



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.

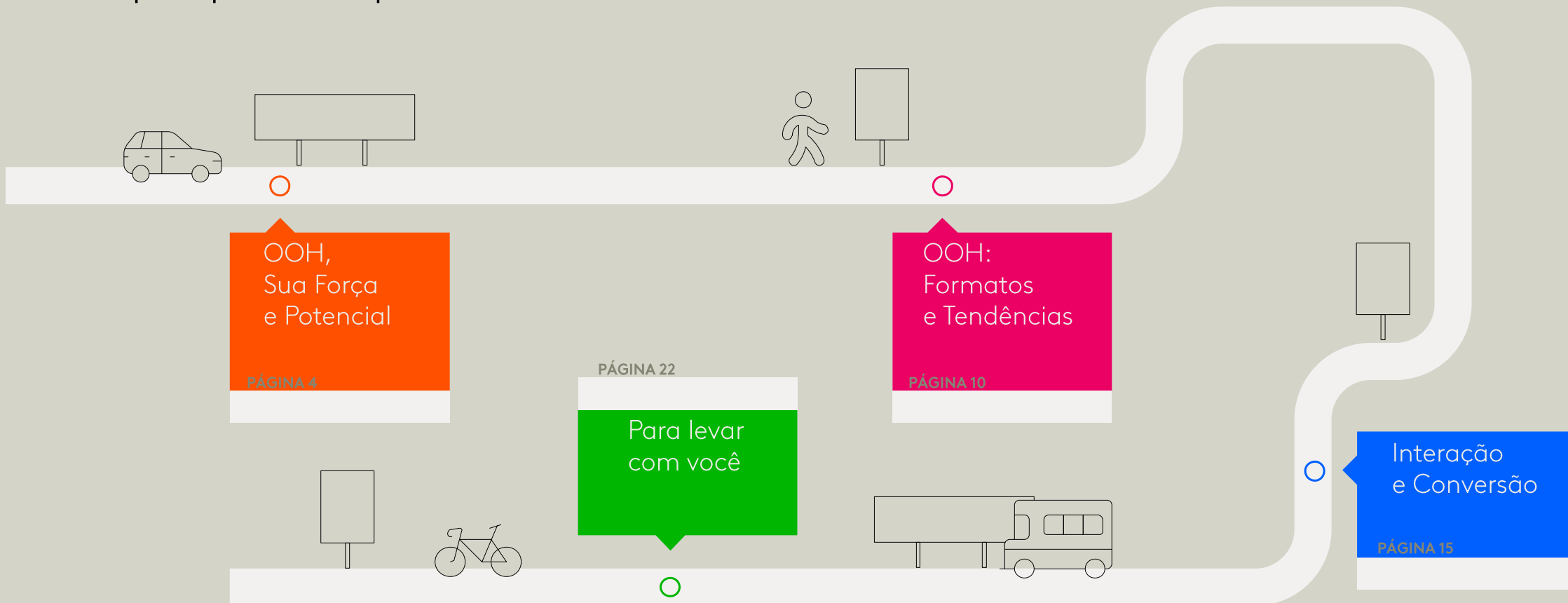
Isso leva diretamente a caminhos para conversão de vendas através da publicidade em OOH, mostrando a versatilidade do meio, presente em toda nossa jornada diária, garantindo às marcas grande visibilidade, alto impacto, além de alcance e cobertura destacadas.

