



## O OOH dentro de nossas vidas

Em meio a um mundo onde somos impactados por diferentes informações todo o tempo, a Mídia Exterior (OOH) emerge como uma forma inovadora de impactar o público. Suas mensagens e imagens ecoam pelas cidades, integrando-se à paisagem urbana e trazendo consigo uma poderosa influência. A importância da publicidade OOH reside não apenas na sua visibilidade, mas também na interação que oferece e na capacidade de converter impressões em ações concretas.

Os outdoors, painéis e instalações OOH tornaram-se uma parte da rotina cotidiana. Eles capturam a atenção, seja em uma movimentada avenida ou em uma tranquila rua de bairro. Essa constante presença gera uma forte conexão com os consumidores, aumentando o reconhecimento da marca e influenciando suas escolhas. Ao se destacar na paisagem, a Mídia Exterior se torna um componente não intrusivo e memorável do ambiente urbano, muito efetivo para ativar produtos e soluções

com o público certo, na hora certa.

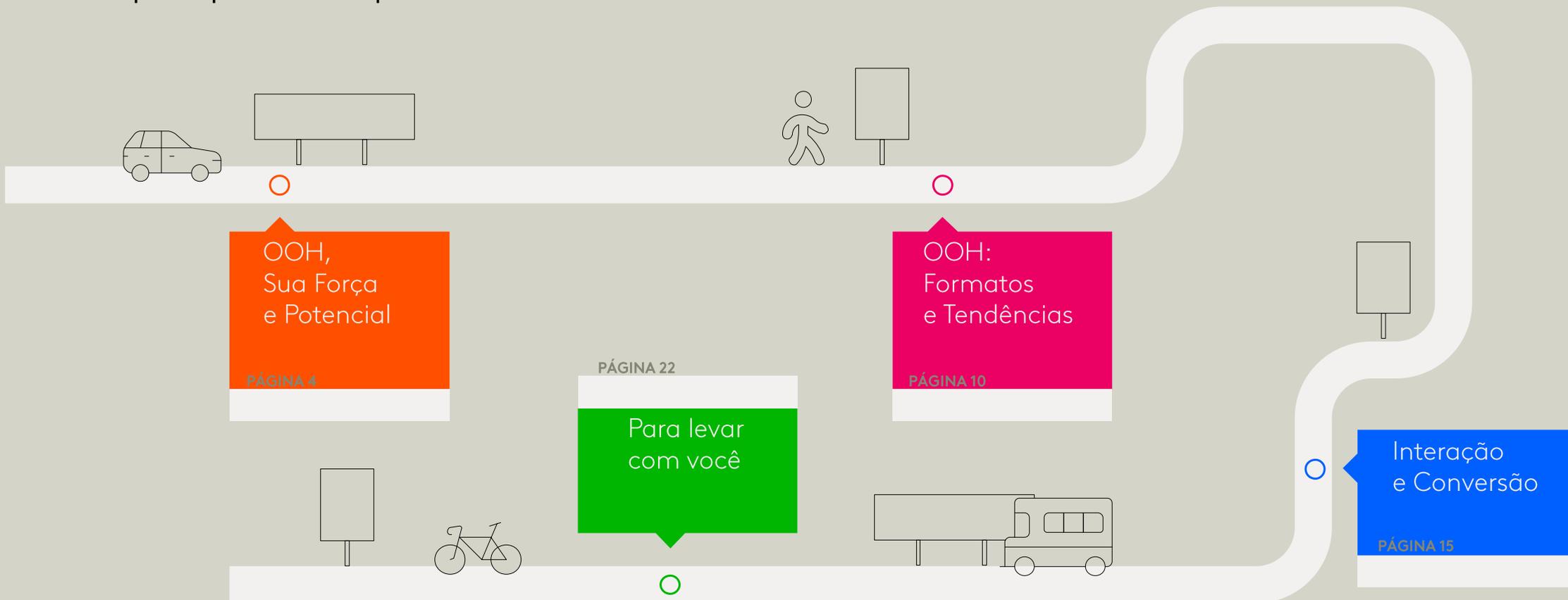
Isso leva diretamente a caminhos para conversão de vendas através da publicidade em OOH, mostrando a versatilidade do meio, presente em toda nossa jornada diária, garantindo às marcas grande visibilidade, alto impacto, além de alcance e cobertura destacadas.

