

**CIRCUITO ·
INTERNACIONAL
DE VILA REAL ·····**

ESTUDO SOCIOLÓGICO E ECONÓMICO DO CIRCUITO INTERNACIONAL DE VILA REAL 2016



CISION®

O estudo de opinião foi da responsabilidade da organização e realizou-se nos dias 25 e 26 de junho. O planeamento, coordenação e tratamento de resultados foi da responsabilidade da Cision. Foram realizadas 300 entrevistas e o erro estatístico foi de 5,66%.

A Cision está presente na Europa, América do Norte, América do Sul e Ásia e integra informação de mais de 190 países. Conta atualmente com mais de 120.000 clientes, 5.000 colaboradores e pesquisa mais de 300.000 fontes de informação em todo o mundo.

A Cision Portugal opera no mercado nacional desde 1982 e tem atualmente 175 colaboradores.

A CISION é membro da FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse), da IABM (International Association of Broadcast Monitors), da AMEC (Association for Measurement and Evaluation of Communication) e da EMAA (European Media Analysts Association).

NÚMERO DE ESPECTADORES NOS 3 DIAS – 198.000

FONTE: EUROSPOORT - FIA WTCC RACE OF PORTUGAL REPORT

➤ **ON SITE ATTENDANCE: 198.000 SPECTATORS OVER THE WEEKEND (+ 10% 2015)**

➤ ONLINE VIDEOS: 1.343.848 VIDEO VIEWS

➤ EUROSPOORT AUDIENCE: 18.880.000 VIEWERS

➤ EUROSPOORT BROADCAST: 51:00 HOURS

➤ WEB COVERAGE: 456 ARTICLES

➤ OPENING RACE WINNER: **TOM CORONEL & MAIN RACE WINNER: TIAGO MONTEIRO**

➤ AMAZING PODIUM CEREMONY FOR THE LOCAL HERO

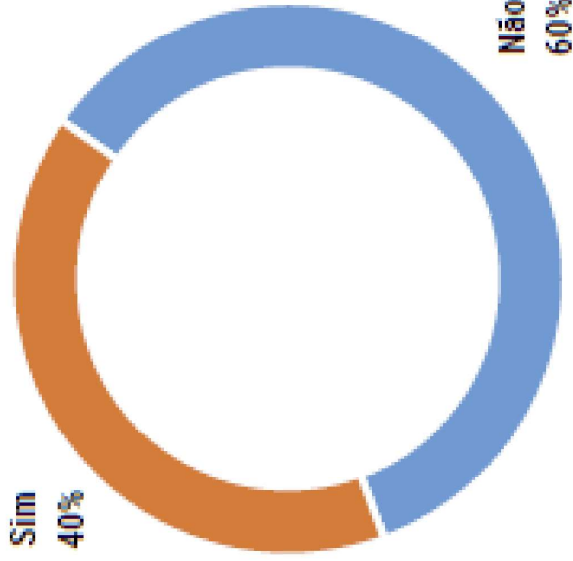
➤ FIRST SUNNY RACE WEEKEND SINCE THE START OF THE SEASON



