

**Press Release PSE 09/2021**

Comunicação PSE de 4 fevereiro 2021

## **PORTUGAL JÁ TEM UM ESTUDO DE AUDIÊNCIA SOBRE A PUBLICIDADE EXTERIOR.**

Há mais de 30 anos que se tenta fazer um estudo de audiências para a publicidade exterior e só em 2021 se conseguiu, finalmente, concretizar este sonho do mercado publicitário português. Após um trabalho que demorou quatro anos, a consultora PSE obteve a indicação de estudo oficial, por parte da CAEM, a entidade que regulamenta os estudos de audiência em Portugal, com efeitos desde 1 de janeiro de 2021, como se pode ler no site desta comissão.

Neste momento o estudo português é talvez o mais avançado do mundo, porque é o único que tem dados diários e a fornecer resultados semanais, em contínuo. Para conseguir fazer este estudo foi necessário aliar a moderna tecnologia dos smartphones, modelos de econometria espacial, sistemas de informação geográfica, análises de ciência de dados, desenvolvimento de APPs e ainda estudos de mercado.

Na prática a PSE utiliza um painel de indivíduos com uma amostra de 2500 membros, que representam a população com 15 e mais anos do Universo em estudo. É solicitada formalmente a instalação de uma APP nos telemóveis dessa amostra. Que vai monitorizar a sua posição geográfica em cada momento, 24 horas por dia, 7 dias por semana, bem como dar informação de perfil e de meio de locomoção. Seguem-se naturalmente as regras RGPD.

Uma das informações obtidas pelo Painel PSE é o volume e a caracterização da mobilidade que tem sido particularmente útil durante esta pandemia. E que inclui a contínua quantificação do confinamento no lar ou ainda o tráfego existente em qualquer momento. Mas para calcular a audiência da publicidade exterior não chega calcular e caracterizar o tráfego. Há ainda que auditar todas as posições publicitárias e calcular a sua área real de visibilidade, uma a uma. E depois aplicar um algoritmo de visibilidade que separa quem passa, de quem efetivamente olha para o suporte publicitário. Isso é conseguido pela utilização do algoritmo ROUTE© que garante ainda a comparabilidade internacional da informação de Portugal com os outros países. A metodologia usada pela PSE segue as orientações da ESOMAR e pela CAEM.

O estudo da PSE já audita mais de 50.600 faces que pertencem aos operadores de “Outdoor” como a DSMedia, Cemark, JCDecaux, MOP e Publirádio e, que foram os clientes fundadores. Outros operadores estão a aderir ao estudo que é agora a referência para todo o mercado. Ou seja, é a “media currency” para a publicidade exterior.

Há também um papel fundamental do Grupo Markttest, pois em parceria com a PSE, fará a distribuição desta informação às agências de meios graças aos seus programas informáticos que são utilizados no planeamento de campanhas publicitárias.

O Painel PSE fornecerá as métricas habituais em estudos de audiência de televisão, como seja a Cobertura, Frequência, GRP's e ainda Custo Por Mil Contactos. Ou seja, abre-se totalmente caminho para uma negociação com base na audiência das várias ofertas. Isso traz uma maior confiança no meio “Outdoor”, pois desaparece a incerteza sobre o impacto que os anunciantes estão realmente a comprar.

Financeiramente foi possível viabilizar este estudo pela forte adesão dos principais operadores do setor, já mencionados. E ainda pela rentabilização da informação de mobilidade que produz, usada no retalho, imobiliária, autarquias e outros.

No contexto pandémico a PSE fornece também os dados hora a hora sobre o confinamento em casa, o recolher obrigatório e os índices de mobilidade da população, de forma “pro bono” às diferentes instituições e organismos oficiais com interesse nesta informação.

