



iadb

brasil



interactive advertising bureau

- Incentivar, desenvolver, regulamentar e promover o uso dos meios interativos;
- Criar normas e padrões para o planejamento, criação, compra, venda, veiculação e mensuração de mensagens comerciais;
- Promover intercâmbio de experiências e conhecimentos técnicos de seus associados;
- Promover pesquisas e estudos que comprovem a eficiência da mídia interativa;
- Identificar oportunidades de posicionamento da mídia digital interativa **através de linguagem publicitária** para atrair o interesse de anunciantes e profissionais da mídia tradicional.



**IAB presente em
45 países**

**118 associados no
Brasil**

INDICADORES DE MERCADO

O IAB registrou um excelente 2009, ano em que **67,452 milhões de pessoas*** acessaram a internet, confirmando a potência da rede como um **meio eletrônico de massa e alta cobertura** onde a classe C é a que mais cresce em participação** no uso de internet.

A Internet foi a mídia que mais cresceu em investimentos em 2009 obtendo crescimento de **25,2%** em relação ao mesmo período de 2008. Mesmo num ano de crise foi a mídia que manteve a tendência consistente de crescimento.

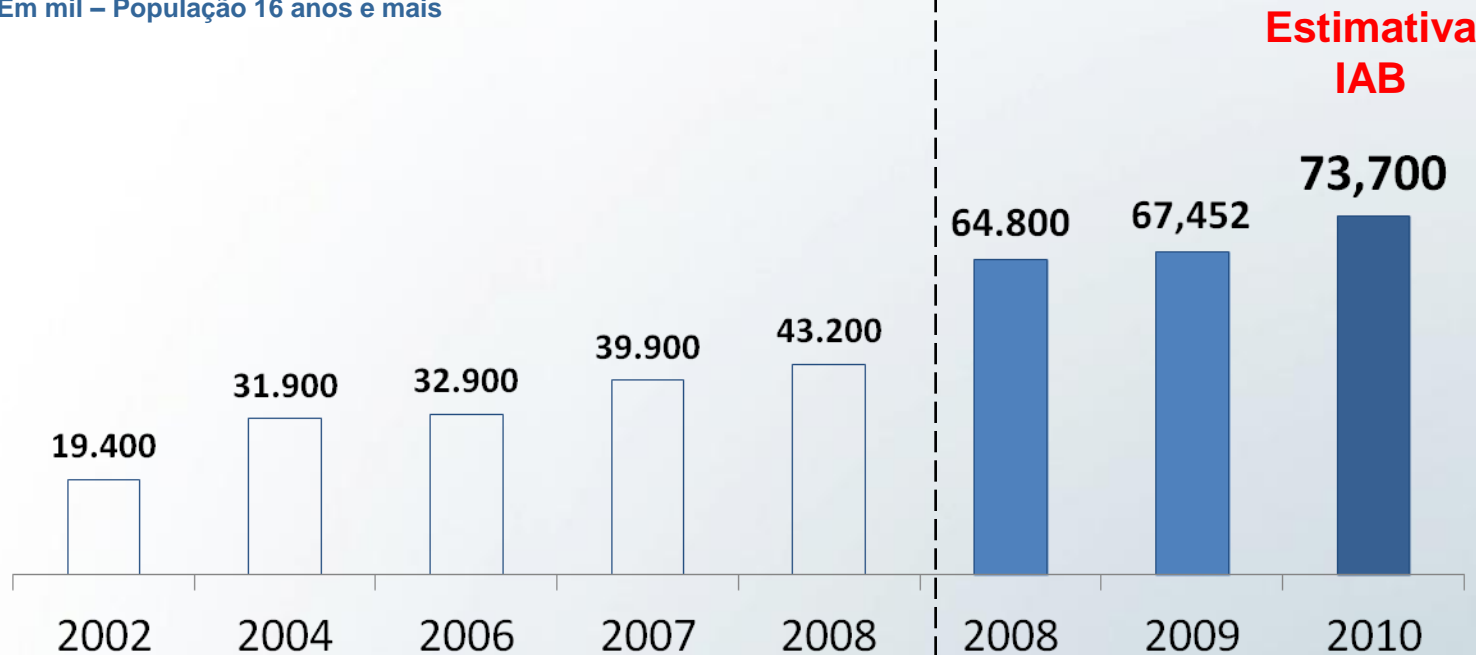
A telefonia móvel, com **176,8 milhões de celulares******, torna-se a cada ano um grande aditivo na comunicação digital, uma vez que mais consumidores tem acesso à banda larga móvel, à tecnologia 3G e à compra de *smartphones*.

Fontes: * IBOPE- BASE FEVEREIRO/2010

** Ibope

*** Projeto Intermeios. | **** Anatel

Em mil – População 16 anos e mais

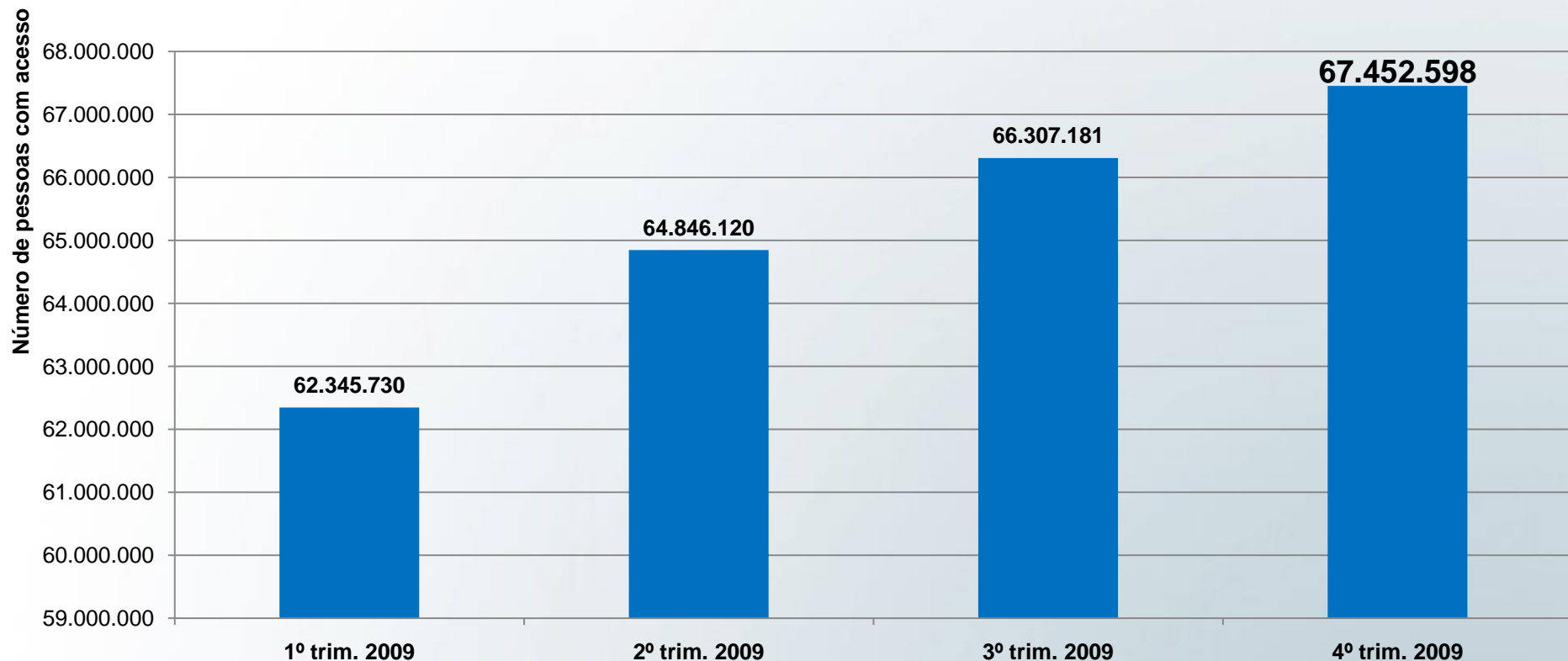


□ Histórico IBOPE/GNett – amostra com linha telefônica, com acesso de qualquer lugar

