



# 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

## ÔNIBUS CONVENCIONAL



## ÔNIBUS BRT



## RODOVIÁRIAS



## ORLA







**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

# Entretenimento dos usuários de transporte público - Ônibus

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

Maior plataforma de mídia em ônibus,  
o principal meio de transporte no país.



## RIO DE JANEIRO

Mais de **800** ônibus convencionais  
com **1.600** telas;

**Busdoor, Maxbus, Backbus,**  
**Envelopamento e Sancas** em  
**2.700** ônibus.

Circulação de **2,3 milhões** de  
pessoas por dia





# Linhas BRT

## Entretenimento dos usuários de transporte público

Urbanização e facilidade de transporte para os moradores das áreas do entorno dos corredores, com redução dos tempos de deslocamento



Transporte coletivo rápido em um corredor de alto desempenho.

Inserção de regiões atingidas com pólos de crescimento residencial e econômico.

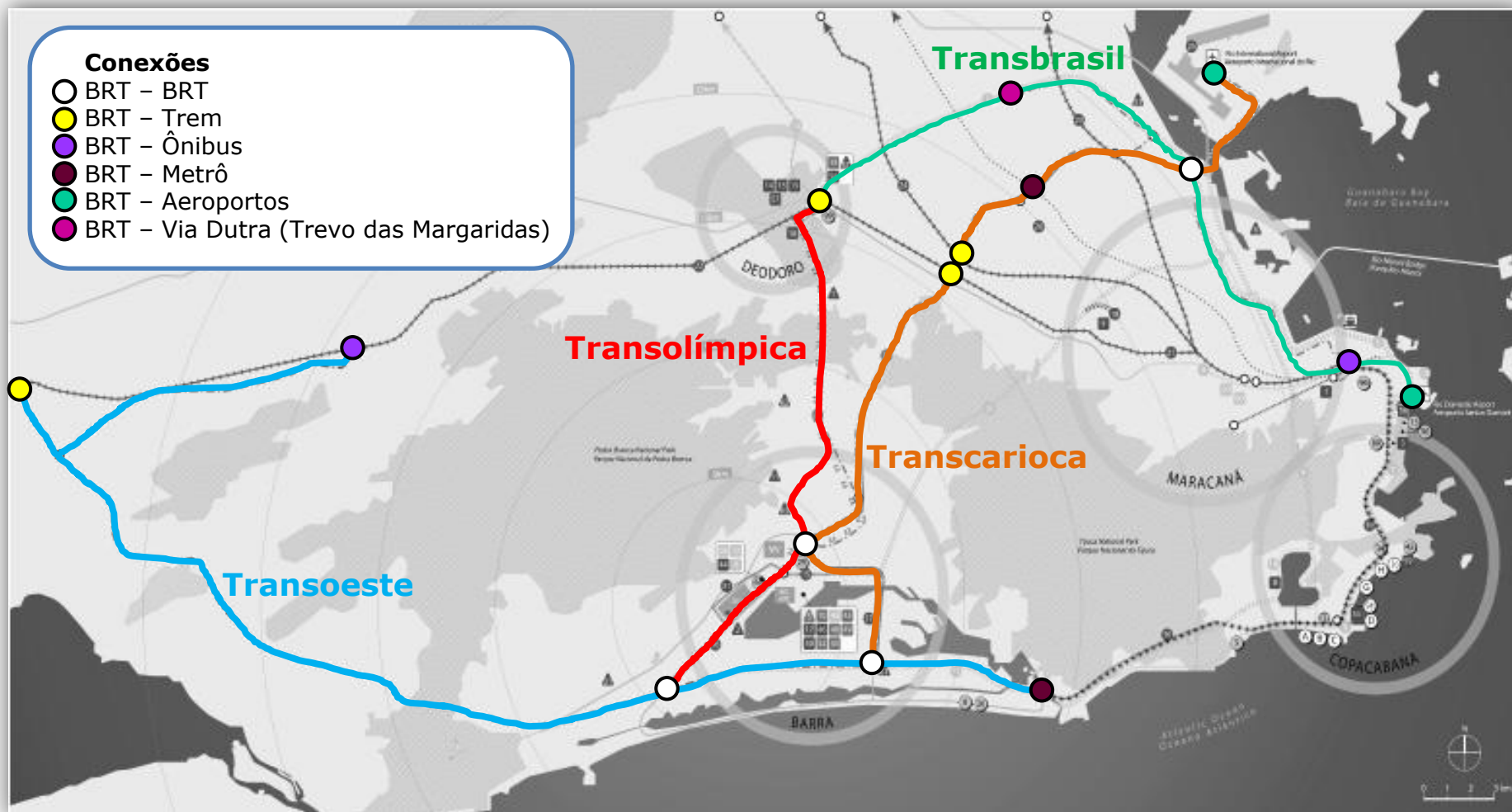
Integração com outros modos de transporte (Supervia e Metrô).

