

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





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

Mais de **5.000 monitores** distribuindo conteúdo digital nas linhas vermelha, azul e verde do metrô.

- ✓ Painéis Estáticos
- ✓ Projetos Especiais
- ✓ Interatividade via mobile

Circulação média de **4 milhões** de pessoas por dia

Perfil dos usuários do Metrô

Linha Vermelha

➤ 1.920.000 pessoas / dia

SEXO

Masculino	44%
Feminino	56%

IDADE

18 a 34 anos	56%
35 a 44 anos	32%

CLASSE SOCIAL (*)

Classe Alta	32%
Classe Média	67%
Classe Baixa	1%

NÍVEL DE INSTRUÇÃO

Superior Completo	29%
Médio Completo	57%
Fundamental Completo	8%

OCUPAÇÃO

Empregados de escritórios	36%
Proprietários, Diretores, Profissionais liberais	13%
Funções subalternas	19%
Posse de Carro	63%
Acesso à Internet	84%
Frequência de Uso – Metrô 5 a 7 dias / semana	79%

Linha Azul

➤ 1.280.000 pessoas / dia

SEXO

Masculino	43%
Feminino	57%

IDADE

18 a 34 anos	55%
35 a 44 anos	31%

CLASSE SOCIAL (*)

Classe Alta	35%
Classe Média	63%
Classe Baixa	2%

NÍVEL DE INSTRUÇÃO

Superior Completo	33%
Médio Completo	52%
Fundamental Completo	8%

OCUPAÇÃO

Empregados de escritórios	36%
Proprietários, Diretores, Profissionais liberais	14%
Funções subalternas	19%
Posse de Carro	62%
Acesso à Internet	86%
Frequência de Uso – Metrô 5 a 7 dias / semana	78%

Linha Verde

➤ 800.000 pessoas / dia

SEXO

Masculino	37%
Feminino	63%

IDADE

18 a 34 anos	65%
35 a 44 anos	29%

CLASSE SOCIAL (*)

Classe Alta	43%
Classe Média	56%
Classe Baixa	1%

NÍVEL DE INSTRUÇÃO

Superior Completo	46%
Médio Completo	46%
Fundamental Completo	5%

OCUPAÇÃO

Empregados de escritórios	33%
Proprietários, Diretores, Profissionais liberais	18%
Funções subalternas	14%
Posse de Carro	68%
Acesso à Internet	92%
Frequência de Uso – Metrô 5 a 7 dias / semana	83%



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

2.600 monitores distribuindo
conteúdo digital em mais de **1.500**
ônibus.

✓ Sancas e Vidro do Motorista em
3.000 ônibus em São Paulo.

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



Mídia digital indoor Terminais Rodoviários

outernet
MÍDIA OUT OF HOME



Rodoviárias

A única empresa especializada em comunicação em terminais de passageiros



24h

Programação

Canal Digital e Projetos Especiais

Horários de Embarque e Desembarques

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

Circulação de **392 mil** pessoas por dia



5 terminais Grande SP :

Tietê / Barra Funda / Jabaquara
/ Guarulhos / Osasco

9 terminais Interior de SP:

Campinas / São José dos
Campos / Ribeirão Preto /
Guarujá / Jundiaí / São Carlos /
Mogi das Cruzes / Mogi Mirim /
São João da Boa Vista

Audiência e Perfil Outernet

outernet
MÍDIA OUT OF HOME



Audiência Efetiva
8.070.500

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

São Paulo



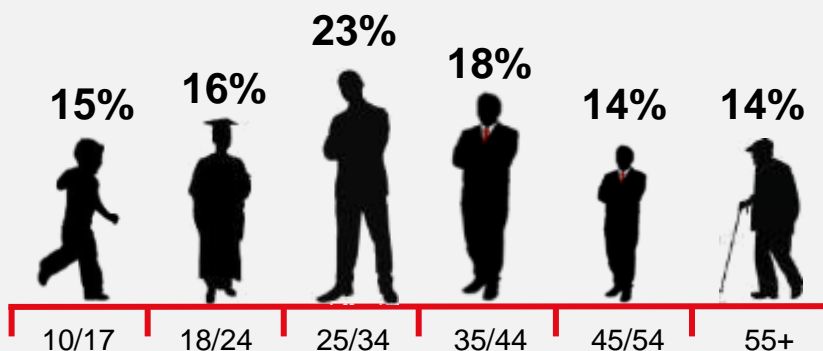
48% masculino

* População geral: 47%

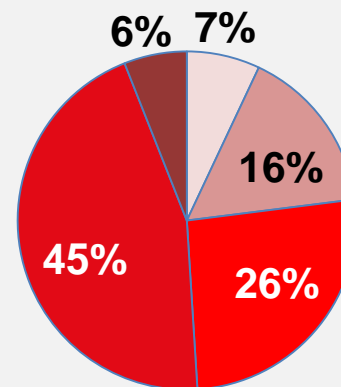


52% feminino

* População geral: 53%



* População geral: 10/17 anos – 15%; 18/24 anos – 14%; 25/34 anos – 21%; 35/44 anos – 17%; 45/54 anos – 14%; 55+ anos – 19%.



