

Unilever assume a liderança de maior anunciante, diz IBOPE Media.



IBOPE
media

IBOPE
media



Unilever assume a liderança de maior anunciante, diz IBOPE Media

Segundo Monitor Evolution, depois de 11 anos o anunciante volta a liderar o ranking

São Paulo, 24 de julho de 2013 – Depois de 11 anos, Unilever volta a ocupar a primeira posição no ranking dos maiores investidores em publicidade. A empresa investiu, no primeiro semestre desse ano, R\$ 2,24 bilhões em publicidade, o que representa um crescimento de 53% em relação ao mesmo período de 2012, de acordo com o Monitor Evolution, serviço do IBOPE Media que monitora mensalmente os investimentos das categorias de produtos veiculados nos principais meios de comunicação.

A Casas Bahia passa a ocupar a segunda posição, com R\$ 1,59 bilhão, seguida da Genomma, que aparece pela primeira vez no ranking. A empresa, com forte atuação no setor higiene pessoal e beleza e farmacêutica, investiu R\$ 1,26 bilhões.

Rank 2012	Rank 2013	TOP 30 ANUNCIANTES	Jan a Jun/2013	Jan a Jun/2012
			R\$	R\$
2	1	UNILEVER BRASIL	2.242.541.890	1.463.915.000
1	2	CASAS BAHIA	1.593.341.010	1.684.650.000
#	3	GENOMMA	1.269.904.050	214.965.130
4	4	AMBEV	961.602.210	793.287.000
3	5	CAIXA (GFC)	710.817.490	796.527.000
9	6	VOLKSWAGEN	662.698.110	477.166.000
12	7	FIAT	587.781.020	416.671.000
13	8	PETROBRAS (GFC)	575.169.720	416.146.000
5	9	SKY BRASIL	548.852.520	777.950.000
17	10	HYPERMARCAS	496.422.420	404.121.000
19	11	RECKITT BENCKISER	481.924.540	351.593.000
11	12	VIVO	468.276.390	447.834.000
15	13	BRADESCO	435.059.700	405.814.000
16	14	GRUPO PAO DE ACUCAR	434.598.290	404.706.000
6	15	GENERAL MOTORS	404.640.900	539.874.000
#	16	RENAULT DO BRASIL	398.407.000	233.981.300
7	17	CERVEJARIA PETROPOLIS	390.278.470	484.914.000
21	18	BCO DO BRASIL (GFC)	379.709.080	342.290.000
#	19	L OREAL	376.408.440	242.323.170
24	20	COCA COLA	360.221.370	317.909.000
8	21	HYUNDAI CAO	352.759.960	481.269.000
18	22	PROCTER E GAMBLE	350.243.460	393.197.000



23	23	ITAU	346.758.600	333.569.000
#	24	FORD	346.737.910	201.535.340
22	25	TIM BRASIL	342.953.490	339.296.000
30	26	HP - HEWLETT PACKARD	330.281.490	248.025.000
#	27	O BOTICARIO	307.205.730	204.981.190

Não classificado entre os 30 maiores em 2012.

Em relação aos investimentos do primeiro semestre de 2013, o IBOPE Media ampliou sua cobertura, que agora inclui as praças de Aracaju, Maceió e Porto Velho para o meio TV Aberta. Também foram incluídos cinco canais de Pay TV, cinco títulos de revista, seis emissoras de rádios e 15 jornais. Para esse último, o aumento da cobertura impulsionou o crescimento do meio. Além disso, para os dados de 2012 não foi considerado o novo critério de mídia interna (autopromoção), que passou a valer a partir de 2013. Neste ano, outra novidade foi a inclusão de merchandising, que representa 5,34% do investimento total.


No total, os investimentos publicitários cresceram 19%, passando de R\$ 43,84 bilhões no primeiro semestre de 2012 para R\$ 52,03 bilhões no primeiro semestre deste ano. A TV continua liderando o ranking, com investimentos de R\$ 27,52 bilhões, seguida do jornal. E, desconsiderando a ampliação da cobertura na monitoração do investimento publicitário brasileiro, o crescimento foi de 9%.

Meio	Jan a Jun/2013		Jan a Jun/2012	
	R\$	%	R\$	%
TOTAL	52.039.397.080	100	43.841.680.000	100
TV	27.529.733.840	53	24.056.554.000	55
JORNAL	8.738.332.740	17	8.060.986.000	18
INTERNET	3.881.461.990	7	2.658.278.000	6
TV ASSINATURA	3.515.367.410	7	3.407.344.000	8
REVISTA	2.952.724.900	6	3.227.872.000	7
TV MERCHANDISING#	2.778.108.300	5		
RADIO	2.182.804.530	4	1.987.904.000	5
MOBILIARIO URBANO	265.930.170	1	245.871.000	1
CINEMA	149.302.480	0	139.075.000	-
OUTDOOR	45.630.720	0	57.796.000	-



Primeiro lugar no ranking de setores, comércio e varejo continua líder em volume de investimento, porém com uma participação menor em relação ao ano anterior, de 21% para 20%. Em seguida aparece o setor higiene pessoal e beleza, que ocupava a 3ª posição em 2012 e obteve a maior variação absoluta dentre os segmentos, com um aumento de 47% em relação ao ano anterior. Crescimento que reflete o aquecimento da economia em relação aos produtos desta linha. A seguir está o setor de serviços ao consumidor, que caiu para a 3ª posição, porém com um volume de investimento 23% maior em relação ao ano anterior.