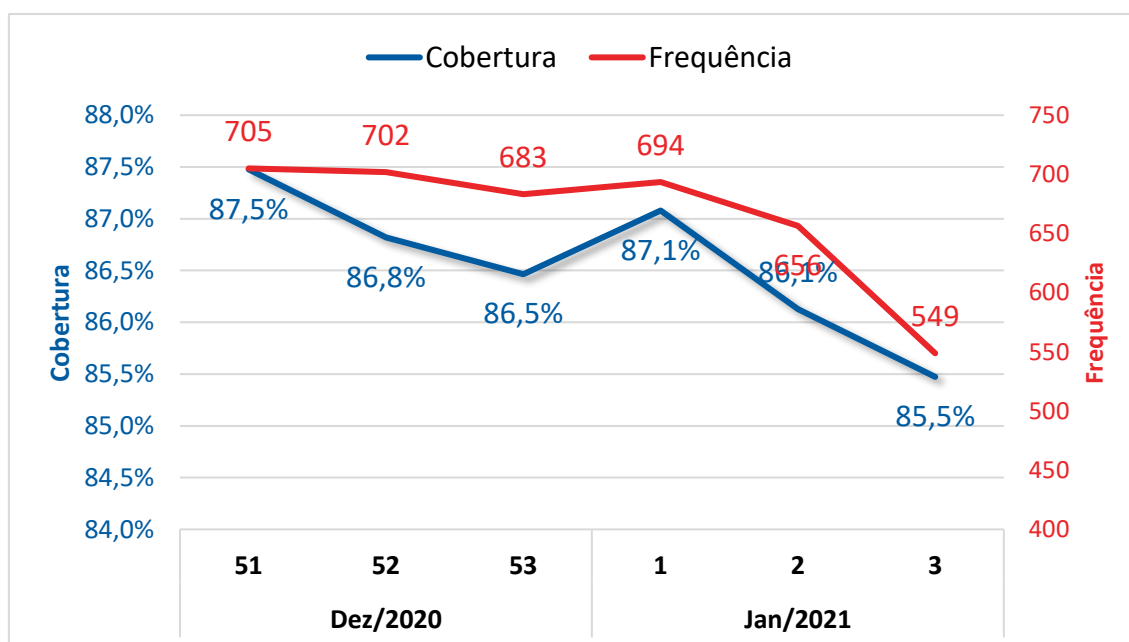
## A FORÇA DO MEIO OUTDOOR

Hoje os anunciantes lutam contra a fragmentação de audiências e o meio “Outdoor” oferece, globalmente, excelentes valores para a cobertura, ou seja, tem um “Reach” que varia entre 80% e 90%. Toda a gente sai à rua. E umas das forças maiores do meio exterior é a sua abrangência e a capacidade de impactar os mais diversos segmentos e grupos-alvos.

O estudo da PSE indica que antes da pandemia o meio “Outdoor” conseguiu produzir em 2020 um máximo de cerca de 76.000 GRP’s por semana. Claro que as atuais limitações na mobilidade reduzem esse valor. Mas o importante é quantificar a audiência que ainda assim existe numa qualquer semana.

## A COBERTURA E A FREQUÊNCIA DO MEIO “OUTDOOR”, NAS ÚLTIMAS SEMANAS

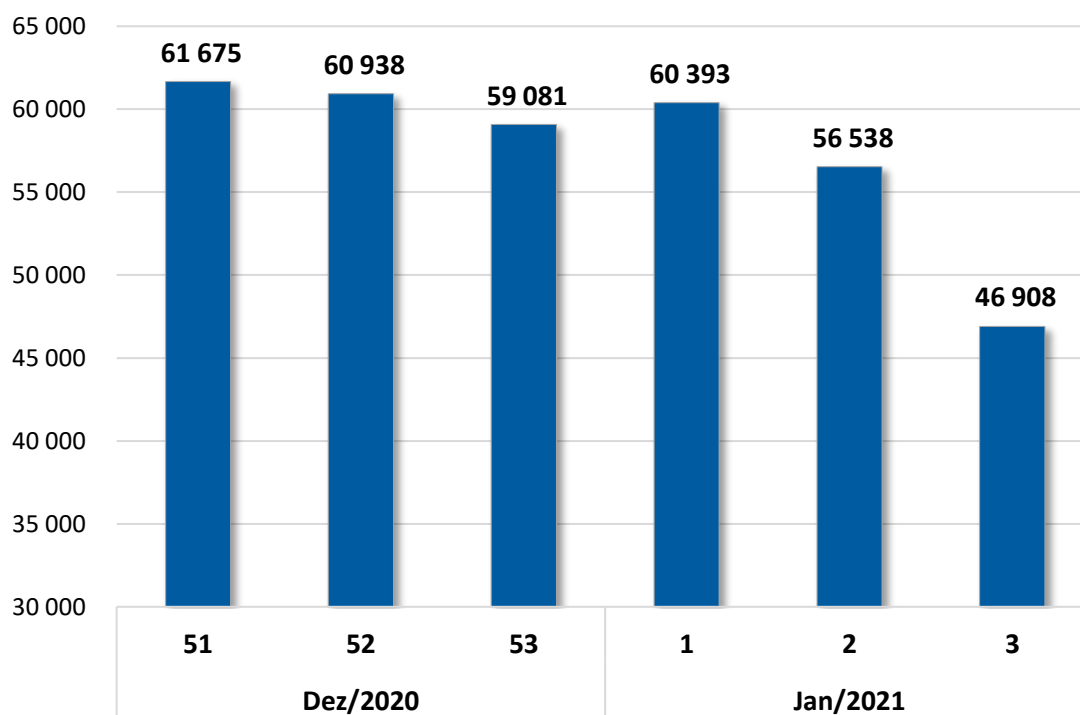
Claro que na situação excecional que vivemos, com um confinamento forçado, com as restrições na mobilidade existentes, há evidentes implicações nos indicadores de Cobertura e de Frequência média do Meio Exterior. Não obstante, o importante é sublinhar que a cobertura é sempre bastante elevada (as pessoas sempre saem à rua), sempre acima dos 86%. Importa dizer que estes valores da Cobertura são bastante semelhantes ao verificado noutros países. E os valores das OTS, ou seja, da frequência média de contactos têm, não obstante, valores algo elevados, apesar do contexto. Gráfico com informação semanal:



