



MOBILIDADE
URBANA:
TERRITÓRIO
OUTERNET.

outer*net*
MÍDIA OUT OF HOME

NÓS AMAMOS A COMUNICAÇÃO

OUTERNET.
PARTE DO GRUPO BANDEIRANTES,
O MAIOR GRUPO DE COMUNICAÇÃO
DO BRASIL

ALIGA





GRUPO
BANDEIRANTES

Na vida dos brasileiros há 75 anos.

outer.net
MÍDIA OUT OF HOME

O mais completo grupo de comunicação
atuante em todo o Brasil e no exterior.

Mais de 35 marcas das mais diversas
plataformas da informação.

TV ABERTA		
TV POR ASSINATURA		
DISTRIBUIÇÃO		
RÁDIO		
MÍDIA IMPRESSA		
MÍDIAS DIGITAIS		
OUT OF HOME		
ENTRETENIMENTO		



OuterNet é a empresa líder
em mídia out of home no Brasil,
que engloba soluções de
comunicação em transporte
público nas principais cidades
desde 2009.



NÓS AMAMOS METRÓPOLES

SÃO PAULO
RIO DE JANEIRO
BRASÍLIA
PORTO ALEGRE
BELO HORIZONTE

ESTAMOS
PRESENTES
NAS DEMAIS
CIDADES

QUE MOVIMENTAM A
CULTURA, O CONSUMO E O
COMPORTAMENTO DO PAÍS



A maior presença nacional.

Mais de 40 mil pontos de
mídia em transportes públicos.



Presente em 28 cidades.

	Metrô	Ônibus	Terminais	Hidro Vias
São Paulo - SP	•	•	•	
Rio de Janeiro - RJ		•	•	•
Brasília - DF	•	•	•	
Porto Alegre - RS	•	•	•	•
Belo Horizonte - MG				•
Guarulhos - SP				•
Osasco - SP				•
Campinas - SP				•
São José dos Campos - SP				•
Ribeirão Preto - SP				•
Guarujá - SP				•
Jundiaí - SP				•
São Carlos - SP				•
Mogi das Cruzes - SP				•
Mogi Mirim - SP				•
Guarulhos - SP				•
São João da Boa Vista - SP				•
Niterói - RJ				•
Angra dos Reis - RJ				•
Campo Grande - MT				•
Poços de Caldas - MG				•
Aracajú - SE				•
Fortaleza - CE				•
Recife - PE				•
João Pessoa - PB				•
Natal - RN				•

Outernet.
No movimento das cidades mais ricas, populosas e com maior potencial de consumo desse país.

→ **44%**

da população dos quatro principais mercados, é atingida pela Outernet.

→ **67%**

da população das grandes cidades se movimenta por transporte público.



NÓS AMAMOS GENTE EM MOVIMENTO.

ATINGIMOS MAIS
DE 13 MILHÕES DE PESSOAS
QUE MOVIMENTAM O
CONSUMO DESSE PAÍS.

CLASSE MÉDIA.

GENTE JOVEM,
SUPERCONECTADA,
QUE DESEJA POSSUIR
SEMPRE MAIS COISAS.



→ 59%

Da população dos quatro mercados, tem acesso à internet.

→ 31%

Da população dos quatro mercados utiliza com mais frequência a conexão de banda larga em casa

O meio com maior aumento de penetração na classe média.



NÓS AMAMOS
OS TRENDSETTERS
DA CIDADE

GERAÇÃO BC.
O FUTURO DO BRASIL

Trendsetters em suas famílias e nos ambientes que frequentam.

Gente com maior escolaridade que seus pais, que em sua maioria estão na universidade.

Buscam o crescimento e veem o estudo como impulso para uma vida melhor.

Os brasileiros mais conectados, pertencentes às gerações Y e Z.