Setor	Jan a Jun/2013		Jan a Jun/2012	
	R\$	%	R\$	%
TOTAL	52.039.397.080	100	43.841.680.000	100
COMERCIO VAREJO	10.265.195.200	20	9.297.208.000	21
HIGIENE PESSOAL E BELEZA	5.342.622.200	10	3.644.234.000	8
SERVICOS AO CONSUMIDOR	4.625.037.030	9	3.758.816.000	9
VEICULOS PECAS E ACESSORIOS	4.147.019.250	8	3.625.410.000	8
MERCADO FINANCEIRO E SEGUROS	3.271.366.550	6	3.238.988.000	7
CULTURA LAZER ESPORTE TURISMO	3.111.549.660	6	2.611.157.000	6
SERVICOS DE TELECOMUNICACAO	2.805.710.620	5	2.995.726.000	7
BEBIDAS	2.723.910.850	5	2.635.321.000	6
SERVICOS PUBLICOS E SOCIAIS	2.616.855.920	5	2.218.747.000	5
ALIMENTACAO	2.037.719.310	4	1.496.673.000	3
MIDIA	1.851.527.970	4	2.003.062.000	5
FARMACEUTICA	1.812.775.950	3	1.049.938.000	2
MERCADO IMOBILIARIO	1.810.867.040	3	1.316.846.000	3
HIGIENE DOMESTICA	1.207.436.260	2	706.896.000	2
PETROLEIRO E COMBUSTIVEIS	828.109.410	2	590.392.000	1
VESTUARIO E TEXTIL	680.894.580	1	543.156.000	1
INFORMATICA	661.265.660	1	438.634.000	1
ELETRONICOS	539.392.250	1	324.142.000	1
MULTI SETORIAL	309.905.360	1	203.634.000	-
CONSTRUCAO E ACABAMENTO	304.335.870	1	177.956.000	-
PRODUTOS USO PESSOAL	279.387.550	1	250.818.000	1
BRINQUEDOS E ACESSORIOS	207.561.300	0	126.341.000	-



CASA E DECORACAO	182.623.950	0	112.215.000	-
SORTEIOS LOTERIAS E CASAS JOGO	158.280.920	0	201.624.000	-
BENS E SERVICOS INDUSTRIAIS	99.583.560	0	95.990.000	-
AGROPECUARIA	94.242.550	0	73.970.000	-
ESCRITORIO E PAPELARIA	58.669.190	0	101.687.000	-
TABACOS	5.551.120	0	2.098.000	-

Dentre os mercados monitorados, São Paulo continua sendo o líder, mas com uma participação menor nos investimentos, de 28% para 26%, em relação a 2012. Destaque para Salvador e Recife que, mesmo sem aumento na cobertura, cresceram, em média, 13,5% nesse semestre. Apesar de Belém e Campinas terem veículos incluídos em suas coberturas, as praças ainda cresceram 24% e 15%, respectivamente, quando desconsideradas as novas inclusões.

Praça	Jan a Jun/2013		Jan a Jun/2012	
	R\$	%	R\$	%
TOTAL	52.039.397.080	100	43.841.680.000	100
SAO PAULO	13.558.798.480	26	12.492.241.000	28
NACIONAL (TV ASSINATURA, REVISTA, INTERNET E MERCHANDISING)#	12.745.422.690	24	8.878.253.000	20
RIO DE JANEIRO	5.420.538.430	10	5.063.708.000	12
OUTRAS PRAÇAS	3.344.505.200	6	2.488.838.000	6
INTERIOR - SP	2.856.831.780	5	2.664.663.000	6
BELO HORIZONTE	2.057.463.860	4	1.795.492.000	4
PORTO ALEGRE	1.754.088.560	3	1.571.265.000	4
CURITIBA	1.366.536.550	3	1.190.919.000	3
SALVADOR	1.246.593.110	2	1.103.496.000	3
RECIFE	1.141.913.990	2	1.004.043.000	2
FORTALEZA	1.095.593.940	2	1.116.686.000	3
CAMPINAS	1.079.592.400	2	837.399.000	2
BRASILIA	1.055.128.920	2	967.981.000	2
FLORIANOPOLIS	819.098.310	2	732.611.000	2
BELEM	789.189.890	2	443.779.000	1
GOIANIA	656.745.670	1	598.399.000	1
VITORIA	627.685.980	1	491.414.000	1
MANAUS	423.669.320	1	400.493.000	1

No ranking das agências, a YR manteve a primeira posição, movimentando R\$ 3,51 bilhões do total dos investimentos publicitários do primeiro semestre. Em seguida aparece a Ogilvy e Mather Brasil, com R\$ 1,68 bilhão, e a Borghi Lowe, com uma verba de R\$ 1,65 bilhão. A Ogilvy subiu de terceiro para segundo lugar e a Borghi, de sexto para segundo.



