



SAO
JOÃO



TAMANHO DO MERCADO E IMPACTO ECONÔMICO

Em 2025, o **Ministério do Turismo** estimou que as festas juninas receberam **mais de 24 milhões de pessoas** no Brasil.

Também com base em estimativas do setor público, a **economia do ciclo junino** pode movimentar **R\$ 7,4 bilhões** no Brasil (projeção 2025, citando MTur).

Os dois maiores eventos do Nordeste – **São João de Caruaru (PE)** e **Campina Grande (PB)** – juntos atraíram **cerca de 7 milhões de visitantes** e movimentaram **mais de R\$ 1,4 bilhão** (expectativa 2025, com apoio do MTur).





TAMANHO DO MERCADO E IMPACTO ECONÔMICO

Campina Grande (PB): a edição 2025 superou R\$ 742,8 milhões de movimentação econômica (e reportou +10,35% vs. 2024).

Caruaru (PE): em 2025, o evento registrou R\$ 737,6 milhões de impacto econômico e mais de 4 milhões de visitantes (crescimento vs. 2024).





INVESTIMENTO E VISIBILIDADE DE MARCAS

65%

dos brasileiros afirmam que participam ativamente das festas juninas (pesquisa Serasa com Opinion Box).



Em termos de “assunto cultural + conversa social”, há evidência de alta tração digital: a trend “**São João**” aparece com **mais de 103 milhões** de publicações, e “Festa Junina Nordeste” com mais de **56 milhões** (levantamento Globo Gente)

RETORNO SOBRE INVESTIMENTO (ROI):

Marcas que realizaram ativações presenciais em grandes polos (Campina Grande e Caruaru) tiveram um aumento médio de **18% na lembrança de marca** (Top of Mind) nas regiões Norte e Nordeste (Meio & Mensagem 2024).

GRANDES PLAYERS:

Em 2024 e 2025, o protagonismo de patrocínio foi liderado por marcas como **Ambev (Brahma e Beats)**, **BRF (Perdigão)**, **Yoki**, **Natura** e **Coca-Cola** (Mercado & Consumo).

ATIVAÇÕES DE EXPERIÊNCIA:

Houve um crescimento de 25% no uso de “Brand Experience” (espaços instagramáveis, rodas-gigantes de marcas e degustação) em comparação aos anos anteriores (Meio & Mensagem).



DIGITAL E REDES SOCIAIS



CRESCIMENTO NO E-COMMERCE

As vendas online de itens juninos em 2025 movimentaram mais de **R\$ 20 milhões**, um salto de **42%** em relação a 2024, impulsionado por campanhas de tráfego pago (**Nuvemshop 2025**).



MARKETING DE INFLUÊNCIA

O uso de influenciadores regionais (como o cantor Nattan para a 99Moto em 2024) tornou-se a estratégia principal para humanizar marcas nacionais (**Meio & Mensagem 2024**).



ENGAJAMENTO DE CONTEÚDO:

O consumo de vídeos sobre "tutoriais de São João" e "arrume-se comigo junino" cresceu significativamente, tornando o **TikTok** e o **Kwai** as redes sociais com maior volume de campanhas segmentadas para a data (**Portal Making Of 2025**).



APOIO À CULTURA

81% dos brasileiros afirmam que valorizam marcas que patrocinam festas culturais e tradicionais, vendo a empresa como "parceira da cultura nacional" (**Instituto Locomotiva 2025**).





COMPORTAMENTO DE CONSUMO NO VAREJO [SUPERMERCADOS]

Dados da **ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados)** para o ciclo 2024/2025 mostram:



AUMENTO NAS VENDAS

O setor supermercadista registrou alta de **13% nas vendas** de itens típicos (milho, amendoim, canjica, aguardente) em 2024.



INFLAÇÃO JUNINA

O "cesto junino" teve uma alta média de **5,7%** em 2024, mas o consumo em volume não caiu, indicando alta priorização do consumidor pela data (IPCA/IBGE).



PREFERÊNCIA DE COMPRA

72% dos consumidores realizaram suas compras de itens para festas em casa em supermercados físicos, enquanto o canal digital (apps de entrega) cresceu 18% no período junino (NielsenIQ 2024).



ONDE PRETENDE BUSCAR A(S) RECEITA(S) QUE VAI PREPARAR:

39%

Têm uma receita própria/de família

61%

Em sites ou aplicativos de receitas

74%

Acham interessante acompanhar
conteúdos sobre receitas típicas

41%

Com a indicação de amigo/familiar

Receitas.com (27%) é uma opção entre
aqueles que gostam de acompanhar os
conteúdos pela internet

Fonte: Gente Globo



89%

As celebrações de São João / Festa Junina são um símbolo importante da nossa cultura popular

91%

Dizem que a festa é um momento muito aguardado para comer comidas típicas da época

