

NOTÍCIAS DO IVC

Setembro/04

Para:

Filiados, Conselho e Diretoria do IVC

Filiados da ABA a/c de Orlando Lopes

Diretores da ABAP a/c de Dalton Pastore e Décio Vômero

Diretores da APP a/c de Ricardo Ramos

Diretores do CENP a/c de Célia Fiasco

Filiados do Grupo de Mídia São Paulo a/c de Paulo Stephan e Mara Negreti

Filiados do Grupo de Mídia Rio a/c de Marilene Diogo Fernandes

Filiados do Grupo de Mídia Porto Alegre a/c de Viviane Cunha

Filiados do Grupo de Mídia BH a/c de Patrícia Avelar

Filiados do Grupo de Mídia Curitiba a/c de Robson Marochi

Filiados do Grupo de Mídia Recife a/c de Cristina Rocha

Filiados do Grupo de Mídia Brasília a/c de Marco Frade

Filiados do Grupo de Mídia João Pessoa a/c de Rafael Samways

Filiados do Grupo de Mídia Salvador a/c de Carlos Eduardo Fonseca

De: José Alves – Presidente do IVC

A atual gestão do IVC completou dois anos e cinco meses num momento em que importantes mudanças estão sendo feitas no Instituto. Concluímos ser importante levar ao conhecimento dos nossos filiados e entidades ligadas a nós, bem como àqueles que almejamos ter no nosso quadro associativo, sobre relevantes questões do IVC. Também nos pareceu ser de alta relevância levar ao conhecimento de mais de 800 profissionais de mídia que ocupam cargos de decisão e que estão filiados a Grupos de Mídia espalhados pelo Brasil, sobre o significado do Instituto, já que muitos destes profissionais podem não conhecer detalhadamente o que fazemos e representam eles a grande maioria que, de uma forma ou de outra, manipulam dados ou números dos nossos relatórios. A partir de agora desejamos mantê-los informados periodicamente sobre o que se passa conosco, buscando assim lançar sementes que frutifiquem em novas filiações.

Caso este informativo não seja do seu interesse, sinta-se à vontade para solicitar que o seu nome seja retirado do nosso mailing.

O INSTITUTO

. **História:** O IVC - Instituto Verificador de Circulação -, é uma entidade sem fins lucrativos, constituída em 1961, por consenso dos anunciantes, das agências de publicidade e dos veículos de mídia impressa. Nasceu para atender às necessidades desse mercado anunciante, estabelecendo autenticidade e veracidade às circulações das publicações. Formado pelo tripé da publicidade brasileira (Editores, Agências de Propaganda e Anunciantes), zela pela imparcialidade e respeito às Normas estabelecidas de comum acordo com seus integrantes.

. **Diretoria:** É composta por 27 diretores eleitos, sendo 1/3 representantes de empresas anunciantes, 1/3 agências de publicidade e 1/3 editoras de jornais e revistas.

. **Conselho Superior:** Formado pelos presidentes das principais entidades do mercado publicitário (ABA, ANER, ANJ, ANATEC, ABRAJORI, ABAP, AMI, Grupos de Mídia RJ, SP e RS).

. **Comitês:** Comitês de trabalho podem ser compostos por profissionais dos nossos filiados, independentemente de serem eles diretores da entidade, de forma a estudar novidades e propor novos procedimentos às regras em vigor.

. **Presidência e Vice-Presidência:** A Presidência e a Vice-Presidência da entidade são sempre ocupadas por representantes de anunciantes e agências.

. **IFABC:** Somos filiados ao IFABC (International Federation of Audit Bureaus of Circulation), uma entidade internacional que congrega Institutos responsáveis pela auditoria de Circulação em 40 países. Para estar associado nessa entidade, cumprimos uma série de exigências, tais como não ter fins lucrativos e operar com uma diretoria dentro dos critérios já expostos.

. **IJE:** Distribuimos mensalmente para nossos filiados, através do documento IJE (Informação Jurada do Editor), pela Internet ou através de relatórios impressos, todas as informações de circulação de jornais e revistas, totalizando cerca de 700 páginas mensais. Além disso, existem várias facilidades, através de nosso software, de montar novos relatórios com as variáveis disponíveis.

