



# 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







**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

# Entretenimento dos usuários de transporte público - Metrô

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME



Metrô

O veículo de maior cobertura do  
segmento digital *Out of Home*



SÃO PAULO

BRASÍLIA

PORTO ALEGRE

Mais de **6.000 monitores** distribuindo conteúdo digital.

Painéis Estáticos, Projetos Especiais

Interatividade via mobile





**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.



São Paulo

Rio de Janeiro

Brasília

Porto Alegre

## CANAIS DIGITAIS E MÍDIAS DE EXPOSIÇÃO





# Mídia digital indoor Terminais Rodoviários

**outer**net  
MÍDIA OUT OF HOME



Rodoviárias

A única empresa especializada em comunicação em terminais de passageiros



**24h**

Programação

**29 terminais de ônibus em:**

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



Cobertura nacional

Canal Digital e Projetos Especiais

Horários de Embarque e Desembarques

*Vídeo walls* com **9 telas de 46 polegadas**



# 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 4 Mercados

## 13.064.600

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

São Paulo  
Rio de Janeiro  
Brasília  
Porto Alegre



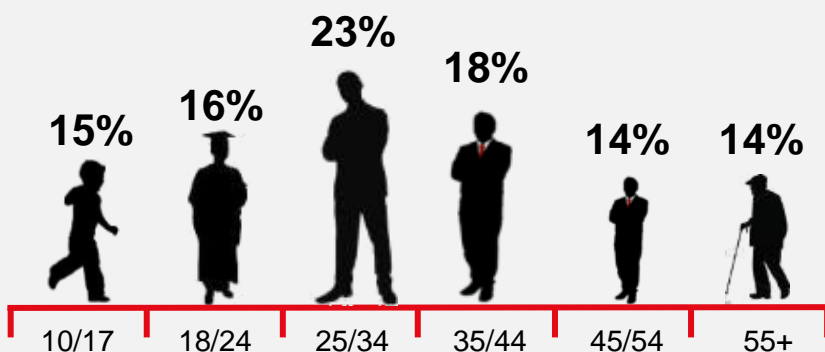
**47% masculino**

\* Igual a população geral

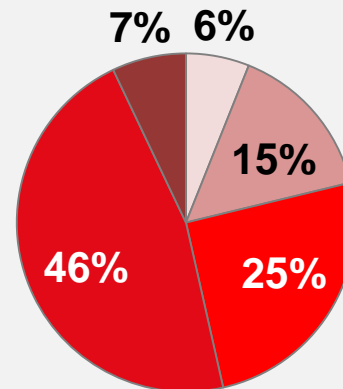


**53% feminino**

\* Igual a população geral



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



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

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

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 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%); 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).