CARACTERIZAÇÃO DO PÚBLICO

RESIDÊNCIA EM VILA REAL

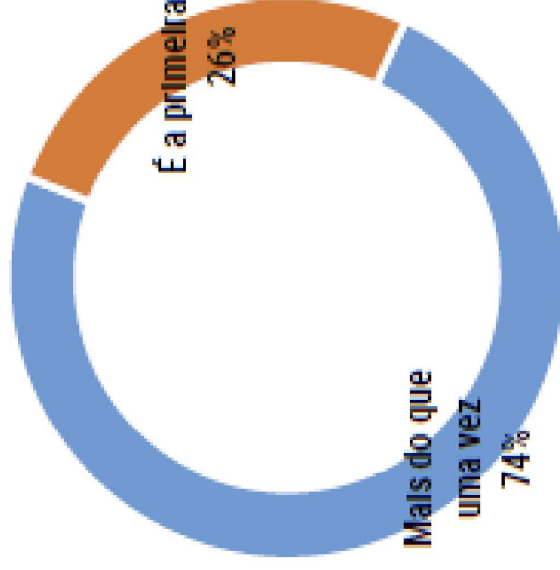
Sim
40%



Não
60%

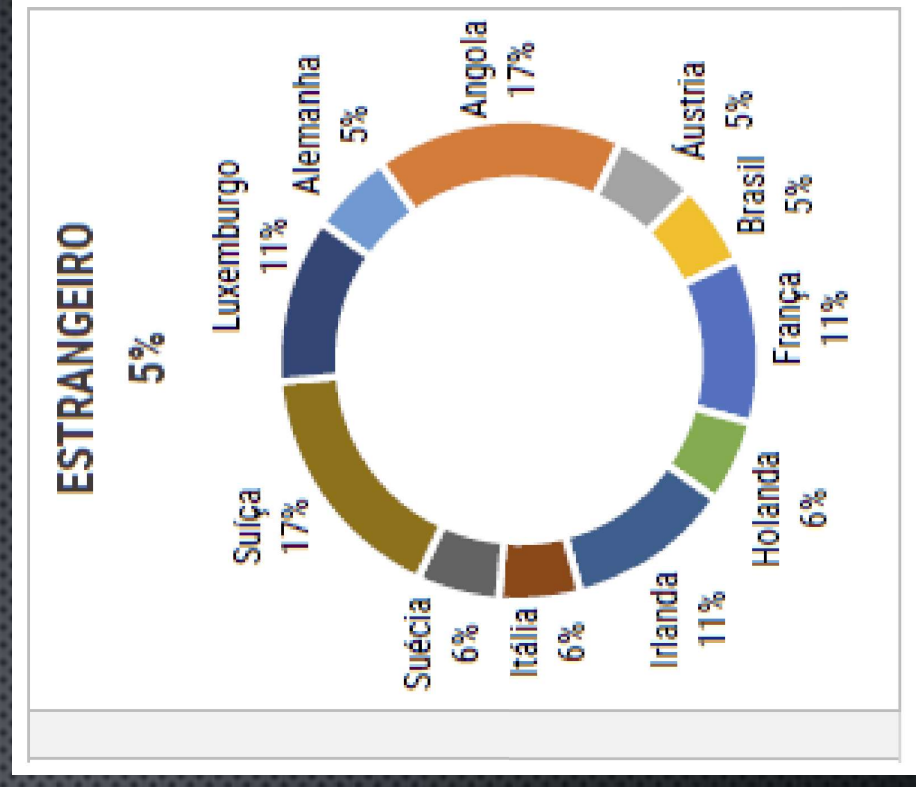
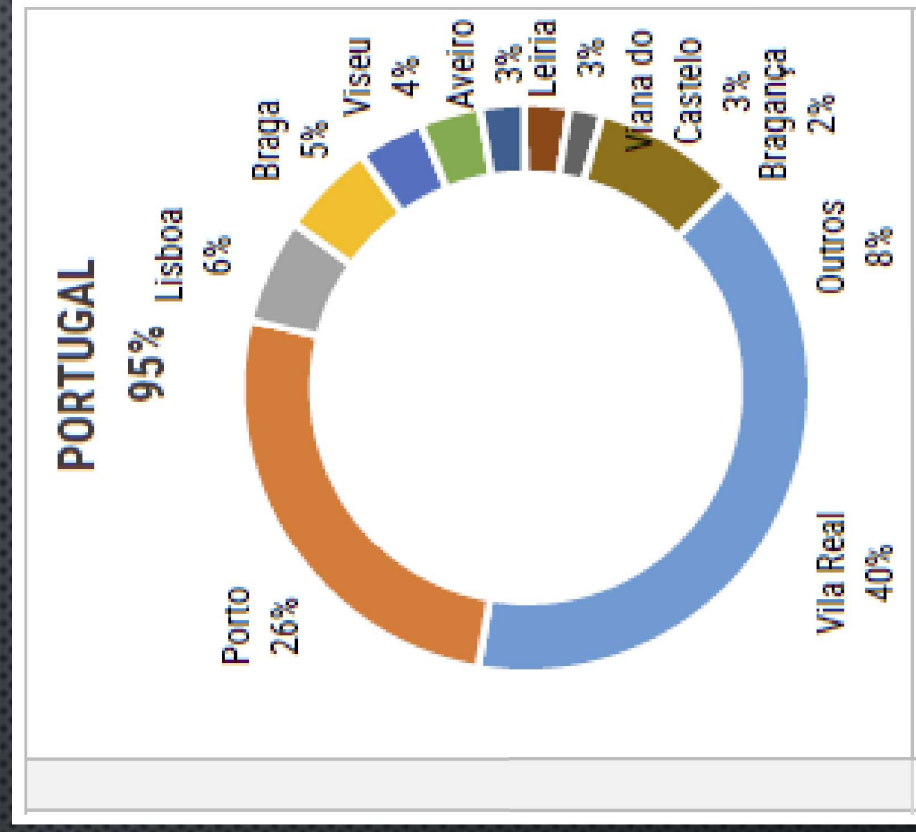
"A QUANTAS EDIÇÕES JÁ ASSISTIU"

É a primeira vez
26%



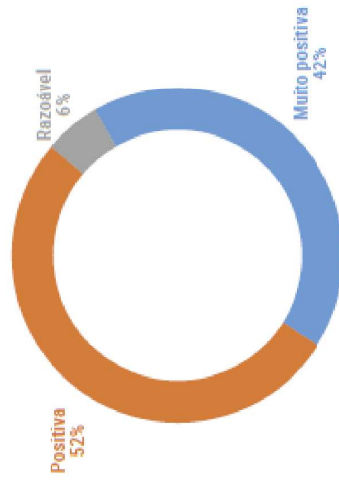
Mais do que
uma vez
74%

CARACTERIZAÇÃO DO PÚBLICO



RESPOSTA À QUESTÃO:

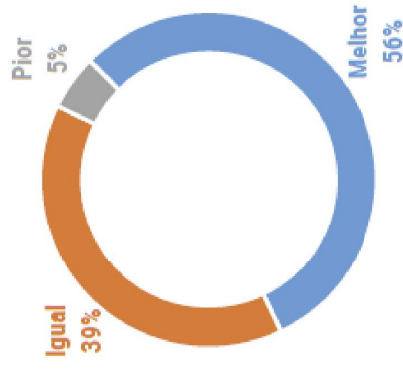
“QUAL A SUA OPINIÃO SOBRE O CIRCUITO DE VILA REAL?”