**Paula Carvalho**  
Diretora Comercial – Media Owners  
Kantar IBOPE Media

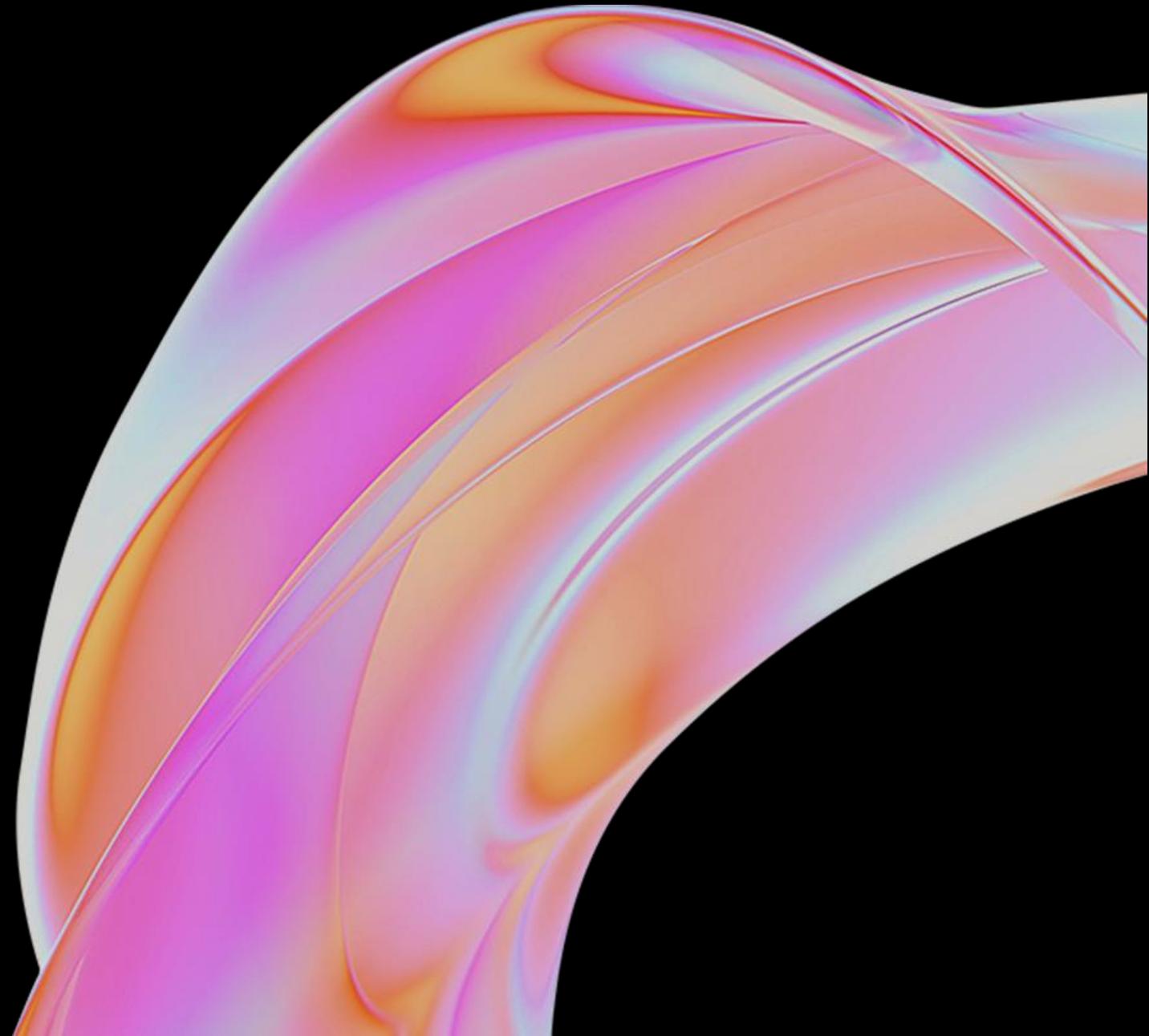


# Navegue por OOH

Passo a passo para o nosso passeio de dados



**OOH,**  
Sua Força  
e Potencial



# Out of World

**OOH tem presença sólida ao redor de todo o mundo.**

Na América Latina, a penetração do meio se destaca quando comparada com importantes países da Europa.



**83%**  
LATAM



**76%**  
ESPAÑA



**69%**  
ALEMANHA



**65%**  
REINO UNIDO



**62%**  
FRANÇA

# Destaque nacional

No Brasil,  
OOH atinge

89%

da população,  
de acordo com dados  
do Target Group Index.  
Ele é o **segundo meio  
mais consumido no país.**  
Isso representa um  
aumento de 6% nos  
últimos 7 anos.

# Em todo o país

## OOH tem importância em mercados locais

Ao analisar a penetração do meio, considerando a exposição nos últimos 30 dias, ela chega a 95% em Brasília, 95% em Recife e 93% em Fortaleza.

Em comparação ao consumo de outros meios, OOH já é o mais consumido em 4 dos 15 mercados e o segundo mais consumido nos outros 11.

### NORDESTE

RM RECIFE  
1º EM PENETRAÇÃO 95%

RM FORTALEZA  
1º EM PENETRAÇÃO 93%

RM SALVADOR  
2º EM PENETRAÇÃO 88%

### SUDESTE

RM SÃO PAULO  
2º EM PENETRAÇÃO 91%

RM CAMPINAS  
2º EM PENETRAÇÃO 90%

BAIXADA SANTISTA  
2º EM PENETRAÇÃO 90%

RM RIO DE JANEIRO  
1º EM PENETRAÇÃO 89%

RM BELO HORIZONTE  
2º EM PENETRAÇÃO 88%

SÃO PAULO INTERIOR  
2º EM PENETRAÇÃO 86%

### SUL

RM CURITIBA  
2º EM PENETRAÇÃO 90%

RM FLORIANÓPOLIS  
2º EM PENETRAÇÃO 89%

RM PORTO ALEGRE  
2º EM PENETRAÇÃO 88%

SUL SUDESTE INTERIOR  
2º EM PENETRAÇÃO 87%

### CENTRO-OESTE

RM DISTRITO FEDERAL  
1º EM PENETRAÇÃO 95%

RM GOIÂNIA  
2º EM PENETRAÇÃO 89%

# Marcando por onde (o público) passa

Presente em diferentes locais e momentos de nossas vidas, são diversas as características relacionados à OOH que marcam cada um dos brasileiros.

As principais características citadas em uma pesquisa especial\* que realizamos para entender melhor o meio, tem relação com criatividade, tecnologia e na ajuda com informações sobre compras.

\*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial?

Entre em contato através de [digital@kantariibopemedia.com](mailto:digital@kantariibopemedia.com)

## Características mais marcantes dos anúncios em Mídia Exterior/OOH (TOP 4)



# Mobilidade na Jornada

96% dos respondentes do Target Group Index se locomoveram pelas cidades e utilizaram algum meio de transporte em 2023 (em um período de 7 dias).

Destaque para o aumento no tempo passado por semana, em média, em locomoção, que chegou a 7h17 minutos (um aumento de 1h11 minutos no último ano).