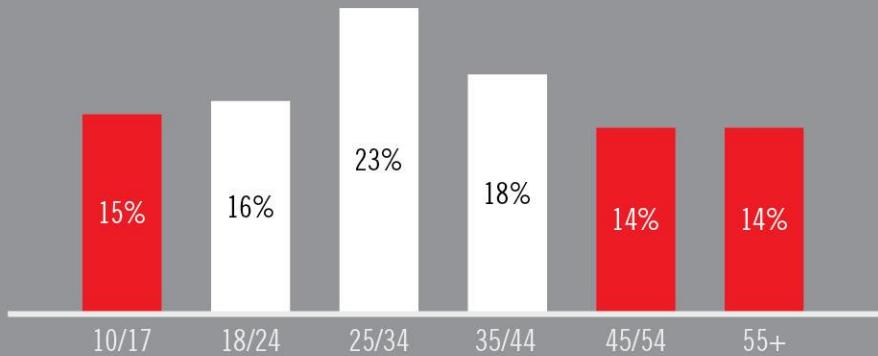
Pessoas mais conscientes da sua importância na sociedade, que valorizam as suas conquistas.



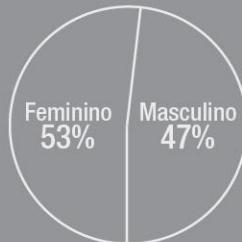
PERFIL OUTERNET



57% de 18 a 44 anos



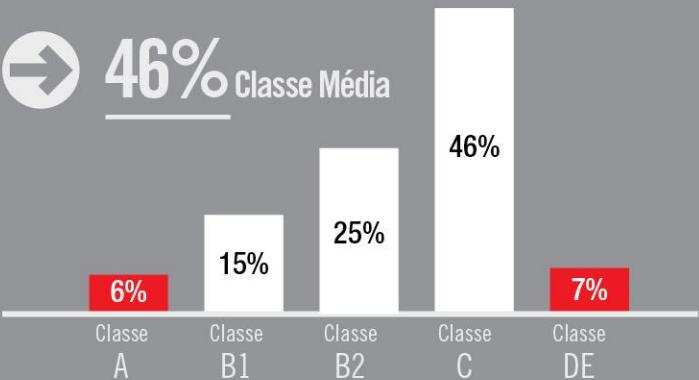
* População geral: 10/17 anos – 15%; 18/24 anos – 13%; 25/34 anos – 21%;
35/44 anos – 17%; 45/54 anos – 15%; 55+ anos – 19%.



Percentagens iguais
à população geral.



46% Classe Média



* 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 I 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 ônibus (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias I 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).



NÓS AMAMOS AUDIÊNCIA.



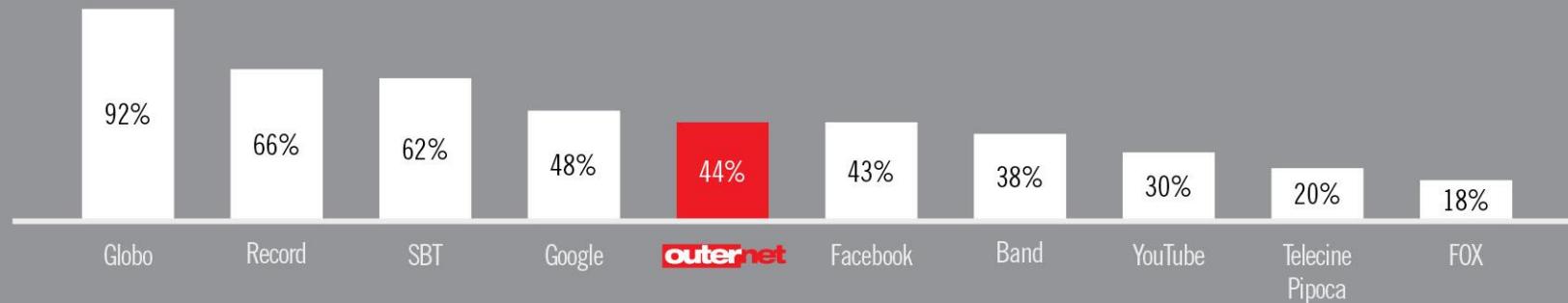
AUDIÊNCIA OUTERNET

→ 13.064.600

de pessoas que assistiram a programação nos canais da Outernet.*

*São Paulo, Rio De Janeiro, Brasília e Porto Alegre.