65%	NET PROMOTER SCORE
93%	OPINIÕES FAVORÁVEIS
39%	ULTRAPASSOU AS EXPETATIVAS
99%	QUEREM VOLTAR

RESPOSTA À QUESTÃO:

“EM RELAÇÃO ÀS EDIÇÕES ANTERIORES, CONSIDERA QUE ESTA EDIÇÃO ESTÁ:”



73% SÃO REPETENTES

VISITANTES

58%

NET PROMOTER SCORE

92%

OPINIÕES FAVORÁVEIS

36%

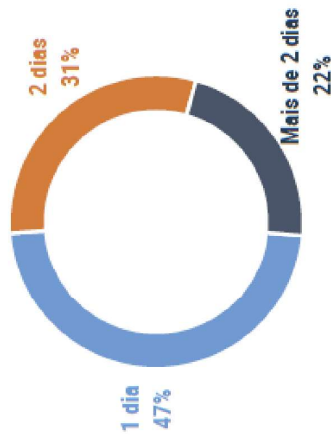
ULTRAPASSOU AS EXPETATIVAS

98%

QUEREM VOLTAR

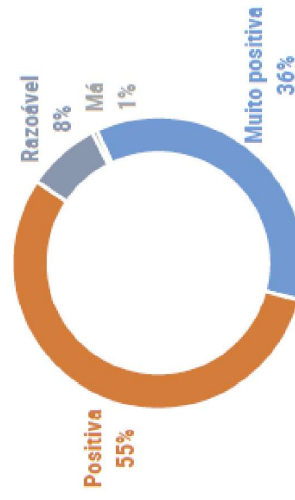
RESPOSTA À QUESTÃO:

"QUANTO TEMPO VAI FICAR EM VILA REAL DURANTE O CIRCUITO DE VILA REAL?"



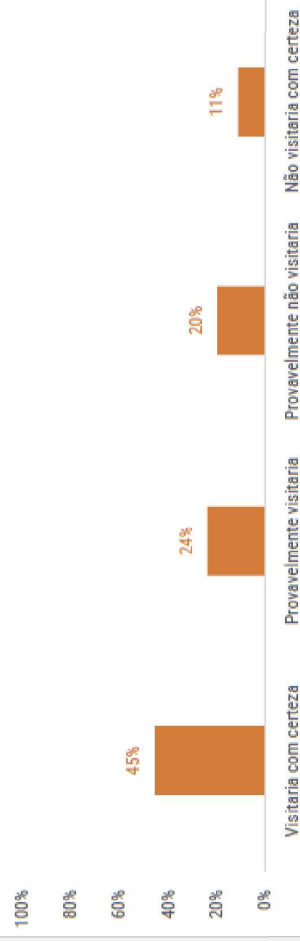
RESPOSTA À QUESTÃO:

"QUAL É A SUA OPINIÃO SOBRE O CIRCUITO DE VILA REAL?"



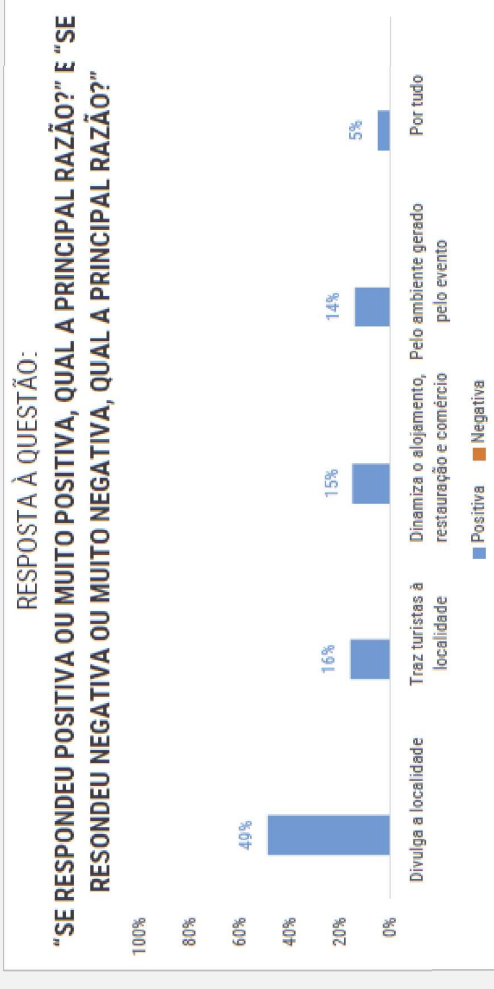
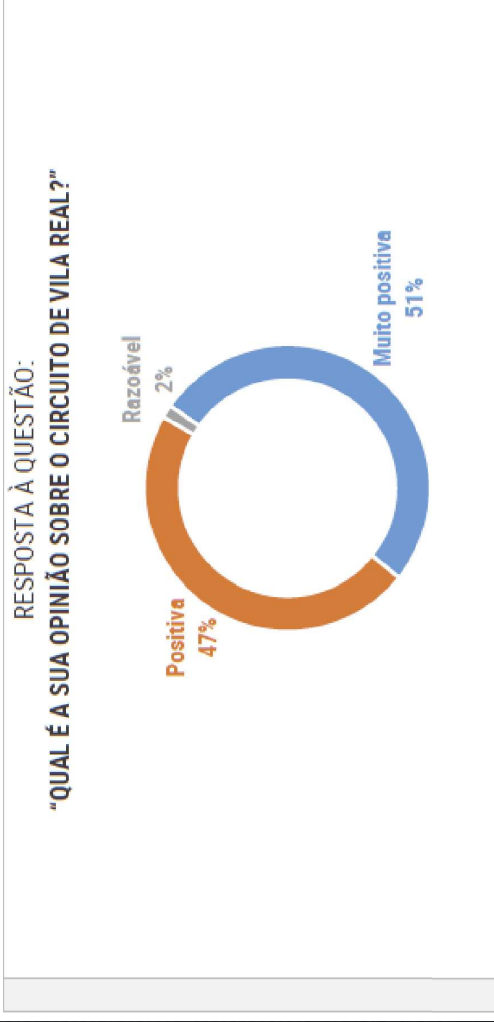
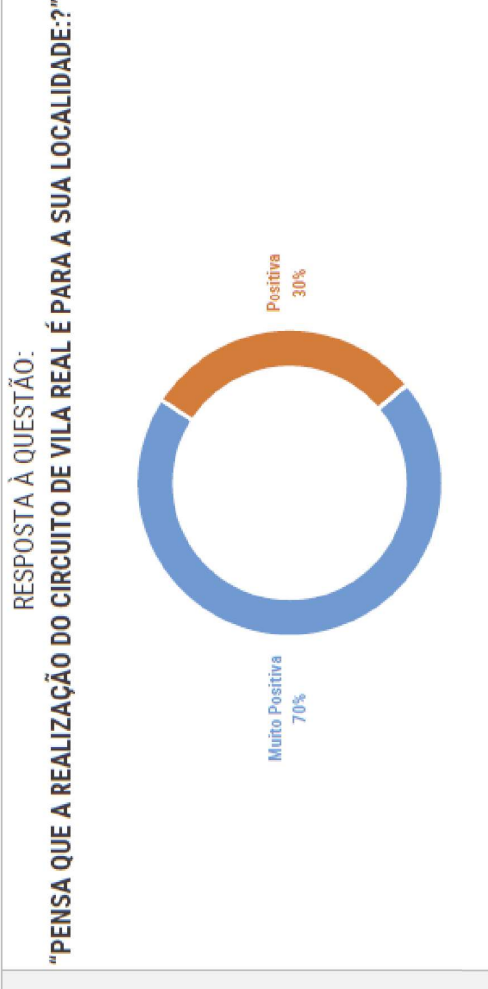
RESPOSTA À QUESTÃO:

"SE NÃO EXISTISSE O CIRCUITO DE VILA REAL QUAL A PROBABILIDADE QUE PENSE QUE EXISTIA DE VISITAR VILA REAL?"



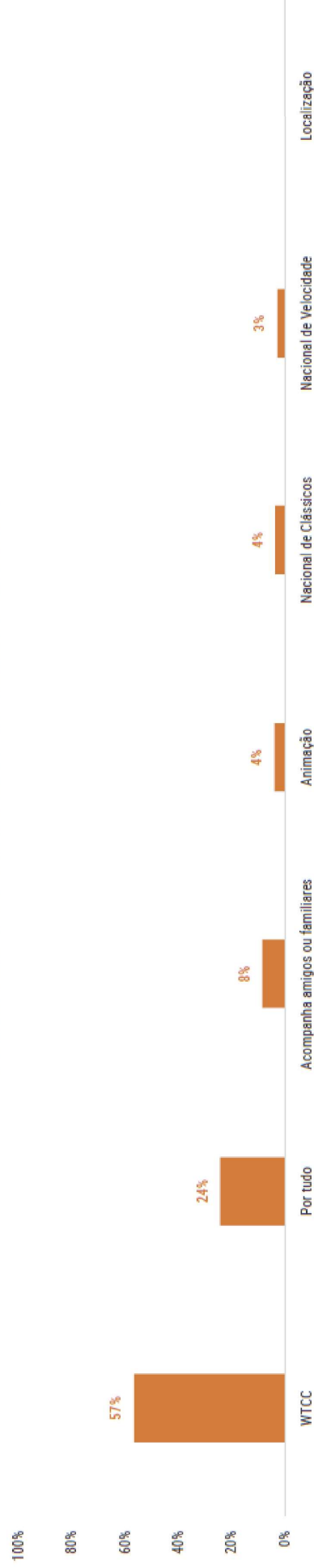
RESIDENTES

74%	NET PROMOTER SCORE
99%	OPINIÕES FAVORÁVEIS
42%	ULTRAPASSOU AS EXPETATIVAS
99%	QUEREM VOLTAR



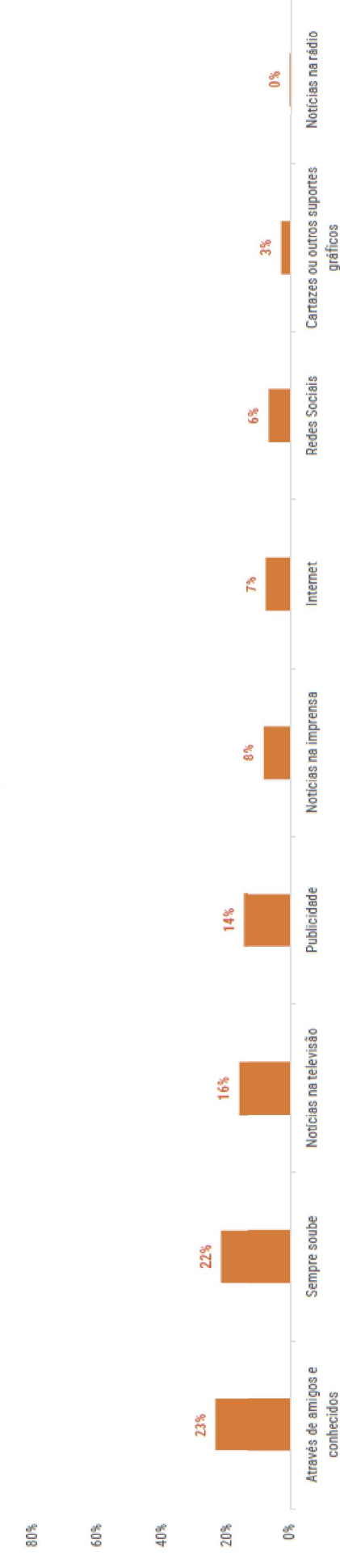
RESPOSTA À QUESTÃO:

"QUAL A PRINCIPAL RAZÃO PELA QUAL ASSISTE A ESTE EVENTO?"