Fonte: PSE Painel OOH

### A AUDIÊNCIA DO MEIO “OUTDOOR”, NAS ÚLTIMAS SEMANAS

Em 2020 antes da pandemia, o meio produzia uma média semanal entre 74K GRP’s, e um máximo de 76K GRP’s semanais. Em consequência dos valores que vimos para a Cobertura e Frequência, nas últimas semanas, os valores de GRP’s agora produzidos por todo o meio OOH são agora menores. Mas o importante é quantificar a existência da presente audiência, que existe ainda de forma bastante impactante. **Informação de GRP’s semanais, no gráfico:**



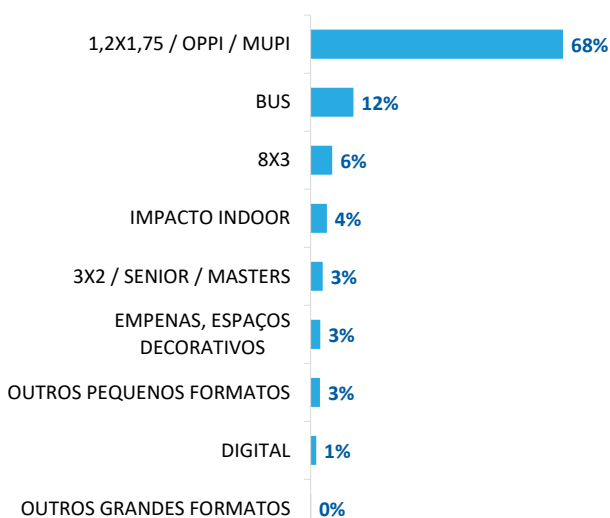
Fonte: PSE Painel OOH

(Continua)

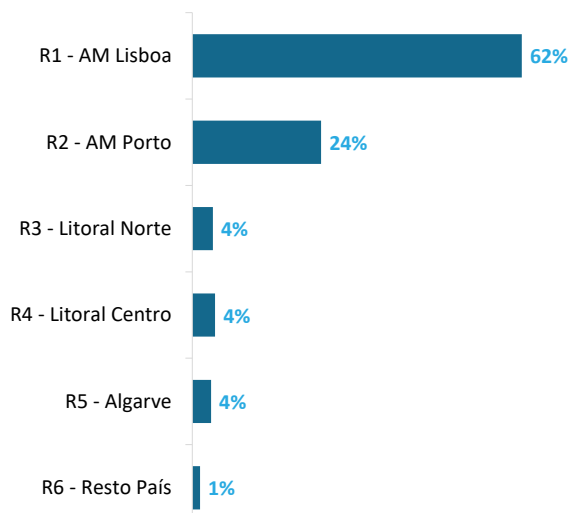
## CARACTERIZAÇÃO DO INVENTÁRIO DO MEIO “OUTDOOR”

