



# INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO DA P&G CRESCE APÓS QUATRO ANOS DE QUEDA

Nos 12 meses anteriores, o anunciante aumentou compra de mídia, mas cortou parte da compensação de agências



Entre junho de 2019 e junho de 2020, a Procter & Gamble aumentou seu investimento de marketing pela primeira vez em quatro anos. Mesmo com a pandemia, o anunciante ampliou em 8% o montante total no período, chegando a US\$ 7,33 bilhões – um incremento de US\$ 575 milhões.

Também durante o período, a venda orgânica da companhia dona de marcas como Gillette, Pampers e Always cresceu 6%.

A análise dos dados, entretanto, não aponta para um retorno ao investimento de anos atrás. Esse crescimento foi feito de maneira desigual entre as frentes de atuação da companhia. Se por um lado houve picos de investimento em compra de mídia, o montante destinado à compensação das agências caiu no período.

Mesmo assim, o investimento total de marketing da companhia alcançou o nível mais alto desde 2014. Atualmente, o maior anunciante do mundo é a Amazon, que em 2019 destinou cerca de US\$ 11 bilhões para publicidade.

Fonte: Meio e Mensagem, 10 de agosto de 2020.



[comercialonline.tv.br](http://comercialonline.tv.br)