RANKING DOS VEÍCULOS



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 I 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 ônibus (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias I 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).



A quinta maior audiência da mídia brasileira.

A mídia obrigatória no dia a dia da classe média, a maior consumidora do País.

Gente que passa mais tempo fora de casa do que qualquer outro público.

Um espaço com grande tempo de espera forçada em seus deslocamentos e alto nível de audiência e penetração, que atinge a massa.

Onde toda hora é horário nobre.

Uma TV fora de casa, que está com o público onde ele for.



TV MINUTO. O CONTEÚDO DA OUTERNET.

PRESENTE NOS METRÔS,
ÔNIBUS E TERMINAIS
RODOVIÁRIOS DO BRASIL.

outer
NET
MEDIA OUT OF HOME



ARQUITETURA DE MARCAS

outer.net
MÍDIA OUT OF HOME

TV MINUTO

TVO

MOVTV



NEXTMEDIA
RÁDIO

OUTBUS
O SISTEMA DE ÔNIBUS

outer.net



tvMinuto
A sua TV fora de casa.

UNIFICAMOS AS NOSSAS
MARCAS E AGORA TODA
A MÍDIA DIGITAL TERÁ
O CONTEÚDO TV MINUTO.

SÃO PAULO

- Ônibus
- Metrôs
- Terminais

RIO DE JANEIRO

- Ônibus
- Terminais

PORTO ALEGRE

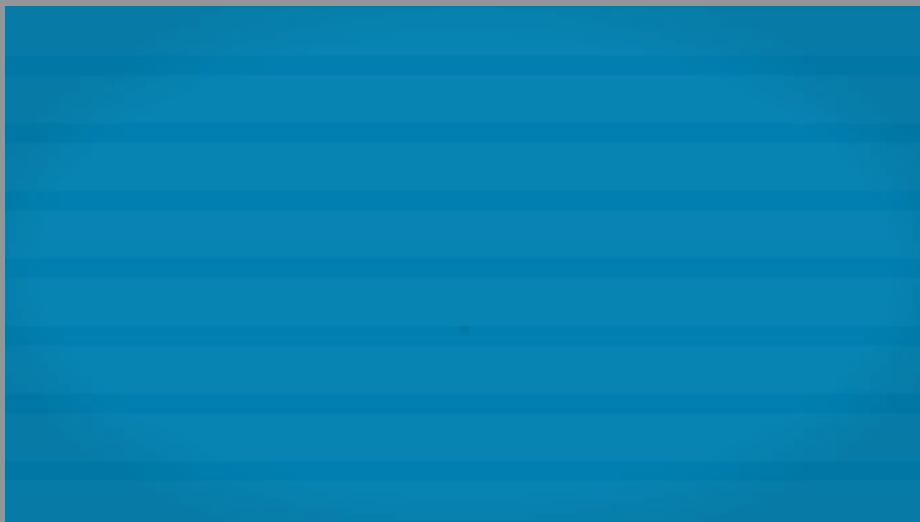
- Ônibus
- Metrôs
- Terminais
- Catamarã

BRASÍLIA

- Ônibus
- Metrôs
- Terminais



PROGRAMAÇÃO



TECNOLOGIA ISDBT.

SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO DE SINAL ISDBT

- DIFERENCIAL FUNDAMENTAL;
- ENORME CAPACIDADE DE GANHA DE ESCALA;
- QUALIDADE DE SINAL HD COM BAIXO CUSTO DE OPERAÇÃO;
- O SISTEMA IDEAL PARA TRANSMISSÃO DE VÍDEOS



- Sistema de transmissão de TV;
- Programação com estrutura de TV;
- Audiência de TV.

**Agregador de Frequência de Exposição
para Anunciantes Tradicionais.**

Inclusão para Anunciantes Menores.

