

EXAME

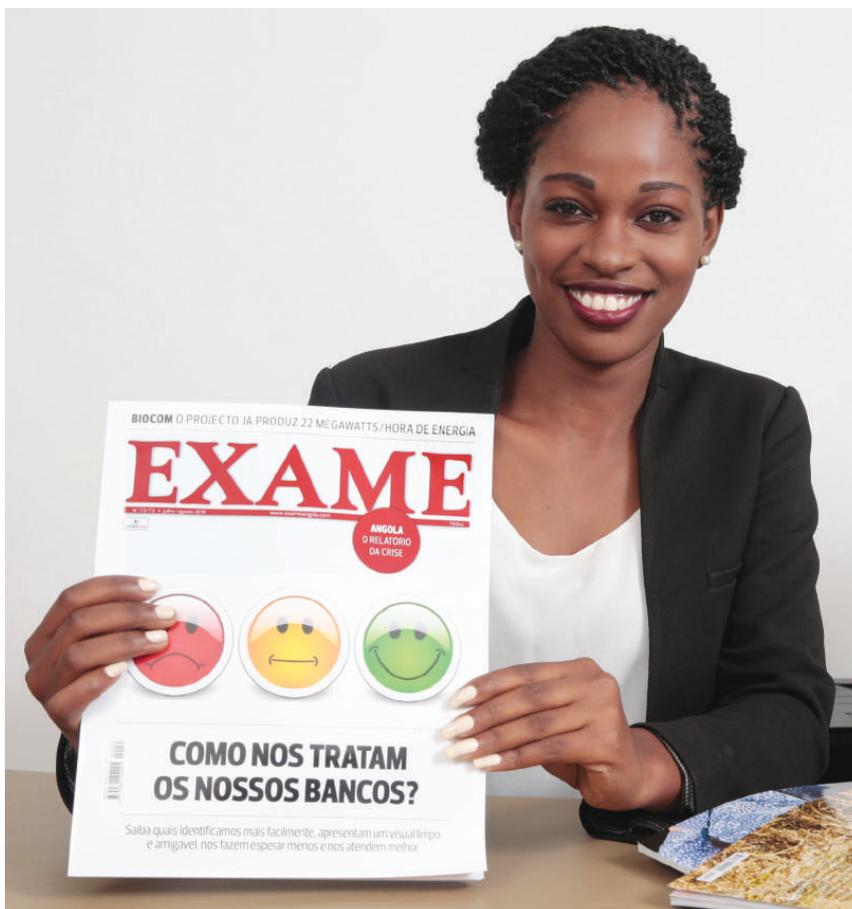
A EXAME é um exemplo de como a partir de um pensamento global se especializa um negócio local. A Marca, um caso de sucesso no Brasil e a quarta revista do mundo com maior circulação, foi introduzida em Angola em Dezembro de 2008, pelo Grupo Media Nova, que estabeleceu uma parceria com a Editora Abril, e desde logo se impôs como um título de referência no mundo da economia e dos negócios.

VALORES DA MARCA

Foram justamente os valores inerentes à Marca EXAME que conduziram a Media Nova ao encontro da Editora Abril – a isenção, o rigor, a independência, a criatividade editorial, a inovação estética e o arrojo no grafismo constituíram argumentos mais que justificativos para o estabelecimento da relação entre os dois grupos editoriais de países irmãos que partilham a mesma língua. A Marca EXAME tornou-se um caso de sucesso quando Roberto Civita, filho do fundador da Editora Abril e que tinha trabalhado em Nova Iorque, no grupo Inc. que publica a revista Time, fundou no Brasil, e inspirado na Time, a revista Veja, com a quinta maior circulação no mundo, e lançou, em 1967, a EXAME, líder incontestada no Brasil.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A EXAME é a revista de economia e negócios do maior grupo angolano de comunicação social, o grupo Media Nova, que detém ainda na sua carteira de activos a primeira televisão privada, a TV Zimbo, o primeiro diário privado lançado



desde a Independência de Angola, O País, e a única Rádio em cadeia nacional, a Rádio Mais. A Marca está presente em quatro países – Brasil, onde tem a sua origem; Portugal; Angola e Moçambique. A EXAME Angola é fruto de uma parceria entre a Media Nova e a Editora Abril, sublinhando-se o facto de que a EXAME é uma revista que se posiciona sobretudo a Sul e cujos conteúdos emergem a Sul, dando assim destaque à dinâmica

de economias em desenvolvimento. A sua presença de nove anos no mercado angolano (chegou em Dezembro de 2008), tornou-a uma referência entre o seu target específico - o meio económico e empresarial e também a comunidade universitária. As 74 capas já publicadas foram protagonizadas por empresários, gestores de topo, empreendedores, grandes projectos e acontecimentos relevantes. Uma boa parte dessas capas é temática (cerca da quarta parte) e foi corporizada através de ilustrações. A EXAME Angola incorpora no seu grafismo a linha criativa consagrada por esse mundo fora

que caracteriza a sua matriz – a EXAME Brasil. Ela é, no entanto, sistematicamente recriada pela imaginação dos seus designers gráficos, que lhe imprimem o seu cunho pessoal. Os seus conteúdos integram uma selecção do melhor que a EXAME Brasil publica nas áreas de gestão, economia, mercados e política mundial, bem como produções originais sobre a dinâmica da realidade económica e financeira angolana.