## Meios de Transporte

96%

Utilizaram algum meio de transporte (últimos 7 dias)

7h17

▲ Aumento de 1h11 no último ano

Tempo médio semanal em meios de transporte (últimos 7 dias)

### Entre aqueles que utilizaram algum meio de transporte (últimos 7 dias):

48%

Andaram a Pé (últ. 7 dias)

46%

Carro (últ. 7 dias)

38%

Transporte Público (últ. 7 dias)

23%

▲ Aumento de 121% nos últimos 5 anos

Serviços como Uber, 99, Cabify e similares (últ. 7 dias)

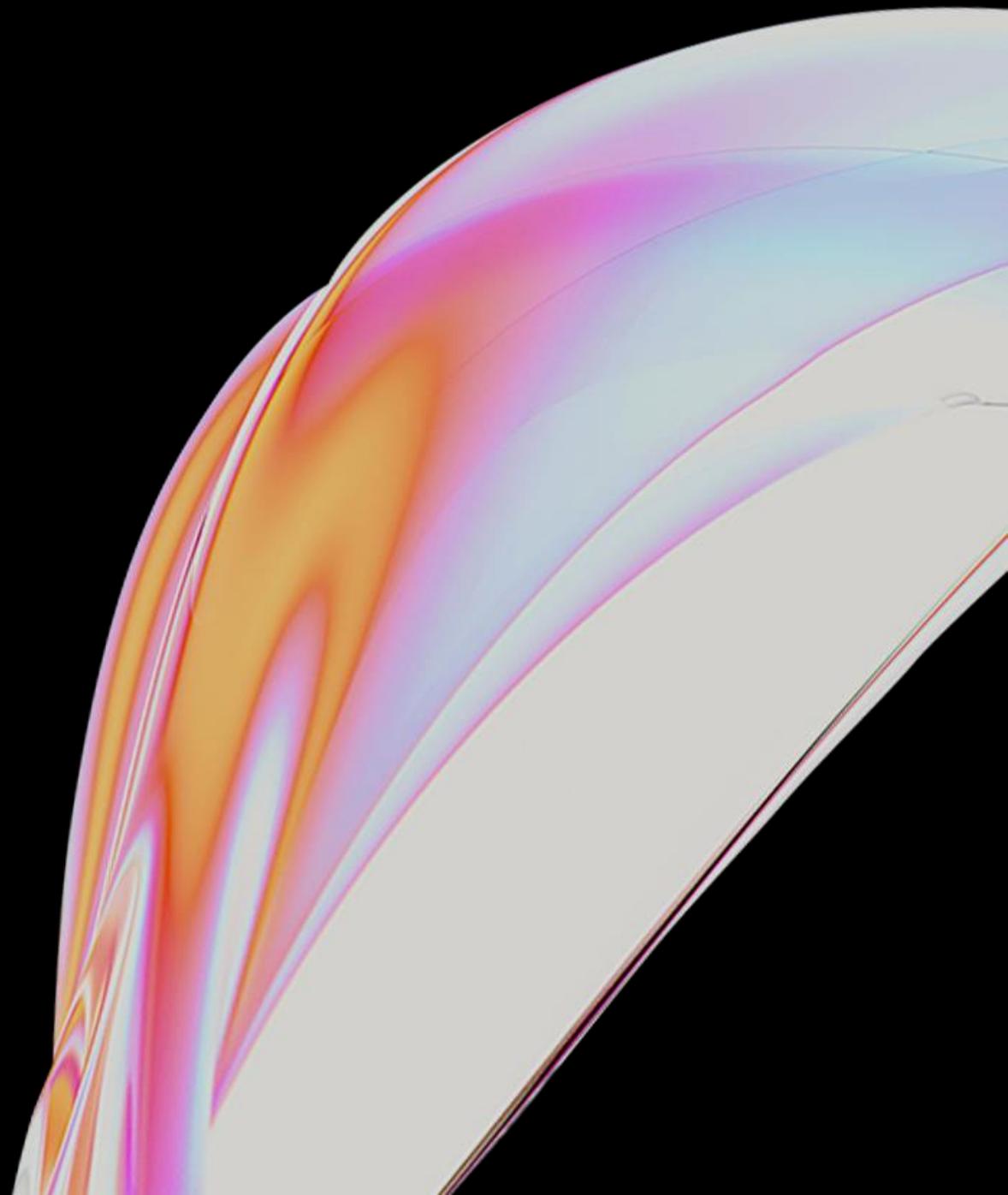
11%

▲ Aumento de 25% nos últimos 5 anos

Bicicleta (últ. 7 dias)