Paula Carvalho
Diretora Comercial – Media Owners
Kantar IBOPE Media

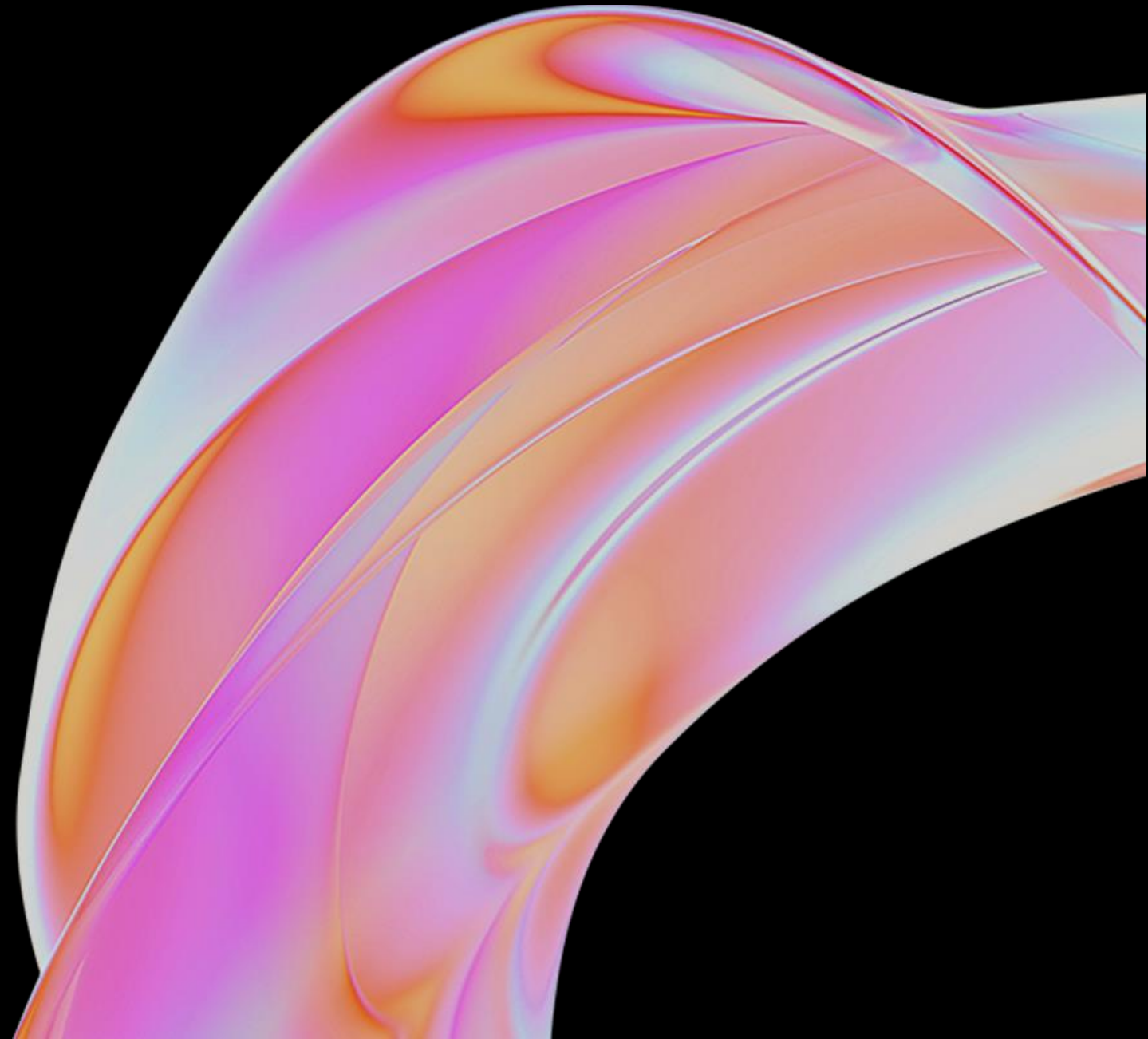


Navegue por OOH

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

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

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

