

JCDecaux

Aeroporotos de GRU e BSB

Embarque nos insights
e potencialize
suas campanhas

A PESQUISA

Para entender melhor o perfil dos passageiros nos aeroportos onde a JCDcaux está presente, realizamos um estudo aprofundado em parceria com o Datafolha.

Conduzimos 624 entrevistas presenciais, explorando o comportamento e os hábitos de consumo de mídia e produtos.

Essa pesquisa foi realizada em setembro de 2024, cobrindo ambientes estratégicos de BSB e terminais de GRU, **garantindo uma visão ampla e detalhada do nosso público.**





OS DADOS

+60M de passageiros circulam anualmente

3 em cada 10 pessoas que viajam no Brasil
usam um dos aeroportos da JCDcaux

 73% em voos nacionais
37% em voos internacionais

Guarulhos: o maior aeroporto do Brasil

GRU possui **20% da audiência aeroportuária** do país e em janeiro bateu **recorde de audiência** com 4 milhões de passageiros

(Fonte: GRU Airport)

Quem são os passageiros?



90%

economicamente ativos



+13

salários mínimos



64%

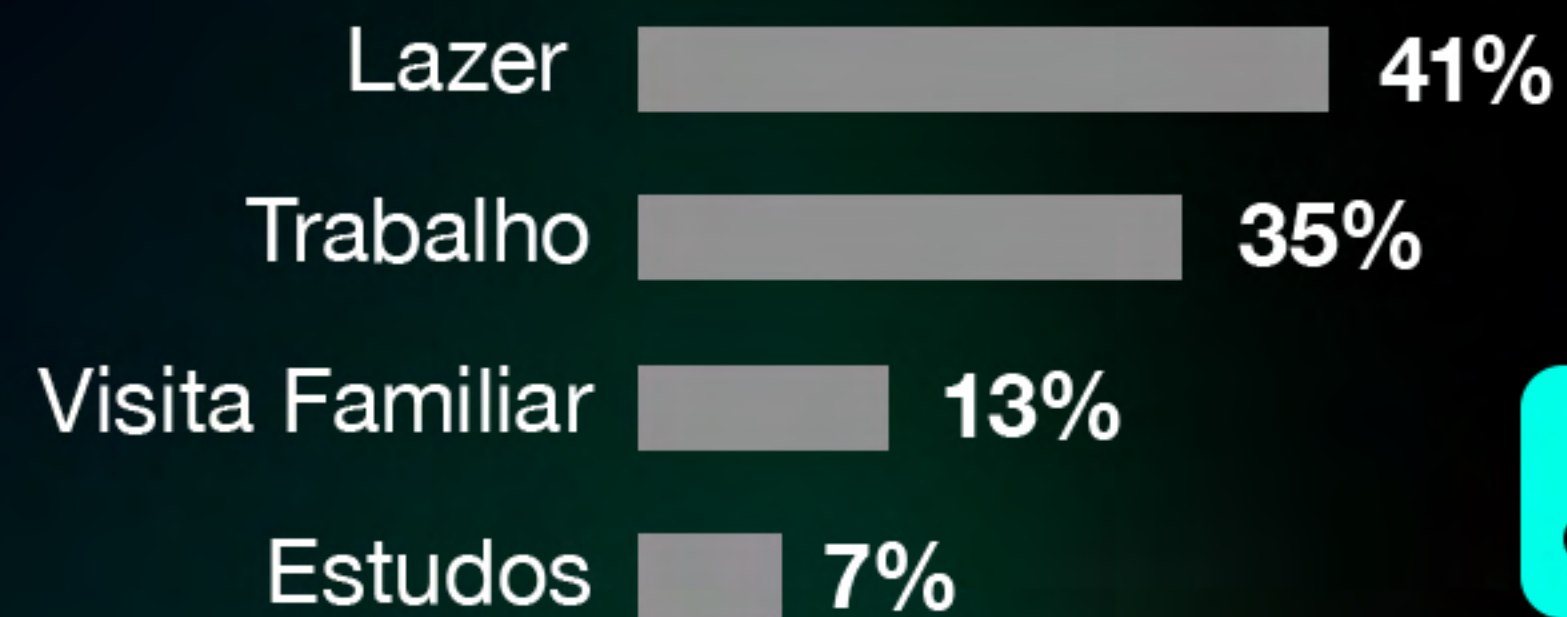
têm curso superior

Pessoas economicamente ativas, com perfil de alta renda e qualificadas





O PÚBLICO



37 anos
em média

45%
Mulheres

55%
Homens

Viajam
sozinhos
65%

Viajam
Acompanhados
35%

Quais são os interesses?