# Ranking de audiência dos veículos

**outernet**  
MÍDIA OUT OF HOME

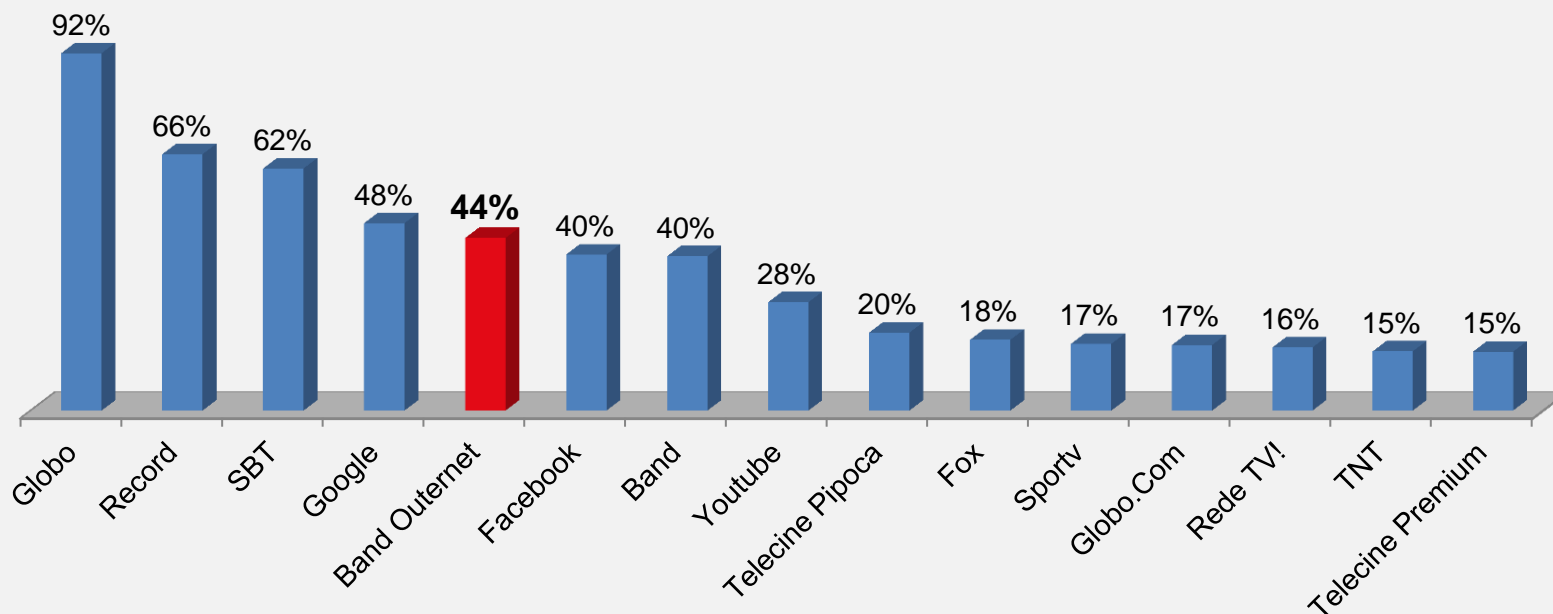


Audiência Efetiva **OUTERNET**

## 13.064.600

de pessoas que assistiram a programação nos canais da Band Outernet

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).



# Incremento de Cobertura **Outernet**

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



92% de cobertura



66% de cobertura



62% de cobertura



40% de cobertura



**outernet** 44% de cobertura (13.064.600 de pessoas)



95% de cobertura

**+ 3,4 pontos percentuais**



80% de cobertura

**+ 14,3 pontos percentuais**



78% de cobertura

**+ 16,2 pontos percentuais**



65% de cobertura

**+ 25,5 pontos percentuais**

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 ônibus (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).

# Incremento de Cobertura **Outernet**

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



20% de cobertura



18% de cobertura



17% de cobertura



15% de cobertura



**outernet** 44% de cobertura (13.064.600 de pessoas)



55% de cobertura

**+ 35,1 pontos percentuais**



53% de cobertura

**+ 35,3 pontos percentuais**



53% de cobertura

**+ 36,4 pontos percentuais**



52% de cobertura

**+ 36,9 pontos percentuais**

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 ônibus (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).

# Incremento de Cobertura Outernet

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



48% de cobertura



40% de cobertura



28% de cobertura



17% de cobertura



**outernet** 44% de cobertura (13.064.600 de pessoas)



68% de cobertura

**+ 20,0 pontos percentuais**



64% de cobertura

**+ 23,9 pontos percentuais**



58% de cobertura

**+ 29,7 pontos percentuais**



53% de cobertura

**+ 36,0 pontos percentuais**

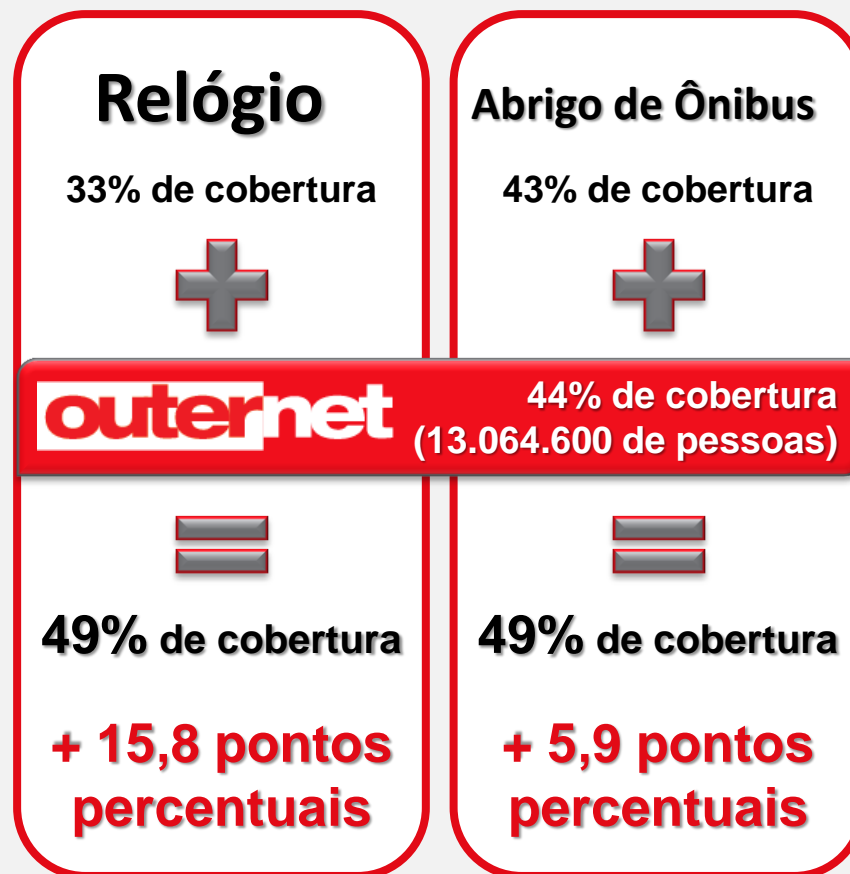
Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM –Julho/2012 a Junho/2013 – Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Brasília/DF - Filtro: 10+ anos (29.493.000)

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).



# 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 ônibus (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).