. Relatórios de Auditoria: Todas as publicações são auditadas semestralmente, dentro do padrão estabelecido pelas Normas Técnicas do IVC. Mapas com informações de circulação estão disponíveis para todos os filiados e permitem enxergar se os jornais e revistas estão trabalhando dentro da normalidade desejada.

. Punições: O IVC possui um sistema de pontuação, semelhante ao adotado nas infrações de trânsito. Por exemplo, se as diferenças numa auditoria ultrapassam o limite de tolerância de 4%, são gerados três pontos. O acúmulo de determinados pontos gera cartas de advertência, suspensão e até mesmo a exclusão da publicação do nosso quadro de filiados.

. Propriedade do Mercado Publicitário: Posicionamos o IVC como uma entidade “do mercado”, uma entidade “nossa”, totalmente diferenciada dos demais fornecedores de ferramental de mídia. O abrigo que damos ao tripé da propaganda (anunciantes, agências e veículos) no IVC, todos pertencendo à Diretoria em igualdade de condições, o propósito não lucrativo, o compromisso com a verdade, bem como o objetivo de servir ao mercado de propaganda, nos torna únicos, nos orgulha e faz com que nossos filiados sintam-se seguros e donos da entidade.

. Nossos Filiados: Possuímos como filiados as principais empresas de Mídia Impressa, agências de propaganda e empresas anunciantes, além de vários outros setores. Contamos atualmente com 380 veículos, 150 agências/anunciantes e 20 empresas de outros setores. Para melhor ilustrar, detalhamos no final deste documento a relação das publicações auditadas pelo IVC.

. Nossos Diretores:

| | |
|-------------------------------|--|
| Diretor-Presidente | José Alves - Ogilvy Brasil Comunicação Ltda. |
| Diretor Vice-Presidente | Pedro Silva - Procter & Gamble |
| Diretor 1º Secretário | Cláudio Luiz Barres - Y & R |
| Diretor 2º Secretário | Antônio Cavalcanti - Emp. Folha da Manhã |
| Diretora 1ª Tesoureira | Denise Gorga - V.S. Comunicações Ltda. |
| Diretor 2º Tesoureiro | Adolfo Souza - Recofarma do Amazonas Ltda. - Coca Cola. |
| Diretor de Normas Técnicas | Paulo Oncken - Lowe Ltda. |
| Diretor 1º de Assuntos Legais | Flávio Rezende - DPZ Propaganda S/A |

| | |
|--|--|
| Diretor 2º de Assuntos Legais | Gregório França - Três Comércio Pub. Ltda. |
| Diretor 1º de Patrimônio | Fernando Sales - Giovanni, FCB S/A |
| Diretor 2º de Patrimônio | Carlos Sganzerla - Kimberly Clark Kenko |
| Diretora de Promoção | Maria Lúcia Cucci - Publicis Norton S/A |
| Diretor 1º de Assuntos de Ética | Hércules - S/A O Estado de S. Paulo |
| Diretor 2º de Assuntos de Ética | Vera Silveira - Calia Assumpção Public. S/A |
| Diretor de Assuntos de Circulação de Jornais | Luiz Cerqueira Lopes - InfoGlobo Com. Ltda. |
| Diretor de Assuntos de Circulação de Revistas Pagas | Leonardo Teshima - Editora Globo S/A |
| Diretor de Assuntos de Circulação de Revistas Controladas e Mistas | Fernando Costa - Editora Abril S/A |
| Diretor para Assuntos Gerais | Caio Barsotti - Caixa Econômica / SECOM |
| Diretor para Assuntos Gerais | Otoniel Pelizário - CBD / Pão de Açúcar |
| Diretor para Assuntos Gerais | Christiano Rodolfo Nygaard - Zero Hora Ed. |
| Diretor para Assuntos Gerais | João Batista Ciaco - Fiat Automóveis S/A |
| Diretora para Assuntos de Web Sites | Elisa Calvo - AGE Comunicações |
| Diretor para Assuntos de Web Sites | Jean Cláudio Ribeiro dos Santos - HSBC Bank |
| Diretor para Assuntos de Web Sites | Paulo Sérgio Silva - Terra Networks Brasil |
| Diretora Conselheira Fiscal | Karen Gorenstein - Telecomunicações de SP. |
| Diretora Conselheira Fiscal | Cristina Bittencourt L. Albuquerque - Editora JB S/A |
| Diretora Conselheira Fiscal | Sílvia Machado - Contemporânea Ltda. |

