

Mercado publicitário cresce 11,56% até maio

, 01 Agosto 2012 - 19:26:30

O investimento publicitário brasileiro ultrapassou os R\$ 11,66 bilhões entre os meses de janeiro de maio de 2012 e cresceu 11,56% (sem descontar a inflação) em relação ao mesmo período do ano passado, informa o Projeto Inter-Meios. Os meios em que se verificou o maior crescimento foram internet (20,4%), cinema (19,31%) e TV por assinatura (19,06%). A TV Aberta também cresceu acima da média, com 13,71% a mais que o faturado em 2011. As maiores perdas foram registradas em Guias e Listas, que faturou 8,34% a menos que no mesmo período do ano passado. O meio revista teve leve perda de 0,79%. A maior participação nos investimentos de mídia permanece da TV aberta (65%), seguida por jornais (11,8%), revistas (5,95%) e internet (5,08%) (gráfico ao lado). Apesar do bom resultado em relação a 2011, cinema continua como o meio com a menor participação no bolo publicitário. O Projeto Inter-Meios é um relatório de investimento em mídia realizado pela PricewaterhouseCoopers com exclusividade para o Meio & Mensagem, que coordena a iniciativa. O relatório mede, mês a mês, os investimentos em veiculação feitos pelos anunciantes na mídia brasileira, a partir de informações dos próprios veículos.

Meio & Mensagem