A SUA TV FORA DE CASA

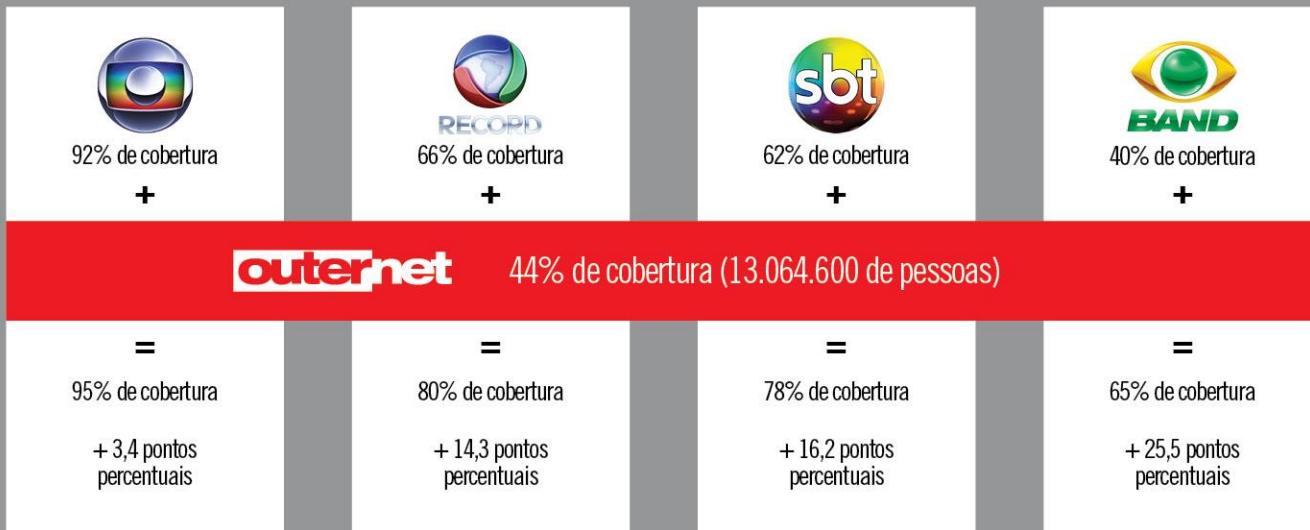


NÓS AMAMOS RESULTADOS.

A MELHOR MÍDIA
COMPLEMENTAR
PARA SUA CAMPANHA

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 ou sancas; 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 ou sancas; 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 (16.917.000).



INCREMENTO DE COBERTURA OUTERNET

4 MERCADOS: SÃO PAULO | RIO DE JANEIRO | BRASÍLIA | PORTO ALEGRE



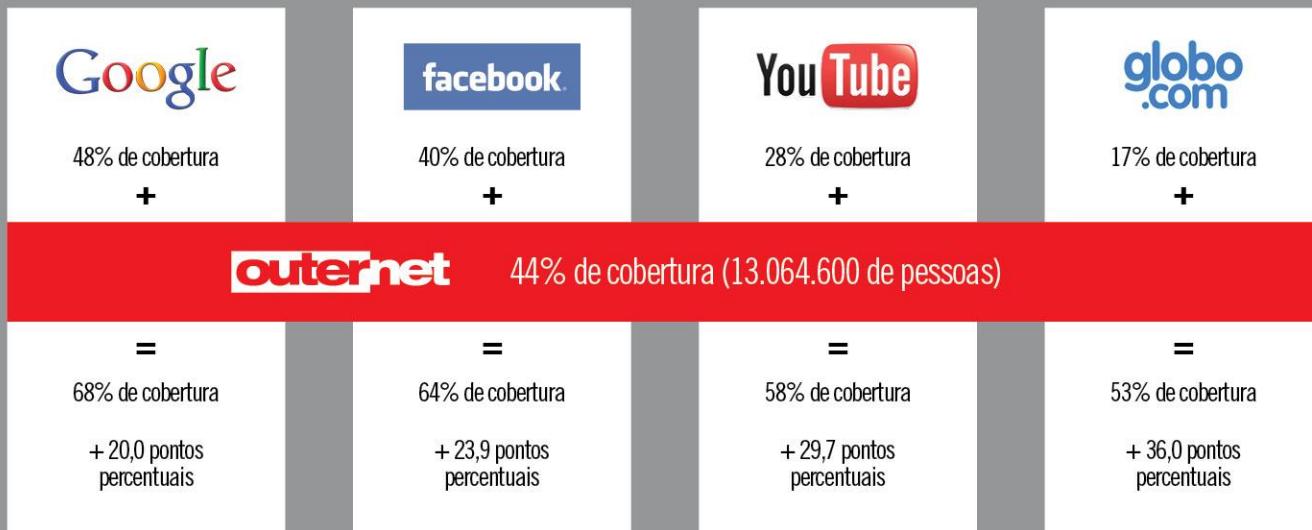
Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM – Julho/2012 a Junho/2013 – Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Brasília/DF - Filtro: 10+ anos (29.493.000)

