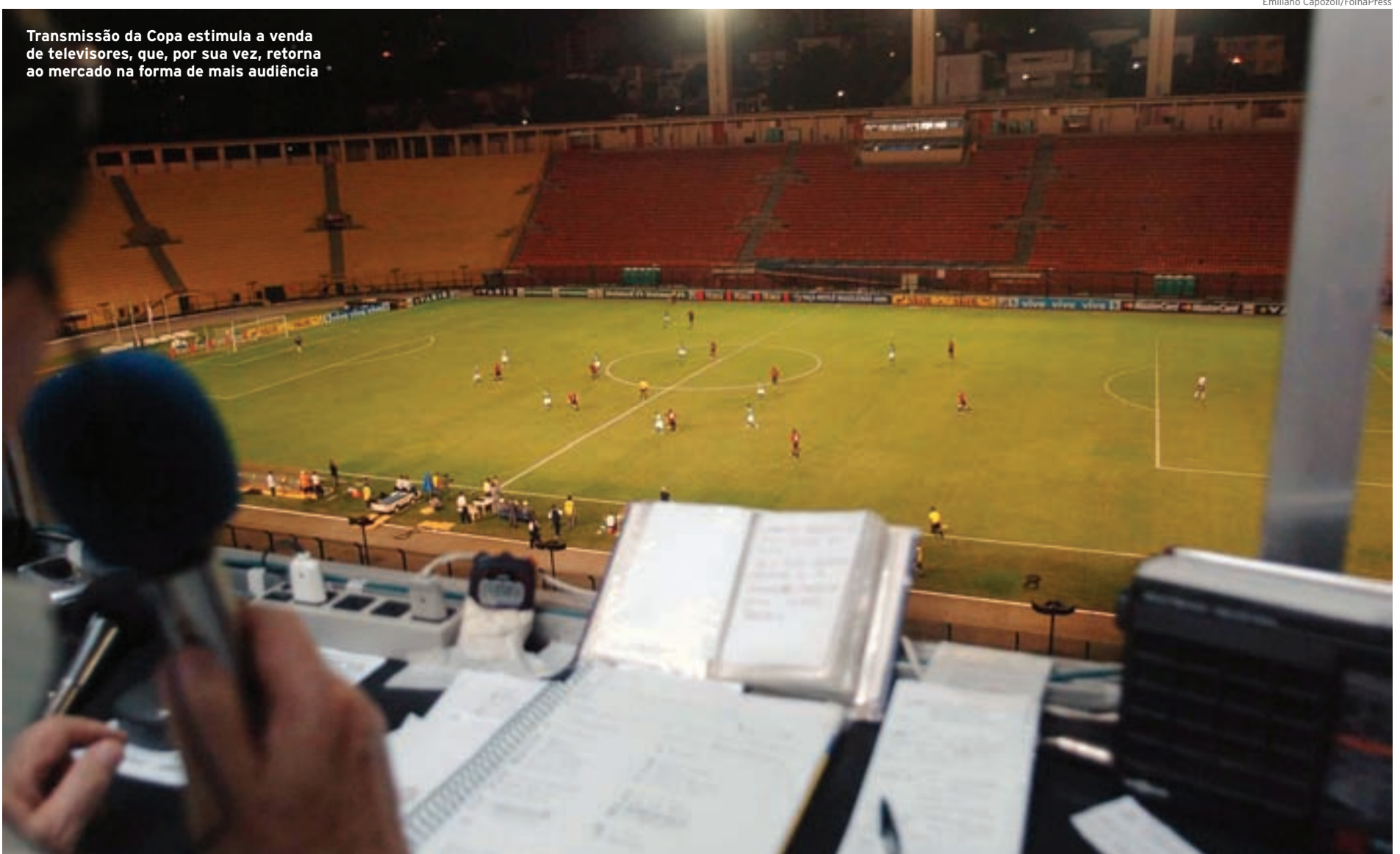


Transmissão da Copa estimula a venda de televisores, que, por sua vez, retorna ao mercado na forma de mais audiência



Copa eleva projeção de receita publicitária das TVs abertas

Bolo da propaganda ganha fatia adicional de 10% com os jogos; emissoras devem ficar com 60% do total

Micheli Rueda

mrueda@brasileconomico.com.br

Da mesma maneira que os direitos de transmissão estão virando o jogo como principal fonte de receita dos clubes brasileiros, o futebol promete ter impacto decisivo no resultado das redes TV abertas este ano. Considerando que o sustento dos canais se dá essencialmente pela publicidade, o Mundial não poderia deixar as emissoras mais otimistas.