■ Dados IBOPE em 2009

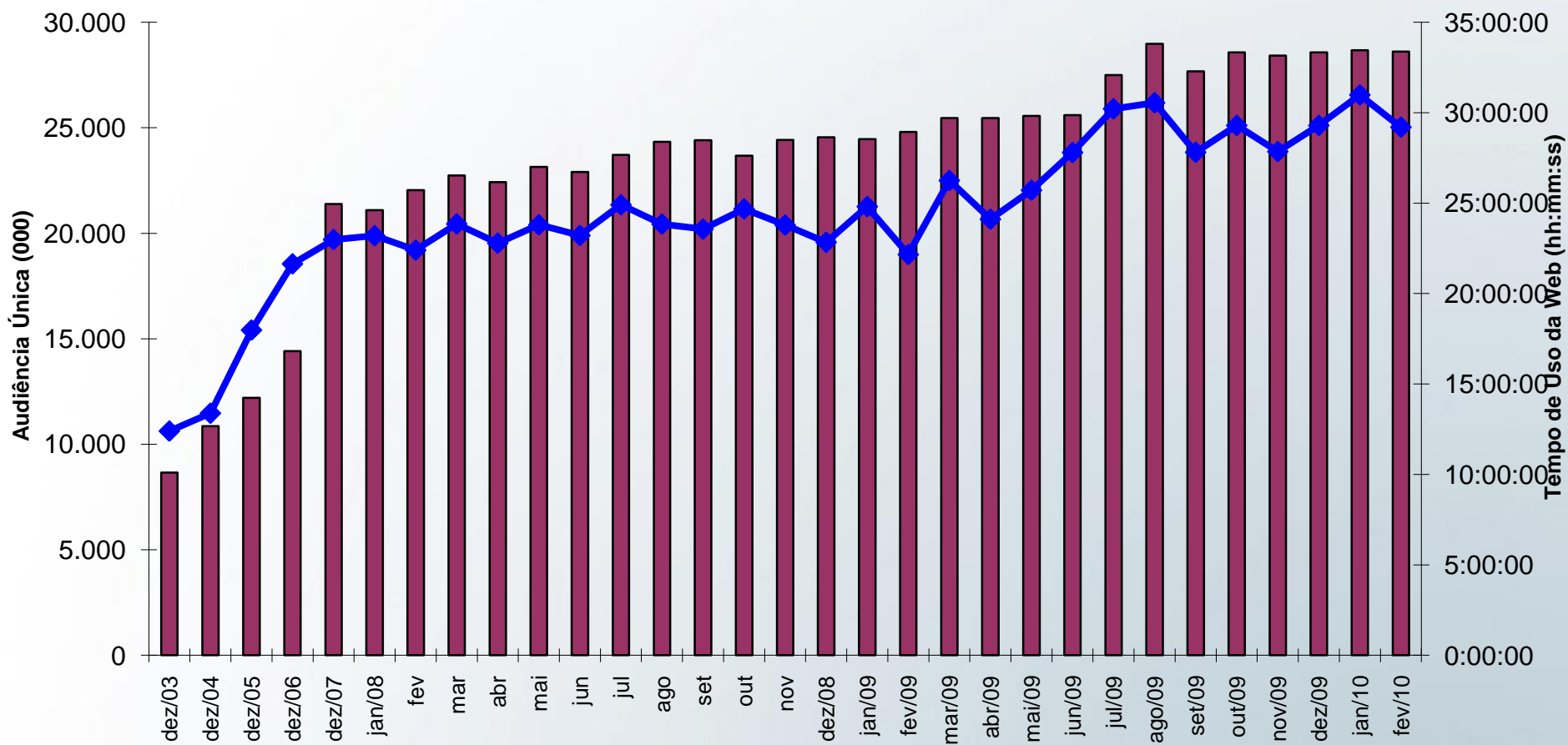
■ Estimativa IAB para final de 2010- com base em 8,23% de crescimento sobre 2009.

Número de pessoas com acesso em qualquer ambiente (residências, trabalho, escolas, lan-houses, bibliotecas e telecentros), considerando os brasileiros de 16 anos ou mais de idade com posse de telefone fixo ou móvel

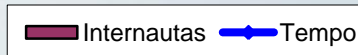


Número de Internautas Residenciais Ativos e Tempo de Uso da Internet, por Pessoa, em Domicílio

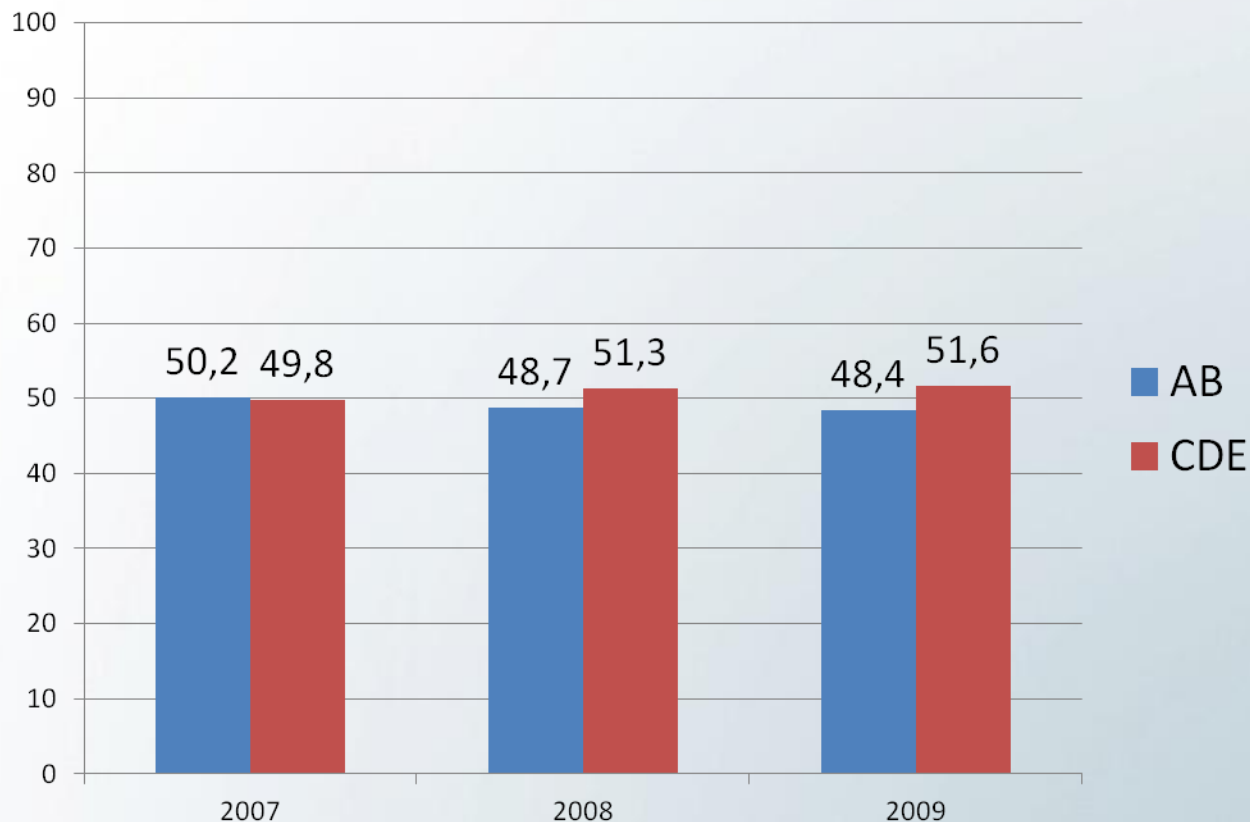
28 milhões de internautas ativos
29 horas/mês em casa



Fonte: Ibope Nielsen Online



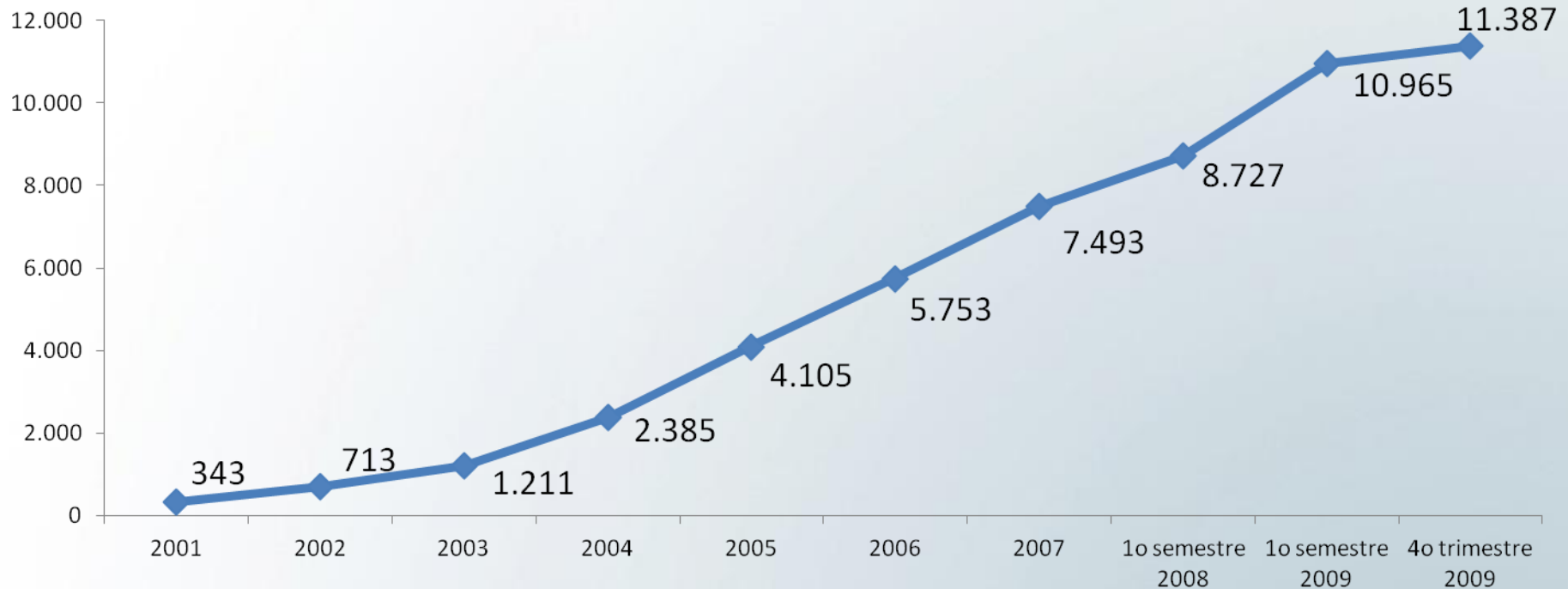
Mais da metade das pessoas com acesso nas regiões metropolitanas pertence às classes C, D e E.



Fonte: Ibope, na 21ª Pesquisa Internet POP - Consolidado Nacional - 2009 - Período: 23/09/09 a 06/10/09 - 17 mil entrevistas com população acima de 10 anos nas principais regiões metropolitanas.