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 ou sancas; 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 ou sancas; 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 (16.917.000).



INCREMENTO DE COBERTURA OUTERNET

4 MERCADOS: SÃO PAULO | RIO DE JANEIRO | BRASÍLIA | PORTO ALEGRE



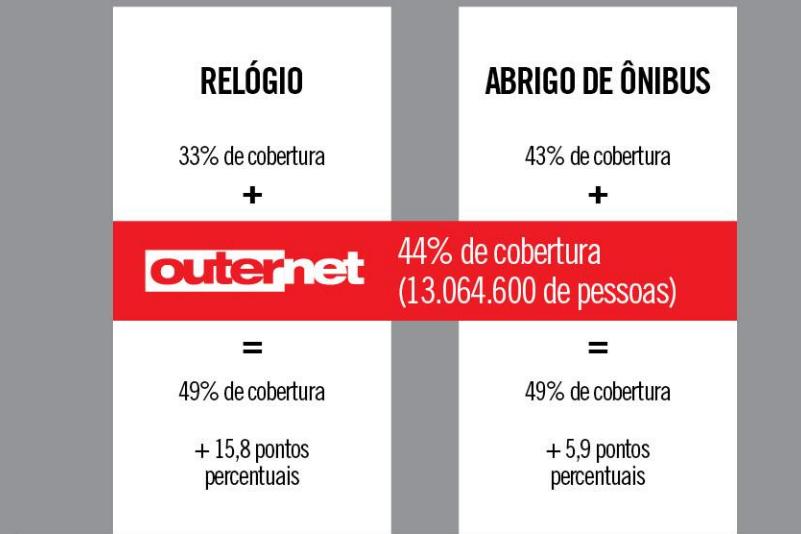
Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM – Julho/2012 a Junho/2013 – Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Brasília/DF - Filtro: 10+ anos (29.493.000)

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 ou sancas; 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 ou sancas; 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 (16.917.000).



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 I 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 ônibus (share Band Outernet: 57%) ou rodoviárias I 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).



NÓS AMAMOS ESTAR COM AS PESSOAS.

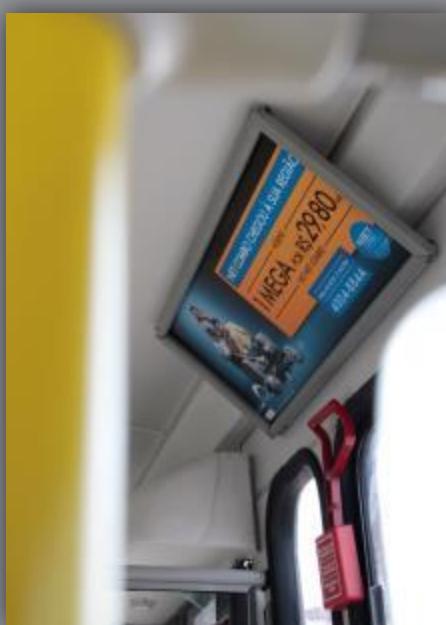
A MAIOR COBERTURA
DO SEGMENTO COM MÍDIA
DIGITAL E ESTÁTICA.



