

The KANTAR logo is positioned in the top left corner. It features the word "KANTAR" in a bold, white, sans-serif font. The letter "K" is unique, with a yellow vertical bar on its left side. The background of the entire slide is a vibrant photograph of a music festival at night. A large, ornate stage structure is illuminated with blue and purple lights. A large, glowing blue "U" logo is visible on the stage. The stage is surrounded by a massive crowd of people, many of whom are holding up their smartphones to capture photos or videos. The air is filled with a dense spray of purple confetti, creating a festive and energetic atmosphere. The overall scene is captured in a wide-angle shot, emphasizing the scale of the event.

KANTAR

Music Festival BrandEvaluator

Além do Palco: onde os festivais musicais se transformam em ativos de valor para as marcas.

BrandEvaluator (BE) – Festivais de Música

Target



Homem / Mulher

Total Brasil

18 – 75 years old

SEL ABC

Interessados em Festivais de Música

- 12 Atributos de Imagem
- 10 Alavancas de Mercado (Barreiras e Facilitadores)
- 9 Perguntas Customizadas:
 1. Consumo de categorias diversas (possibilidade de usar como filtro)
 2. Lembrança espontânea de marcas patrocinadores;
 3. Nível de interesse em Festivais de Música;
 4. Meios pelos quais acompanha os festivais (TV, online, presencialmente etc);
 5. Comportamento em relação as ações/ativações das marcas patrocinadoras;
 6. Motivos pelo desinteresse em ações/ativações de marcas;
 7. O que destaca uma marca patrocinadora em um festival;
 8. Percepção de uma marca patrocinadora pós festival;
 9. Tipos de ações/ativações que mais chamam atenção em um festival



**TOTAL
AMOSTRA
= 600**
*Queda
natural*

Total Amostra		100%	600
Regiões	Sudeste	47%	284
	Nordeste	26%	157
	Sul	13%	75
	CO+Norte	14%	84
Idade	18-35	51%	305
	36-75	49%	295
Gênero	Homem	48%	289
	Mulher	52%	311
Classe Social	AB	73%	435
	CD	27%	165

O Universo dos Festivais de Música: Pessoas, Marcas e Oportunidades

Como os principais festivais constroem relevância, engajamento e oportunidades para patrocinadores

01 Para além dos palcos: como as pessoas acompanham os festivais

70%

Transmissões ao vivo pela TV

54%

Transmissões online

46%

Participação presencial

42%

Conteúdo nas redes sociais

22%

Ativações de patrocinadores

“Os festivais se tornaram plataformas contínuas de conteúdo, relacionamento e influência cultural.”

02 O que torna um festival forte?



Ranking de força de marca dos festivais



Posicionamento percebido e territórios de imagem



Como os festivais constroem relevância



Oportunidades de diferenciação e crescimento

03 Qual o papel dos patrocinadores?



Benefícios exclusivos



Áreas VIP



Cashback e descontos



Ativações



Experiências além dos shows

04 Ativações em foco

→ O público participa das ativações ou não? E por quê?

→ O que mais chama a atenção e faz o público participar de ativações?

→ A ativação melhora a percepção da marca patrocinadora?

05 As perguntas que movem o mercado

✓ Como os festivais constroem marcas mais valiosas?

✓ O que faz uma marca se destacar nesse ecossistema?

✓ Quais experiências criam conexões mais fortes com o público?

✓ Quais associações geram mais valor para marcas e festivais?