“Espera-se que a Copa injete no mercado publicitário uma verba adicional de aproximadamente 10%. Desse montante, estima-se que 60% será destinado à TV aberta”, prevê Walter Zagari, vice-presidente comercial da Rede Record. No ano passado, essa mídia concentrou 60,9% da verba total de propaganda em 2009, apontou estudo do Projeto Inter-Meios, elaborado pelo jornal Meio&Mensagem e que mede o investimento publicitário no Brasil.

Copa do Mundo na África, economia aquecida e alto ganho com publicidade devem alavancar o faturamento dos canais

abertos no Brasil em 2010, prevê Luis Roberto Antonik, diretor-geral da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). A projeção segue o avanço de 7,6% no faturamento do setor visto em 2009, quando passou de R\$ 24,1 bilhões em 2008, para R\$ 25,8 bilhões. “Esperávamos um resultado péssimo em 2009 por conta da crise financeira internacional, mas a televisão aberta se saiu bem, pois as empresas do setor se prepararam para um período difícil”, afirmou Antonik.

Com o forte crescimento econômico do país, as expectativas são ainda mais positivas. “Estamos registrando um bom desempenho, há projeção de crescimento do PIB de aproximadamente 5% e vamos acompanhar isso, porque a TV depende do comércio e da indústria”, avalia o executivo. “Se a economia do Brasil vai bem, a TV também vai bem”, diz. O dirigente da Abert ainda destaca que a alta na venda de televisores também deve colaborar para o crescimento da audiência e da receita das emissoras, embora anos de mundial sejam atípicos.

“

Espera-se que o Mundial de 2010 injete no mercado publicitário uma verba adicional de aproximadamente 10%. Desse montante, 60% será destinado à TV aberta

Walter Zagari,
vice-presidente comercial
da Rede Record

“Em um ano convencional, como 2009, a produção de televisores atingiu apenas 4,9 milhões. Já em 2006, quando tivemos a Copa do Mundo na Alemanha, a produção foi estúpida [12,6 milhões]”, disse.

Boas perspectivas

Com faturamento de R\$ 2,25 bilhões em 2009, a Rede Record projeta alta de 15% nos ganhos em 2010, para R\$ 2,7 bilhões. No mesmo sentido, a Rede Bandeirantes tem como meta expansão de 32% nas vendas neste ano, sendo que nos quatro primeiros meses de 2010 a emissora já cresceu 38%. Em 2009, o crescimento da receita foi de 18%.

Marcelo Mainardi, diretor-executivo comercial da Band, explica que o canal adquiriu junto à Rede Globo os direitos para a transmissão da Copa. “Todas as cotas de publicidade foram vendidas já em 2009, o que colaborou para o desempenho anual”, esclarece. Para o executivo, o Mundial é a grande oportunidade para mostrar a nova grade de programação e

posicionamento mais jovem. “Pretendemos buscar o terceiro lugar na audiência, ocupado hoje pelo SBT”, destaca.

Embora não tenha revelado cifras para 2010, a emissora de Silvio Santos registrou aumento de 102% no lucro líquido de 2009, totalizando R\$ 40,030 milhões, contra R\$ 19,810 milhões no ano anterior. No ano passado, o SBT teve receita líquida de R\$ 688,873 milhões, 13,15% mais que os R\$ 608,781 milhões apurados em 2008.

Bons resultados foram apresentados também pelas Organizações Globo, que não revela cifras por empresa, nem faz projeções. No balanço de 2009, o lucro líquido disparou 283,3% para R\$ 1,094 bilhão, contra R\$ 496,723 milhões em 2008. A receita líquida foi de R\$ 8,385 bilhões, 10,3% superior aos R\$ 7,601 bilhões do ano anterior.

Já o ganho da Rede TV! teria sido entre 15% e 20% em 2009, para cerca de R\$ 350 milhões, segundo fontes do mercado. Procurada, a companhia não revelou projeções de resultados para este ano. ■