



COMMUNICATION PERFORMANCE

MONTALEGRE | ABRIL 2017



Este estudo tem como objetivo avaliar o potencial mediático da prova portuguesa do World Rallycross Championship, realizada em Montalegre de 21 a 23 de abril de 2017. A determinação do desempenho foi efetuada através da análise da informação veiculada na imprensa, televisão, rádio, online, relativa ao período de 1 de janeiro a 15 de maio de 2017.

A segunda prova do mundial despertou o interesse de 82 órgãos de comunicação social, que veicularam 328 notícias, esta informação desencadeou mais de 23 milhões de impressões e ocupou um espaço editorial avaliado em 2.5 milhões de euros.

No que diz respeito à frequência de informação os meios online foram preponderantes ao contribuírem com 59% das notícias, já em relação ao AVE foi a televisão a gerar a maior fatia, 83%. A imprensa destaca-se pelo maior número de impressões, mais de 16 milhões que representam 70% de todas as atingidas.

A Sport TV foi o órgão de comunicação social que se destacou ao contribuir de forma significativa para o protagonismo mediático do evento, através dos seus vários canais veiculou 13% da informação que ocupou um tempo de antena superior a 11 horas, tendo-se traduzido esta ocupação mediática em 55% do AVE.

Destaque também para os canais RTP, SIC e TVI, não de todo pelo volume de informação veiculado, 5%, mas sobretudo pela projeção mediática que proporcionam e isso reflete-se nos 28% de AVE gerado e nas cerca de quatro milhões de impressões desencadeadas.

Na imprensa também é de realçar o facto de se ter registado informação em meios generalistas de grande relevância, como “Jornal de Notícias” e o “Correio da Manhã”, não só pelo contributo ao nível do AVE, 31%, mas também pelas impressões geradas, mais de quatro milhões que representam 26% das capitalizadas neste meio. Os diários desportivos também tiveram um papel preponderante, veicularam 17% da informação que desencadeou mais de oito milhões de impressões, ou seja, 50% de todas as quês e verificaram na imprensa.

No online a situação foi em todo semelhante com as plataformas dos diários desportivos a ter também um contributo muito positivo, quer ao nível das impressões (44%), quer do AVE (40%).



Foram Publicadas
328 NOTÍCIAS NOS MEDIA



Geraram
23.1 MILHÕES DE IMPRESSÕES
(Audiência total acumulada)



Cada cidadão foi impactado
em média **11 VEZES**



21%
Da população
Portuguesa esteve
exposta à
mensagem num total
de
**2.1 MILHÕES
INDIVÍDUOS**

2.5 M€

Foi o valor líquido da ação equivalente a
publicidade
(Advertising Value Equivalent)

328



FREQUÊNCIA

Número de notícias veiculadas nos órgãos de comunicação social.

23.1 M



OUTREACH

Número total de impressões/contactos produzidas junto da audiência, tendo como base a soma das audiências acumuladas de cada meio de comunicação, onde foram identificadas presenças do objeto de análise. Valores relativos ao earned media.

21%



REACH

Percentagem da população portuguesa que esteve exposta à mensagem pelo menos uma vez, no período de tempo em análise. Valores relativos ao earned media.

