

**outernet**

MÍDIA OUT OF HOME



# O maior grupo de veículos *Out of Home* do Brasil



Outernet é uma empresa líder em mídia out of home no Brasil, que engloba soluções de comunicação em transporte público nas principais cidades.

Surgimos para unir relevância de conteúdo e resultado para os anunciantes, tornando-se um canal de TV fora de casa.

Hoje, todo o conteúdo da Outernet impacta mais de 13 de milhões de pessoas, por meio de mais de 40 mil pontos (telas e painéis).

Com atuação em metrô, ônibus, terminais rodoviários e orla marítima, estamos presentes nas 26 principais cidades do País.

# Mapa de Cobertura

## METRÔ



## ÔNIBUS



## RODOVIÁRIAS



## ORLA



## CATAMARÃ



# Entretenimento dos usuários de transporte público - Metrô

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



Metrô

Mais de **6.000 monitores** distribuindo conteúdo digital.  
Painéis Estáticos, Projetos Especiais  
Interatividade via mobile



SÃO PAULO

BRASÍLIA

PORTO ALEGRE



Ônibus

Maior plataforma de mídia em ônibus, o principal meio de transporte no país.  
SÃO PAULO / RIO DE JANEIRO / BRASÍLIA / PORTO ALEGRE





# Entretenimento dos usuários de transporte público - Metrô

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



**Rodoviárias**

Canal Digital e Projetos Especiais, Horários de Embarque e Desembarques, *Vídeo walls* com 9 telas de 46 polegadas, programação **24 horas**.



## 29 terminais de ônibus

São Paulo / Interior SP / Rio de Janeiro / Pernambuco / Ceará / Rio Grande do Norte / Paraíba / Sergipe / Poços de Caldas / Campo Grande / Brasília / Manaus / Porto Alegre



**34 km** de praia com **135 quiosques** do Leme ao Recreio, **175 monitores**



**Rio de Janeiro**

**450.000** pessoas impactadas por dia

**100%** de cobertura na orla marítima



# Audiência e Perfil Outernet

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



## Audiência Efetiva 4 Mercados

# 13.064.600

de pessoas que assistiram a programação da **OUTERNET**

**São Paulo  
Rio de Janeiro  
Brasília  
Porto Alegre**



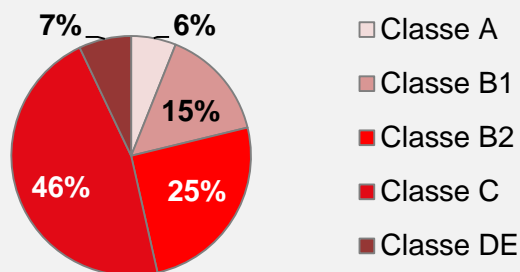
**47% masculino**

\* Igual a população geral

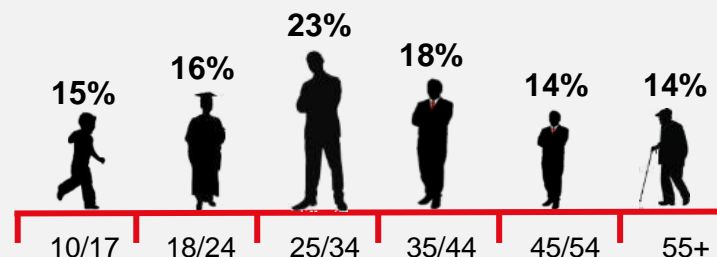


**53% feminino**

\* Igual a população geral

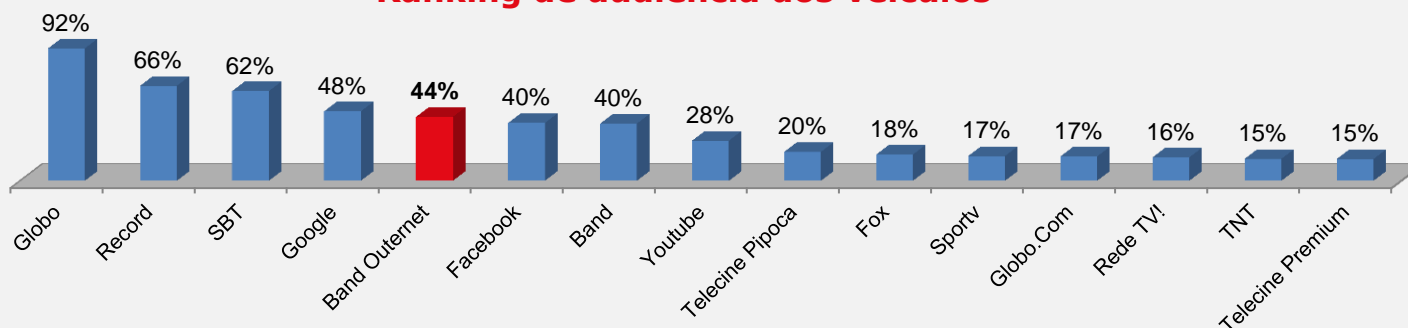


\* População geral: B1 – 14%; B2 – 24%; C – 47%.