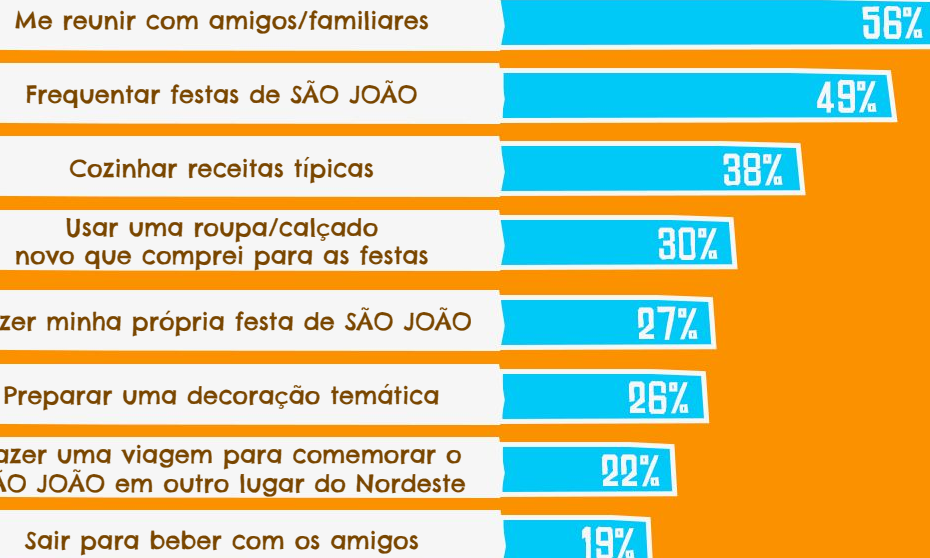
86%

Dizem que é um momento de encontrar familiares e amigos

Fonte: Gente Globo



COMO PRETENDE PASSAR A DATA?



Fonte: Gente Globo



O QUE PRETENDE COMPRAR:



79%

Acreditam que marcas que patrocinam grandes festas locais como a de São João passam a ser mais consideradas como parte da cultura e tradição local.

79%

Concordam que anúncios e patrocínios de marca podem tornar a experiência de consumo de conteúdos de São João mais atraente.

77%

Querem experimentar produtos ou serviços das marcas presentes em conteúdos que envolvem São João

Fonte: Gente Globo



MAIORES FESTAS JUNINAS DO BRASIL

Festas de Caruaru (Pernambuco)

Festas de Campina Grande (Paraíba)

Festas de São João de Amargosa (Bahia)

Festas de Mossoró (Rio Grande do Norte)

Festas de Aracaju (Sergipe)

Festas de Arapiraca (Alagoas)

Festas de Feira de Santana (Bahia)

Festas de Vitória da Conquista (Bahia)

Festas de Santo Antônio de Jesus (Bahia)

Festas de Petrolina (Pernambuco)





Macã do amor Camisa xadrez Sertanejo
Festa Junina São João 2026

Decoração festa junina Bandeirinhas Balão Junino Festa Junina Escolar
Ingressos São João Curau Cachorro-quente
Arraial Quermesse Ideias Festa Junina Xote Vinho quente
Programação São João Festa Caipira Milho verde Pipoca

Enfite Junina Música Junina Maquiagem Junina Forró Canjica Paçoca
Pamonha Cócada
Bolo de milho
Pé de moleque

Receita de pamonha
Festa junina igreja
Comidas Típicas Festa Junina Arraial beneficente
Cardápio Festa Junina Brincadeiras Juninas
Festa junina perto de mim Casamento Caipira Quentão Bigode caipira
Festa junina na minha cidade Cordeiro Elegante Quadrilha Junina
Receita de bolo de milho Roupas juninas baratas



COTA CORREIO
ELEGANTE
R\$30.000,00

ÁUDIO ADS



EXEMPLO DE TERMOS: SÃO JOÃO, FESTA DE SÃO JOÃO, FESTA JUNINA, QUADRILHA, COMIDAS TÍPICAS (PAMONHA, MILHO VERDE, CANJICA, CURAU, BOLO DE FUBÁ, ARROZ DOCE, ETC.), DANÇAS TÍPICAS (QUADRILHA, BAIÃO, XOTE, ETC.), BANDEIRINHAS, BALÕES, FESTA CAPIRÁ, TRAJES TÍPICOS (VESTIDOS DE DITA, CAMISAS XADREZ, CHAPÉUS DE PALHA, ETC.), FESTA NA ROÇA, MÚSICA CAPIRÁ, DECORAÇÃO RÚSTICA ETC.