OUTERNET. A MÍDIA ESTÁTICA DOS TRANSPORTES.

PRESENTE NOS METRÔS,
ÔNIBUS E TERMINAIS
RODOVIÁRIOS DO BRASIL.





A large advertisement is displayed on the side of a bus shelter. The text includes:

- VESTIBULAR UNICID 2º SEMESTRE
- PROVA TRADICIONAL INSCREVA-SE JÁ
- BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS PARA TRANSFERÊNCIAS E 2º GRADUAÇÃO
- CURSOS PRESENCIAIS E À DISTÂNCIA
- PRÓXIMO DA ESTAÇÃO 2107-5497 SAIBA MAIS EM UNICID.COM.BR
- UNICID Universidade Cidade de São Paulo

Below the text is a photo of a young couple smiling.





ORLA TV.
A TV CHEGOU
NA PRAIA.

450.00 PESSOAS IMPACTADAS POR DIA,
COM UMA PROGRAMAÇÃO EXCLUSIVA.

DOOH COM 100% DE COBERTURA
NA ORLA DO RIO DE JANEIRO.

ATIVAÇÕES E GRANDES FORMATOS

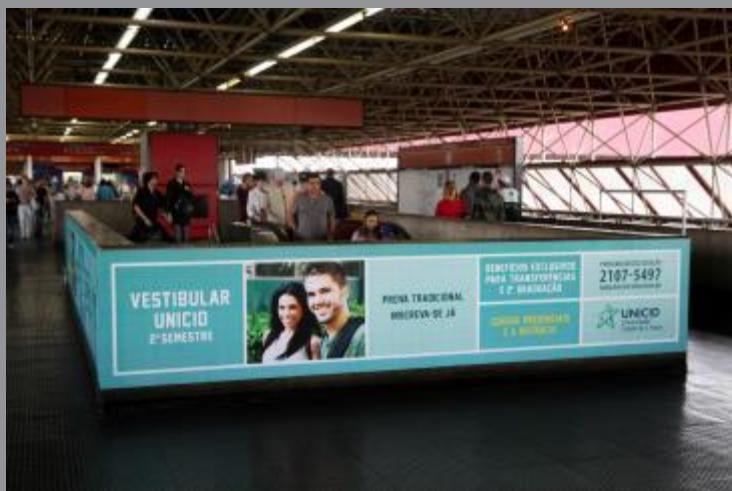


UNICID



Painéis exclusivos na passarela, mezanino e escada rolante.

Para anunciar o vestibular do 2º semestre da universidade, a Unicid inovou ao utilizar grande painéis na escada rolante, passarela e mezanino da estação Carrão do metrô.