▲ Aumento de 1h11 no último ano

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%

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

▲ Aumento de 121% nos últimos 5 anos

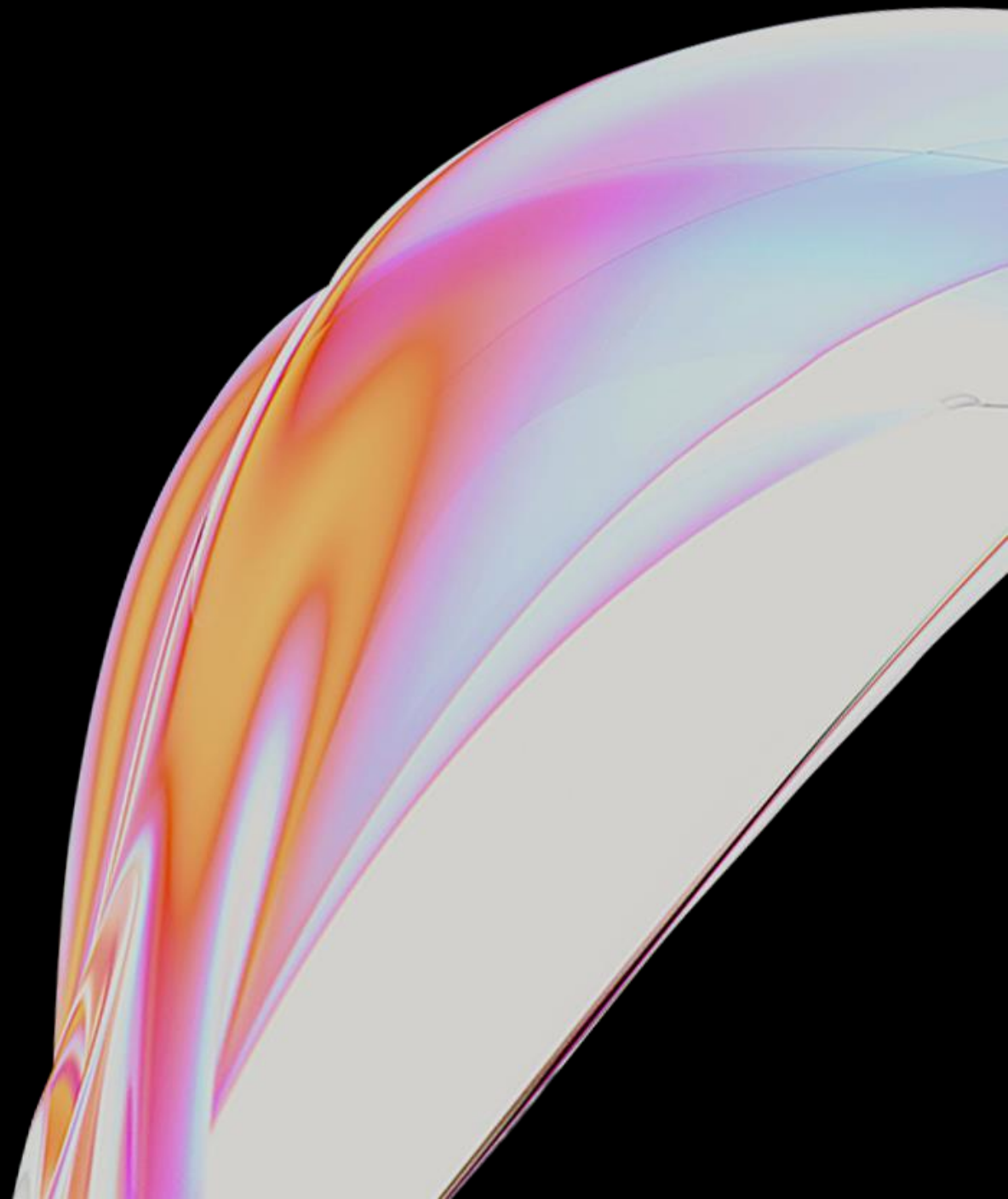
11%

Bicicleta (últ. 7 dias)

▲ Aumento de 25% nos últimos 5 anos

OOH:

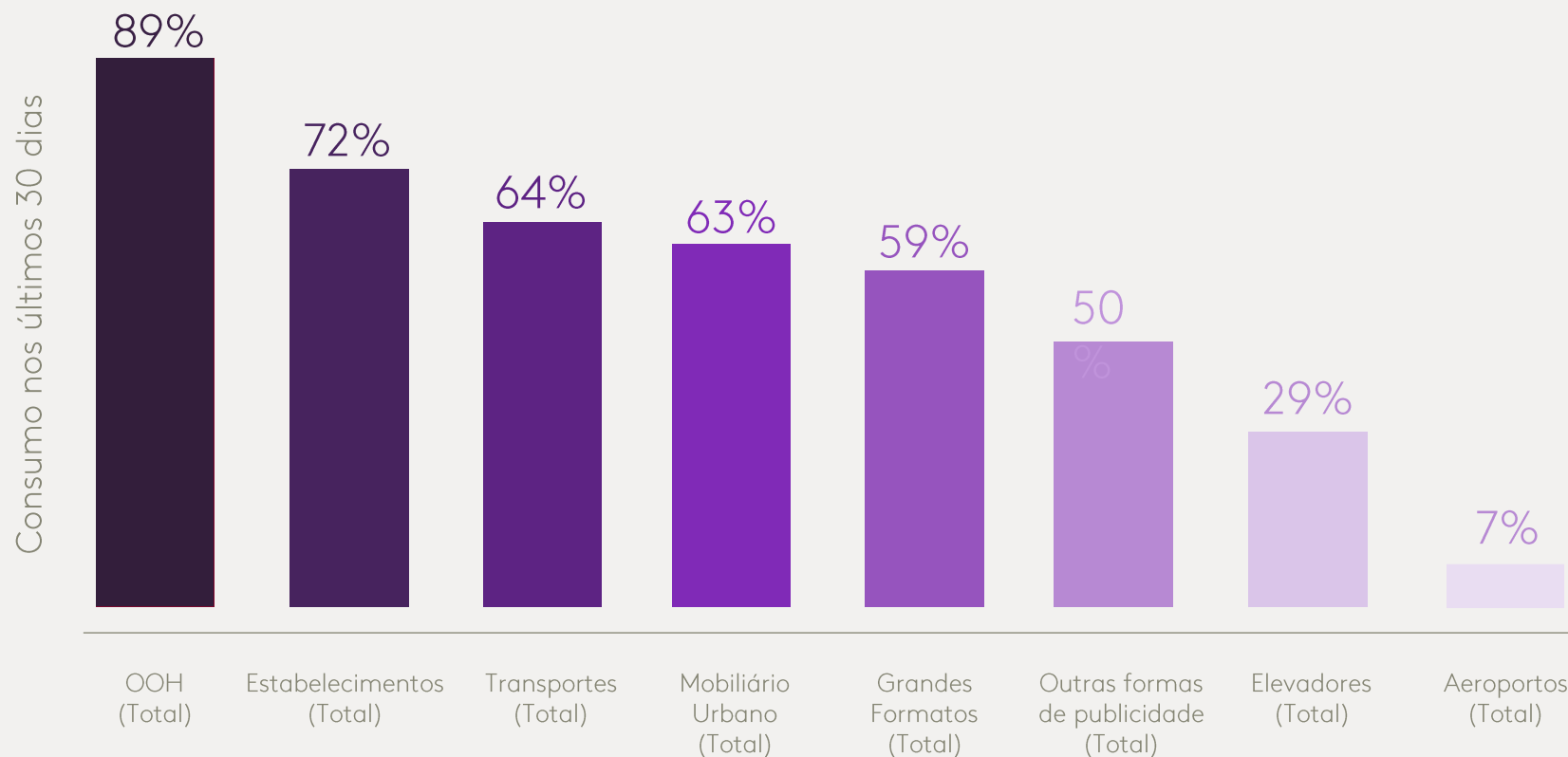
Formatos e
Tendências



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.