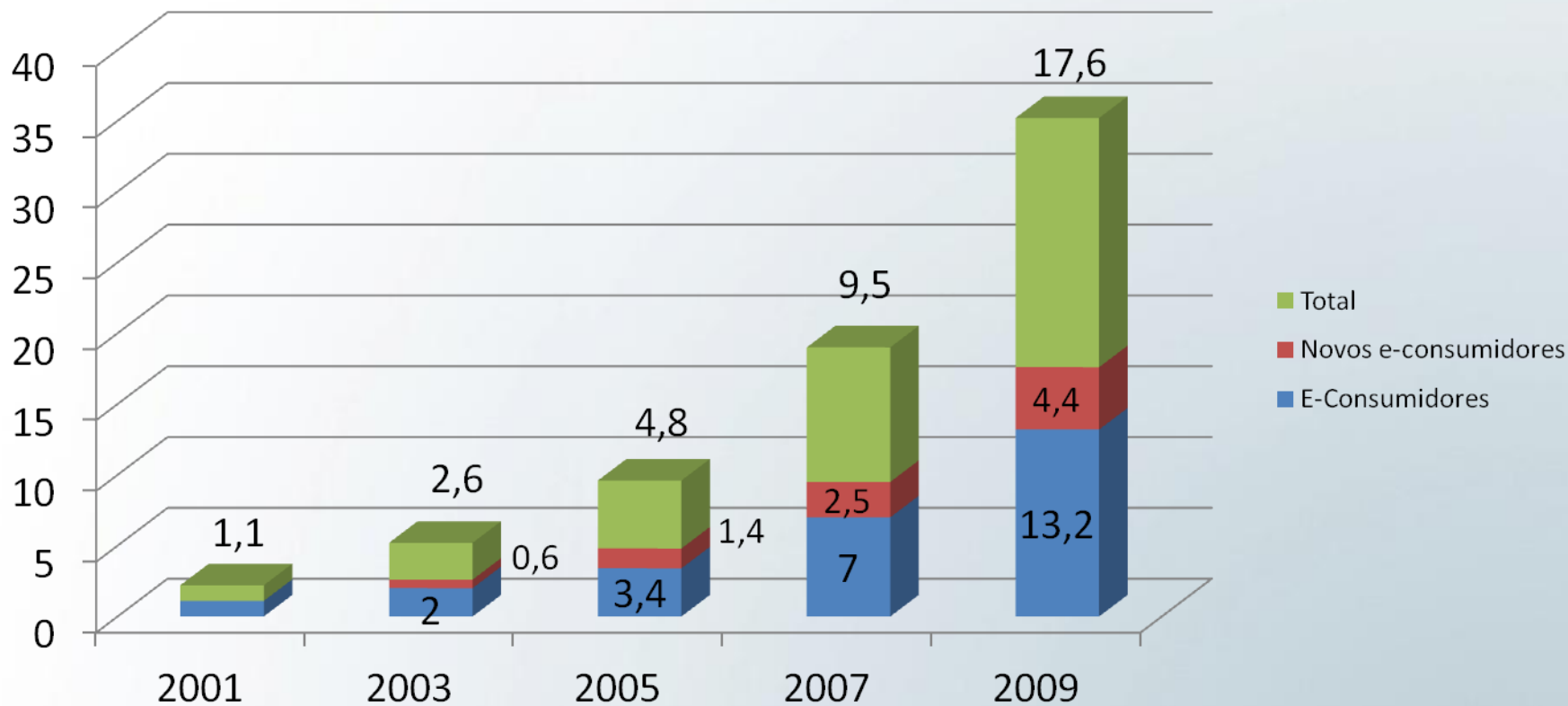
A evolução do mercado com relação ao ano anterior é de 21%, com mais de **11,3 milhões de conexões** no total.

Total de conexões



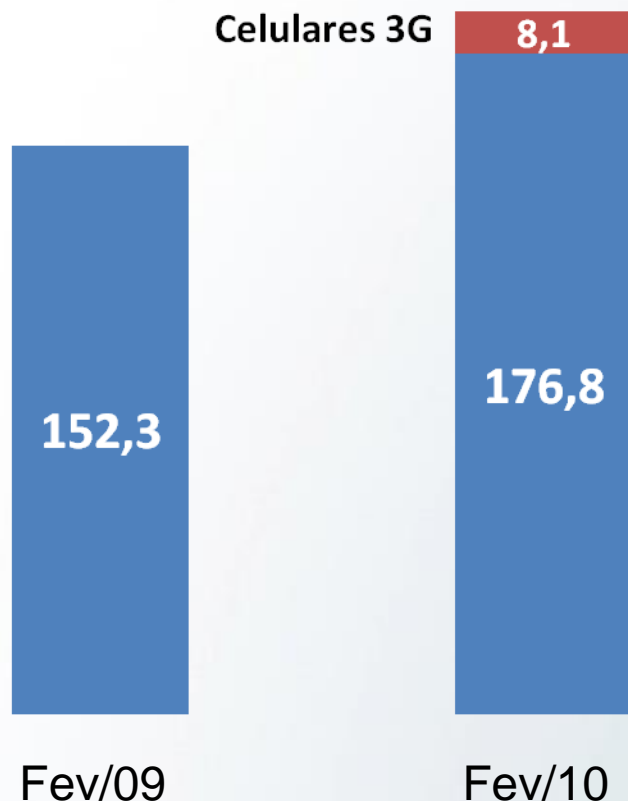
Fonte: Barômetro Brasil da Cisco 2009 e Teleco.

Em 2009, foram 17,6 milhões de *e-consumidores*, um crescimento de **33%** em relação ao ano anterior.



Fonte: E-Bit, no 21ª edição do Relatório *WebShoppers*.

Número de celulares Brasil



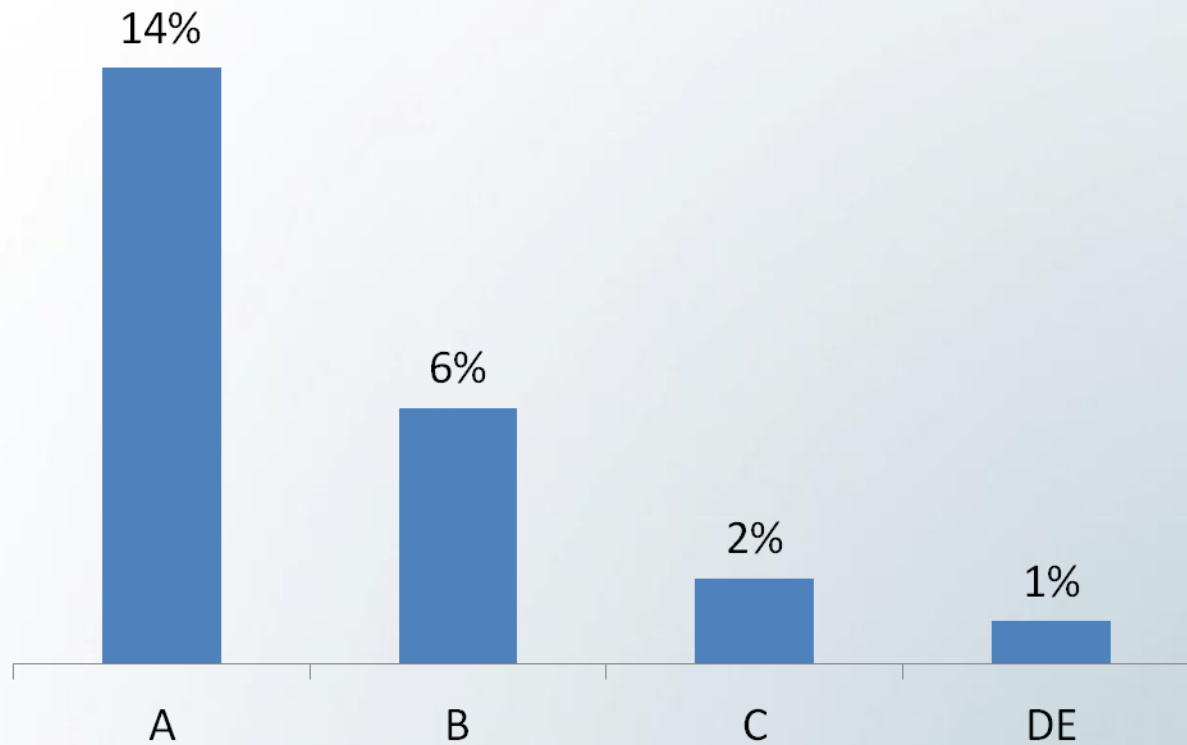
São 176,8 milhões de celulares, ou uma densidade de 91,7 cel/habitante, onde 82,5% são pré-pagos.

A venda de smartphones no Brasil cresceu 15,1% em 2009 e, aliado ao uso do 3G, usado por 8,1 milhões de consumidores*, o celular fica ainda mais fortalecido como um canal de comunicação *one-to-one*.

Fonte: *Anatel.