**OOH:**

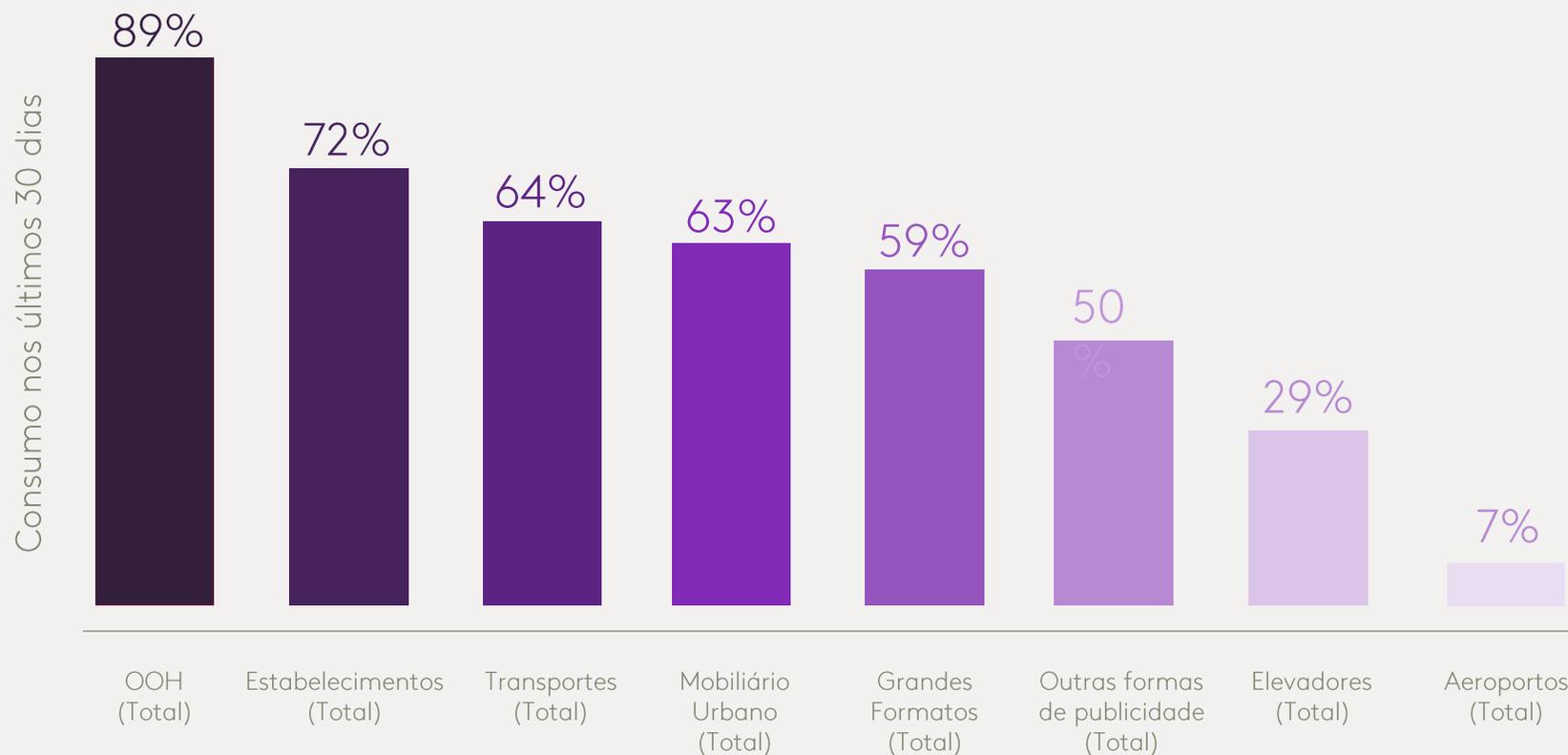
Formatos e  
Tendências



# Penetração OOH Formatos

Analisando individualmente os formatos de OOH, existe uma presença marcante na vida dos brasileiros.

Destaque para a publicidade em Estabelecimentos (72%), Transportes (64%), Mobiliário Urbano (63%) e Grandes Formatos (59%).



# Formatos de Exibição Digitais

[ o futuro (e o presente) estão no digital ]

Formatos de Exibição de Publicidade Digitais estão cada vez mais presente e são o futuro (e o presente) da Mídia Exterior.

Entre as pessoas que viram Publicidade em OOH, quase 7 em cada 10 viram formatos Digitais.

66%

Observaram anúncios em formatos DOOH (últimos 30 dias)

14%

De aumento nos últimos 6 anos



# O Impacto Digital

A publicidade em formatos digitais abre diferentes possibilidades para uso de criatividade e interatividade por parte das marcas para alcançar o público de maneira efetiva. Isso pode ser percebido diretamente no impacto e aceitação deles com o público.

[ Chamando a atenção... ]

93%

acreditam que anúncios de Mídia Exterior/OOH em Formatos Digitais **chamam mais atenção**.

[ ...E caindo no gosto do público ]

81%

**gostam de ver** anúncios de Mídia Exterior/OOH em Formatos Digitais.

\*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial?  
Entre em contato através de [digital@kantariopemedia.com](mailto:digital@kantariopemedia.com)

Fonte – Kantar IBOPE Media | Pesquisa Especial Inside OOH 2023 | 13 RMs | Junho 2023  
Filtro: Entre quem viu anúncios em Mídia Exterior/OOH

## PESQUISA ESPECIAL Inside



## Uma visão inédita e exclusiva sobre OOH

Tenha uma visão ampla e exclusiva sobre publicidade em Mídia Exterior/OOH com uma pesquisa exclusiva realizada pela Kantar IBOPE Media.

Através de perguntas inéditas, entenda melhor o potencial de interação, conversão e um panorama sobre como a digitalização impacta a percepção do público sobre o meio.

