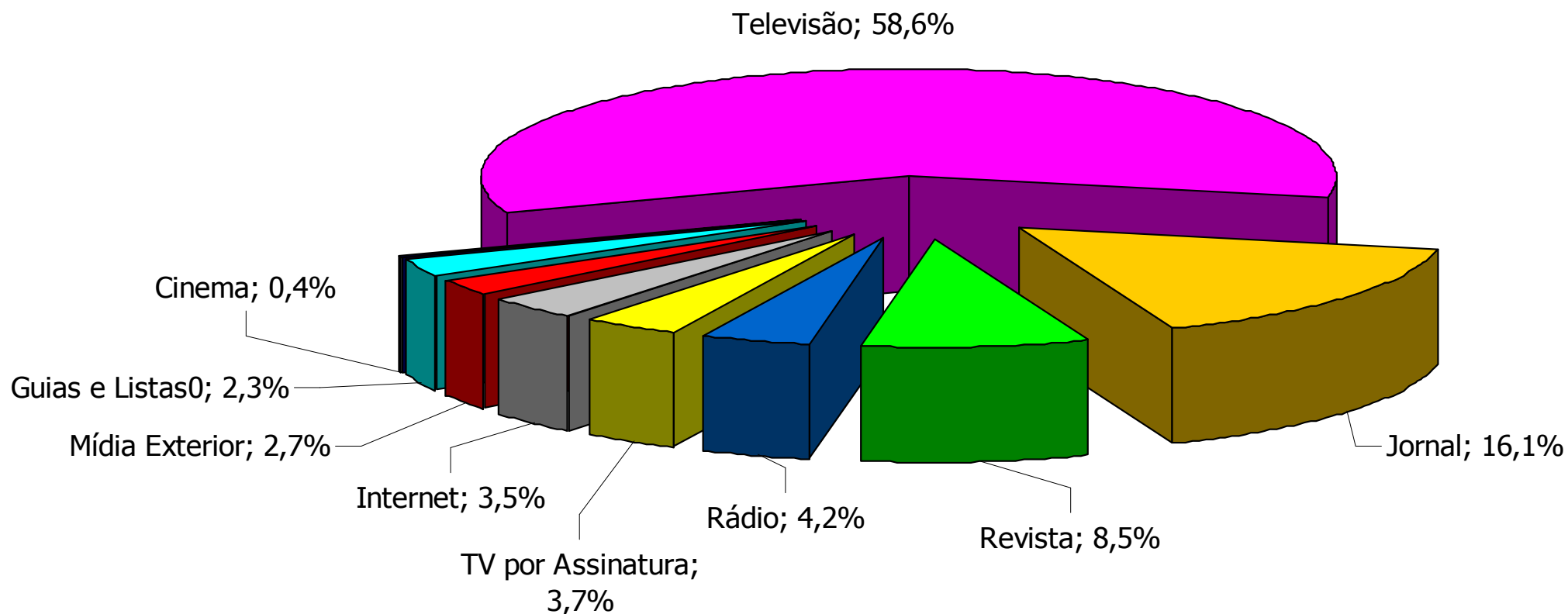


Participação de investimento por meio

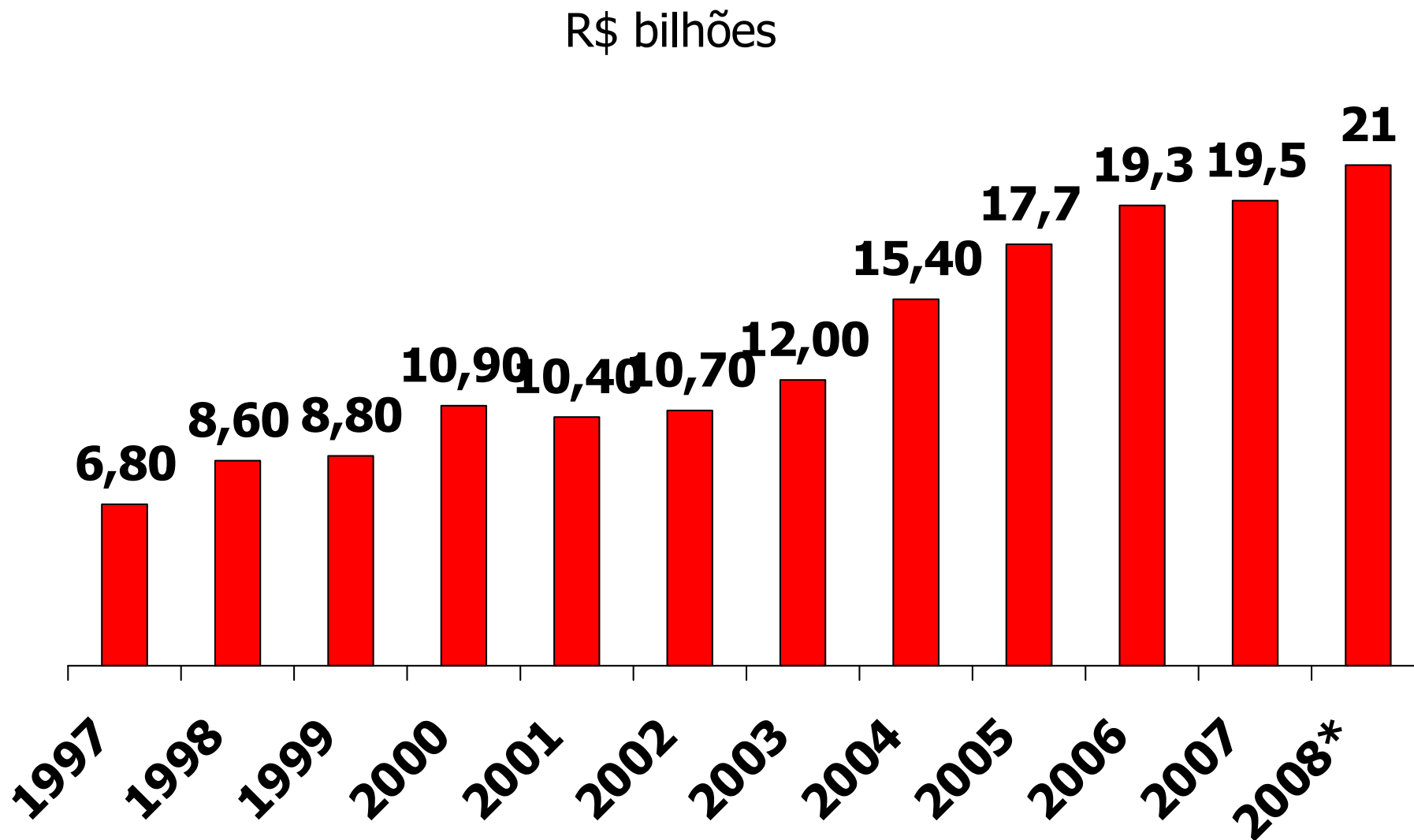


Fonte: Projeto Intermeios – Acum Jan_Nov 2008

Demonstrativo dos dados do faturamento bruto, por meio (R\$) Jan_Nov07 x Jan_Nov08			
Meio	2007	2008	% Var.
Televisão	10.111.978.484	11.384.426.877	113,00
Jornal	2.783.119.800	3.130.815.669	112,00
Revista	1.425.667.913	1.654.897.540	116,00
Rádio	682.407.585	814.361.525	119,00
TV por Assinatura	566.639.151	722.690.666	128,00
Internet	459.763.604	670.899.494	146,00
Mídia Exterior	486.280.439	527.366.324	108,00
Guias e Listas0	469.127.653	440.413.580	94,00
Cinema	64.859.367	79.888.392	123,00
Total	17.049.843.996	19.425.760.067	114,00