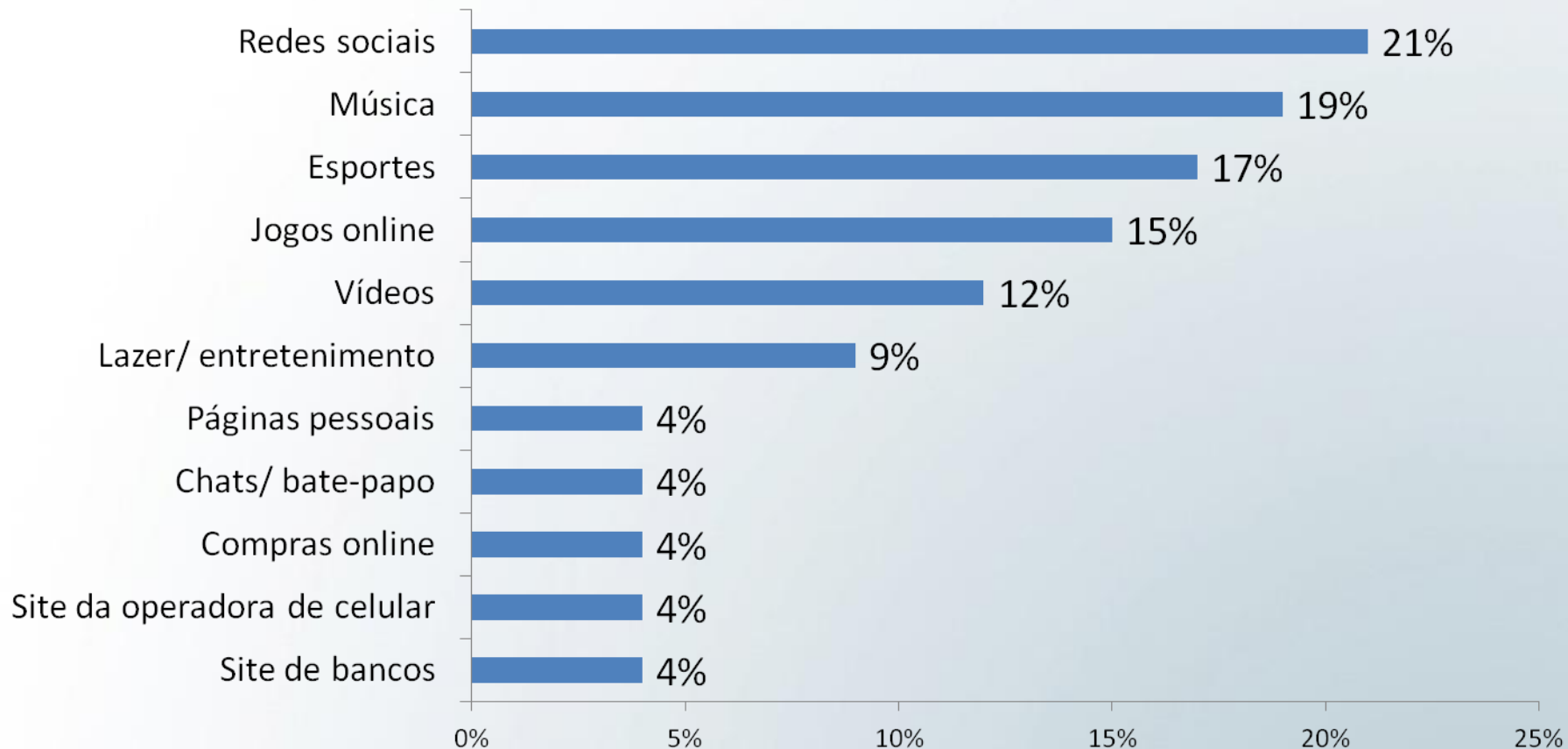
** Teleco.

Na classe A, 14% dos donos de linhas já usam internet pelo celular



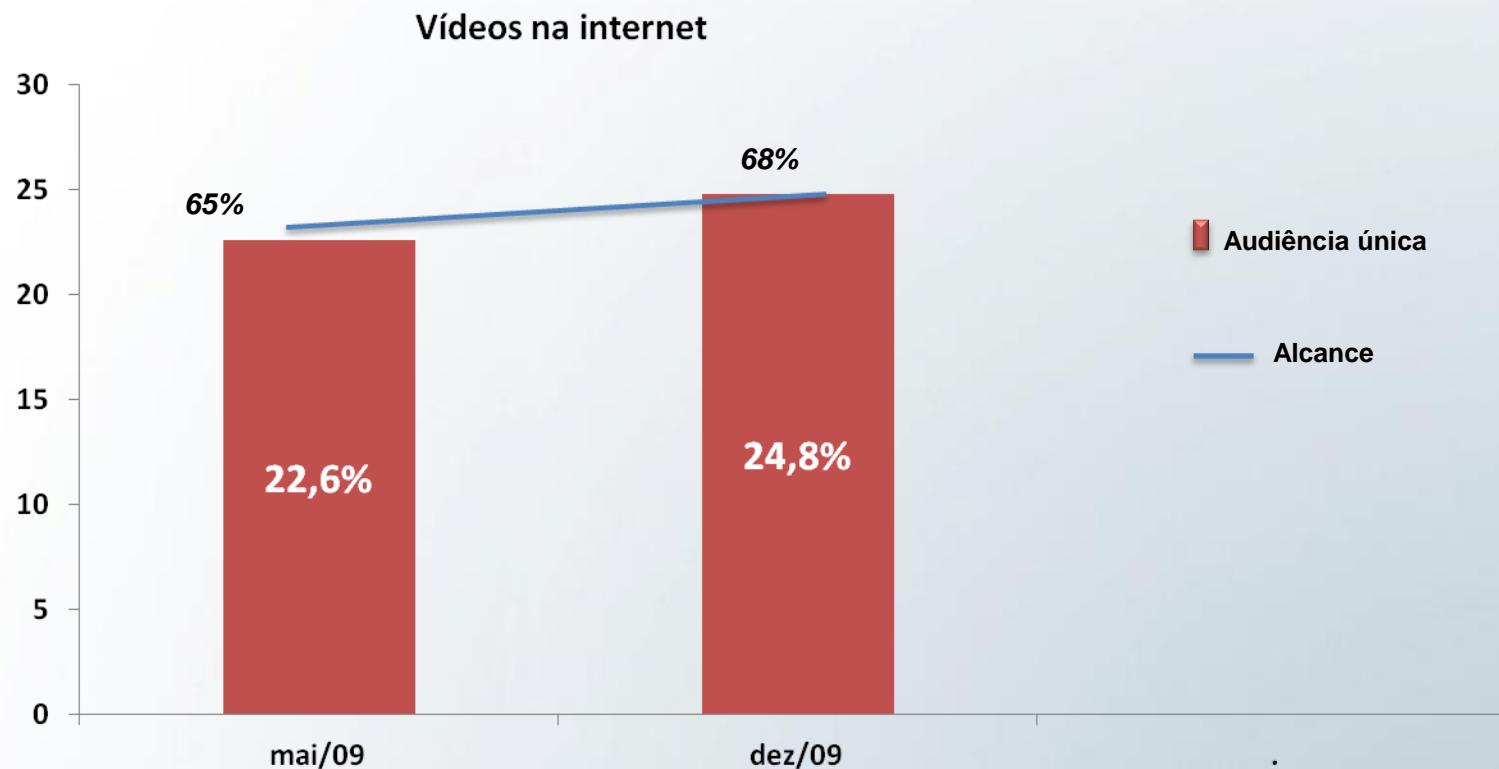
Fonte: 21ª Pesquisa Internet POP - Consolidado Nacional - 2009 - Período: 23/09/09 a 06/10/09 - 17 mil entrevistas com população acima de 10 anos nas principais regiões metropolitanas.

Tipos de conteúdos acessados via celular, PDA e *smartphones*



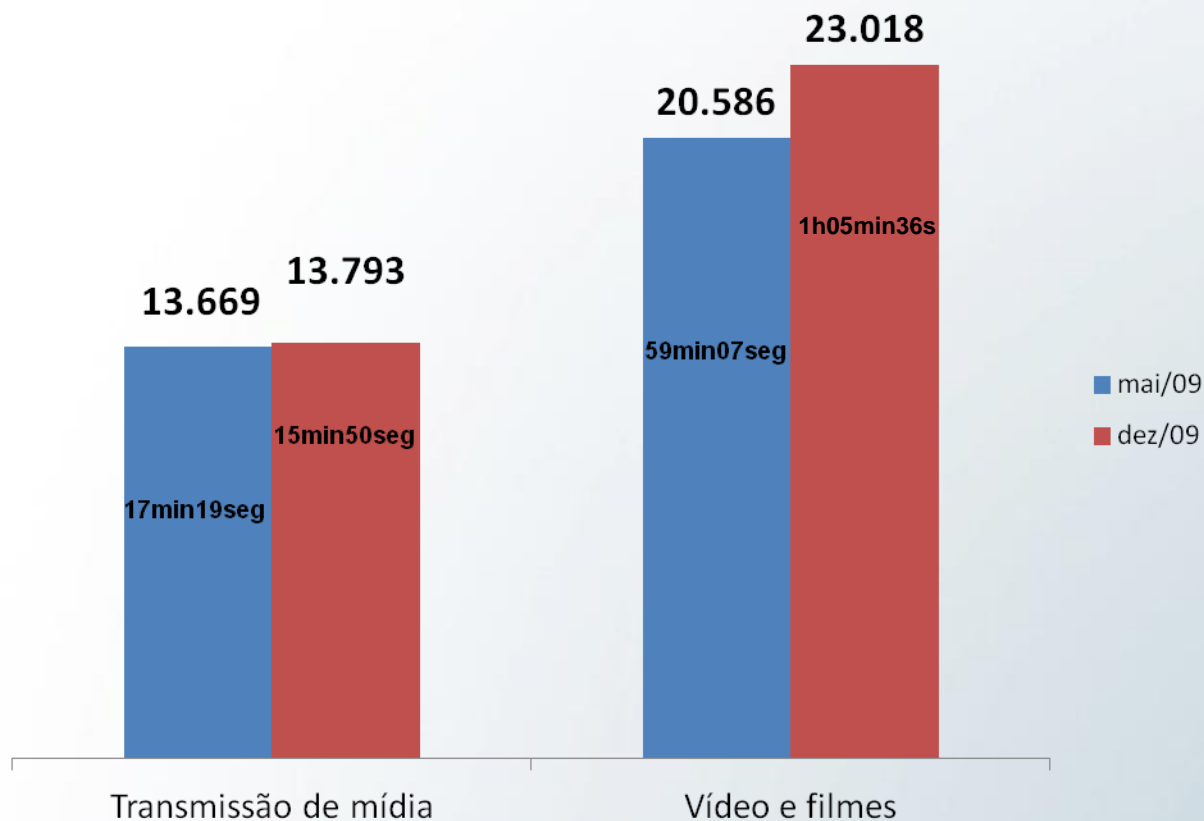
Fonte: 21ª Pesquisa Internet POP - Consolidado Nacional - 2009 - Período: 23/09/09 a 06/10/09 - 17 mil entrevistas com população acima de 10 anos nas principais regiões metropolitanas.

