

Publicidade cresce 6,5%

Teresa Levin

Os Estados Unidos mostram sinais de recuperação econômica e o desempenho da publicidade naquele país em 2010 reforça isso. O segmento teve um crescimento de 6,5% em volume, alcançando US\$ 131,1 bilhões, apontam dados do Kantar Media.

Alguns fatores interferiram nesse resultado, como a recuperação do setor automobilístico, as eleições e o forte desempenho publicitário da TV e da internet. Para ser ter uma ideia, os investimentos no último trimestre do ano foram 7% maiores do que o mesmo período em 2009.

O setor automobilístico foi o segmento que mais investiu em publicidade, tanto em volume quanto em crescimento percentual de investimento, com um aumento de 19,8% em relação à verba destinada à publicidade em 2009, totalizando um movimento de US\$ 13 bilhões.

Entre as mídias, a TV recuperou suas perdas de 2009, com um crescimento publicitário de 13,3%. Já a internet viu os investimentos aumentarem 9,9% em comparação a 2009. Radio também cresceu e os jornais foram os únicos que registraram declínio.

Quanto aos anunciantes, pelo oitavo ano consecutivo a Procter & Gamble foi o maior anunciante americano, com um investimento de US\$ 3,1 bilhões.

Fonte: Propmark, São Paulo, 21 mar. 2011, p. 7.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins publicitários