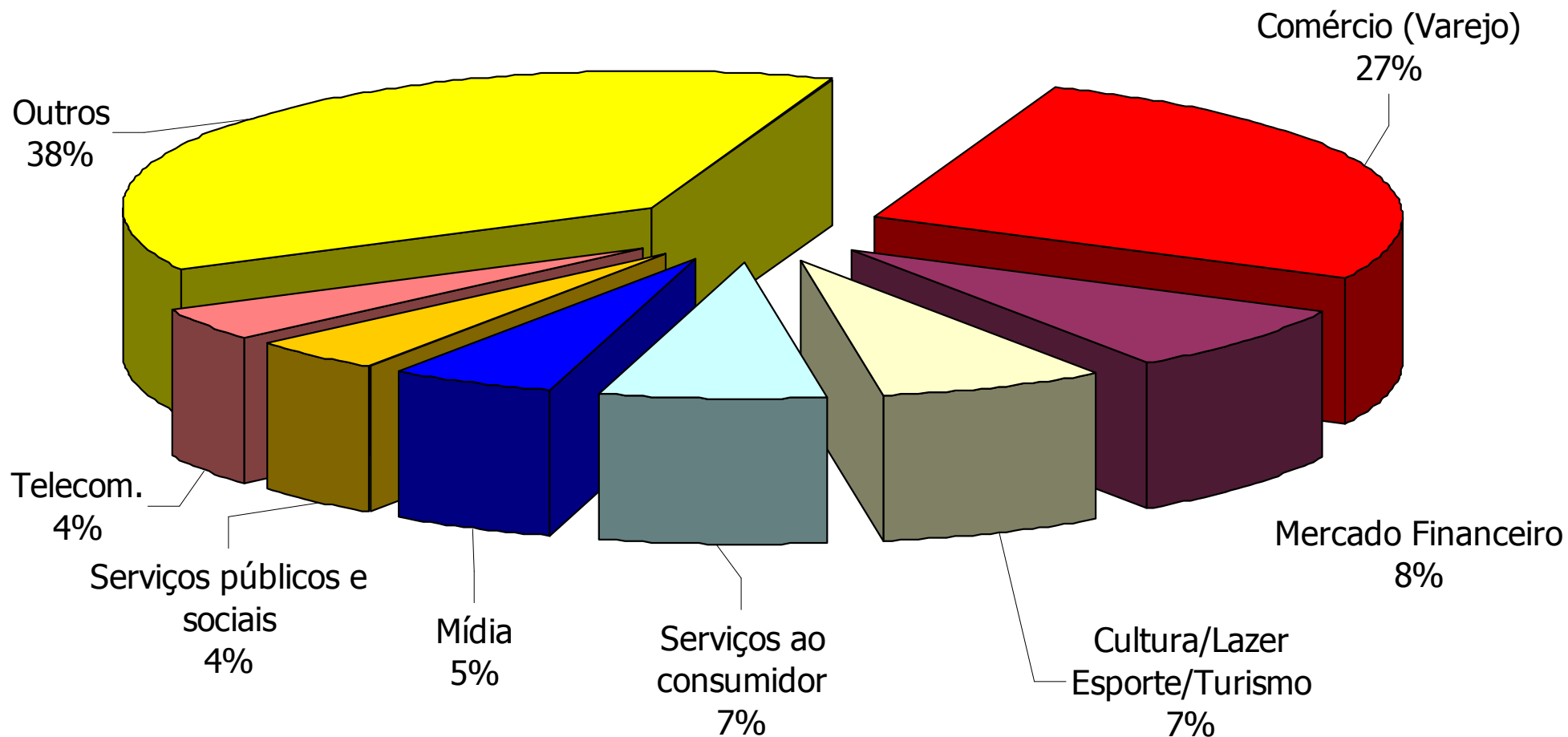
Fonte: Projeto Intermeios

Evolução do investimento em mídia



Fonte: Projeto Intermeios

Investimento por setor econômico



Fonte: Projeto Intermeios

Maiores Anunciantes (R\$ - mil)

RNK	ANUNCIANTE	2007	2006
1	Casas Bahia	2.765.590	2.093.896
2	Unilever	1.423.110	835.418
3	Caixa Econômica Federal	581.703	373.941
4	Ambev	537.030	481.207
5	Ford	512.203	363.404
6	Fiat	493.091	410.238
7	General Motors	441.208	416.151
8	Vivo	435.623	300.323
9	Claro	405.957	288.856
10	Colgate-Palmolive	401.016	260.495
11	Petrobras	396.250	347.453
12	Bradesco	389.464	312.962
13	Banco do Brasil	373.151	333.902
14	Ponto Frio	367.425	292.125
15	Grupo Pão de Açúcar	364.520	399.112