OBJETIVO

Impactar usuários que falarem termos sobre a Festa Junina.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPVC

Estimativa de Entrega: 41.667 (Views Completos)

Reaplicação: 8.333 (Views Completos)

GEOLOCALIZAÇÃO



OBJETIVO

Cobrir os eventos físicos nas principais cidades do nordeste.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 509.511 (impressões)

Reaplicação: 90.489 (impressões)





COTA QUADRILHA
JUNINA
R\$80.000,00



ÁUDIO ADS



EXEMPLO DE TERMOS: SÃO JOÃO, FESTA DE SÃO JOÃO, FESTA JUNINA, QUADRILHA, COMIDAS TÍPICAS (PAMONHA, MILHO VERDE, CANJICA, CURAU, BOLO DE FUBÁ, ARROZ DOCE, ETC.), DANÇAS TÍPICAS (QUADRILHA, BAIÃO, XOTE, ETC.), BANDEIRINHAS, BALÕES, FESTA CAPIRÁ, TRAJES TÍPICOS (VESTIDOS DE DITA, CAMISAS XADREZ, CHAPÉUS DE PALHA, ETC.), FESTA NA ROÇA, MÚSICA CAPIRÁ, DECORAÇÃO RÚSTICA ETC.

OBJETIVO

Impactar usuários que falarem termos sobre a Festa Junina.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPVC

Estimativa de Entrega: 55.556 (Views Completos)

Reaplicação: 13.889 (Views Completos)



TV SYNC



OBJETIVO

Sincronizar a veiculação
com programas e
receitas juninas.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 679.348 (impressões)

Reaplicação: 171.716 (impressões)



MDOOH



Praça: Regional

Modelo de Compra: CPC

Estimativa de Entrega: 14.493 (cliques)

Reaplicação: 3.689 (cliques)

OBJETIVO

Cobrir o mobiliário urbano do cliente.



OCCASION ADS



OBJETIVO

Contextualizar a campanha com publishers e editorias que falem sobre São João.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 679.348 (impressões)

Reaplicação: 171.716 (impressões)





COTA FESTA NA
ROÇA
R\$200.000,00

ÁUDIO ADS



EXEMPLO DE TERMOS: SÃO JOÃO, FESTA DE SÃO JOÃO, FESTA JUNINA, QUADRILHA, COMIDAS TÍPICAS (PAMONHA, MILHO VERDE, CANJICA, CURAU, BOLO DE FUBÁ, ARROZ DOCE, ETC.), DANÇAS TÍPICAS (QUADRILHA, BAIÃO, XOTE, ETC.), BANDEIRINHAS, BALÕES, FESTA CAPIRÁ, TRAJES TÍPICOS (VESTIDOS DE DITA, CAMISAS XADREZ, CHAPÉUS DE PALHA, ETC.), FESTA NA ROÇA, MÚSICA CAPIRÁ, DECORAÇÃO RÚSTICA ETC.

OBJETIVO

Impactar usuários que falarem termos sobre a Festa Junina.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPVC

Estimativa de Entrega: 92.592 (Views Completos)

Reaplicação: 40.740 (Views Completos)

SEARCH
TARGET



SÃO JOÃO, FESTA DE SÃO JOÃO, FESTA JUNINA,
QUADRILHA, COMIDAS TÍPICAS (FAHONHA, MILHO VERDE,
CANJICA, CURAU, BOLO DE FUBÁ, ARROZ DOCE, ETC.),
DANÇAS TÍPICAS (QUADRILHA, BAIÃO, XOTE, ETC.),
BANDEIRINHAS, BALÕES, FESTA CAPIRÁ, TRAJES TÍPICOS
(VESTIDOS DE CHITA, CAMISAS XADREZ, CHAPÉUS DE
PALHA, ETC.), FESTA NA ROÇA, MÚSICA CAPIRÁ,
DECORAÇÃO RÚSTICA ETC.

OBJETIVO

Alcançar pessoas que pesquisarem em qualquer lupa do smartphone por termos referentes a data e locais de festa.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 1.132.269 (impressões)

Reaplicação: 485.886 (impressões)





TV SYNC



OBJETIVO

Sincronizar a veiculação
com programas e
receitas juninas.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 1.132.269 (impressões)

Reaplicação: 485.886 (impressões)

GEOLOCALIZAÇÃO



OBJETIVO

Cobrir os eventos físicos nas principais cidades do nordeste.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 1.132.235 (impressões)

Reaplicação: 534.415 (impressões)





MDOOH



OBJETIVO

Cobrir o mobiliário urbano do cliente.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPC

Estimativa de Entrega: 24.154 (cliques)

Reaplicação: 9.179 (cliques)





OCCASION ADS



OBJETIVO

Contextualizar a campanha com publishers e editorias que falem sobre São João.

Praça: Regional



Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 1.132.235 (impressões)

Reaplicação: 485.872 (impressões)



FONTES



Como as festas de São João cativam e influenciam o consumidor nordestino?



Tradições juninas e festejos espalhadas pelo Brasil devem movimentar 24 milhões de pessoas e aquecer a economia



Ministério do Turismo lança "Conheça o Brasil: Junino" e dá início às festas de São João em todo o país



As marcas que mantêm acesas as maiores festas juninas do Brasil



Marcas aproveitam o mês das festas juninas para promover ativações no São João



Apps e sites lideram na preferência dos consumidores, mas 82% ainda compram nas lojas físicas, aponta pesquisa CNDL/SPC Brasil



Site: <https://opldigital.com/#contato>

Email comercial: comercial@opldigital.com

Whatsapp: +55 11 99968-6975