RESPOSTA À QUESTÃO:

COMO SOUBE DA EXISTÊNCIA DO CIRCUITO DE VILA REAL?



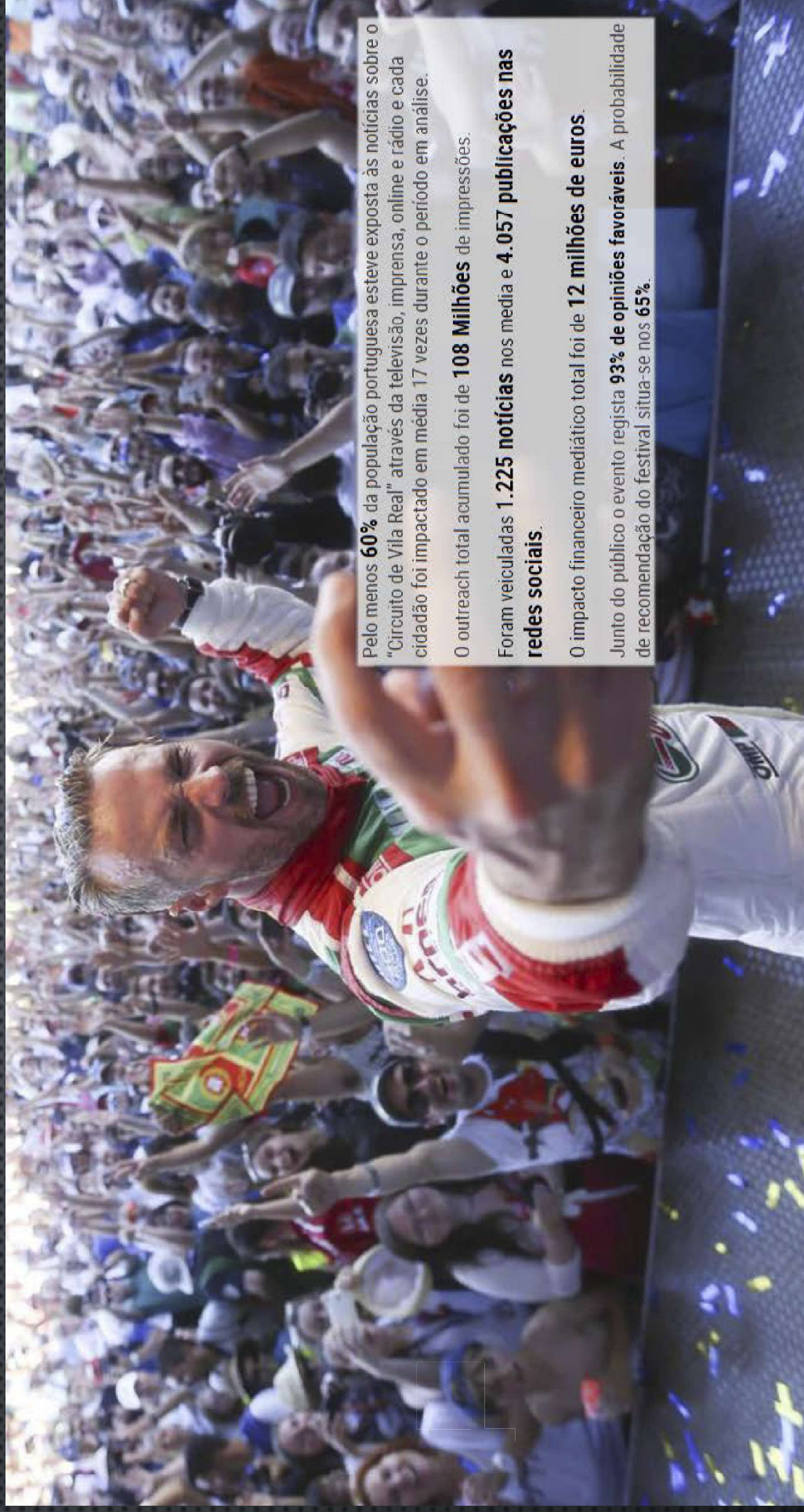
Síntese do valor médio das principais despesas efetuadas

Tipo	Valor médio
Alojamento	97,45 €
Transporte	39,82 €
Alimentação	61,35 €
Souvenirs/outros	46,58 €

Impacto Económico Global

Alojamento	7 814 500,00€
Alimentação	4 049 100,00€
Souvenirs, lembranças, outros	3 074 000,00€
Total	14 937 600,00€

IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE NACIONAL



Pelo menos **60%** da população portuguesa esteve exposta às notícias sobre o "Círculo de Vila Real" através da televisão, imprensa, online e rádio e cada cidadão foi impactado em média 17 vezes durante o período em análise.