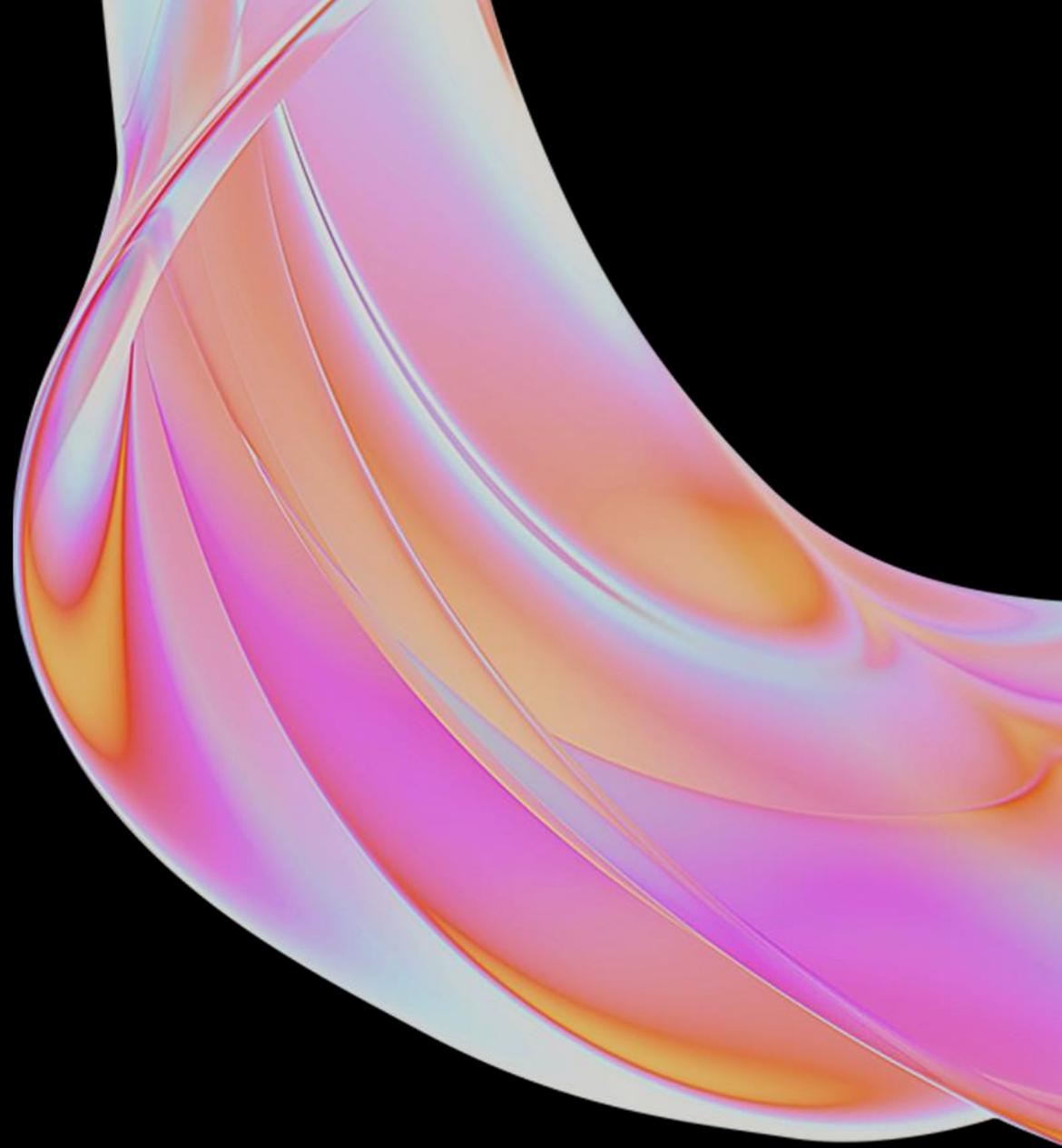
### Com a Pesquisa Especial Inside OOH, conheça informações exclusiva sobre:

- Maneiras de interação com anúncios em OOH
- Comprou ou pesquisou algum produto/serviço em função de um anúncio que viu em OOH? Quais foram esses produtos/serviços?
- Quais as características mais marcantes do meio?
- Relação com anúncios em Formatos Digitais de OOH
- Datas comemorativas em que mais viu e em que mais se influencia por anúncios em OOH
- Frases exclusivas de Opiniões e Atitudes sobre a relação com o meio

### QUER SABER MAIS?

Para conhecer mais sobre a Pesquisa Especial Inside OOH, procure seu consultor da Kantar IBOPE Media ou entre em contato pelo e-mail: [digital@kantariibopemedia.com](mailto:digital@kantariibopemedia.com)

**OOH,**  
Interação e  
Conversão



# Interação Ativa

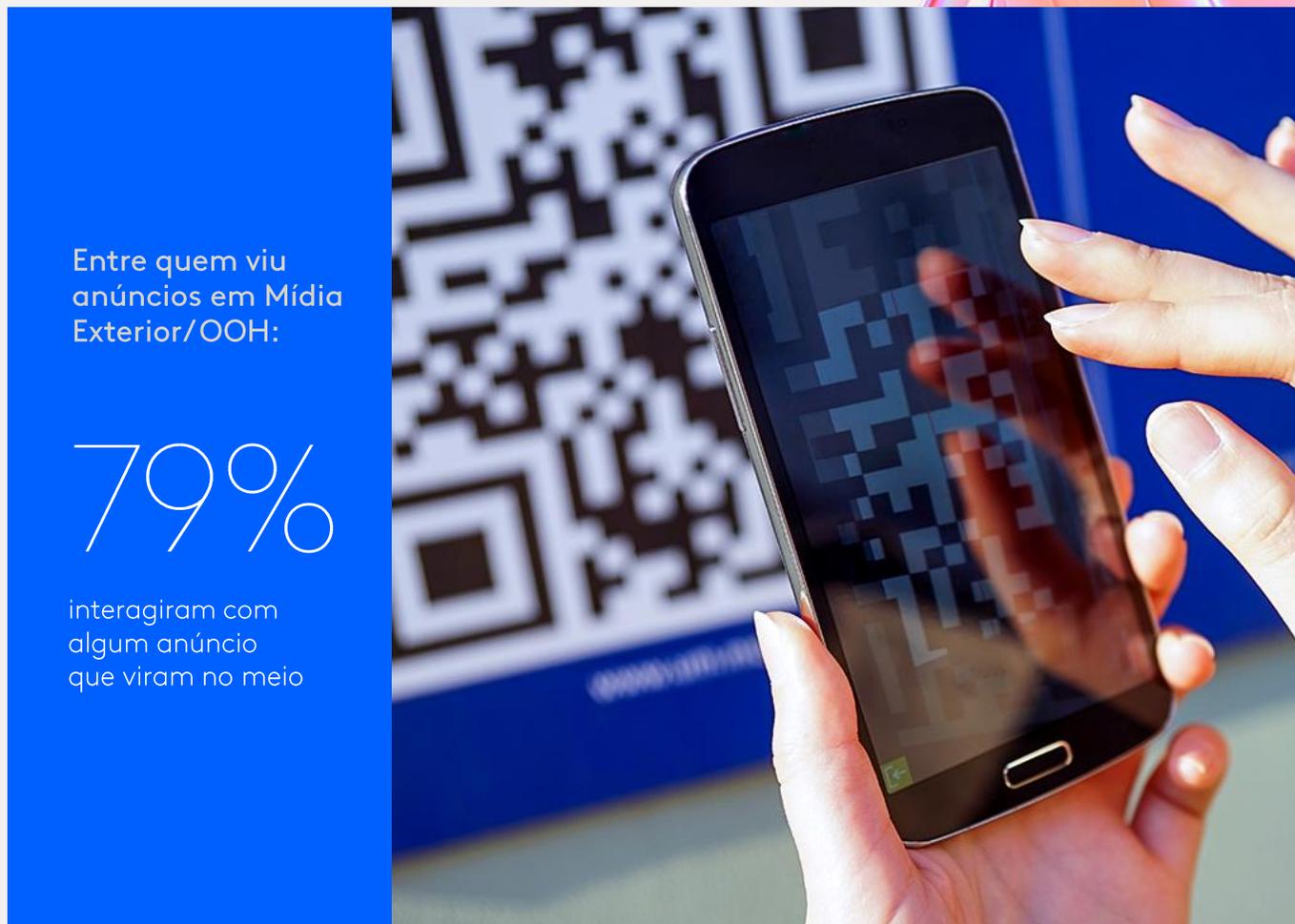
A publicidade em OOH oferece diferentes e criativas maneiras para marcas anunciarem e interagirem com o público.

