

# Figuras Públicas e Digital Influencers 2019

## OPINIÃO DOS PORTUGUESES E PRESENÇA DIGITAL

## O QUE É

O Estudo Figuras Públicas e Digital Influencers 2019 é um estudo realizado pela Marktest Consulting com o objectivo de conhecer a imagem que os portugueses têm das figuras públicas nacionais, a sua opinião acerca das principais características destas personalidades e a sua associação à publicidade.

A análise resulta de um estudo de opinião, realizado junto de indivíduos com 15/64 anos residentes em Portugal Continental. Integra informação sobre a sua presença digital (páginas de Facebook, Twitter, Instagram, Blogs...) e analisa indicadores de notoriedade e empatia com Blogs, Vlogs, Bloggers, Instagrammers ou Youtubers.

## APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Os resultados do estudo estão disponíveis em duas modalidades:

1. **Relatório global**, contendo análise gráfica da informação e descritiva dos principais resultados. Inclui também tabelas Excel com todas as questões abordadas no estudo de opinião e o seu cruzamento pelas variáveis sociodemográficas (género, idade, região, classe social);
2. **Web App** que permite visualizar, para cada uma das 56 figuras públicas e 37 digital influencers, uma síntese dos resultados obtidos no estudo de opinião, nomeadamente:
  - Índices de notoriedade e empatia
  - Associação da figura pública a atributos/características para participação em campanhas publicitárias
  - Adequação da figura pública para participar em campanhas de publicidade por sectores (17 sectores)

## OBJETIVOS

- Avaliar a notoriedade de figuras públicas
- Medir a proximidade afectiva entre figuras públicas e opinião pública
- Analisar, por áreas (música, moda, Tv, etc), as figuras públicas preferidas dos portugueses
- Avaliar as características que uma figura pública deve possuir para participar em campanhas publicitárias, através da medição da importância de um conjunto de atributos (honestidade, competência, credibilidade, reputação, persuasão, simpatia, juventude, beleza, prestígio, sobriedade ...)
- Identificar que atributos são mais valorizados na publicidade dos vários sectores de atividade
- Analisar a associação de personalidades a cada um desses atributos
- Identificar as figuras públicas mais adequadas para participar em campanhas publicitárias de sectores específicos (bancos, seguradoras, distribuição, produtos de beleza, telecomunicações, automóveis, bebidas, refrigerantes, ações de solidariedade, entre outros)
- Analisar a importância da presença de figuras públicas na publicidade
- Identificar figuras públicas com maior potencial de participação em campanhas publicitárias ou de sensibilização social
- Conhecer a relação que os portugueses têm com blogs/vlogs e influenciadores digitais
- Avaliar índices de notoriedade e empatia com Blogs, Vlogs, Bloggers, Instagrammers ou Youtubers
- Conhecer hábitos de consulta e interações com blogs e vlogs
- Medir níveis de referência a marcas em blgs e vlogs
- Conhecer importância dada a menções e marcas em blogs e vlogs

## ÍNDICE

Universo e Amostra do estudo

Notoriedade espontânea de figuras públicas: 1<sup>a</sup> referência (Top of Mind)

Notoriedade espontânea total de figuras públicas

Notoriedade total de figuras públicas: Notoriedade espontânea + Notoriedade sugerida

Grau de identificação com figuras públicas:

- ✓ Ana Guiomar
- ✓ Andreia Rodrigues
- ✓ António Raminhos
- ✓ António Zambujo
- ✓ Áurea
- ✓ Bruno Nogueira
- ✓ Carminho
- ✓ Carolina Patrocínio
- ✓ Catarina Furtado
- ✓ César Mourão
- ✓ Cláudia Vieira
- ✓ Cristiano Ronaldo
- ✓ Cristina Ferreira
- ✓ Dânia Neto
- ✓ Daniela Ruah
- ✓ David Carreira
- ✓ Diana Chaves
- ✓ Fátima Lopes (apresentadora TV)
- ✓ Fernanda Serrano
- ✓ Fernando Mendes
- ✓ Filomena Cautela
- ✓ Gisela João
- ✓ Herman José
- ✓ Jessica Athayde
- ✓ Joana Duarte
- ✓ João Manzarra
- ✓ José Fidalgo
- ✓ José Mourinho
- ✓ Júlia Pinheiro
- ✓ Lourenço Ortigão
- ✓ Lúcia Moniz
- ✓ Manuel Luís Goucha
- ✓ Manuel Marques
- ✓ Mariza
- ✓ Mickael Carreira
- ✓ Nelson Évora
- ✓ Nilton
- ✓ Nuno Lopes
- ✓ Nuno Markl
- ✓ Patrícia Mamona
- ✓ Pedro Fernandes
- ✓ Pedro Teixeira
- ✓ Raquel Strada
- ✓ Ricardo Araújo Pereira
- ✓ Ricardo Pereira
- ✓ Rita Blanco
- ✓ Rita Pereira
- ✓ Rui Unas
- ✓ Salvador Martinha
- ✓ Salvador Sobral
- ✓ Sara Matos
- ✓ Sara Sampaio
- ✓ Sílvia Alberto
- ✓ Sónia Araújo
- ✓ Telma Monteiro
- ✓ Vasco Palmeirim

## Figura pública que mais gosta:

- ✓ Área do Desporto
- ✓ Área da Música
- ✓ Actor/Actriz de televisão/cinema/teatro
- ✓ Apresentador/Apresentadora de Televisão
- ✓ Modelo/estilista/Designer de Moda
- ✓ Outras áreas
- ✓ Total

Grau de importância de atributos/características pessoais que uma figura pública deve possuir para participar em campanhas publicitárias:

- ✓ Honestidade
- ✓ Competência
- ✓ Credibilidade
- ✓ Simpatia
- ✓ Juventude
- ✓ Beleza
- ✓ Prestígio
- ✓ Sobriedade
- ✓ Reputação
- ✓ Persuasão
- ✓ Sentido de humor
- ✓ Maturidade
- ✓ Talento

## Atributos/características mais importantes por sector:

- ✓ Automóveis
- ✓ Bancário
- ✓ Bebidas alcoólicas
- ✓ Bebidas não alcoólicas
- ✓ Distribuição (Hiper/supermercados)
- ✓ Eletrónica de consumo
- ✓ Energia e Combustíveis
- ✓ Farmacêutico/medicamentos
- ✓ Produtos alimentares
- ✓ Produtos de beleza (cabelo)
- ✓ Produtos de beleza (rosto e corpo)
- ✓ Produtos lácteos (leite, iogurtes)
- ✓ Puericultura/Produtos para Bebé
- ✓ Segurador
- ✓ Sensibilização social
- ✓ Telecomunicações
- ✓ Viagens e Turismo

Figuras públicas associadas a cada um dos 13 atributos/características ...

Nível de concordância com a frase "a participação de FP em campanhas publicitárias é uma mais valia para as marcas do sector..." (17 sectores)

Figura pública mais adequada para participar numa campanha publicitária a um produto/instituição do sector... (17 sectores)

## Presença Digital de Figuras Públicas:

- ✓ Número de Fãs no Facebook
- ✓ Número de Posts no Instagram
- ✓ Número de Seguidores no Instagram
- ✓ Número de Tweets
- ✓ Número de Seguidores no Twitter
- ✓ Número de Likes no Twitter
- ✓ Número de Subscritores no Youtube
- ✓ Número de Seguidores no Google+
- ✓ Possui Blog

## Relação com Blogs e Vlogs:

- ✓ Nome de Blogs, Vlogs, Bloggers ou Youtubers que conhece ou de que já ouviu falar
- ✓ Costuma visitar ou seguir algum Blog ou Vlog
- ✓ Razões por que não costuma visitar ou seguir nenhum Blog ou Vlog
- ✓ Em que área temática se incluem os Blogs ou Vlogs que costuma visitar/seguir
- ✓ Nome dos Blogs ou Vlogs que visita com mais frequência
- ✓ Quando foi a última vez que visitou algum dos Blogs/Vlogs que segue
- ✓ Tipo de interações que costuma realizar nos Blogs ou Vlogs que visita/segue
- ✓ Quando os Blogs/Vlogs que segue publicam comentários ou opiniões sobre uma determinada marca ou produto, que importância atribui a essas opiniões?
- ✓ E como classifica a importância dessas opiniões para as suas opções de compra
- ✓ Ações realizadas depois de ter lido/visto referências em Blogs/Vlogs sobre produtos ou marcas (visitar site do produto, procurar mais informação, comprar o produto, falar com amigos sobre o produto)?
- ✓ Nome das marcas ou produtos que se recorda de ter visto mencionados em Blogs ou Vlogs que segue