A EXAME é actualmente inteiramente produzida em Angola, o que reforça o seu estatuto de produto local com uma presença global. É nele que assenta a sua visão de desenvolvimento do produto que mensalmente coloca no mercado.

MERCADO

No mercado angolano a longevidade constitui um forte valor de Marca, já que traduz a selecção que aquele vai fazendo ao longo de tempos, marcada por ritmos diferentes da actividade económica.

A comunicação social de cariz económico prosperou a partir de 2010, coincidindo com o forte crescimento económico que o país registava. Já antes de 2010 dois novos semanários apresentaram destacados suplementos económicos, O País e o Novo Jornal e, depois disso, surgiram três novos semanários especializados em economia e negócios: o Expansão, o Economia & Finanças e o Semanário Económico, todos eles integrados em grupos editoriais.

Quando a EXAME surgiu no mercado, apenas a Economia & Mercados actuava no

mesmo segmento. Mais tarde foi lançada a revista Rumo que, após uma pausa, voltou recentemente ao mercado, e surgiu a edição angolana da revista norte-americana Forbes. Entretanto, o segmento dos semanários de economia acolheu dois novos produtos, o Mercado e o Valor Económico. Também as outras revistas, algumas delas decanas no mercado editorial, como a África Today e a África XXI, abordam conteúdos económicos. Angola é um mercado que mostra, assim, uma resiliência muito significativa e mantém um nível competitivo assinalável.

COMUNICAÇÃO

A EXAME encontra o seu público privilegiado entre os decisores, líderes de opinião, empresários, especialistas em economia e finanças, governantes e também é lida entre a comunidade universitária, em particular aquela cujos cursos estão ligados aos fenómenos económicos e financeiros.

E é exactamente a natureza, precisa mas diversa, dos seus interesses no universo dos temas económicos e financeiros do

segmento com que comunica, que inspiram a sua notoriedade. A EXAME, tanto coloca o máximo rigor na abordagem de questões mais macroeconómicas como procura um diálogo aberto, verdadeiro, franco e solto com os gestores e empresários, a cuja opinião e actividade dá voz.

O suporte da comunicação da EXAME é uma imagem forte, assente num grafismo muito apelativo, impressionante mas não agressivo, conferindo à imagem um lugar destacado na informação, dando visibilidade às circunstâncias, factos e protagonistas. A revista já dedicou números especiais a temáticas especializadas como a Sustentabilidade ou a Banca, esta última tratada no âmbito de uma parceria firmada em 2013 com a Deloitte, onde a EXAME funciona como "media sponsor" e modera a conferência "Banca em Análise".

A EXAME participa ainda em várias conferências e "workshops", para muitos dos quais é convidada, assumindo-se mesmo noutros como "media partner". Neste capítulo, os projectos para 2016 e 2017 figuram entre as prioridades da agenda da revista. O site da EXAME, outro instrumento de comunicação da revista, conhecerá, em breve, uma importante actualização.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Conhecer o mercado e ser por ele conhecida é o grande trunfo competitivo da EXAME. O que oferece aos nossos leitores é um produto em que a linguagem gráfica e a fórmula editorial se tornaram mundialmente conhecidas, o que, associado ao facto de se tratar de um produto inteiramente feito em Angola, lhe garante a informação de excelência que mensalmente procura fazer chegar aos leitores.

SABIA QUE

- Até Setembro de 2016, a EXAME publicou 74 edições mensais e três edições especiais. Duas dessas edições foram duplas, ou seja, atingiram uma centena de páginas.
- Do total de capas (77), 25% são ilustrações e 75% personalizadas (fotos), com excepção, entre as últimas, de duas que ilustram artigos temáticos. Entre as figuras publicadas na capa a larga maioria é de empresários e gestores, havendo ainda que referir a presença de oito líderes de institutos/ organismos públicos, cinco ministros e quatro presidentes de empresas públicas.
- A capa que mais vendeu foi a da edição n.º 7, de Julho de 2010, que lançava a interrogação: 'Angola/China – Casamento Perfeito?'. A procura da revista levou à sua reimpressão, uma originalidade em Angola.