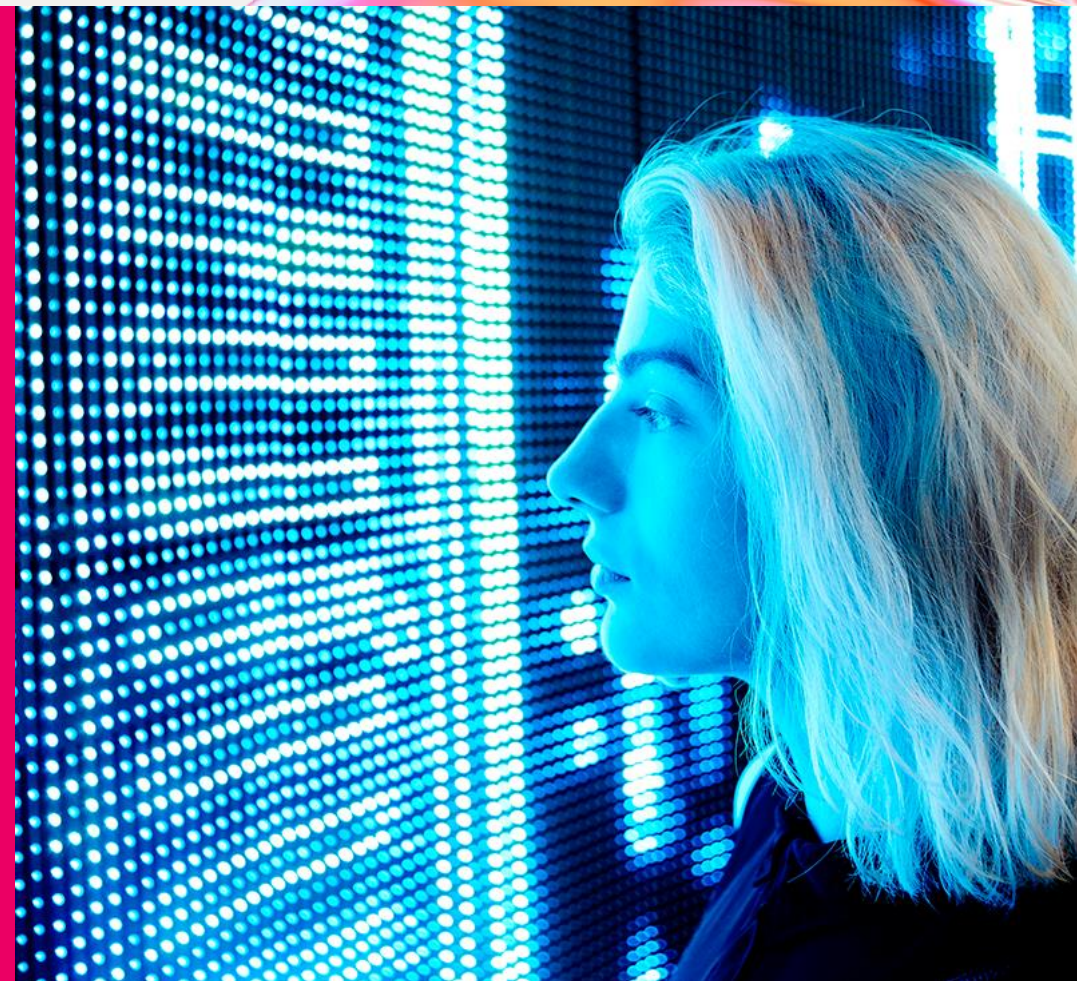
Entre as pessoas que viram Publicidade em OOH, quase 7 em cada 10 viram formatos Digitais.

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@kantariobopemedia.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