24,8 milhões de pessoas navegam em sites de vídeos; representam 68% dos usuários ativos (na base domiciliar)



Fonte: Ibope Nielsen Online NetView, em subcategorias Vídeos/Filmes, trabalho e domicílios.

Navegação em vídeo online dos usuários ativos

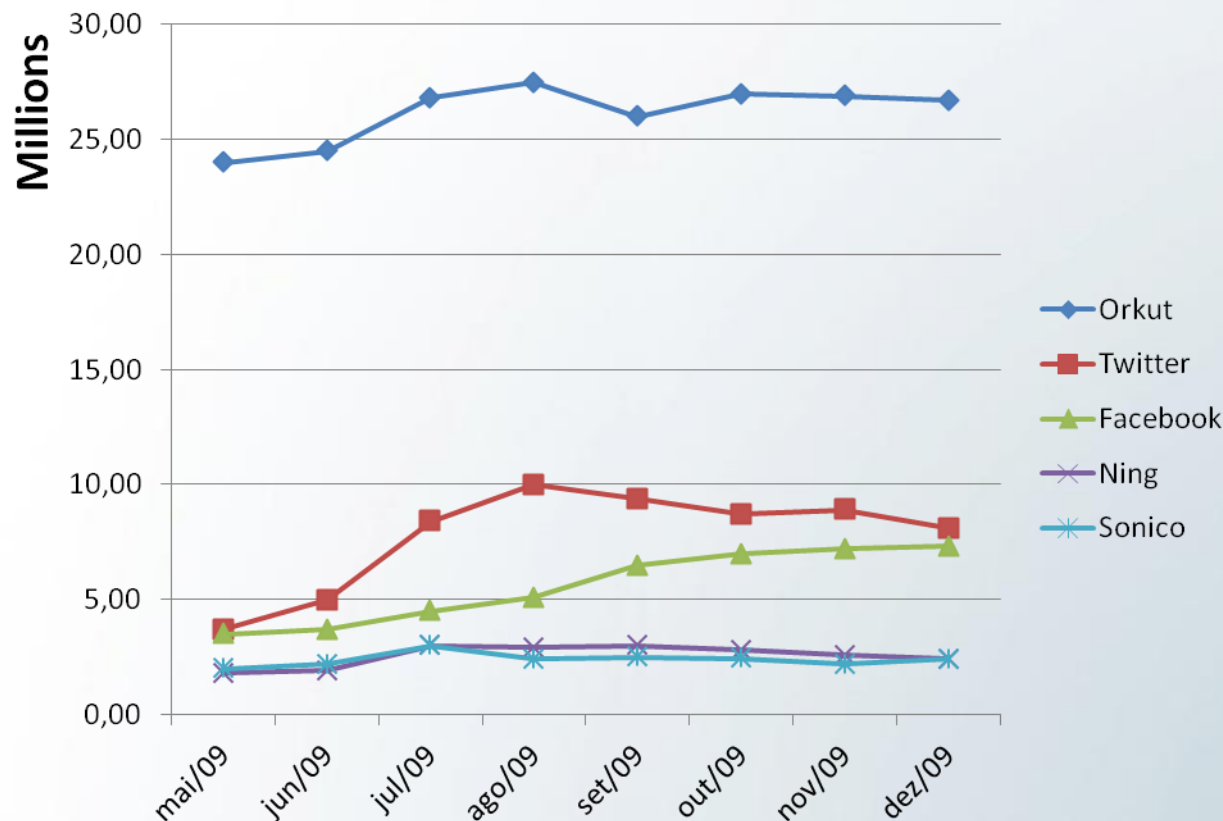


Em dezembro, **23,7 milhões** navegaram em sites de vídeos amadores, como YouTube e 13,8 milhões navegaram em sites de vídeos profissionais.

As duas categorias somam **24,8 milhões de pessoas assistindo a vídeos on-line.**

Tempo de navegação já é de **1h05min/mês** em vídeos amadores.

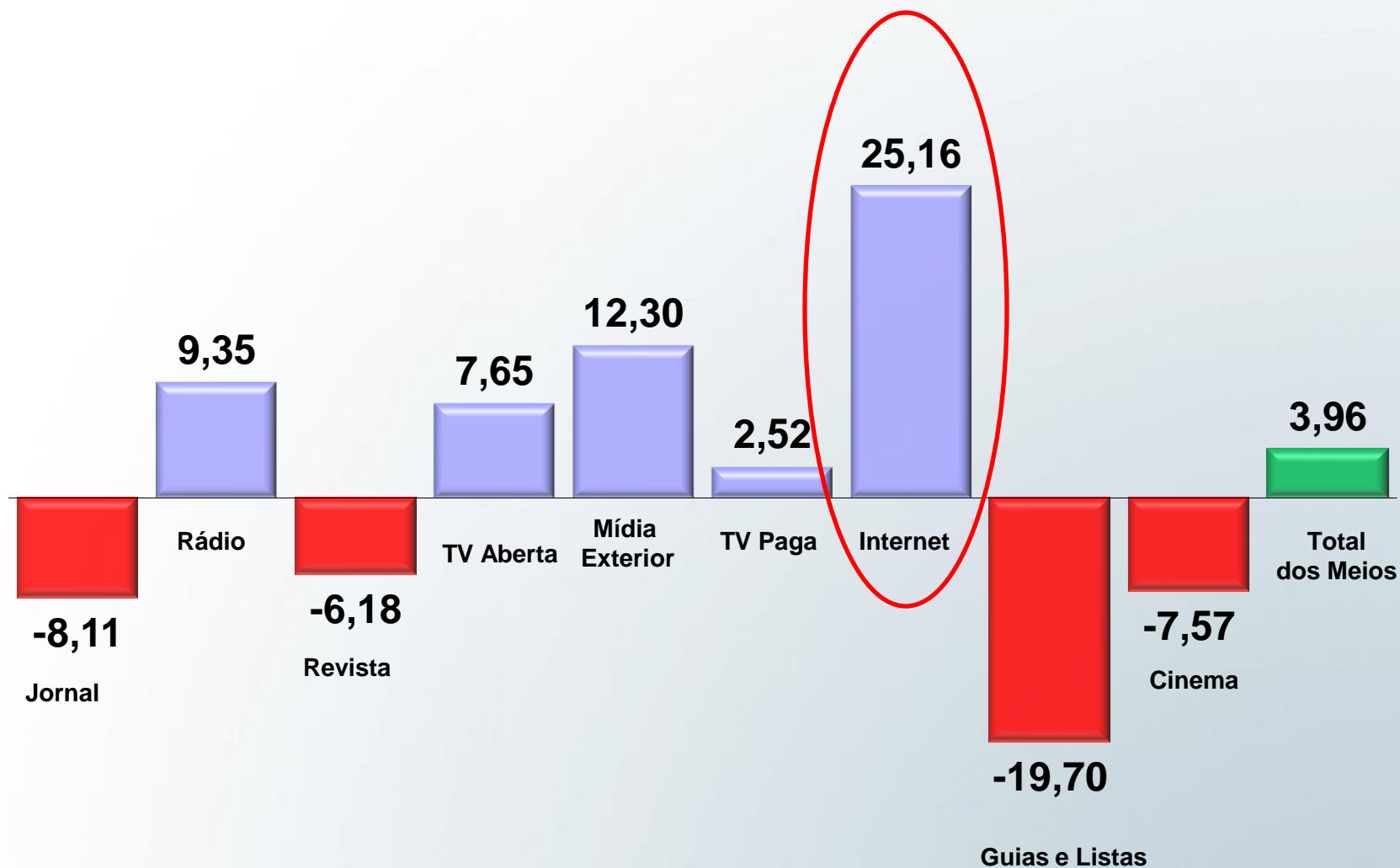
Usuários únicos em redes sociais no Brasil



O Orkut é a rede que tem mais usuários únicos no país (mais de 25 milhões) seguido do Twitter, Facebook, Ning e Sonico.