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

* População geral: B1 – 15%; B2 – 25%; C – 46%.

Ranking de audiência dos veículos

outernet
MÍDIA OUT OF HOME

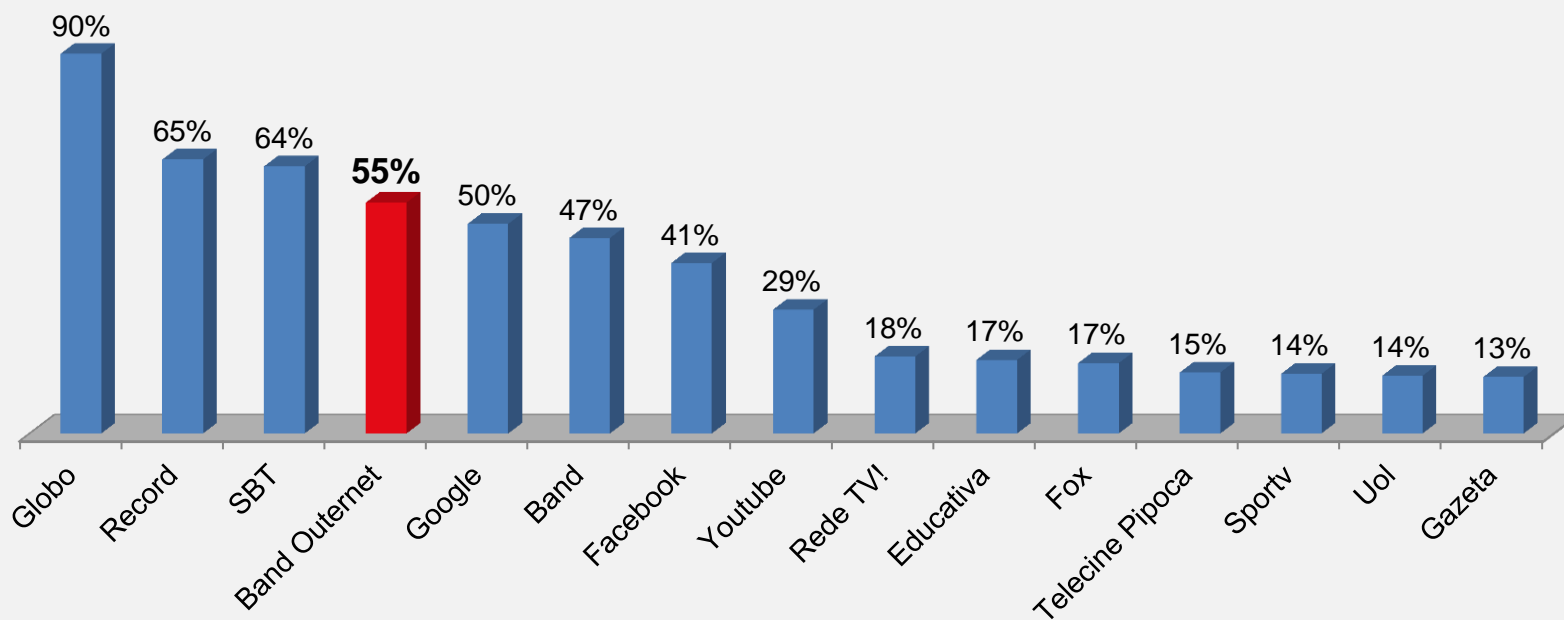


Audiência Efetiva **OUTERNET**

8.070.500

de pessoas que assistiram a programação nos canais da Band Outernet

São Paulo



Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

Variável Band Outernet: 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 rodovárias / recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo



90% de cobertura



RECORD

65% de cobertura



64% de cobertura



47% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



95% de cobertura

+ 4,7 pontos percentuais



83% de cobertura

+ 18,0 pontos percentuais



83% de cobertura

+ 19,5 pontos percentuais



75% de cobertura

+ 28,8 pontos percentuais

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo



FOX

17% de cobertura



**TELE
CINE
PIPOCA**

15% de cobertura



SPORTV

14% de cobertura



TNT

13% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



61% de cobertura

**+ 44,2 pontos
percentuais**



61% de cobertura

**+ 46,4 pontos
percentuais**



61% de cobertura

**+ 46,4 pontos
percentuais**



60% de cobertura

**+ 46,8 pontos
percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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 rodovárias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo



Google

50% de cobertura



41% de cobertura



You Tube

29% de cobertura



UOL

14% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



74% de cobertura

+ 24,0 pontos percentuais



70% de cobertura

+ 29,7 pontos percentuais



66% de cobertura

+ 36,2 pontos percentuais



60% de cobertura

+ 46,2 pontos percentuais

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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 rodovias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo

outernet
MÍDIA OUT OF HOME



13% de cobertura



11% de cobertura



11% de cobertura



10% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



60% de cobertura

+ 47,3 pontos percentuais



60% de cobertura

+ 48,5 pontos percentuais



59% de cobertura

+ 47,7 pontos percentuais



59% de cobertura

+ 48,9 pontos percentuais

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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 rodovias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanas (share Band Outernet: 21%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo

outernet
MÍDIA OUT OF HOME

**RÁDIO
GLOBO**

6% de cobertura



RB
RÁDIO BANDEIRANTES

3% de cobertura



JP

3% de cobertura



C CAPITAL
1040.COM

2% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



58% de cobertura

**+ 52,0 pontos
percentuais**



56% de cobertura

**+ 53,5 pontos
percentuais**



56% de cobertura

**+ 53,5 pontos
percentuais**



56% de cobertura

**+ 53,9 pontos
percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo



veja

11% de cobertura



CARAS

5% de cobertura



veja
São Paulo

4% de cobertura



ÉPOCA

3% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



59% de cobertura

**+ 48,4 pontos
percentuais**



57% de cobertura

**+ 52,0 pontos
percentuais**



56% de cobertura

**+ 52,6 pontos
percentuais**



56% de cobertura

**+ 52,7 pontos
percentuais**

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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 rodovias | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo



FOLHA DE S.PAULO

9% de cobertura



 **ESTADÃO**

8% de cobertura



metro 

7% de cobertura



 **AGORA**

4% de cobertura



outernet 55% de cobertura (8.070.500 de pessoas)



58% de cobertura

+ 49,2 pontos percentuais



58% de cobertura

+ 49,8 pontos percentuais



57% de cobertura

+ 50,0 pontos percentuais



56% de cobertura

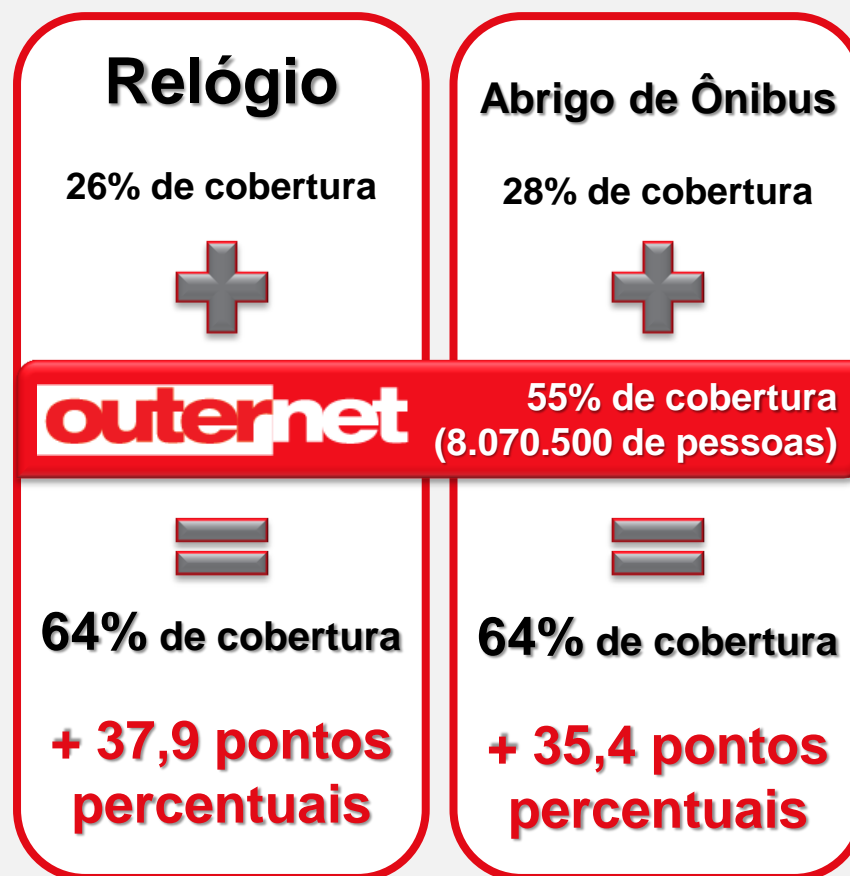
+ 52,6 pontos percentuais

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM - Julho/2012 a Junho/2013 - Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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 rodoviarías | recorda últ. 30 dias ter visto alguma propaganda em metrô, ônibus (share Band Outernet: 21%) ou sanças (share Band Outernet: 21%) - (8.070.500).

Incremento de Cobertura Outernet

Mercado: São Paulo



Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM –Julho/2012 a Junho/2013 – Gde São Paulo - Filtro: 10+ anos (14.692.100)

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%) - (8.070.500).