\*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de [digital@kantariopemedia.com](mailto:digital@kantariopemedia.com)

Entre quem viu  
anúncios em Mídia  
Exterior/OOH:

79%

interagiram com  
algum anúncio  
que viram no meio



# Interatividade variada

## TOP 3 Formatos de interação com Publicidade OOH (entre quem interagiu):



40%

Busca por  
informações  
sobre a marca  
posteriormente



37%

Passou a seguir  
as redes sociais  
da marca



31%

Escaneando  
um QR Code

# Comemoração em OOH

A publicidade em OOH é amplamente utilizada por marcas para atingir o público em importantes datas comemorativas.

Mais da metade de quem viu publicidade em OOH se lembra de ter visto no Dia das Mães..

\*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de [digital@kantariopemedia.com](mailto:digital@kantariopemedia.com)

Entre quem viu anúncios em Mídia Exterior/OOH:

57%

Se lembram de ter visto anúncios em OOH no DIA DAS MÃES.



# O poder de converter

O poder criativo e a presença em diversos momentos e situações da publicidade se evidencia já que quase 7 em cada 10 pessoas que viram anúncios em OOH compraram ou pesquisaram algum produto/serviço nesse tipo de publicidade.

\*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de [digital@kantariopemedia.com](mailto:digital@kantariopemedia.com)

Entre quem viu anúncios em Mídia Exterior/OOH:

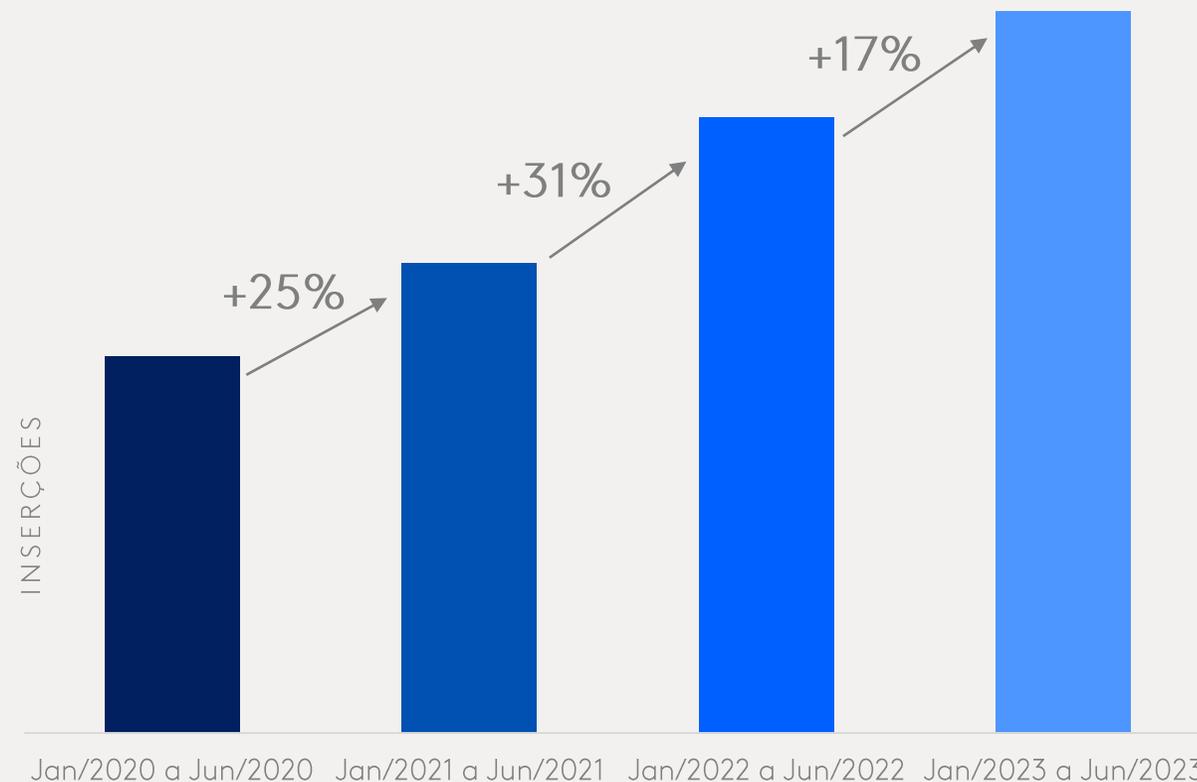
68%

**já compraram ou pesquisaram algum produto/serviço em função de um anúncio que viu em Mídia Exterior/OOH**



# Em constante crescimento

A aposta das marcas em OOH é crescente ao longo dos últimos anos. A pandemia impactou o investimento publicitário no meio, mas a partir do primeiro semestre de 2021 houve um crescimento destacado que seguiu nos anos seguintes.



# O Digital chegou para ficar (e se destacar)

O destaque dos Formatos Digitais de Exibição em Publicidade em OOH fica claro quando vemos o aumento na distribuição de Inserções neles ao longo dos últimos anos.

