

Mercado Países do Bric têm maiores crescimentos em publicidade em 2011; Alemanha, França e Itália devem ter seus piores anos da história

Rússia e Índia lideram investimentos

VARIAÇÕES PUBLICITÁRIAS NO MUNDO

por Claudia Penteadó

Os países do Bric lideram os investimentos em publicidade em 2012, de acordo com a mais recente previsão divulgada no último dia 6 pela Warc (World Advertising Research Center), e que atualiza os dados divulgados em novembro do ano passado. A Rússia deve crescer 16,5%, a Índia 14%, a China 11,5% e o Brasil 8,5%. Os dados não estão muito diferentes da previsão anterior, quando houve um freio nas expectativas em relação ao crescimento do investimento publicitário dos 12 mercados cobertos pelo estudo, devido à volatilidade da economia global e aos sérios reflexos principalmente na zona do euro. Desta vez, apenas quatro países tiveram aumento na previsão em relação à anterior: Brasil, Canadá, China e Japão. Com a crise na zona do euro, devem ter seus piores anos da história Alemanha, França e Itália. De uma maneira geral, segundo análise do estudo, os anunciantes permanecem relutantes em investir com prognósticos tão duvidosos pela frente. Sem as Olimpíadas de Londres e Eurocopa, ambos em 2012, é provável que as previsões fossem ainda mais pessimistas.

Suzu Young, editora de dados do Warc, diz que com o cenário pouco animador nos países mais maduros era de se esperar que o crescimento em 2012 viesse mesmo dos mercados emergentes. "Sem as eleições presidenciais e grandes eventos esportivos as previsões seriam piores. Mas existem algumas luzes no fim do túnel, como a performance da mídia TV, que se apresenta particularmente encorajadora", disse Suzu.

O investimento na mídia TV deve crescer 5,3% – mais do que o crescimento de todo o investimento publicitário, que será de 4,5%. A mídia internet, que na previsão de novembro passado deveria crescer 16,6% este ano, tem previsão de crescer 12,6%. A web, inclusive, deve representar 20% de todo o investimento em mídia do ano. Out of Home também deve crescer 5,1%.

O investimento publicitário brasileiro deve crescer 8,5% em 2012, resultado de aumento dos negócios, com grandes upgrades de infraestrutura que deverão ficar prontos até 2014 e o desenvolvimento do mercado consumidor.

Líder dos investimentos globais, os Estados Unidos passam por um período de maior otimismo, após o registro da redução do desemprego em 37 estados no mês de dezembro. O consumidor e as vendas do varejo não acompanharam o otimismo, não apresentando melhora, mas há uma expectativa de crescimento de 2,1% no investimento este ano.

PAÍS	2011		2012	
	NOMINAL (%)	REAL (%)	NOMINAL (%)	REAL (%)
AUSTRÁLIA	2,4	-1,1	3,5	0,7
BRASIL	7,1	0,5	8,5	2,7
CANADÁ	5,2	2,2	5,1	3,1
CHINA	13,5	7,8	11,5	7,1
FRANÇA	1,0	-1,2	0,8	-0,9
ALEMANHA	2,5	0,1	1,0	-0,8
ÍNDIA	13,0	3,7	14,0	6,2
ITÁLIA	-4,2	-7,0	-0,2	-2,3
JAPÃO	-1,8	-2,2	2,5	2,1
RÚSSIA	25,5	16,1	16,5	8,6
INGLATERRA	1,7	-1,0	4,2	2,3
ESTADOS UNIDOS	2,7	-0,4	4,1	2,0

EVOLUÇÃO NO BRASIL



TENDÊNCIA POR MÍDIA

Mídia	Tendência (%)
Internet	12,6
TV	5,3
Outdoor	5,1
Cinema	3,8
Rádio	2,9
Revistas	-1,2
Jornais	-2,0
Total	-4,5

SHARE DO INVESTIMENTO POR PAÍS EM 2012

PAÍS	NOMINAL (%)	PAÍS	REAL (%)
ESTADOS UNIDOS	41,6	ESTADOS UNIDOS	40,8
CHINA	12,8	JAPÃO	12,9
JAPÃO	9,7	CHINA	7,8
ALEMANHA	6,2	ALEMANHA	7,1
INGLATERRA	5,9	INGLATERRA	6,5
BRASIL	4,5	BRASIL	4,8
RÚSSIA	3,9	FRANÇA	4,6
FRANÇA	3,7	AUSTRÁLIA	3,9
ÍNDIA	3,5	CANADÁ	3,8
CANADÁ	3,0	ITÁLIA	3,2
ITÁLIA	2,6	RÚSSIA	3,2
AUSTRÁLIA	2,5	ÍNDIA	1,4