Este estudo implica validar e estudar cada uma das posições incluídas. Esta repartição por faces não tem uma correlação direta com a repartição de audiência, porque obviamente a audiência depende muito da localização de cada uma delas. E por outro lado os diferentes formatos vão igualmente obter diferentes audiências. No total os dois fatores fazem com que

### Distribuição Formatos



### Distribuição Regional

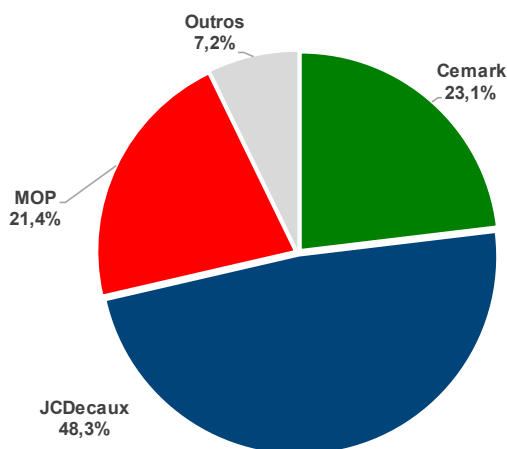


a repartição de faces entre operadores seja diferente da repartição de audiência.

## SHARE DE AUDIÊNCIA POR OPERADOR OOH (Semana 2 de 2021)

Os resultados da segunda semana de 2021 demonstram que o meio continua, apesar das circunstâncias, com uma grande capacidade de produzir audiência, como já vimos. A repartição de audiência entre os Operadores de Publicidade Exterior é a seguinte:

### Share Audiência (GRP's) por Operador Semana 03/2021



Fonte: Painel PSE Outdoor

pse.pt

## **O QUE MUDA NO CURTO PRAZO, COM AUDIÊNCIAS NO OUTDOOR?**

A curto prazo as agências de meios certamente vão começar a focar-se na oferta comercial auditada por ser mais informado e mais seguro investir nos suportes Outdoor incluídos no estudo. Por outro lado, os anunciantes vão começar a pedir a quantificação da audiência esperada. E claro, as agências vão começar a planear e a negociar o investimento na Publicidade Exterior, considerando a audiência. Este fator irá ajudar na recuperação do negócio para os Operadores, este ano. Pois é possível quantificar a audiência que efetivamente estamos a ter em cada semana.

No atual contexto com grandes incertezas, as audiências vão ser muito importantes para dar confiança aos anunciantes. Mesmo que sejam menores que num cenário “normal”.

## **O QUE MUDA NO MÉDIO E LONGO PRAZO, COM A AUDIÊNCIA, NO OUTDOOR?**

Acreditamos que a médio e a longo prazo todas as agências de meios apenas vão comprar espaço Outdoor que seja auditado e quantificado. E sobretudo comprar espaço e negociar com base na audiência (GRp's) das redes Outdoor. De igual modo os grandes e médios anunciantes apenas vão comprar espaço devidamente auditado. O advento dos suportes digitais irá acelerar este processo, pois será muito importante quantificar a sua audiência, quer por day-parts, quer mesmo por audiência à hora. A informação de audiência será a “moeda” fundamental para realizar qualquer negócio no setor da Publicidade Exterior.

### **CONTACTO PSE:**

Nuno Santos [nsantos@pse.pt](mailto:nsantos@pse.pt) 961 216 788 (Chief Analytics Officer da PSE)

## **Nota Metodológica**

**NOTA TÉCNICA:** Este estudo é o painel da PSE, com recolha de dados contínua através de monitorização de localização e meios de deslocação via aplicação móvel de um painel de 2500 indivíduos representativos do Universo com mais de 15 anos, residente nas regiões do Grande Porto, Grande Lisboa, Litoral Norte, Litoral Centro e Distrito de Faro. Este estudo implica uma APP instalada nos telemóveis da amostra participante. Assim monitorizamos a deslocação real da população, em cada hora do dia. Este estudo é realizado 24 horas por dia. Os dados são obtidos de forma rigorosa, via GPS e com o consentimento da amostra monitorizada. Para um universo de 6.996.113 indivíduos residentes nas regiões estudadas a margem de erro imputável ao estudo é de 1.62% para um intervalo de confiança de 95%.