RNK	ANUNCIANTE	2007	2006
16	Volkswagen	349.132	243.504
17	Coca-Cola	333.264	225.207
18	Insinuante	300.533	235.166
19	Peugeot Citroën	319.694	222.320
20	Itaú	296.508	302.332
21	Kaiser	296.234	167.289
22	DM Farmacêutica	292.531	217.395
23	TIM	275.113	258.855
24	Cyrela	263.377	197.696
25	HSBC	258.627	152.758
26	Reckitt Benckiser	254.156	114.589
27	Avon	250.239	131.025
28	Hyundai Caea	247.634	132.419
29	UOL	247.318	140.001
30	Telefônica	231.244	232.183

Fonte: Projeto Intermeios

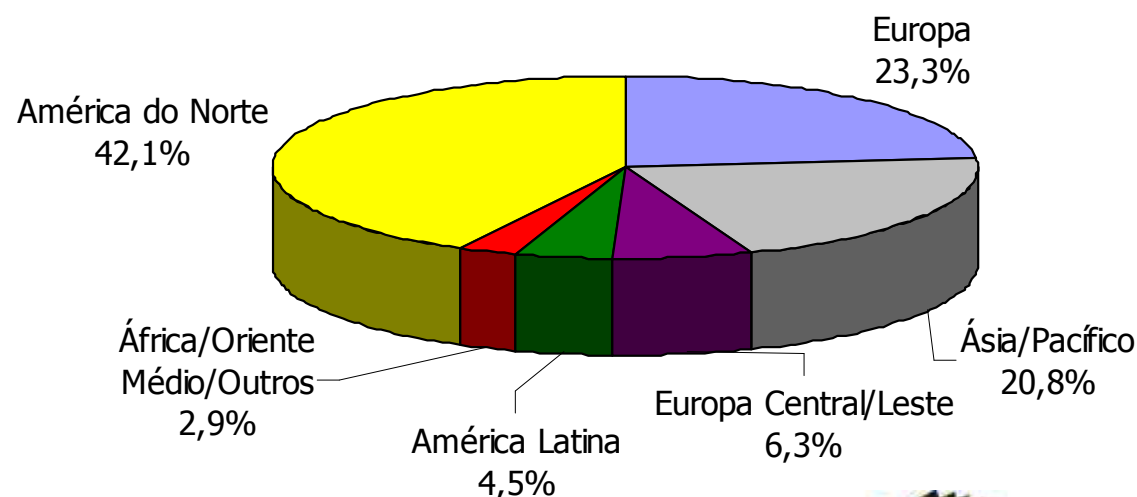
A América Latina preserva exatamente a mesma participação que detinha no ano anterior do bolo publicitário mundial, quando considerados os investimentos na chamada mídia tradicional.

Os investimentos em Internet na região, porém, são ainda muito mais modestos.

Fonte: Mídia Dados 2008

RNK	ANUNCIANTE	US\$ (MILHÕES)
1	BRASIL	8.940
2	VENEZUELA	5.573
3	ARGENTINA	4.812
4	MÉXICO	4.563
5	CHILE	2.678
6	COLÔMBIA	1.656
7	EQUADOR	707
8	PERU	353
9	URUGUAI	108

Publicidade no mundo



Formato tradicional previsto em lei:

VALOR TABELA 100%	COMISSÃO DA AGÊNCIA 20%	VALOR PAGO AO VEÍCULO 80%
PRODUÇÕES 100%	COMISSÃO DA AGÊNCIA 15%	VALOR PAGO AO FORNECEDOR 85%

Formato usual:

- o percentual de comissão é definido casualmente, de acordo com o contrato agência-cliente (embora o veículo seja obrigado a repassar 20% - em média e 15% - produções)