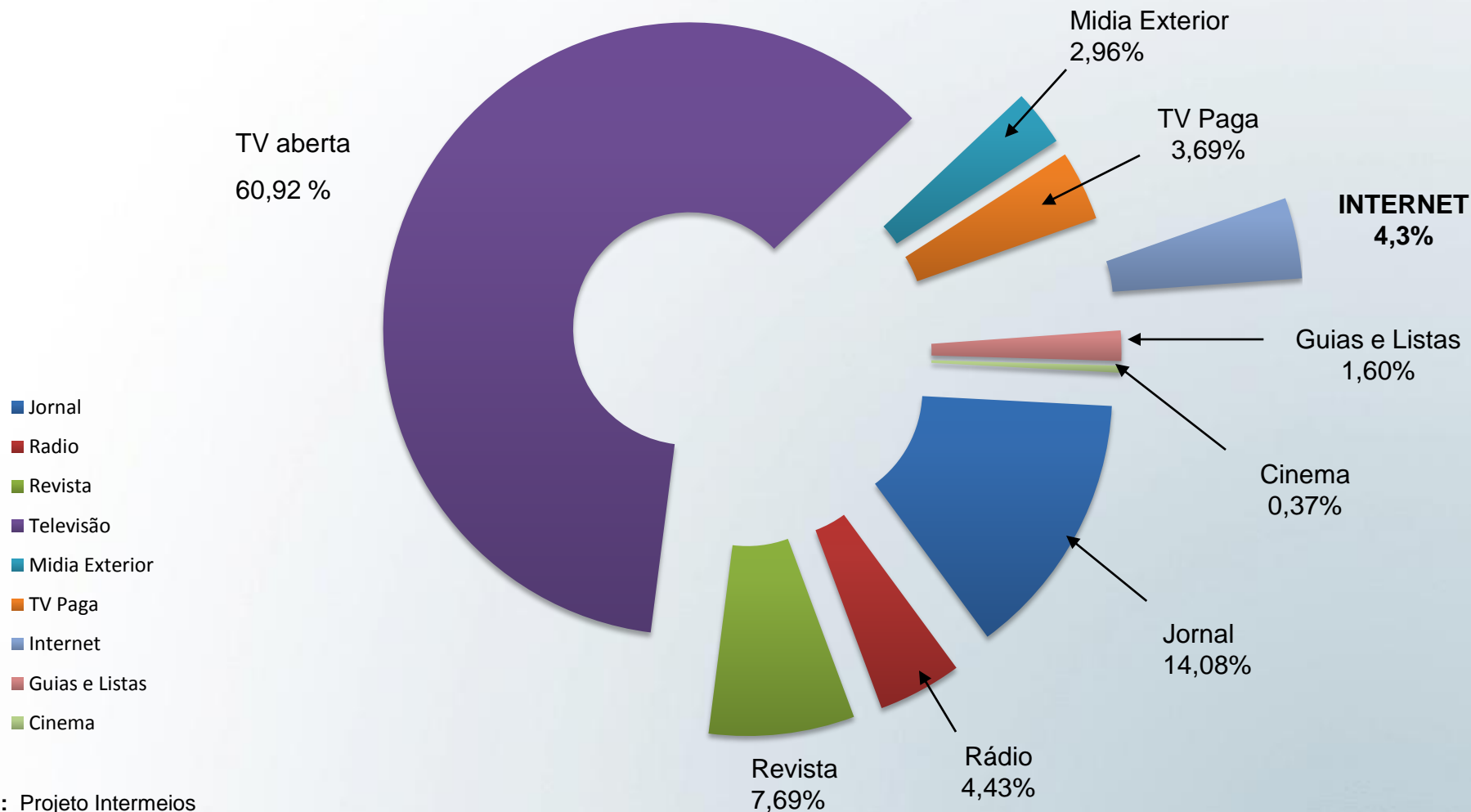
As classes sociais CDE entram na internet pelas redes sociais e pelos comunicadores instantâneos (Messenger, Gtalk, Nimbuzz, etc.).

A EVOLUÇÃO DO MERCADO em 2009



SHARE DE MERCADO

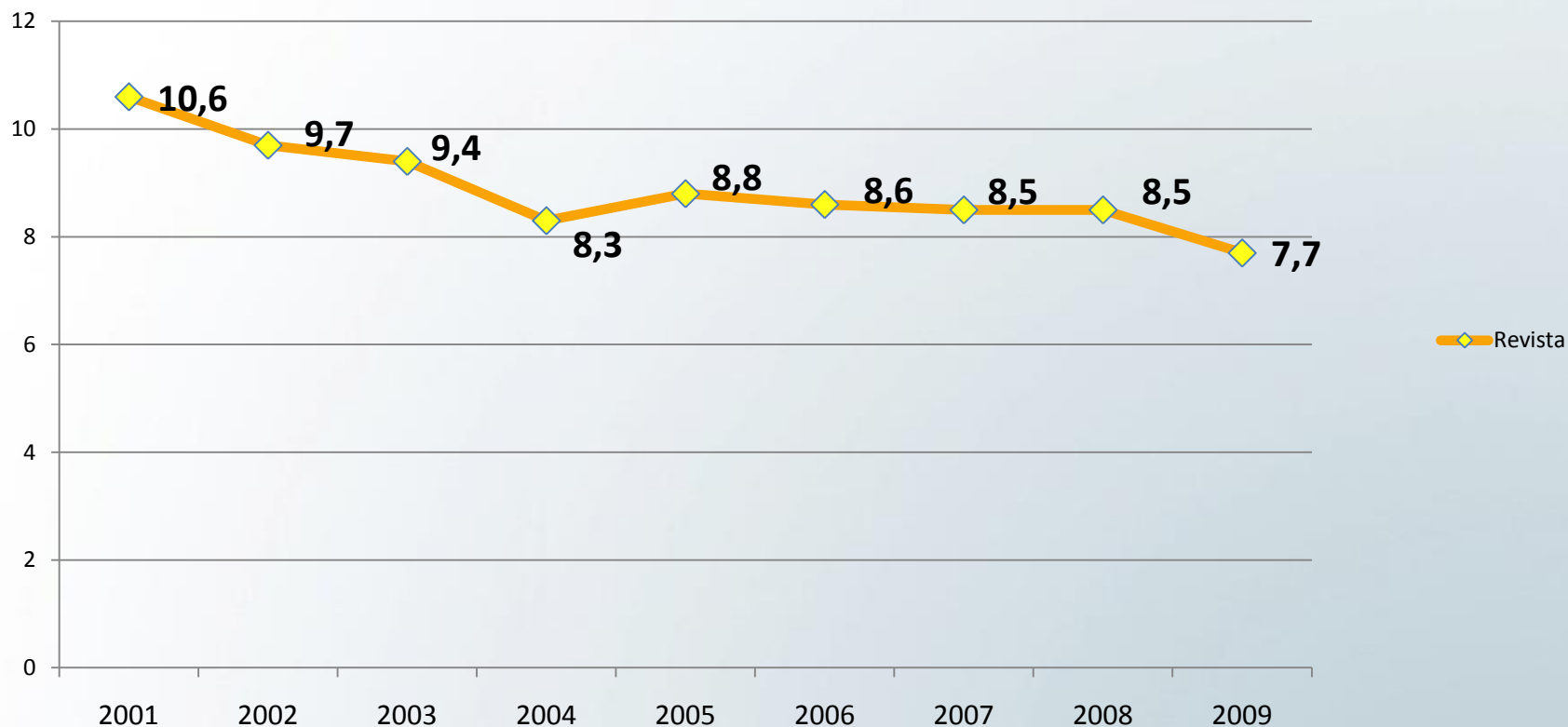
Ações em mídia digital representam 4,27% do bolo publicitário e tiveram em 2009 um crescimento de 25,2% comprado ao ano anterior.



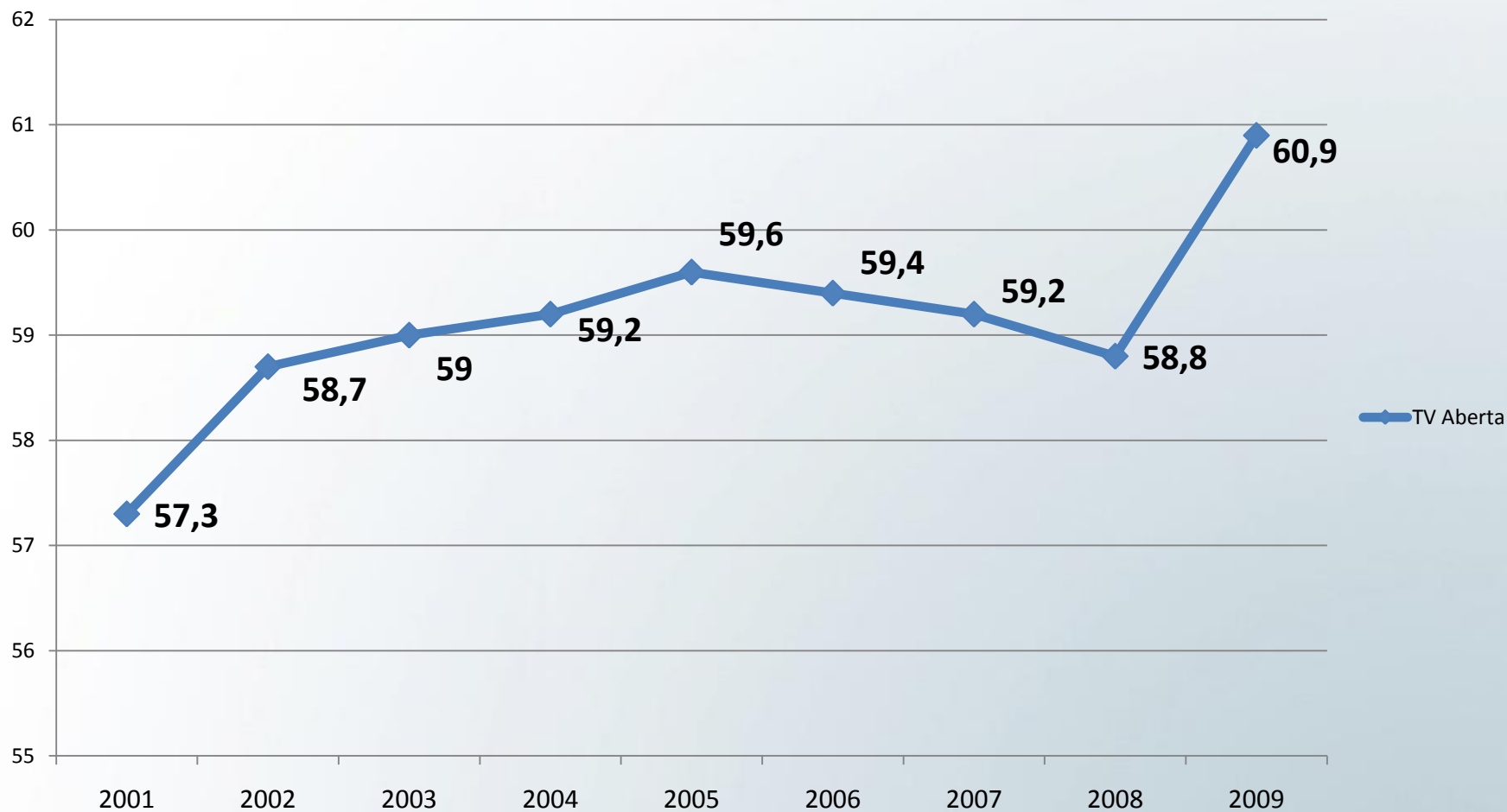
Jornal (%)



