

Anúncio on-line supera o impresso

Ksênia Bolétskaia

Aumento do número de usuários impulsionou crescimento. Em 2011, Rússia tomou-se maior mercado de internet da Europa.

Em 2011, os gastos com publicidade na Rússia cresceram 21% em relação a 2010, alcançando 263,4 bilhões de rublos (R\$ 15,04 bilhões). Os números constam de um relatório da Associação das Agências de Comunicação da Rússia. O maior crescimento, de 56%, foi registrado no segmento de publicidade online e o menor, de 6%, no de jornais impressos.

A internet ultrapassou os veículos impressos, tornando-se a segunda maior receita de publicidade na mídia russa, com R\$ 2,3 bilhões (contra os R\$ 2,2 bilhões arrecadados pelos jornais no último ano). As empresas de internet tomaram a dianteira dos jornais em receita publicitária no terceiro trimestre de 2011 e agora estão à frente também no balanço anual. A principal mídia do país continua a ser a TV, com metade dos investimentos publicitários do país.

Em certa medida, a TV contribuiu para o crescimento mais rápido da publicidade on-line. "Os espaços de TV para anúncios publicitários já foram comprados nos primeiros meses do ano passado, o que levou alguns grandes anunciantes a aumentar seus gastos com publicidade na internet", diz o diretor-geral da agência AdWatch, Andréi Tchernitchov. Como resultado, em alguns meses a demanda por anúncios online ultrapassou a oferta, contribuindo para uma alta de cerca de 15% nos preços nos maiores portais. "O volume de publicidade vendida também aumentou devido ao crescimento contínuo do número de usuários na Rússia e do tempo que eles ficam conectados", explica o diretor comercial do portal Mail.ru Group, Aleksêi Katkov.

Segundo o diretor de desenvolvimento de produtos do portal Yandex, Lev Gléizer, a concentração da receita publicitária aumentou e hoje os maiores portais controlam cada vez mais investimentos. Entre os maiores anunciantes estão empresas especializadas em comércio e serviços eletrônicos.

O vice-diretor de marketing do banco TCS, Oleg Aníssimov, afirma que a empresa aumentou consideravelmente os gastos on-line. "Não temos agências off-line, por isso gastamos mais em publicidade na internet".



Fonte: Folha de S. Paulo, São Paulo, 28 mar. 2012, Rússia, p. 3.