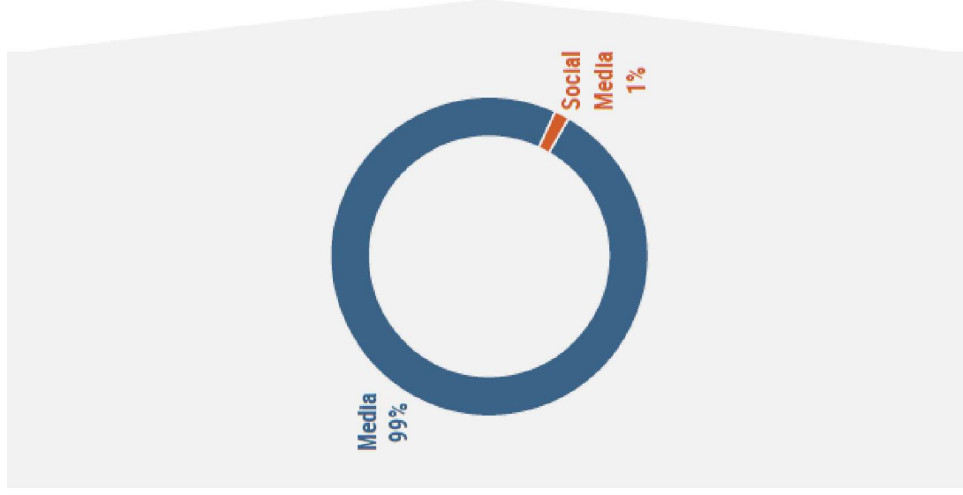
O outreach total acumulado foi de **108 Milhões** de impressões.

Foram veiculadas **1.225 notícias** nos media e **4.057 publicações nas redes sociais**.

O impacto financeiro mediático total foi de **12 milhões de euros**.

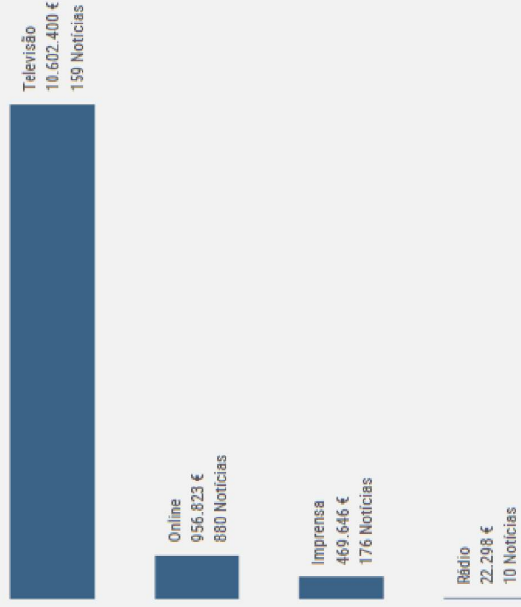
Junto do público o evento regista **93% de opiniões favoráveis**. A probabilidade de recomendação do festival situa-se nos **65%**.

IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE NACIONAL



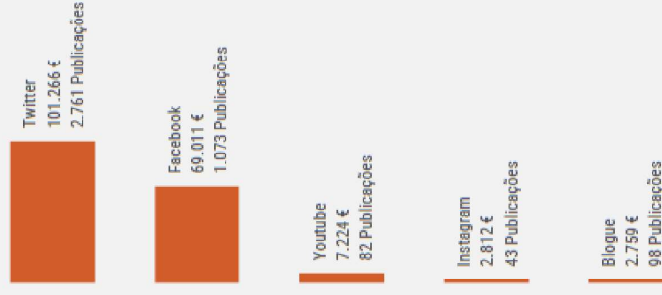
MEDIA

12.051.167 €
1.225 NOTÍCIAS



SOCIAL MEDIA

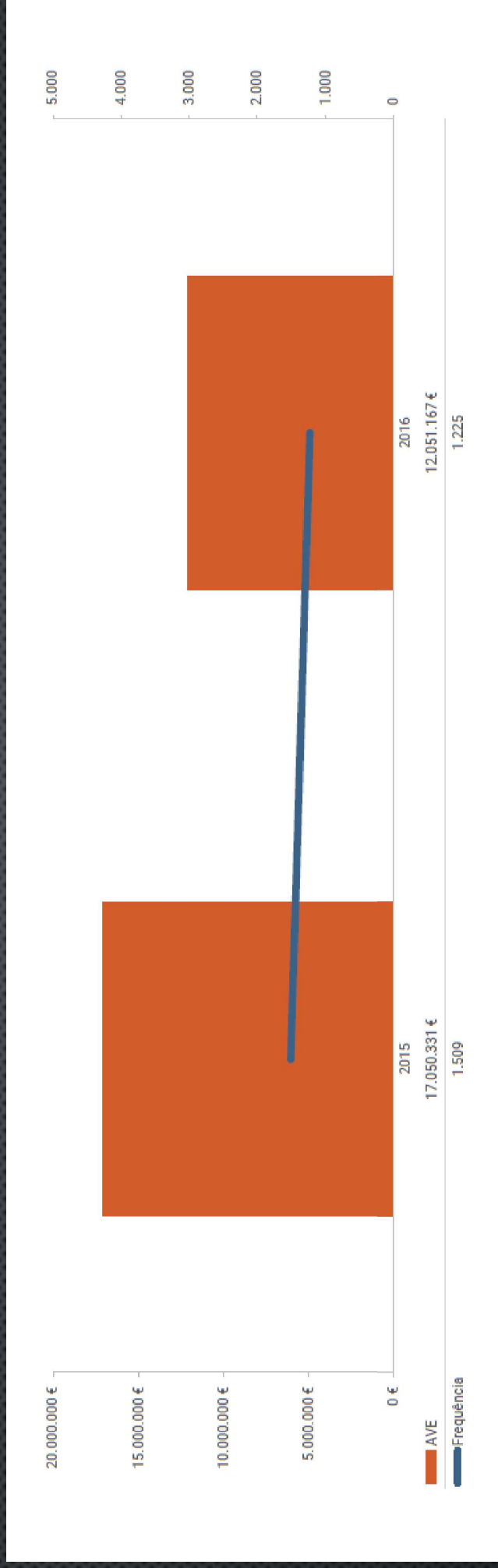
183.071 €
4.057 PUBLICAÇÕES



IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE NACIONAL



IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE NACIONAL



IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE NACIONAL

Nesta edição verificou-se uma quebra de 19% na frequência de informação, generalizada a todos os meios, embora com maior incidência na televisão (- 50%). Já na imprensa a queda foi de 29% e no online apenas 5%; na rádio registaram-se apenas menos cinco notícias. No que diz respeito ao AVE também se verifica uma quebra de 29%, aqui sobretudo em razão da televisão (que desce 32%) e da imprensa (desce 30%). No online registou-se uma subida de 13%, impulsionado pela informação veiculada nas plataformas digitais dos diários desportivos e dos principais generalistas. Há dois fatores que condicionaram o desempenho mediático desta edição. Um deles diz respeito à televisão, meio no qual na edição passada foi objeto de análise a informação veiculada no Eurosport Ásia/Pacífico, que este ano não se verificou; se excluirmos o valor deste canal na edição do ano passado teríamos então um resultado positivo com uma subida de 19%

IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE NACIONAL

no AVE. Ainda no que diz respeito à televisão é de realçar, também, que a TVI / TVI 24 disponibilizaram um tempo de antena inferior, mais concretamente -43%; mais relevante é o facto deste ano terem realizado apenas dois blocos informativos em direto do local quando no ano passado tinham sido quatro, situação com reflexo não só na avaliação financeira como nas impressões.

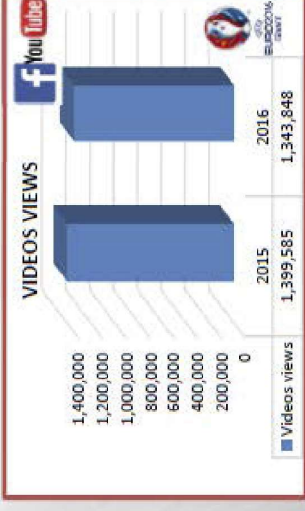
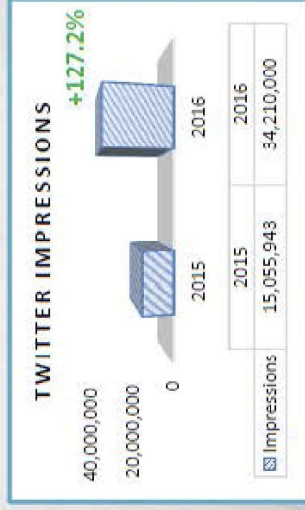
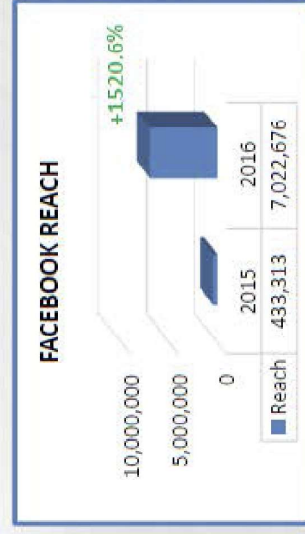
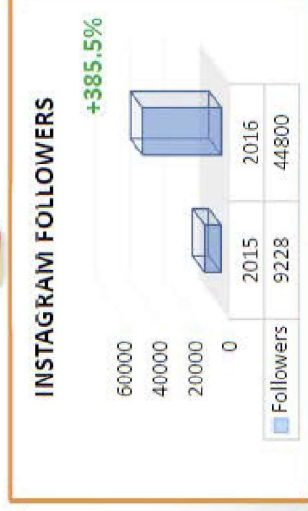
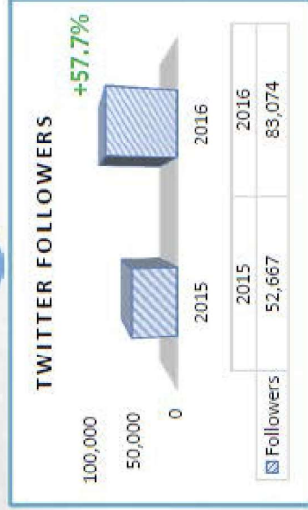
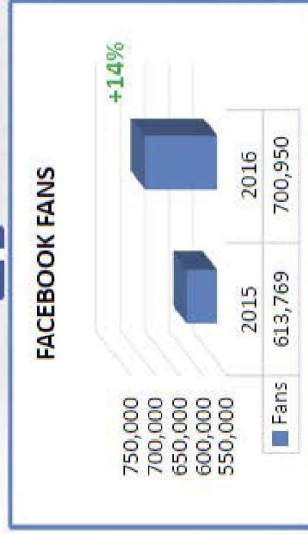
O outro fator que condicionou o desempenho, e este transversal a todos os meios, foi a realização do Euro 2016, com a particularidade do jogo da seleção com a Croácia, a contar para os oitavos de final, ter acontecido no dia 25 de junho. A participação da nossa seleção neste torneio acabou por capitalizar um grande protagonismo mediático retirando de certa forma espaço editorial a outros eventos.



IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE INTERNACIONAL

VILA REAL SOCIAL MEDIA EVOLUTION

2015 - 2016



IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE INTERNACIONAL

GLOBAL TV COVERAGE 2015 & 2016



+111.7%
TV



IMPACTO MEDIÁTICO E VISIBILIDADE INTERNACIONAL



VILA REAL : TOP COUNTRIES WEB COVERAGE



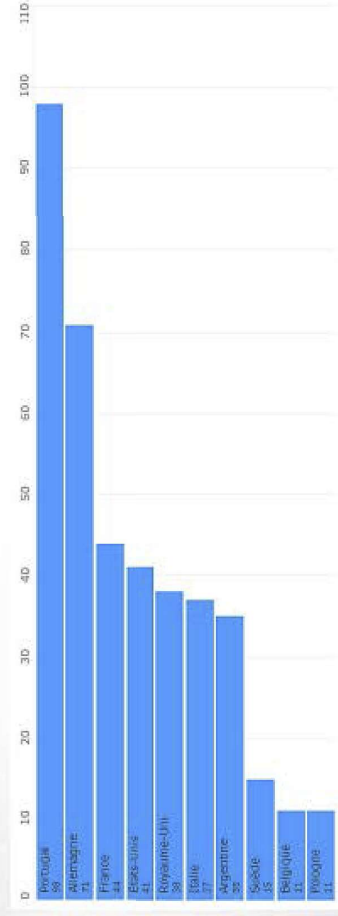
2015

Countries	WITCC Vila Real 2015
Portugal	153
France	65
Argentine	24
Allemagne	22
Italie	20
Royaume-Uni	20
États-Unis	14

TOTAL PUBLICATIONS
339 ARTICLES



2016

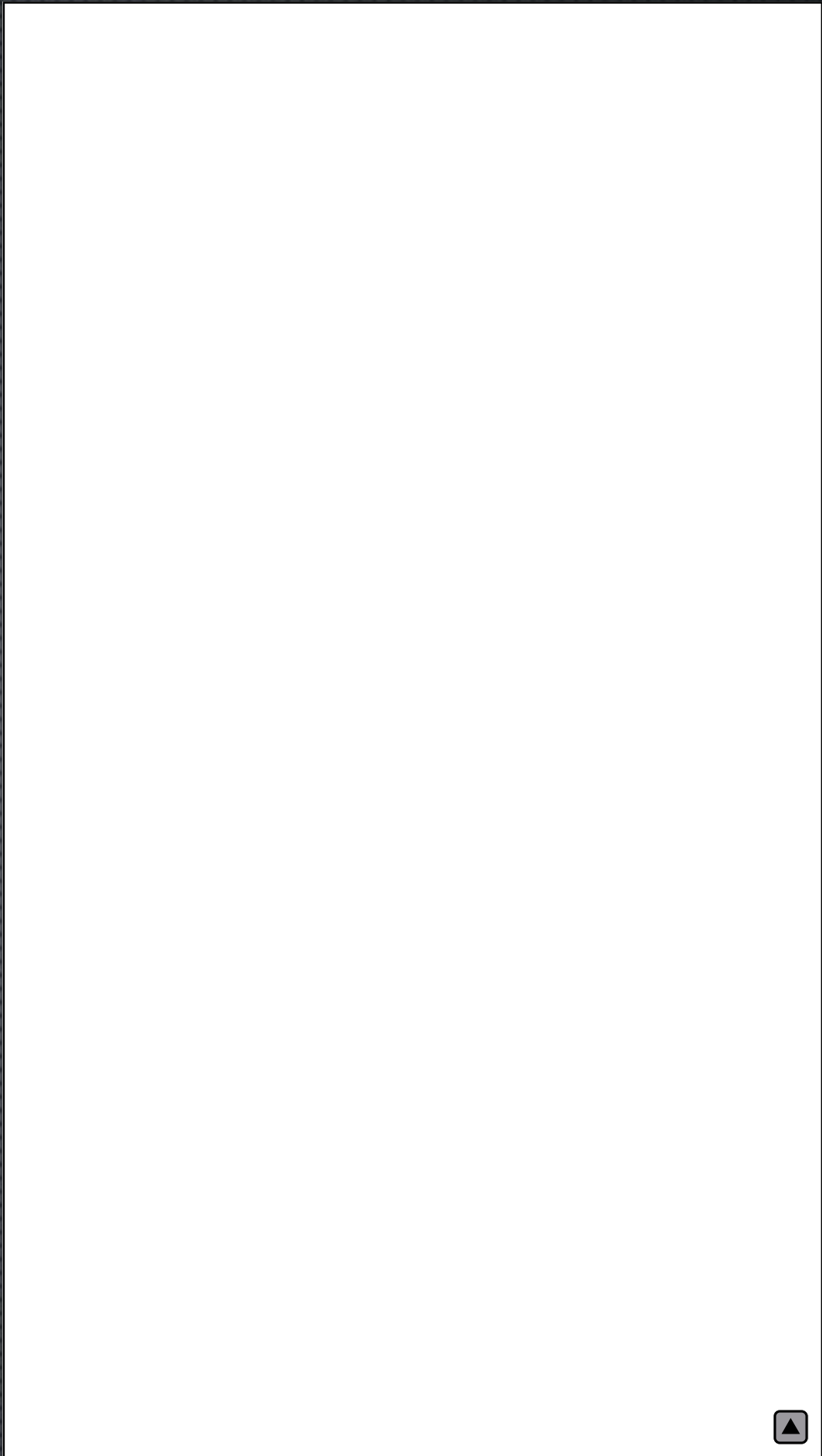


+34.5%
Digital / Web

TOTAL PUBLICATIONS
456 ARTICLES

Impacto Económico Media

Retorno Media (internacional)	50/60 000 000,00€
Retorno Media (nacional)	12 051 000,00€



#ACELLERA
VILLA REAL

MUITO OBRIGADO!