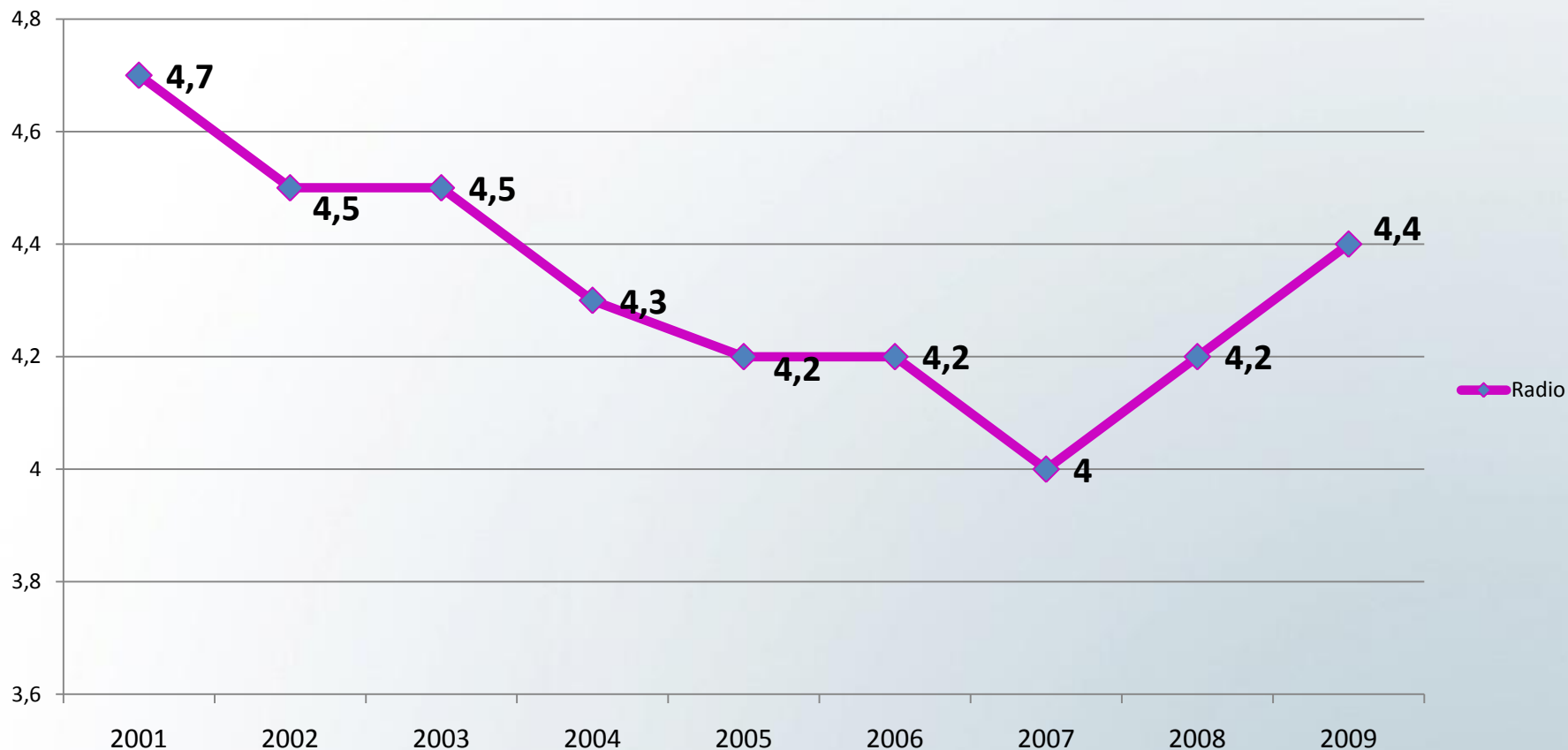
Revista (%)



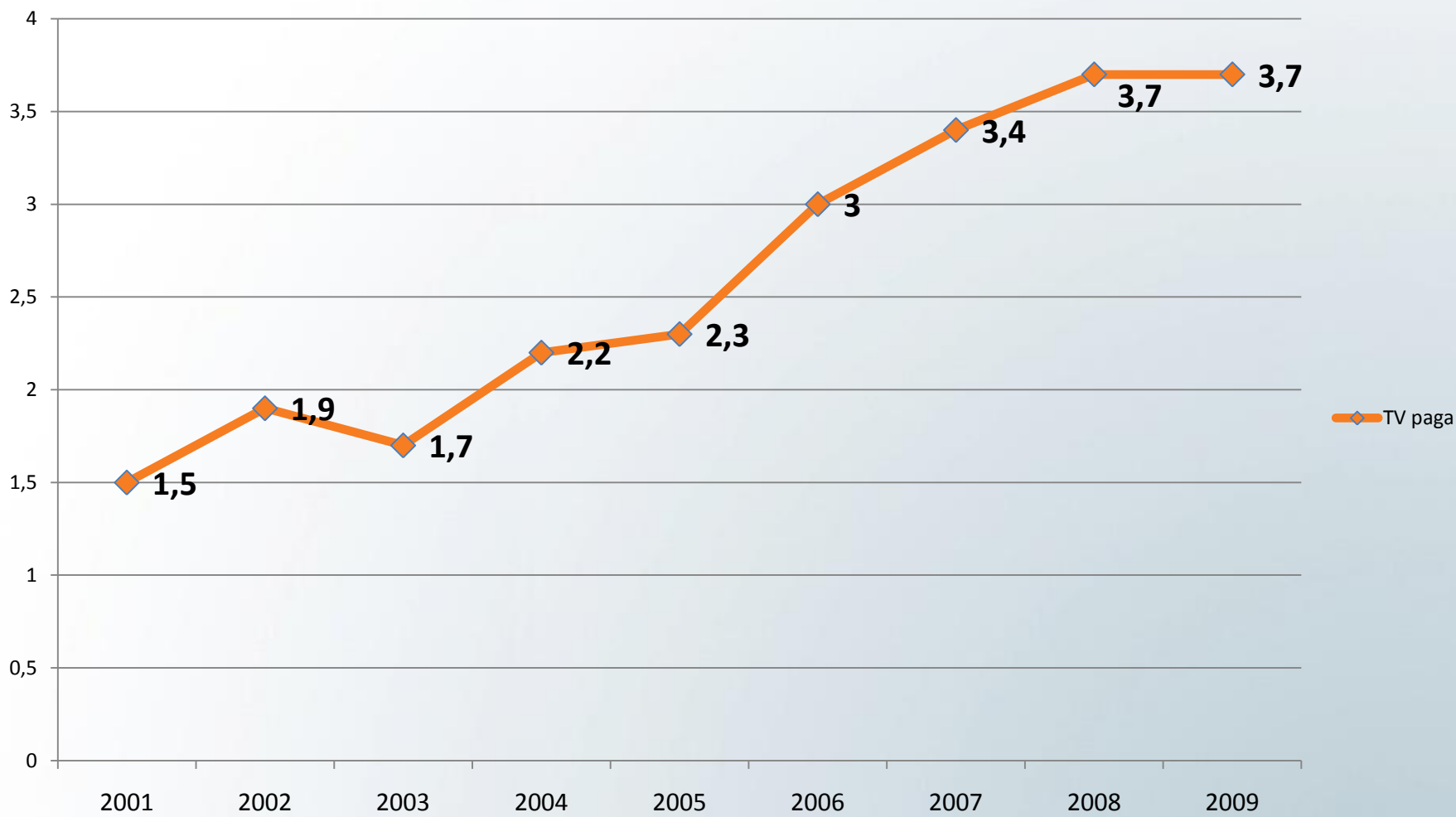
TV Aberta (%)