+21%

Participação de inserções em Formatos de Exibição Digitais 2023 x 2022

**2023**

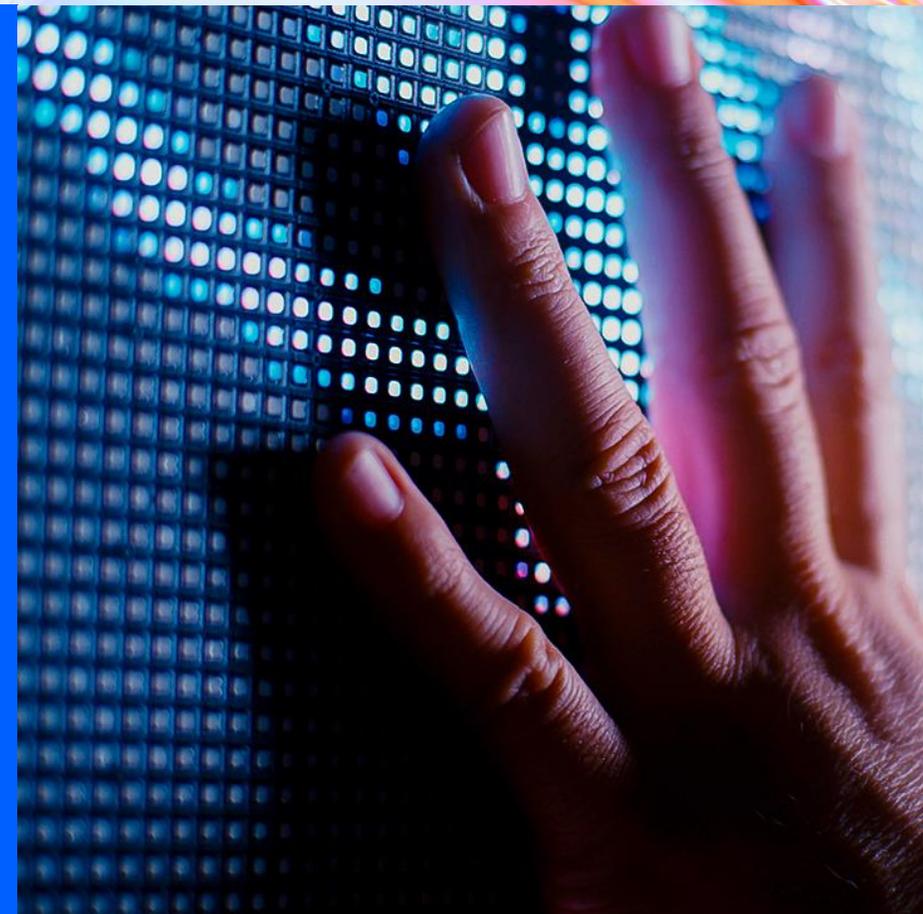
**93%** Digital

**7%** Estático

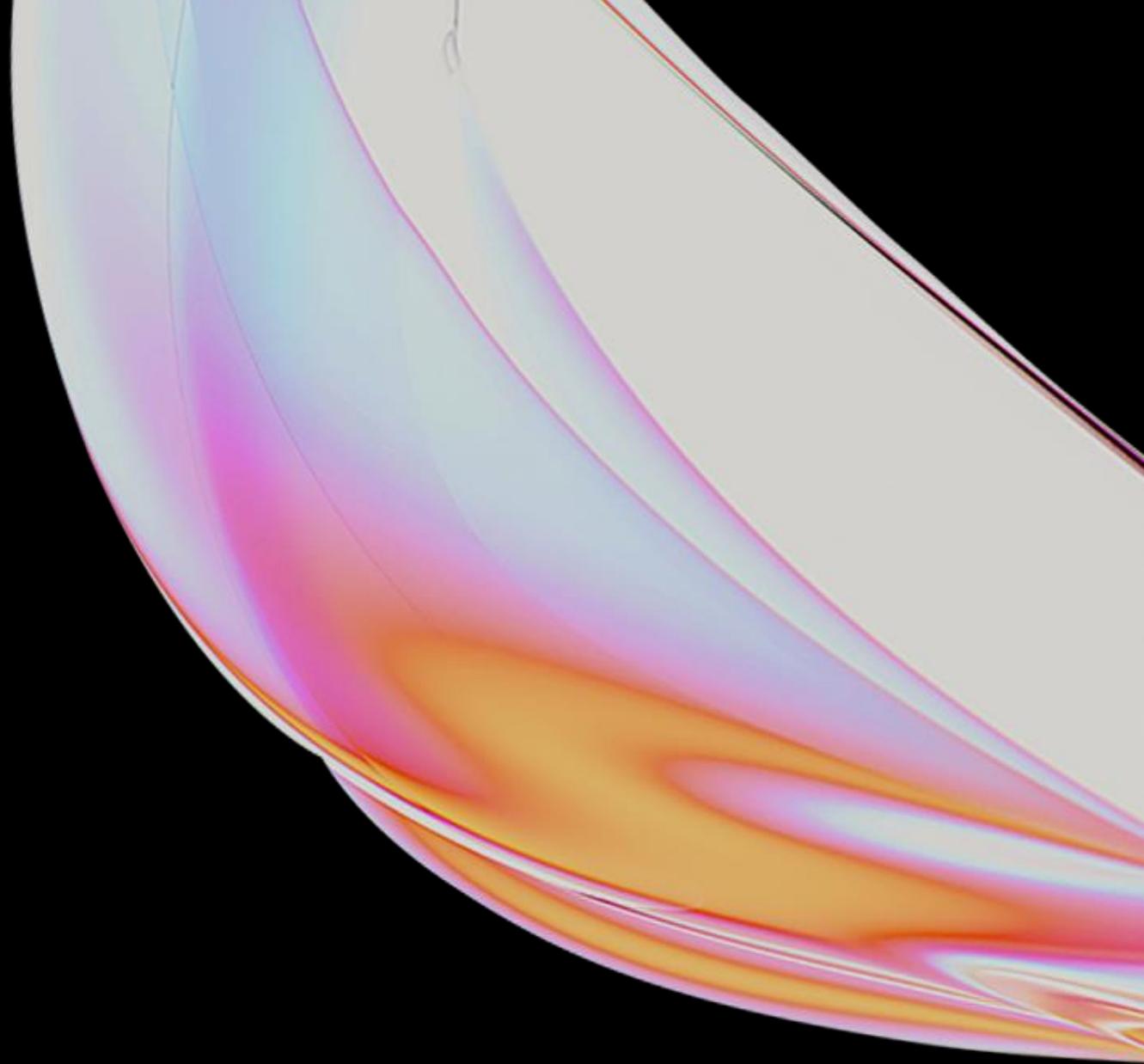
**2022**

**90%** Digital

**10%** Estático



Para **levar**  
**com você**



# Para **levar com você**



89%

Foram impactados por publicidade em OOH (últimos 30 dias)



68%

já compraram ou pesquisaram algum produto/serviço em função de um anúncio que viu em OOH



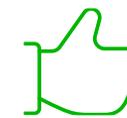
66%

Foram impactados por publicidade em DOOH (últimos 30 dias)



93%

acreditam que anúncios de Mídia Exterior/OOH em Formatos Digitais chamam mais atenção



81%

gostam de ver anúncios de Mídia Exterior/OOH em Formatos Digitais

# Glossário

Definição dos  
Formatos OOH

Advertising  
Intelligence

Setor de exibição	Subsetor de exibição
Mobiliário urbano	Mobiliário urbano
Edifícios	Edifícios
Grandes formatos*	Outdoor
	Painel
Estabelecimentos comerciais	Academia
	Hotel
	Saúde
	Shopping centers
	Supermercados
	Universidade
	Outros estabelecimentos
Transportes	Metrô e trem
	Ônibus
Aeroportos	Aeroportos

\*Grandes Formatos: Formato de exibição não permitido por legislação na cidade de São Paulo

# Glossário

## Definição dos Formatos OOH

### Target Group Index

Setor de exibição	Subsetor de exibição
Mobiliário urbano	Abrigos para ponto de ônibus/ coletivos (analógico e digital), Telefones públicos (analógico), Bancas de jornais e revistas (analógico e digital), No exterior de estabelecimentos (bares, quiosques, lojas, etc.) (analógico e digital), Placas de ruas/ logradouros (analógico), Relógios (nas ruas) (analógico e digital), Em banheiros públicos (em locais públicos) (analógico e digital), Lixeiras em locais públicos (analógico), Abrigos para ponto de táxis (analógico), Mobiliários informativos/ totem (analógico e digital), Bicicletário (analógico e digital) e Cabines de segurança (analógico).
Grandes formatos*	Outdoor de grandes dimensões-Dentro ou fora da cidade (analógico e digital), Outdoor (em estradas e avenidas fora da cidade) (analógico e digital), Outdoor (em ruas/ avenidas dentro da cidade) (analógico e digital), Edifícios (placas) (analógico), Topo de edifícios (analógico), Paredes (pintadas) (analógico).
Elevadores (total)	Edifícios comerciais-Interior (analógico e digital), Edifícios comerciais-Área externa (analógico e digital), Edifícios residenciais-Interior (analógico e digital), Edifícios residenciais-Área externa (analógico e digital).