Sistema Tronco – Alimentado com segregação do tráfego geral, com redução do tempo de viagem.

Pagamento de tarifa e validação do bilhete nas estações.

Estações no canteiro central com plataforma para embarque em nível e acessibilidade universal.

# Mapa das Linhas BRT



# Sistema BRT TransOeste

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

Mídia digital e estática em uma das principais vias expressas para o transporte coletivo do Rio de Janeiro



## Rio de Janeiro

Trajeto que liga a região da Barra da Tijuca a Santa Cruz e Campo Grande, passando por Guaratiba e Recreio dos Bandeirantes.

**126 ônibus BRT's** com mais de **370 telas** / **57 estações** com mais de **380 telas**;

**Busdoor** com foco na Barra da Tijuca.

Circulação de **100 mil** pessoas por dia





# Sistema BRT TransCarioca

Mídia digital em uma das principais vias expressas para o transporte coletivo do Rio de Janeiro



Rio de Janeiro



Trajeto que Barra da Tijuca até o aeroporto Internacional Tom Jobim, na Ilha do Governador.

**105 ônibus BRT's e 28 estações** com mais de **570 telas**.

# Mídia digital indoor Terminais Rodoviários

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



Rodoviárias

A única empresa especializada em comunicação em terminais de passageiros



Circulação de **79 mil** pessoas por dia

**24h**  
Programação

**3 terminais de ônibus:**

- ✓ Rio de Janeiro
- ✓ Niterói
- ✓ Angra dos Reis

Canal Digital e Projetos Especiais

Horários de Embarque e Desembarques

# Rede de TV instalada na Orla Marítma

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



Programação exclusiva e o melhor dos canais Band, BandSports e BandNews



**Rio de Janeiro**

450.000 pessoas impactadas por dia

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

**175 monitores**

100% de cobertura na orla marítima do Rio de Janeiro





# Audiência e Perfil Outernet

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



Audiência Efetiva  
**3.550.300**

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

**Rio de Janeiro**



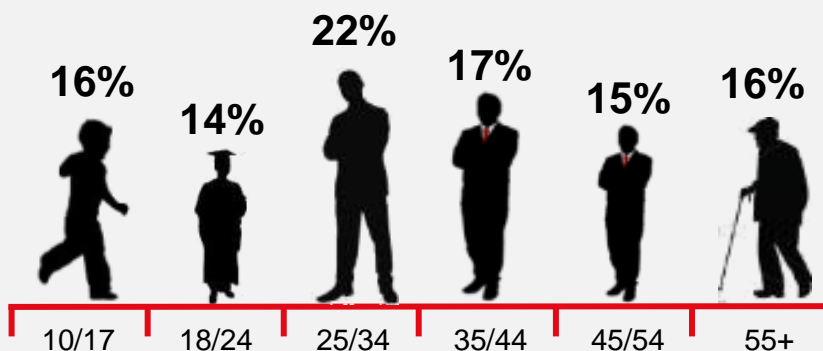
**47% masculino**

\* Igual a população geral

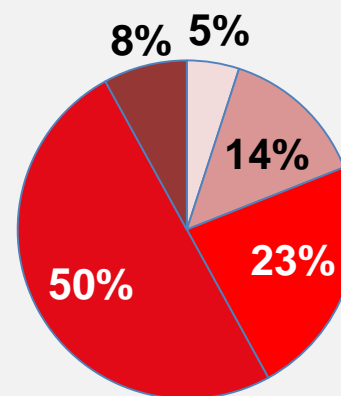


**53% feminino**

\* Igual a população geral



\* População geral: 10/17 anos – 15%; 18/24 anos – 12%; 25/34 anos – 20%; 35/44 anos – 16%; 45/54 anos – 15%; 55+ anos – 22%.



□ Classe A  
■ Classe B1  
■ Classe B2  
■ Classe C  
■ Classe DE

\* População geral: B1 – 13%; B2 – 21%; C – 50%.