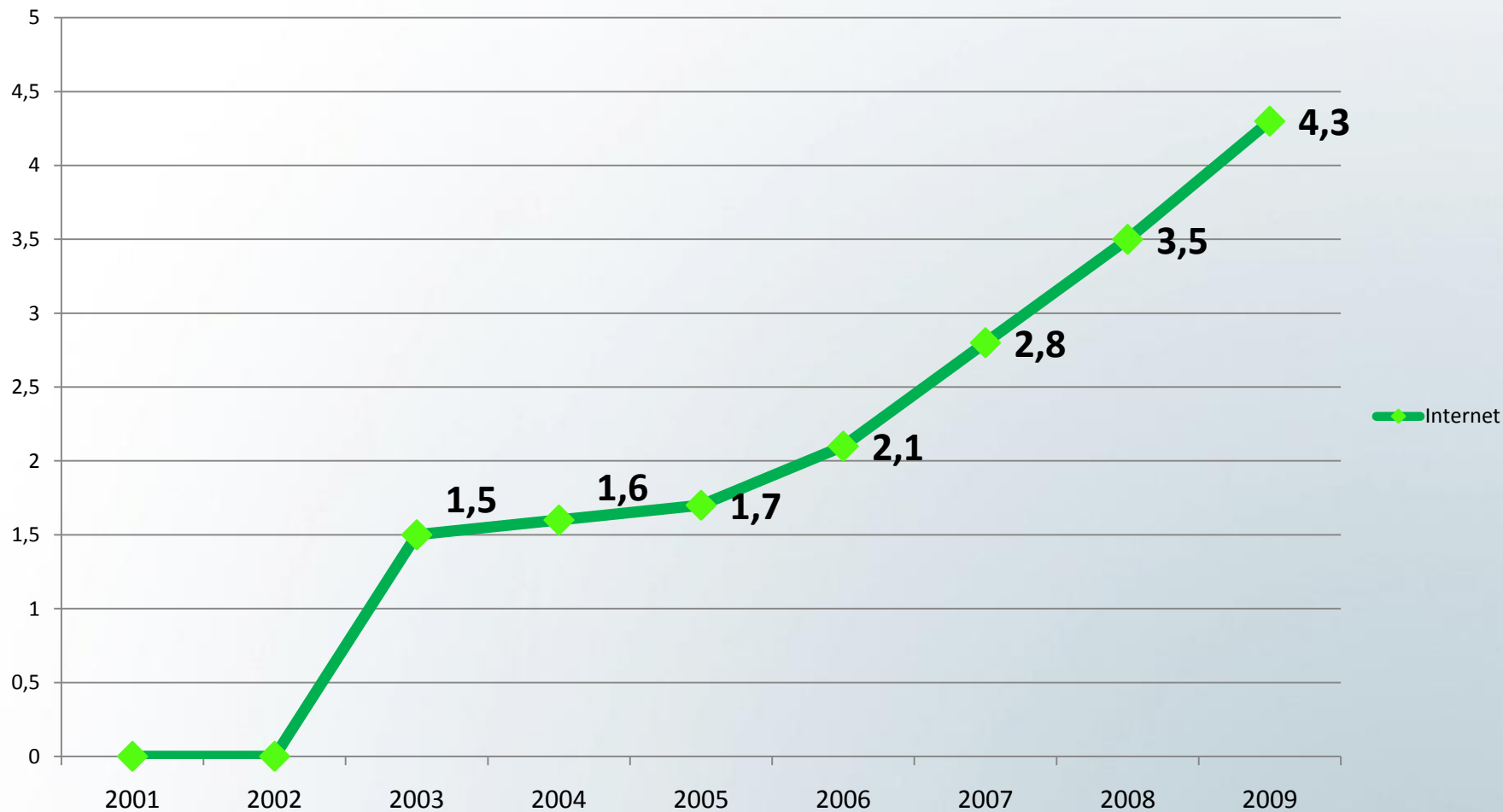
Rádio (%)



TV Paga (%)



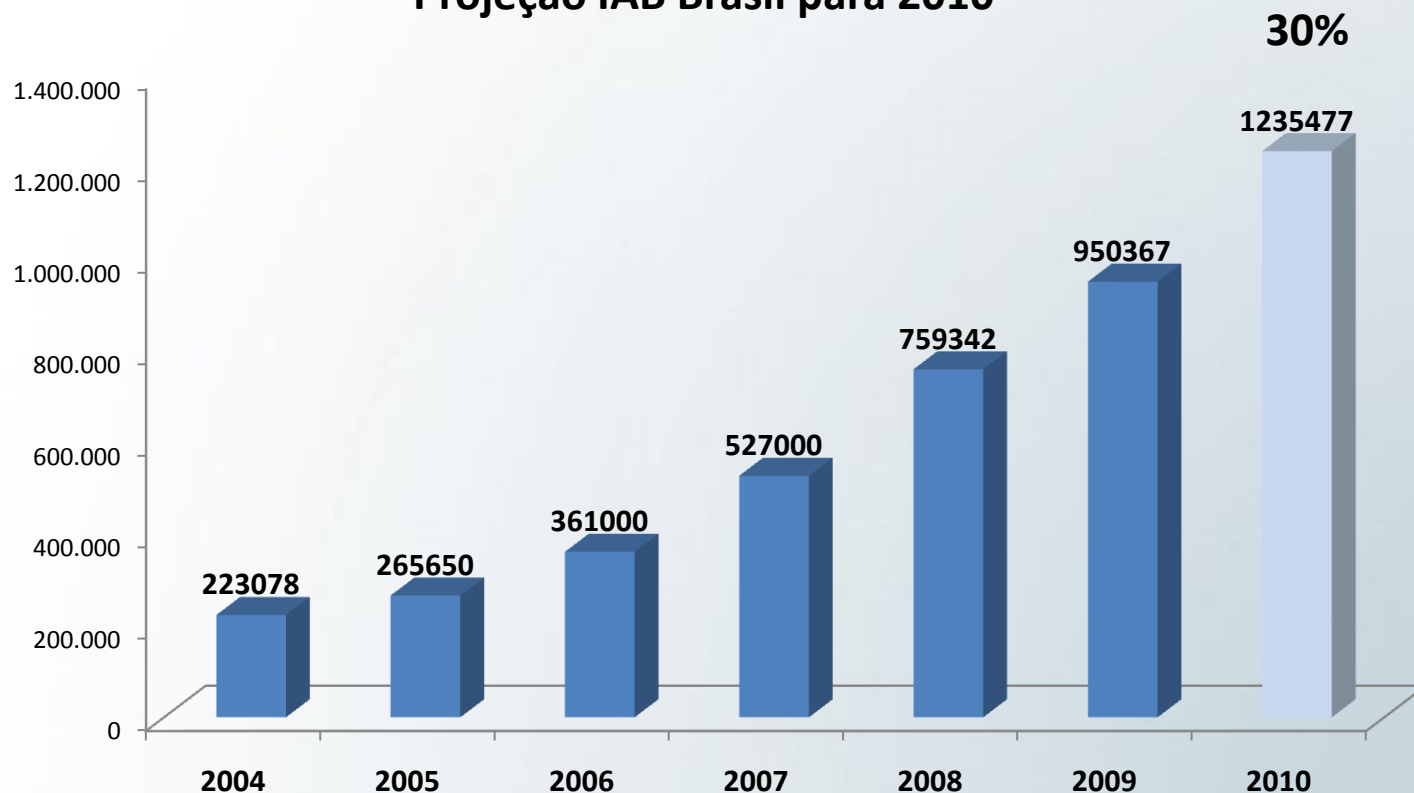
Internet (%)



Em 2009 foram contabilizados R\$ 950 milhões em investimentos em mídia online no Brasil, com o crescimento de 25,16%.

O IAB Brasil estima que em 2010 o crescimento será de 30% totalizando R\$ 1,235 milhões.

Projeção IAB Brasil para 2010



Fonte: Projeto Intermeios

- A audiência da Internet brasileira foi **67,5 milhões** de pessoas em 2009. Estimamos que ao final de 2010, **73,7 milhões** de pessoas acessem a internet.

Os fatores que justificam esse crescimento são a necessidade das **pessoas estarem conectadas**, o programa do Governo de incentivo à banda larga, à facilidade de crédito e financiamentos, à redução de IPI para eletroeletrônicos como computadores aliados às datas comemorativas de **Copa do Mundo e Eleições**, onde o envolvimento da população é intenso.

- A **Internet é cada vez mais popular**: 51,6% da população que acessa a internet pertence às classes CDE. As classes AB juntas representam 48,4%.

- Ao final de 2010, os investimentos em mídia irão **crescer 30%**. Isso representará 1,3 bilhões de reais. Em termos percentuais a internet representará 5,1% dos investimentos em mídia.

- Estimamos um crescimento em tempo de navegação em vídeos online. Eventos como a **Copa do Mundo**, além daqueles criados pelos usuários devem impulsionar o interesse e o aumento da permanência em **quase 2 horas por mês**.

- O aumento da participação dos brasileiros nas **redes sociais** é um fato: **86% das pessoas** que acessam internet acessam redes sociais. O aumento de participação nos *microbloggings*, como o Twitter, deve ser uma tendência nas Eleições 2010.

- Em um universo de **176,8 mm de celulares**, o uso do celular como canal de comunicação será cada vez maior, a internet acessada por celular, **download de aplicativos e promoções SMS**. O crescimento da venda de *smartphones* juntamente com planos de dados mais progressivamente acessíveis pelas operadoras que vão ajudar significativamente na popularização da INTERNET móvel.

Diretoria do IAB 2009/2010

Presidente: **Pedro Cabral**

Vice-Presidente - Fornecedores: **Fabia Juliasz**

Vice-Presidente - Agências: **Marcelo Prais**

Vice-Presidente - Veículos: **Marcelo Lobianco**

Presidente do Conselho Consultivo: **Guilherme Ribenboim**

Diretor Executivo: **Ari Meneghini**

Contato IAB Brasil:

Site: www.iabbrasil.org.br
E-mail: iabbrasil@iabbrasil.org.br
Twitter: [@iabbrasil](https://twitter.com/iabbrasil)
Facebook: [IAB Brasil](https://www.facebook.com/IABBrasil)



iadb

brasil



interactive advertising bureau