Janeiro a Junho 2013

Moeda: R\$

Posição	Agência	2013
1	Y R	3.516.523.435
2	OGILVY E MATHER BRASIL	1.688.553.820
3	BORGHI LOWE	1.654.845.625
4	ALMAP BBDO	1.605.991.740
5	WMCCANN	1.550.723.080
6	LEO BURNETT	1.071.319.705
7	PUBLICIS PBC COMUNICACAO	1.053.930.840
8	DM9DDB	1.044.202.095
9	JWT	1.036.655.760
10	HAVAS WORLDWIDE	1.020.806.580
11	AFRICA	1.006.088.215
12	GIOVANNI DRAFTFCB	972.208.280
13	F NAZCA S E S	953.547.105
14	PPR (NBS, QUE E PROLE)	929.265.128
15	NEOGAMA	856.658.400
16	LEW LARA TBWA	645.137.160
17	TALENT	642.582.090
18	Z MAIS	581.573.650
19	NOVA SB	565.368.507
20	LODUCCA	525.408.860
21	MY PROPAGANDA	524.672.820
22	TATERKA	483.401.050
23	LONGPLAY COMUNICACAO 360	460.404.440
24	P A PUBLICIDADE	434.598.290
25	ARTPLAN	420.247.990
26	FISCHER E FRIENDS	420.002.340
27	AGENCIA WE	419.936.090
28	PROPEG	418.724.272
29	DPZ	416.190.790
30	GREY 141	414.632.930
31	AGENCIACLICK	303.042.740
32	MASTER	290.537.120
33	REF COMUNICACAO	279.958.780
34	DENTSU	274.262.030
35	MULTI SOLUTION	270.796.820



36	FULLPACK COMUNICACAO	261.491.730
37	EUGENIO PUBLICIDADE	232.850.187
38	E MIDIA PROPAGANDA E MARKETING	215.983.110
39	P E M PUBLICIDADE E MARKETING	209.250.460
40	AGE	200.725.320
41	AGENCIA FBIZ	186.549.810
42	AGNELO PACHECO COMUNICACAO	171.774.935
43	MOMA PROPAGANDA	158.674.310
44	WK	156.861.270
45	LINK PROPAGANDA E COMUNICACAO	140.642.400
46	LOV	138.606.240
47	HEADS PROPAGANDA	132.038.050
48	BIGMAN COMUNICACAO	114.152.060
49	RAI COMUNICACAO	107.933.260
50	ADVANCE COMUNICACAO	107.164.928

Fonte: Monitor

Banco utilizado: (ME1306TOTAL) 41 Mercados - 9 Meios + Merchandising - Junho/13

O ranking contém os investimentos de Agência Conta Dividida. São classificadas como conta dividida:

- mesmo filme, no mesmo período, dividido por diferentes agências;
- meio outdoor que não é classificado por campanha.

Critério de operações de fusões: reportamos as agências envolvidas na fusão com suas respectivas verbas na base, e somente somamos os investimentos históricos após 6 meses da operação. Se a fusão ocorrer antes da divulgação do 1º ranking do ano, o reporte da verba para a nova agência se dará desde o início da divulgação do ranking.

NOTAS IMPORTANTES:

1- O critério Mídia Interna foi revisto, ampliado e definido a partir de 2013 como Autopromoção. Esse novo conceito trará mudanças de valores de investimento para as agências que tenham veículos de comunicação em sua carteira desde 2012.

2 - A partir de 2013, os investimentos realizados em Merchandising passam a ser contabilizados na verba das agências para divulgação do ranking.

Cobertura:

TV aberta: 41 mercados

TV Assinatura: 38 canais

Rádio: 10 mercados e 83 emissoras

Revista: 200 títulos/mês nacionais, regionais e especiais

Jornal: 26 mercados

Outdoor: 30 mercados

Cinema: 11 mercados e 562 salas

Internet: 6 portais

Mobiliário Urbano: 10 mercados

Merchandising: 5 redes (nacional)

Veja as tabelas completas em www.ibope.com.br



Sobre o IBOPE Media

Maior empresa latino-americana de pesquisa de mídia, o IBOPE Media é especialista nas soluções de audiência e monitoramento de meios de comunicação, estudos sobre hábitos e atitudes dos consumidores e serviços analíticos para subsidiar decisões de negócios de mídia. Possui operações em 15 países da América Latina.

O IBOPE Media tem parceria com as duas maiores empresas globais de pesquisa de mercado, Kantar Group e Nielsen Company.

Siga-nos no Twitter: @grupoibope

Para maiores informações,

Graziela Caldas

atendimento

☎ 55 11 3066 7866

✉ graziela.caldas@ibope.com

www.ibope.com

IBOPE
media

Marcos Vinicius de Lima

atendimento

☎ 55 11 3066 7545

✉ marcos.lima@ibope.com

www.ibope.com

IBOPE
media

IBOPE
media