Saúde, Bem-estar, Autocuidado 91%

Turismo 88%

Serviços via Aplicativo,
Transporte, Meio Ambiente, Ecologia 87%

BSB aparece com
mais afinidade para:
*agronegócio, educação,
compras online, negócios,
finanças e empreendedorismo*

GRU-T1 aparece com
mais afinidade para:
*negócios e empreendedorismo,
automóveis, compras online,
esportes ao vivo e agronegócio*

GRU-T2 aparece com
mais afinidade para:
*decoração, shows, luxo,
serviços via app, meio ambiente,
e-sports, artes e cultura*

GRU-T3 aparece com
mais afinidade para:
*música, cinema,
tecnologia e educação*

Frequentam o aeroporto regularmente

e conhecem tanto as áreas de embarque como as comuns

72%

fazem viagens
nacionais
anualmente

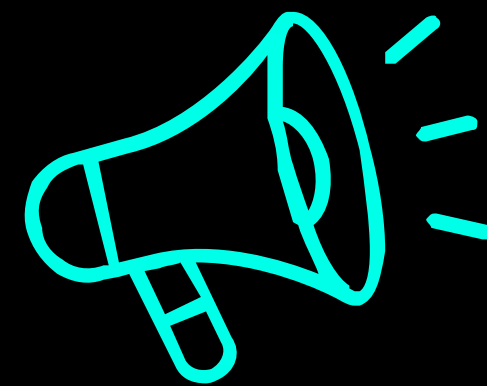
30%

fazem viagens
internacionais
anualmente

53%

frequentam para levar
ou buscar amigos e
parentes

A sua marca está sendo vista pelas pessoas

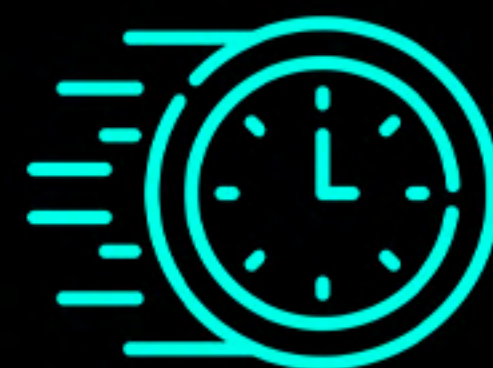


1h30 - 2h



é o tempo médio de espera de 65% dos passageiros para voos nacionais

+3h



é o tempo médio de espera de 61% dos passageiros para voos internacionais

O tempo de permanência maior é ideal para comunicar mensagens mais elaboradas e contextualizadas

O CONSUMO

Um novo tipo de shopping

80%

compram algo no aeroporto

Os produtos variam desde alimentos, souvenirs, cosméticos, roupas até produtos de higiene, eletrodomésticos e itens de luxo

TICKET MÉDIO:



R\$167,00

voos nacionais



R\$244,00

voos internacionais





A experiência do público e sua jornada de consumo no aeroporto

O aeroporto é um ambiente onde a publicidade impacta positivamente, despertando sentimentos de **interesse, calma e satisfação**

Três serviços aeroportuários são utilizados:

73%

restaurantes e bares

71%

carregador de celular

69%

wi-fi

Para efetuar pagamentos são utilizados:

79%

cartão de crédito

63%

cartão de débito



9 em cada 10 pessoas

observam os anúncios de diferentes
formatos no aeroporto,
e lembram de pelo menos
4 marcas e produtos anunciados



Para os **voos nacionais**, as principais categorias são:



66%

restaurantes/
lanchonetes



33%

perfumes



30%

turismo/viagem



Para os **voos internacionais**, as principais categorias são:



45%

perfumes



43%

restaurantes/
lanchonetes



30%

cartões de crédito

Público engajado: interação e interesse na publicidade

84%

têm intenção ou interagem
com a publicidade
(QR codes, brindes, fotos
e telas touchscreen)

92%

entre o público jovem,
a aceitação aumenta



Por que eles interagem com a publicidade?

- algo que eu estava precisando
- uma promoção, desconto, brinde
- uma novidade, lançamento, algo novo
- por curiosidade/para saber como funciona
- a propaganda era criativa, bonita, chamou atenção, era diferente

Impacto positivo no passageiro

62% dos passageiros gostam de ver anúncios das marcas no aeroporto

Eles concordam que a propaganda:

60% consideram uma marca que está no aeroporto como premium

89% consideram marcas nacionais tão boas quanto as internacionais

56% influenciam amigos e familiares a comprar marcas que estão nos anúncios dos aeroportos





JCDecaux

HUB DE POSSIBILIDADES

Para saber mais
www.jcdecaux.com.br