. Nossos Conselheiros:

| | |
|--|---------------------------------------|
| Unilever Brasil Ltda. (Ex-Presidente IVC e Presidente do Conselho) | Orlando Lopes |
| PPR-Profissionais Pub. Reunidos Ltda. (Ex-Presidente IVC) | Otto de Barros Vidal Jr. |
| DPZ Propaganda Ltda (Ex-Presidente IVC) | Daniel Barbará |
| Presidente da ABAP | Altino João de Barros (Representante) |
| Presidente da ABA | Orlando Lopes |
| Presidente da ANJ | Nelson Sirotsky |
| Presidente da ANER | Carlos Alzugaray |
| Presidente da ANATEC | Pedro Renato Eckersdorff |
| Presidente da AMI | Marcelo Sant'iago |
| Presidente do Grupo de Mídia São Paulo | Paulo Stephan |
| Presidente do Grupo de Mídia Rio de Janeiro | Marilene Diogo Fernandes |
| Presidente do Grupo de Mídia Rio Grande do Sul | Viviane Cunha |
| Presidente da ABRAJORI | Miguel Ângelo Gobbi |

. **Nossos Custos:** Sendo uma entidade sem fins lucrativos, apesar do grande volume de serviços fornecidos, nossos custos são infinitamente menores aos de outras ferramentas de mídia compradas pelas grandes agências, anunciantes e veículos. A mensalidade de uma grande agência, por exemplo, é de no máximo R\$992,00, enquanto informações adquiridas de outras empresas chegam perto de R\$ 100.000,00 mensais. O custo total com ferramentas de mídia de uma grande agência pode ultrapassar 3,5 milhões de reais anuais. Nesse contexto o custo anual máximo dos dados do IVC, de uma grande agência, representa tão somente 0,34% do total das despesas com ferramentas de mídia. Por outro lado, agências de menor porte, dentro do acordo que temos com o CENP, recebem condições especiais para se filiar.

DESTAQUES DA GESTÃO

. **Publicações de Circulação Dirigida com Conteúdo Variado:** Atendendo a um anseio antigo do mercado, o IVC está concluindo os procedimentos para aceitar filiações de veículos que não se enquadram na definição de circulação controlada de conteúdo profissional. Certamente uma das mais importantes decisões tomadas

nesta gestão e que oferece possibilidade de auditoria para várias publicações que ainda não estão filiadas ao IVC. Nessas circunstâncias, a auditoria abrangerá comprovações do processo de distribuição e da aceitação do leitor em recebê-las.

. Divulgação do Instituto: Temos sido bastante ativos na divulgação do Instituto. Nesta gestão participamos de 10 eventos com nossos estandes e fizemos 30 palestras em associações e universidades.

. Modernização: Investimentos consistentes foram feitos para modernizar o Instituto, propiciando a aquisição de equipamentos e softwares, para as áreas de RH, contabilidade, cobrança e principalmente no novo sistema de divulgação das informações que está em desenvolvimento.

. Crescimento de Filiados: Foi concluído o trabalho, iniciado nas gestões de Otto de Barros Vidal e continuado nas gestões de Daniel Barbará e Orlando Lopes, vinculado às normas do CENP, que proporciona informações limitadas do IVC a baixo custo para as pequenas agências de publicidade, permitindo que essas conheçam a nossa instituição. As normas do CENP também estabelecem que as agências devem adquirir ferramentas de mídia necessárias para o bom atendimento a seus clientes, o que contribuiu para a chegada de novos filiados no IVC. Também um trabalho desenvolvido com veículos de pequena circulação, bem como decisões tomadas por alguns anunciantes de só colocar seus anúncios em veículos filiados ao IVC, permitiram crescimento significativo no nosso quadro de filiados. Segue os nossos índices de crescimento tendo como base dezembro de 2000:

- Agências de Propaganda: **+64%**
- Anunciantes: **+33%**
- Editores: **+24%**

. Uma Nova Postura dos Anunciantes Frente ao IVC: A questão do posicionamento dos anunciantes frente ao IVC merece destaque. Há bem pouco tempo os anunciantes não possuíam uma política clara com relação a este assunto. Pudemos notar, contudo, que nestes últimos 12 meses, muitos deles passaram a condicionar a filiação ao IVC para a programação de seus anúncios em veículos impressos. Com tal medida protegem seus investimentos ao assegurar dados de circulação confiáveis e, ao mesmo tempo, contribuem para que mais veículos a nós se filiem.

. Mídia Interativa: Realizamos reuniões com os principais Portais de Internet, nas quais foi apresentada toda a história do IVC, seu objetivo de servir ao mercado de

propaganda, bem como todo o esforço realizado para viabilizar a auditoria de Web Sites. Foi exposto a todos que o IVC, após um longo período de estudos e testes, optou pelo software Webtrends, visto por técnicos consultados bem como pela maioria dos portais, como uma ferramenta confiável. Foram também comentados e entregues às suas diretorias, os nossos Estatutos e as Normas Técnicas de Auditoria de Web Sites, onde várias métricas foram objeto de normatização, clareando os critérios necessários para evitar a duplicação de tráfego, como nas questões de frames, refreshs, atividades internas, pop-ups, etc. Além disto o IVC daria um sentido de senso à audiência da mídia online, abrangendo acessos residenciais e corporativos, além de propiciar as informações por canais permitindo que planejadores de mídia pudessem melhor planejar com o conhecimento do potencial dos sites nos mais variados segmentos que atuam. Nos propusemos também a divulgar pelo Brasil afora através de apresentações em agências, anunciantes, associações e universidades as vantagens da mídia na Internet e como utilizar o IVC.

Essa nossa passagem pela auditoria de mídia interativa iniciada na gestão de Orlando Lopes, resultado de um pedido da AMI, se constituiu sem dúvida, no maior esforço que o IVC fez nestes últimos anos. Muitos de nós dedicamos grande parte de nossas horas de lazer em prol desse empreendimento. Consultores também foram contratados para nos auxiliar nesse projeto. Além disso, entre funcionários e terceirizados, tivemos sete pessoas trabalhando em tempo integral. Apesar desses esforços, devido ao problema da queda da Nasdaq (afetando esse segmento) e os altos custos necessários aos portais para a compra de novas licenças WebTrends para atender às regras do IVC, impediram a formação de um quadro representativo de filiados de mídia online, nos forçando a suspender o serviço.

. Aquisição de nova sede em São Paulo: Instalados numa rua no Centro de SP, considerada no momento inadequada para uma instituição moderna e que almeja melhorar ainda mais a sua imagem, decidimos adquirir um novo imóvel na região da Avenida Paulista, com condições excelentes para alimentação e transporte dos nossos funcionários. Já reservamos os recursos necessários a esse investimento e devemos realizar a aquisição até o final de nossa gestão.

. Reforma dos Estatutos Sociais: Com o auxílio de nossos filiados, uma grande reforma alinhou os Estatutos Sociais com as Normas Técnicas, tornando-os mais adequados a um Mercado em contínua transformação.

. Normas Técnicas de Mídia Impressa: No âmbito da Diretoria Executiva e da Direção de Normas Técnicas, visando o aperfeiçoamento das Normas vigentes,

temos apresentado novas proposições e debatido vários detalhes delas. Dentro deste exercício, daremos seqüência a esse trabalho e à implantação das resoluções que forem aprovadas. As principais mudanças dizem respeito aos critérios de publicações controladas não-técnicas.

. Descumprimentos e Sanções: A implantação do sistema de pontuações, aprovado pela diretoria anterior, revelou-se um sucesso e comprova que as novas regras funcionam como um alerta importante, que pode impedir punições mais severas, como suspensão e exclusão. Em comparação com anos anteriores, temos tido relativa paz no tocante a essa questão.

Agradecemos pela atenção que tenha sido dada a este texto e ficamos as ordens de todos para eventuais esclarecimentos de dúvidas.

José Alves
Presidente do IVC