Estabelecimentos (total)	Shopping centers-Interior (analógico e digital), Shopping centers-Em estacionamentos (analógico e digital), Shopping centers-Exterior (analógico e digital), Supermercados/ hipermercados-Interior (analógico e digital), Supermercados/ hipermercados-Demonstradores (analógico e digital), Supermercados/ hipermercados-Anúncios em carrinhos de compras (analógico), Supermercados/ hipermercados-Anúncios nas prateleiras (analógico), Supermercados/ hipermercados-Exterior, estacionamento (analógico), Farmácias (analógico e digital), Restaurantes/ bares/ padarias (analógico e digital), Cafeterias (analógico e digital), Lojas (analógico e digital), Academias (analógico e digital), Cinemas (analógico e digital), Outros lugares públicos (clínicas, maternidades, salão de beleza, outros lugares públicos) (analógico e digital).
Meios de Transportes (total)	Em ônibus/ coletivos-Interior (analógico e digital), Em ônibus/ coletivos-Exterior (janelas traseiras, painéis externos, envelopamento, etc.) (analógico e digital), No metrô-Interior dos vagões (analógico e digital), No metrô-Exterior dos vagões (analógico), No metrô-Corredores/ plataformas (analógico e digital), Em táxis-Interior (analógico e digital), Em táxis-Exterior (analógico e digital), Em carros de aplicativos como Uber, 99, Cabify e outros-Interior (analógico e digital), Em trens (não metrô)-Interiores (analógico e digital), Em estações rodoviárias/ ferroviárias (analógico e digital), Publicidade móvel (analógico e digital), Publicidade em caminhões/ carros (veículos pintados/ envelopados) (analógico).
Aeroportos (total)	Em aeroportos-Interior (analógico e digital), Em aeroportos-Exterior (analógico e digital), Em aeroportos-Orientador de estacionamento (analógico e digital).
Outras formas de publicidade (total)	Panfletos/ volantes (analógico), displays/ bonecos inflados (analógico) e cartões postais (analógico).

\*Grandes Formatos: Formato de exibição não permitido por legislação na cidade de São Paulo

# KANTAR IBOPE MEDIA

PARA MAIS INFORMAÇÕES:  
[digital@kantaribope.com](mailto:digital@kantaribope.com)

## SOBRE A KANTAR IBOPE MEDIA

A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

Acesse [kantaribope.com](http://kantaribope.com) para mais informações.

CONECTE-SE COM MAIS CONTEÚDOS EM:

 @k\_ibopemedia

 Kantar IBOPE Media

 [company/kantaribope](https://www.linkedin.com/company/kantaribope)