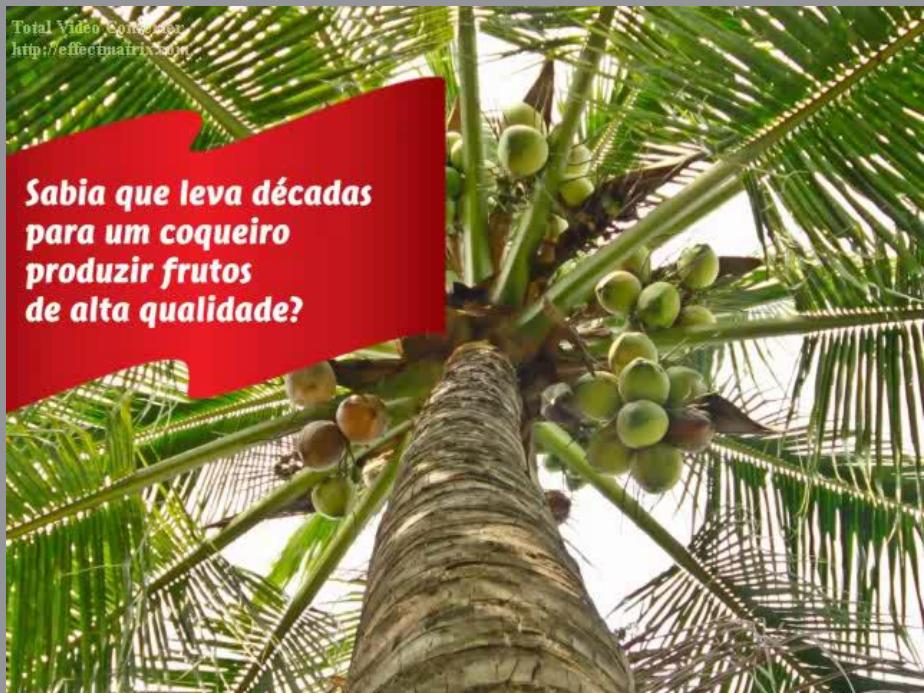
ELO



Campanha institucional dos Cartões Elo,
através da adesivação interna das janelas do
metrô na linha vermelha.



COCO DO VALE



Em campanha institucional da marca, a Coco do Vale utilizou as telas da Band Outernet no metrô para comunicar sobre suas pop-up stores (pequenos estandes de venda) localizados nas estações Tatuapé e Brás, da linha vermelha e Vila Mariana, da linha azul.



LFG

outernet
MÍDIA OUT OF HOME



Campanha para divulgar os cursos de Pós Graduação Jurídica e voltados para concursos públicos da LFG através da adesivação interna das janelas do metrô nas linhas verde e azul.



ARCOR



outer*net*
MÍDIA OUT OF HOME

A ação consiste na entrega de samplings (cookies Cereal Mix) nas estações do metrô Ana Rosa, Consolação, República, Barra Funda e Luz.



UNIVERSIDADE BRAZ CUBAS



Com o intuito de divulgar a campanha institucional da Universidade Braz Cubas, foram distribuídos flyers informativos na estação da Sé durante 5 dias.



BURGER KING



A ação consiste na distribuição de cupons de desconto do Burguer King onde a pessoa consumia um sanduiche e ganhava outro.

Além da ação na plataforma do metrô, também foram exibidos filmes nas telas do interior dos vagões.



INTERAÇÃO VIA SMS

CAMPANHA: “EMPREGO LIGADO”



A Emprego Ligado, com o intuito de informar e auxiliar, criou uma campanha para ajudar aqueles que estão em busca de um emprego.

Ao enviar a palavra “GRÁTIS” para determinado número, os usuário de ônibus recebiam, gratuitamente, vagas de emprego diretamente no celular.

INTERAÇÃO VIA SMS

CAMPANHA: “DIA DAS MÃES”



A campanha de C&A para o dia das mães, ajudava o usuário de transporte público a escolher um presente para as mães.

As pessoas deviam enviar uma mensagem grátis para 27800 com os dizeres #maescea e indicar uma faixa de preço entre R\$30,00 e R\$200, exemplo: #maescea80.

Em seguida recebiam sugestões de presentes com a faixa de preço escolhida.

INTERAÇÃO VIA E-MAIL

CAMPANHA: “VOCÊ NA TV”



outer*net*
MÍDIA OUT OF HOME

Os usuários de ônibus mandavam suas
histórias para o email
vocenatv@tco.com.br e tinham-nas
contadas pelas telas da Band Outernet
em forma de quadrinhos animados.

INTERAÇÃO VIA SMS

CAMPANHA: “DELEITE”



Envio de SMS com a palavra “DELEITE” para receberem receitas de sanduíches e o link para verificar o modo de preparo.

Resultado: 76.662 SMS's enviados em 20 dias.

A campanha tinha previsão de 30 dias de veiculação e foi suspensa 10 dias antes, devido ao volume acima do esperado.



OUTERNET.
O MAIOR GRUPO
DE OOH DO BRASIL.