# Ranking de audiência dos veículos

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

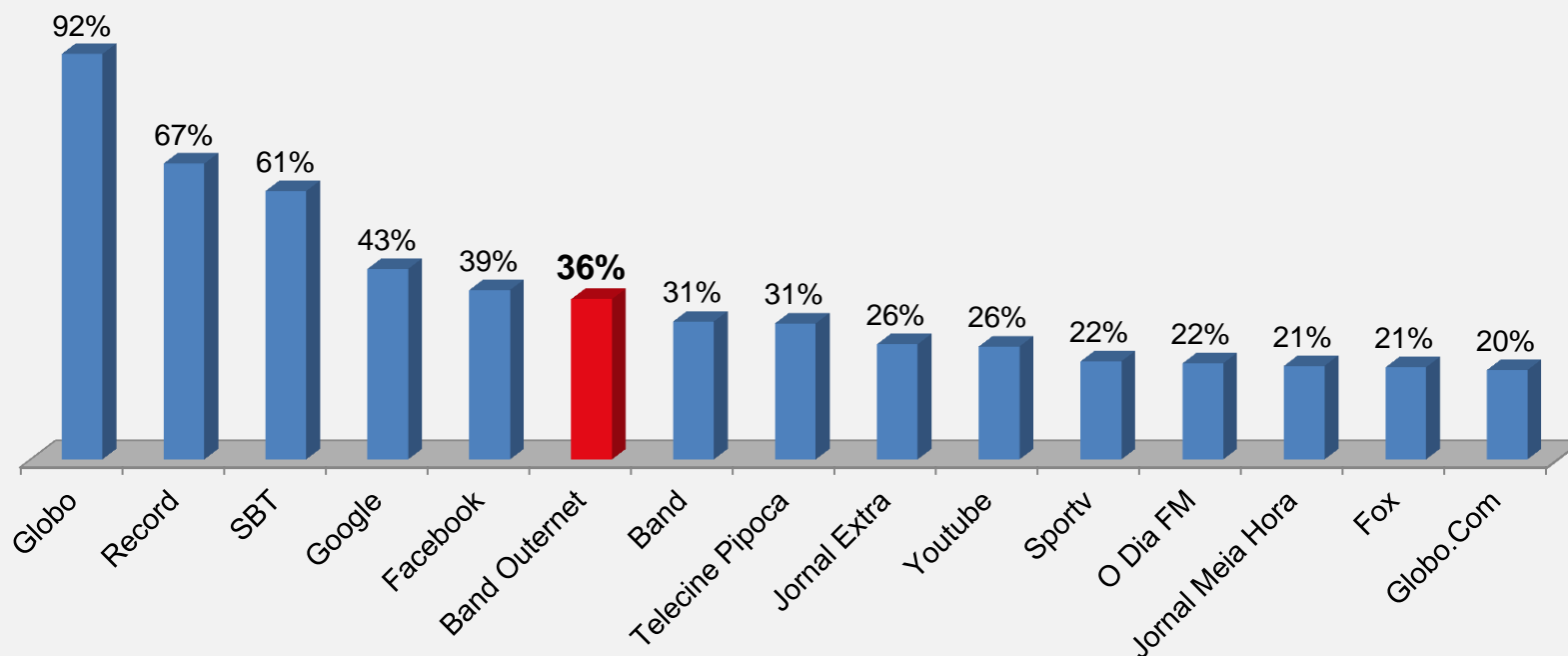


Audiência Efetiva **OUTERNET**

**3.550.300**

de pessoas que assistiram a programação nos canais da Band Outernet

**Rio de  
Janeiro**



Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM – Julho/2012 a Junho/2013 – Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).

# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro



92% de cobertura



RECORD

67% de cobertura



61% de cobertura



31% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



95% de cobertura

**+ 2,3 pontos percentuais**



78% de cobertura

**+ 11,1 pontos percentuais**



75% de cobertura

**+ 13,9 pontos percentuais**



55% de cobertura

**+ 24,1 pontos percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM –Julho/2012 a Junho/2013 – Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).



# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro



TELE  
CINE  
PIPOCA

31% de cobertura



SPORTV

22% de cobertura



FOX

21% de cobertura



TELE  
CINE  
PREMIUM

20% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



55% de cobertura

**+ 24,0 pontos  
percentuais**



50% de cobertura

**+ 27,7 pontos  
percentuais**



49% de cobertura

**+ 28,0 pontos  
percentuais**



48% de cobertura

**+ 28,4 pontos  
percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).

# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro



Google

43% de cobertura



39% de cobertura



You Tube

26% de cobertura



globo.com

20% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



62% de cobertura

**+ 18,2 pontos percentuais**



59% de cobertura

**+ 20,0 pontos percentuais**



51% de cobertura

**+ 25,4 pontos percentuais**



48% de cobertura

**+ 27,8 pontos percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).

# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



22% de cobertura



20% de cobertura



13% de cobertura



11% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



49% de cobertura

**+ 27,4 pontos  
percentuais**



48% de cobertura

**+ 28,2 pontos  
percentuais**



44% de cobertura

**+ 31,2 pontos  
percentuais**



44% de cobertura

**+ 32,3 pontos  
percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM – Julho/2012 a Junho/2013 – Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).



# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

**RádioGlobo**  
Bota Amizade Nisso!

9% de cobertura



8% de cobertura



2% de cobertura



**CBN**

1% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



42% de cobertura

**+ 33,1 pontos percentuais**



42% de cobertura

**+ 33,4 pontos percentuais**



38% de cobertura

**+ 35,9 pontos percentuais**



37% de cobertura

**+ 36,1 pontos percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).

# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

**CANAL**  
EXTRA

10% de cobertura



**veja**

8% de cobertura



**O GLOBO**

5% de cobertura



**CARAS**

5% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



42% de cobertura

**+ 32,5 pontos  
percentuais**



41% de cobertura

**+ 33,2 pontos  
percentuais**



39% de cobertura

**+ 34,3 pontos  
percentuais**



39% de cobertura

**+ 34,6 pontos  
percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).

# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro



**EXTRA**

26% de cobertura



**HORA**  
MEIA DE NOTÍCIAS

21% de cobertura



**O GLOBO**

16% de cobertura



**O DIA**

11% de cobertura



**outernet** 36% de cobertura (3.550.300 de pessoas)



52% de cobertura

**+ 26,0 pontos  
percentuais**



49% de cobertura

**+ 27,8 pontos  
percentuais**



46% de cobertura

**+ 30,2 pontos  
percentuais**



43% de cobertura

**+ 31,6 pontos  
percentuais**

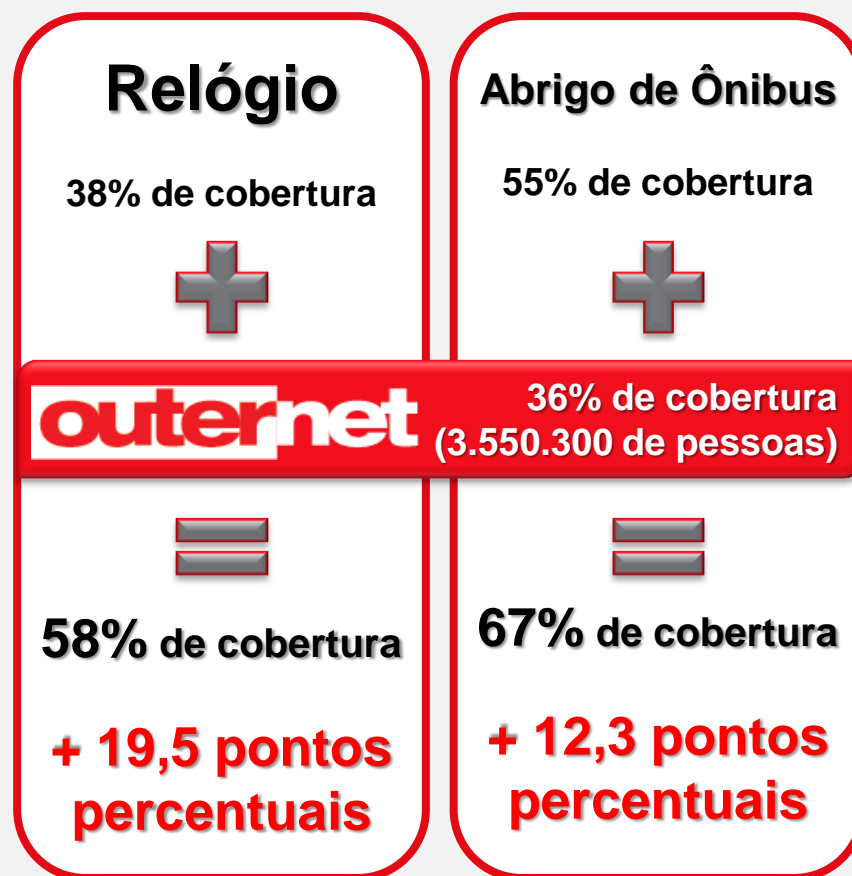
Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (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%) - (3.550.300).



# Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: Rio de Janeiro



Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM –Julho/2012 a Junho/2013 – Gde Rio de Janeiro - Filtro: 10+ anos (9.730.500)

Variável Band Outernet: Filtro: 10+ anos - Rio de Janeiro: assistiu/viu TVs fora de casa com programação própria últ. 30 dias no ônibus (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em ônibus (share Band Outernet: 37%) ou sancas (share Band Outernet: 37%) - (3.550.300).