

PROJETO INTER-MEIOS

# Mercado cresce 4,77% no 1º trimestre

Faturamento publicitário chegou a R\$ 5,707 bilhões, com destaque para mídia exterior, internet e TV

Por FERNANDO MURAD fmurad@grupomm.com.br

O ritmo desacelerou, mas o mercado publicitário brasileiro mantém sua expansão em 2011. De acordo com os números do **Projeto Inter-Meios** relativos ao primeiro trimestre, o faturamento dos veículos com a comercialização de espaço publicitário foi de R\$ 5,707 bilhões, contra R\$ 5,447 bilhões registrados no mesmo período do exercício anterior — desempenho que representou uma alta de 4,77% (sem descontar a inflação). O avanço foi menor do que o aferido no primeiro bimestre deste ano (7,7%), mas é representativo, já que 2010, ano de Copa do Mundo e também de eleições no Brasil, foi um exercício de crescimento robusto.

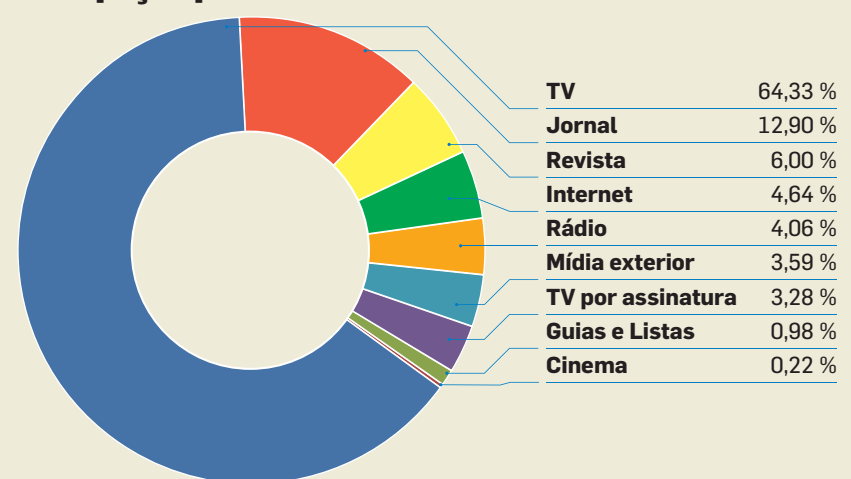
A mídia exterior, a internet e a TV aberta continuaram puxando o crescimento do mercado, com alta de 15,78%, 12,7% e 7,06%, respectivamente. Já o meio revista iniciou uma reação nos números do ano. Após um recuo de 11,4% no primeiro bimestre, a mídia encerrou o primeiro trimestre com alta de 2,27%. A TV por assinatura, por sua vez, foi outro meio que