11



OTS

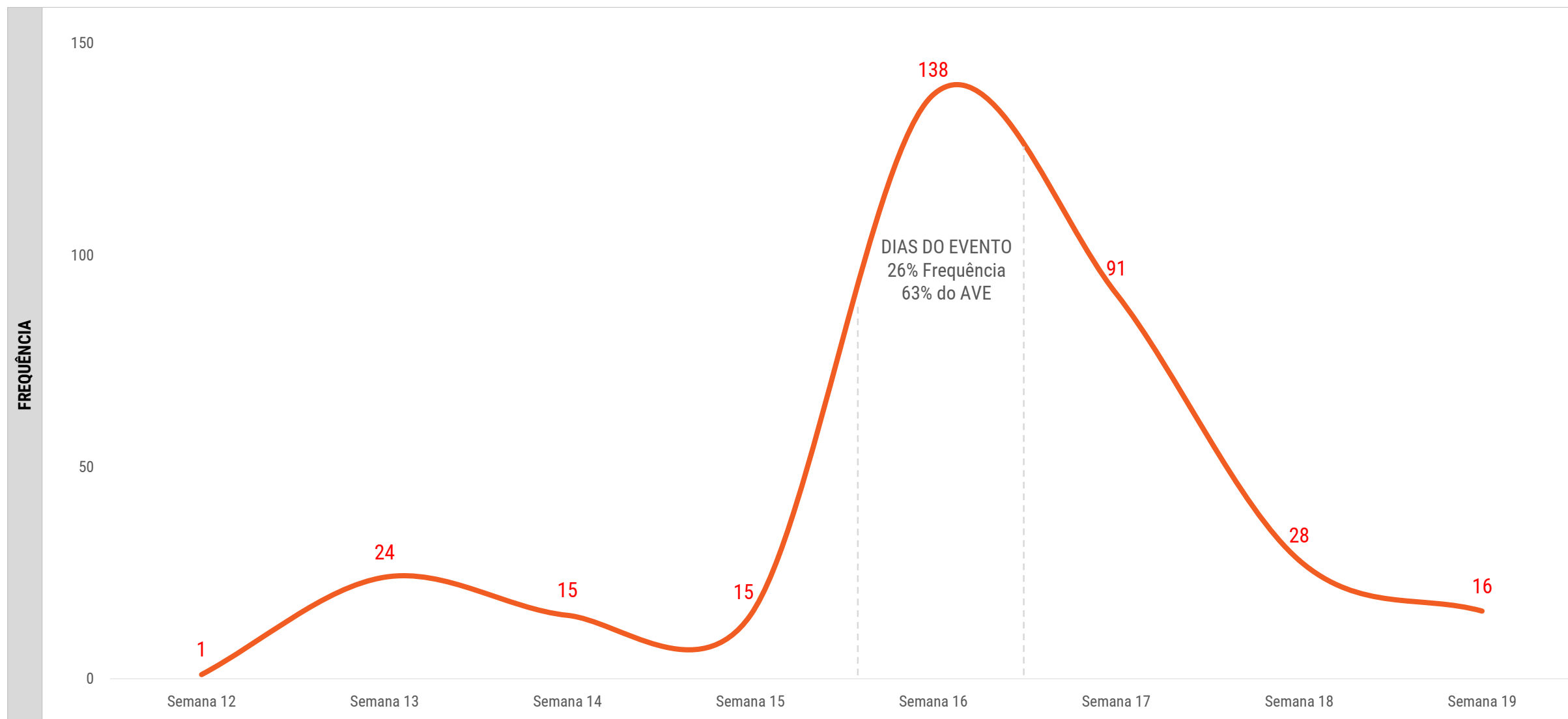
Opportunities to see - número médio de vezes que a mensagem foi exposta a cada indivíduo da audiência, tendo em conta a soma das audiências de cada meio de comunicação, onde foram identificadas presenças do objeto de análise no período de tempo em análise. Valores relativos ao earned media.

2.5 M€

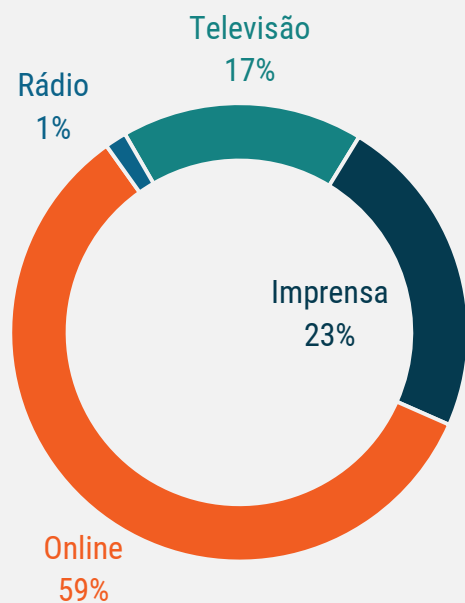


AVE

AVE – Advertising Value Equivalence. Valor do espaço editorial ocupado pela ação avaliado com base nas tabelas de publicidade dos órgãos de comunicação social onde foram veiculadas notícias.



SHARE OF COVERAGE



AVE

TELEVISÃO	56 NOTÍCIAS 3.9 M IMPRESSÕES 11:36:43	2.144.477 €
IMPRENSA	75 NOTÍCIAS 16.2 M IMPRESSÕES	220.847 €
ONLINE	192 NOTÍCIAS 2.7 M IMPRESSÕES	210.581 €
RÁDIO	5 NOTÍCIAS 171 K IMPRESSÕES	10.024 €

			 % SHARE OF COVERAGE	 NOTÍCIAS	 IMPRESSÕES	 EXPOSIÇÃO (HH:MM:SS)	 AVE
			17 %	56	3.921.455	11:36:43	2.144.477 €
ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	Sport TV5		9%	5	7.262	7:35:19	1.056.266 €
	SIC		4%	2	1.452.645	0:06:41	360.456 €
	TVI		4%	2	1.781.911	0:04:07	249.673 €
	Sport TV+		64%	36	114.273	1:59:13	217.556 €
	Sport TV1		4%	2	18.392	1:35:04	153.637 €
	RTP 1		2%	1	387.372	0:02:00	75.341 €
	SIC Notícias		5%	3	104.500	0:09:53	22.527 €
	TVI 24		2%	1	9.500	0:02:04	5.435 €
	RTP 3		7%	4	45.600	0:02:22	3.586 €