## Grau de identificação/ empatia com digital influencers

- ✓ A melhor amiga da Barbie (Ana Gomes)
- ✓ A Pipoca Mais Doce (Ana Garcia Martins)
- ✓ Alice Trewinnard
- ✓ Bárbara Corby
- ✓ Bárbara Inês
- ✓ Bernardo Almeida
- ✓ Bumba na Fofinha (Mariana Cabral)
- ✓ Carlos Vilhena
- ✓ Catarina Filipe
- ✓ Cocó na Fralda (Sónia Morais Santos)
- ✓ D4rkframe (António Ramos)
- ✓ Diário de um Batom (Sofia Novais de Paula)
- ✓ Diogo Batágua
- ✓ Fer0m0nas (Miguel Campos)
- ✓ Guilherme Cabral
- ✓ Guilherme Geirinhas
- ✓ Helena Coelho
- ✓ Inês Mocho
- ✓ Inês Ribeiro
- ✓ Inês Rochinha
- ✓ Maria Vaidosa (Mafalda Sampaio)
- ✓ Mia Rose
- ✓ Miss Fit (Mariana Rocha)
- ✓ Nuno Agonia
- ✓ Nuno Moura
- ✓ Owana (Ana Catarina Ribeiro)
- ✓ Pedro Teixeira da Mota
- ✓ Pi (Miguel Monteiro)
- ✓ RicFazeres (Ricardo Fazeres)
- ✓ Sara Ferreira
- ✓ Sea3Po (Catarina Lowndes)
- ✓ Sircazzio (Anthony Sousa)
- ✓ Sofiabeauty (Sofia Barbosa)
- ✓ Tiagovsky (Tiago Saramago)
- ✓ Vanessa Alfaro
- ✓ Windoh (Diogo Silva)
- ✓ Wuant (Filipe Morgado Borges)

## ALGUNS INSIGHTS

- Cristiano Ronaldo é a figura pública que mais portugueses referem conhecer...
- Cristina Ferreira é a segunda mais referida de forma espontânea (sem sugestão de respostas)...
- Ricardo Araújo Pereira é a personalidade que gera maior empatia...
- Em empatia, Vasco Palmeirim ocupa a 1ª posição junto das mulheres e dos residentes no Grande Porto...
- Sara Sampaio é a figura pública da área da moda que os portugueses mais gostam...
- Rita Pereira é a atriz de que os portugueses mais gostam...
- Mariza é a preferida na área da música...
- Honestidade e Credibilidade são as características mais valorizadas para a participação em publicidade...
- Mia Rose, A Pipoca Mais Doce e Bumba na Fofinha são os digital influencers mais reconhecidos ...
- Blogs/Vlogs de humor são os preferidos
- Bernardo Almeida, Alice Trewinnard e Sara Ferreira obtêm os maiores índices de empatia junto dos que os reconhecem
- Mais de metade dos seguidores de Blogs/Vlogs visitaram o site do produto/marca depois de ter lido/visto referências em Blogs/Vlogs sobre produtos ou marcas

## WEB APP



## CONDIÇÕES COMERCIAIS

### Figuras Públicas e Digital Influencers – Edição 2019

*Opinião dos portugueses e Presença Digital*

Estudo Completo:

- Relatório em ficheiro PDF + Tabelas Excel ..... 2.500,00€\*

Web App:

- Acesso a App de visualização para 56 Figuras Públicas e 37 Digital Influencers (1 utilizador) ..... 1.500,00€\*

\*Aos valores em cima apresentados, acresce o valor de IVA à taxa legal em vigor.

**Nota:** Condições especiais para quem pretenda o Estudo Completo + Web App. Contacte-nos para mais informação.

## CONTACTOS

**Maria João Mendes** | [jmendes@hq.marktest.pt]

Direção Comercial | Telefone: 21 317 34 00

**Esperança Afonso** | [esperanca.afonso@marktest.pt]

Direção Técnica | Telefone: 21 355 21 10

<http://www.marktest.com>

**Grupo Marktest**