\* População geral: 10/17 anos – 15%; 18/24 anos – 13%; 25/34 anos – 21%; 35/44 anos – 17%; 45/54 anos – 15%; 55+ anos – 19%.

## Ranking de audiência dos veículos



Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM – Julho/2012 a Junho/2013 – Filtro: 10+ anos - São Paulo: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô (share Band Outernet: 81%), ônibus (share Band Outernet: 64%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%); Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em ônibus (share Band Outernet: 37%) ou sanças (share Band Outernet: 37%); Porto Alegre: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô, ônibus (share Band Outernet: 80%) ou rodoviárias; Brasília: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô, ônibus (share Band Outernet: 40%) ou rodoviárias (13.064.600).

# Incremento de Cobertura Outernet

4 Mercados: São Paulo | Rio de Janeiro | Brasília | Porto Alegre

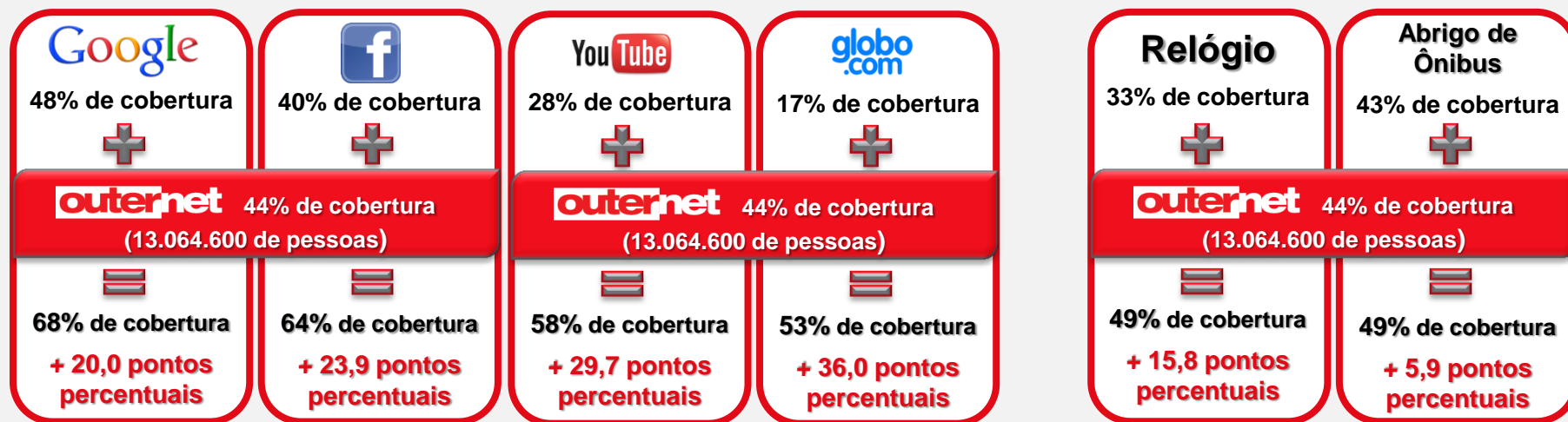


Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM –Julho/2012 a Junho/2013 – Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Brasília/DF - Filtro: 10+ anos (29.493.000)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - São Paulo: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô (share Band Outernet: 81%), ônibus (share Band Outernet: 64%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%); Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô (share Band Outernet: 37%) ou sanças (share Band Outernet: 37%); Porto Alegre: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô, ônibus (share Band Outernet: 80%) ou rodoviárias; Brasília: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô, ônibus (share Band Outernet: 40%) ou rodoviárias (13.064.600).

# Incremento de Cobertura Outernet

4 Mercados: São Paulo | Rio de Janeiro | Brasília | Porto Alegre



Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM –Julho/2012 a Junho/2013 – Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Brasília/DF - Filtro: 10+ anos (29.493.000)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - São Paulo: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô (share Band Outernet: 81%), ônibus (share Band Outernet: 64%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sancas (share Band Outernet: 21%); Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô (share Band Outernet: 37%) ou sancas (share Band Outernet: 37%); Porto Alegre: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô, ônibus (share Band Outernet: 80%) ou rodoviárias; Brasília: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no metrô, ônibus (share Band Outernet: 40%) ou rodoviárias (13.064.600).