		% SHARE OF COVERAGE 	NOTÍCIAS 	IMPRESSÕES 	ESPAÇO (mm2) 	AVE 
		23 %	75	16.220.095	3.702.151	220.847 €
ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (TOP 15 DE 29)	AutoSport	11%	8	531.928	1.151.283	 79.880 €
	Jornal de Notícias	4%	3	2.730.000	312.787	 65.471 €
	Auto Foco	5%	4	685.080	279.808	 21.369 €
	O Jogo	7%	5	2.345.000	193.306	 14.969 €
	A Bola	7%	5	3.725.000	72.592	 8.803 €
	Diário de Notícias	1%	1	317.000	76.500	 7.742 €
	Correio do Minho	11%	8	193.280	525.376	 4.765 €
	A Voz de Trás-os-Montes	3%	2	32.028	254.685	 4.269 €
	Autohoje.com	5%	4	1.370.160	38.011	 2.429 €
	Correio da Manhã	4%	3	1.562.325	19.257	 1.982 €
	O Emigrante - Mundo Português	1%	1	84.560	37.772	 1.398 €
	Time Out	1%	1	33.220	23.630	 1.394 €
	Diário do Minho	4%	3	77.010	142.704	 1.257 €
	A Voz de Chaves	5%	4	60.400	207.464	 990 €
	Diário de Coimbra	3%	2	51.854	60.229	 783 €

		% SHARE OF COVERAGE  59 %	NOTÍCIAS  192	IMPRESSÕES  2.797.058	AVE  210.581 €
ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (TOP 15 DE 42)	O Jogo Online	1%	2	296.712	34.322 €
	Record Online	2%	3	439.116	32.796 €
	Sapo Online	3%	5	463.050	28.285 €
	Jornal de Notícias Online	1%	1	190.835	22.046 €
	A Bola Online	1%	2	486.096	16.151 €
	RTP Online	2%	4	210.080	15.104 €
	Diário de Notícias Online	1%	1	99.106	11.497 €
	Motor 24 Online	2%	4	99.552	9.182 €
	Autoportal Online	3%	6	94.614	6.276 €
	AutoSport Online	5%	10	175.325	6.231 €
	Sábado Online	2%	4	34.764	5.372 €
	PT Jornal Online	6%	12	120.562	4.645 €
	SportMotores Online	12%	23	21.203	3.242 €
	Velocidades Online	15%	28	11.670	3.142 €
	MultiDesportos Online	11%	21	4.585	2.237 €

		% SHARE OF COVERAGE	NOTÍCIAS	IMPRESSÕES	EXPOSIÇÃO (HH:MM:SS)	AVE
						
		2 %	5	171.271	00:13:13	10.024 €
OCS	TSF	80%	4	128.453	0:10:31	9.538 €
	Renascença	20%	1	42.818	0:02:42	486 €

FICHA TÉCNICA

A informação recolhida para elaboração do estudo teve como base a monitorização de um total de 1.458 meios de imprensa, 26 canais de televisão, 4 estações de rádio, 1.534 sites, 1.281 blogues e 16 plataformas e redes sociais durante o período definido para a realização deste trabalho. *(Para mais informações sobre os meios monitorizados consulte a Reading List da Cision).* A avaliação do AVE é efetuada com base na metodologia Cision para análise de informação e o retorno mediático é aferido tendo em conta a presença do objeto de análise no contexto analisado. A determinação do valor monetário das notícias tem como base de quantificação o custo publicitário em cada órgão de comunicação social com base nas respetivas tabelas de publicidade. A quantificação financeira de uma notícia é direcionada a um determinado setor de atividade, empresa, produto, protagonista e suportes. Quando é atribuído um determinado valor a uma notícia este valor diz respeito ao objeto de análise e não propriamente à notícia. Uma notícia tem necessariamente valores diferentes em função de objetos de análise diferentes. O objeto de análise está sujeito aos fatores de ponderação prescritos na metodologia de análise do impacte da informação.

CURRICULUM

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).



FIA WORLD
RALLYCROSS
CHAMPIONSHIP

COMMUNICATION PERFORMANCE

MONTALEGRE | ABRIL 2017

CISION[®]
Power Your Story.