## Faturamento bruto, por meio (R\$)

	VALORES ACUMULADOS		CRESCIMENTO DECRÉSCIMO HORIZONTAL	% DE PARTICIPAÇÃO
	3/2010	3/2011		
<b>Guias e Listas</b>				
Faturamento direto	71.119.562,18	56.168.638,26	-21,02	8,43
Faturamento agência	159.440,52	32.363,00	-79,70	0,00
<b>Total</b>	<b>71.279.002,70</b>	<b>56.201.001,26</b>	<b>-21,15</b>	<b>0,98</b>
<b>Internet</b>				
Faturamento direto	61.211.213,28	69.877.367,17	14,16	10,49
Faturamento agência	154.930.196,95	170.987.246,69	10,36	3,41
Faturamento / permuta	508.590,26	713.363,81	40,26	100,00
Faturamento / outros	18.131.302,57	23.025.757,73	26,99	100,00
<b>Total</b>	<b>234.781.303,06</b>	<b>264.603.735,40</b>	<b>12,70</b>	<b>4,64</b>
<b>Jornal</b>				
Faturamento direto	158.612.556,49	163.432.867,84	3,04	24,54
Faturamento agência	608.745.789,55	573.052.983,03	-5,86	11,42
<b>Total</b>	<b>767.358.346,04</b>	<b>736.485.850,87</b>	<b>-4,02</b>	<b>12,90</b>
<b>Mídia Exterior</b>				
Faturamento direto	66.062.593,83	74.680.478,25	13,05	11,21
Faturamento agência	110.836.703,32	130.125.225,96	17,40	2,59
<b>Total</b>	<b>176.899.297,15</b>	<b>204.805.704,21</b>	<b>15,78</b>	<b>3,59</b>
<b>Rádio</b>				
Faturamento direto	54.523.182,64	60.468.237,20	10,90	9,08
Faturamento agência	183.148.477,11	171.238.026,95	-6,50	3,41
<b>Total</b>	<b>237.671.659,75</b>	<b>231.706.264,15</b>	<b>-2,51</b>	<b>4,06</b>
<b>Revista</b>				
Faturamento direto	39.860.536,38	46.711.034,77	17,19	7,01
Faturamento agência	294.959.567,47	295.716.009,53	0,26	5,89
<b>Total</b>	<b>334.820.103,85</b>	<b>342.427.044,30</b>	<b>2,27</b>	<b>6,00</b>
<b>Televisão</b>				
Faturamento direto	161.579.832,01	182.387.159,69	12,88	27,39
Faturamento agência	3.268.038.485,69	3.489.277.715,36	6,77	69,54
<b>Total</b>	<b>3.429.618.317,70</b>	<b>3.671.664.875,05</b>	<b>7,06</b>	<b>64,33</b>
<b>TV por Assinatura</b>				
Faturamento direto	12.380.314,88	11.084.975,26	-10,46	1,66
Faturamento agência	167.525.810,88	176.039.008,84	5,08	3,51
<b>Total</b>	<b>179.906.125,76</b>	<b>187.123.984,10</b>	<b>4,01</b>	<b>3,28</b>
<b>Cinema</b>				
Faturamento direto	2.084.592,20	1.109.801,76	-46,76	0,17
Faturamento agência	13.056.998,72	11.332.859,69	-13,20	0,23
<b>Total</b>	<b>15.141.590,92</b>	<b>12.442.661,45</b>	<b>-17,82</b>	<b>0,22</b>
<b>Total</b>				
Faturamento direto	627.434.383,89	665.920.560,20	6,13	100,00
Faturamento agência	4.801.401.470,21	5.017.801.439,05	4,51	100,00
Faturamento / permuta	508.590,26	713.363,81	40,26	100,00
Faturamento / outros	18.131.302,57	23.025.757,73	26,99	100,00
<b>Total</b>	<b>5.447.475.746,93</b>	<b>5.707.461.120,79</b>	<b>4,77</b>	<b>100,00</b>

## Participação por meio %



registrou resultado positivo: 4,01%. Por outro lado, Guias e Listas (-21,15%), Cinema (-17,82%), Jornal (-4,02%) e Rádio (-2,51%) foram na contramão do mercado.

Em valores, a televisão se mantém na dianteira com faturamento de R\$ 3,67 bilhões e participação de 64,33% no bolo publicitário. Apesar da queda, o meio jornal aparece na segunda posição com faturamento de R\$ 736,4 milhões e participação de 12,90%. Na sequência figuram revista, com faturamento de 342,4 milhões (participação de 6%); internet, com R\$ 264,6 milhões (4,64%); mídia exterior, com R\$ 204,8 milhões (3,59%), e TV por assinatura, com R\$ 187,1 milhões (3,28%).

Ainda em relação à mídia exterior, todos os segmentos registraram crescimento na casa de dois dígitos. Destaque para painel, com alta de 26,19%, e mobiliário urbano, com 23,57%. Já o incremento de digital out of home foi de 14,52%, enquanto o de móvel foi de 13,41%. O outdoor, responsável por 54,81% do faturamento da mídia exterior, registrou crescimento de 13,03%.

Protagonistas do maior recuo, guias e listas faturaram R\$ 56,2 milhões no primeiro trimestre, e viram sua participação cair para menos de 1% (0,98% para ser exato). O cinema, por sua vez, faturou R\$ 12,4 milhões e agora detém 0,22% do bolo publicitário. Por fim, o tradicional meio rádio registrou rendimentos de R\$ 231,7 milhões e manteve sua participação na casa dos 4%.

## Metodologia

O **Projeto Inter-Meios** é um relatório de investimento em mídia no País tabulado pela empresa de auditoria PricewaterhouseCoopers com exclusividade para o **Grupo Meio & Mensagem**, que coordena o projeto. O trabalho mede, mês a mês, os investimentos em veiculação feitos pelos anunciantes na mídia brasileira. Estima-se que ele mensure 90% do total das verbas. Os participantes encaminham seus dados diretamente à Price. Informações completas podem ser obtidas no endereço [www.projetointermeios.com.br](http://www.projetointermeios.com.br).