OOH,
Interação e
Conversão



Interação Ativa

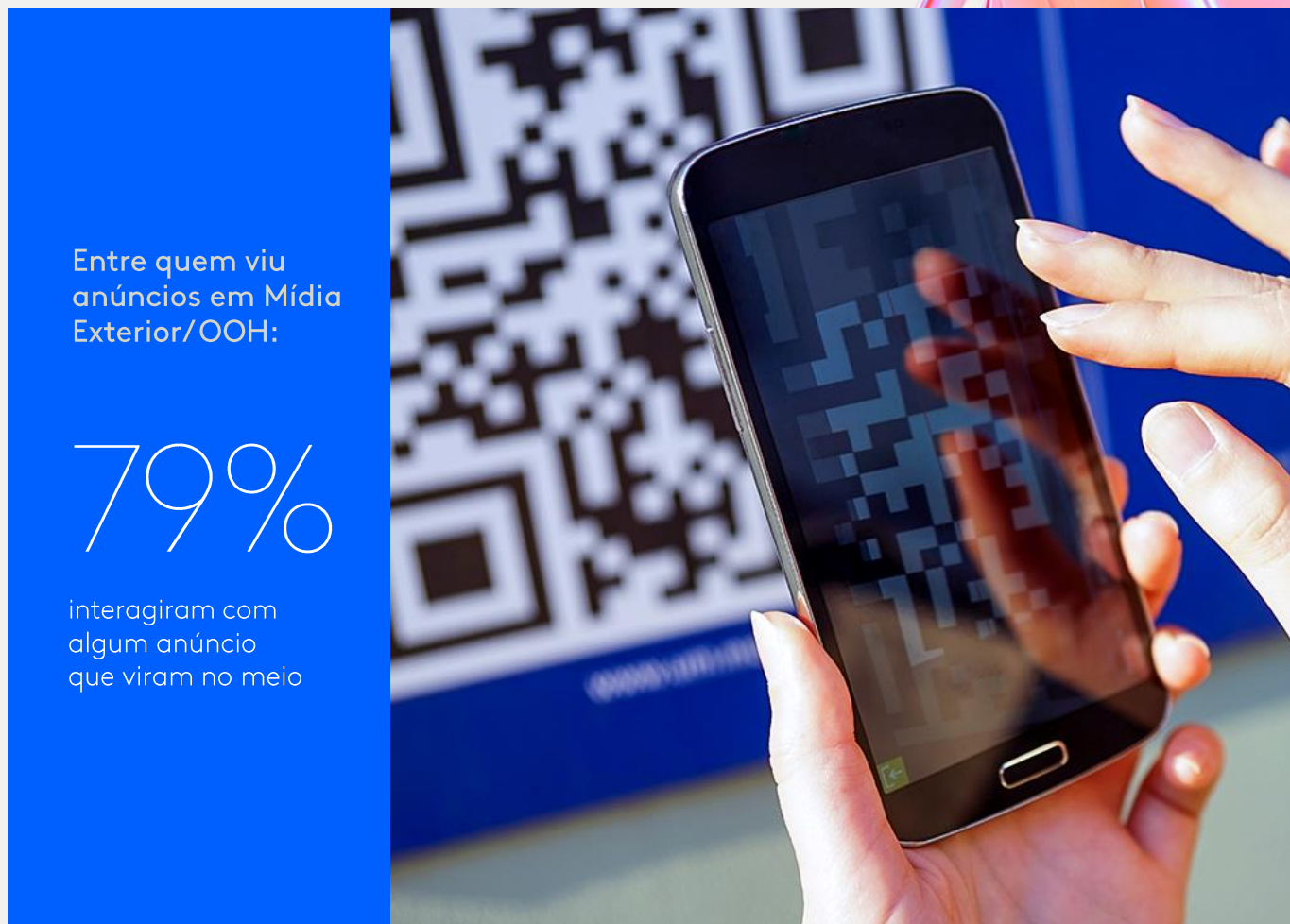
A publicidade em OOH oferece diferentes e criativas maneiras para marcas anunciarem e interagirem com o público.

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

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@kantaribopemedia.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

Entre quem viu anúncios em Mídia Exterior/OOH:

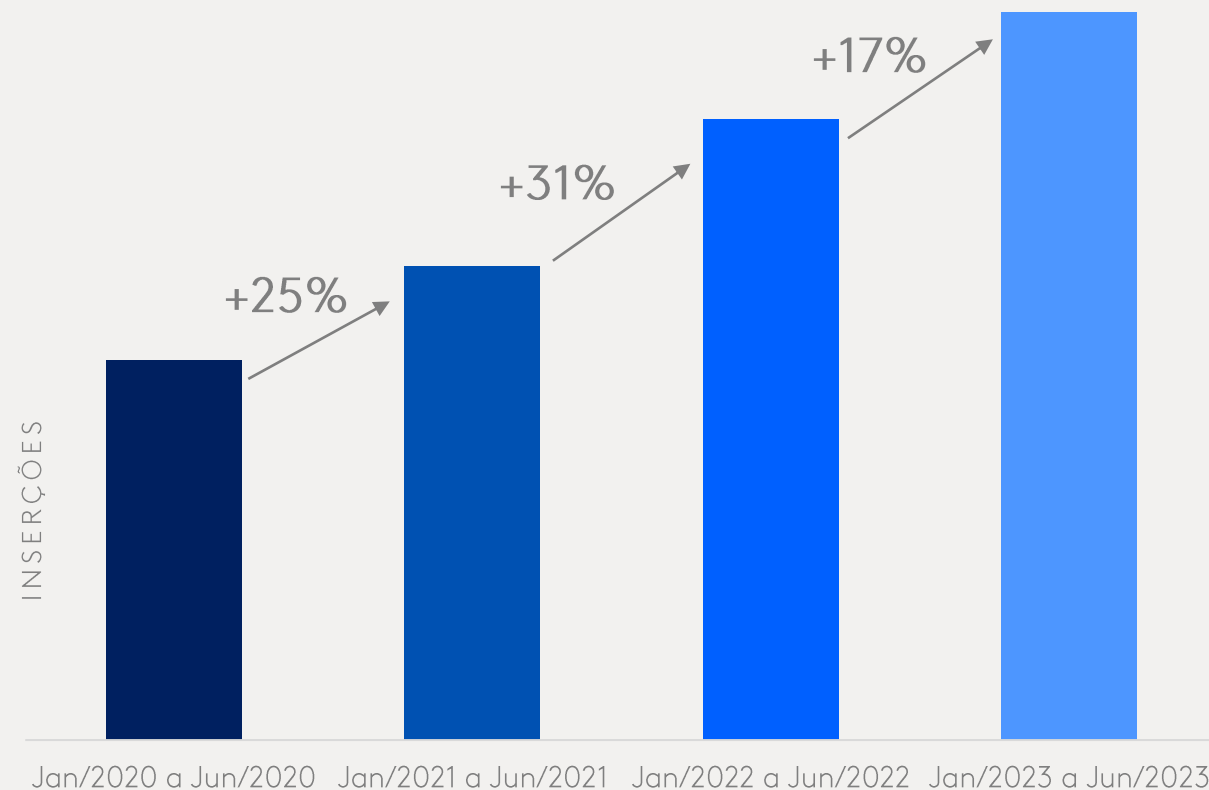
68%

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

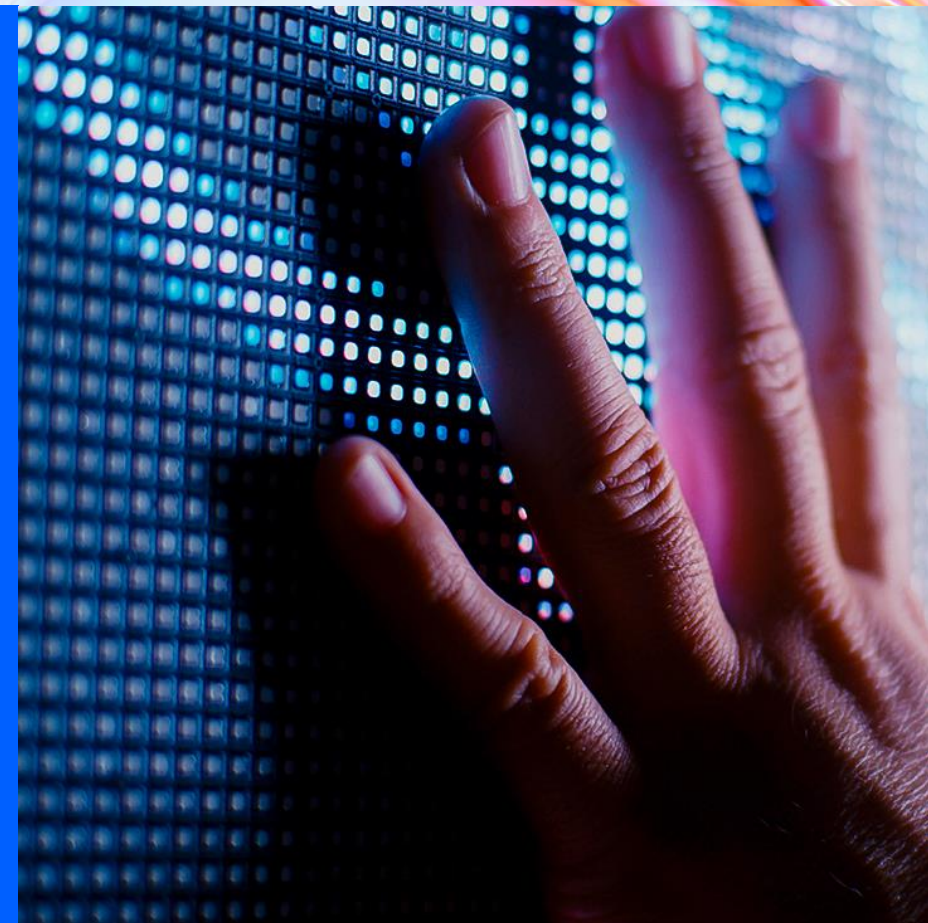
93% Digital

7% Estático

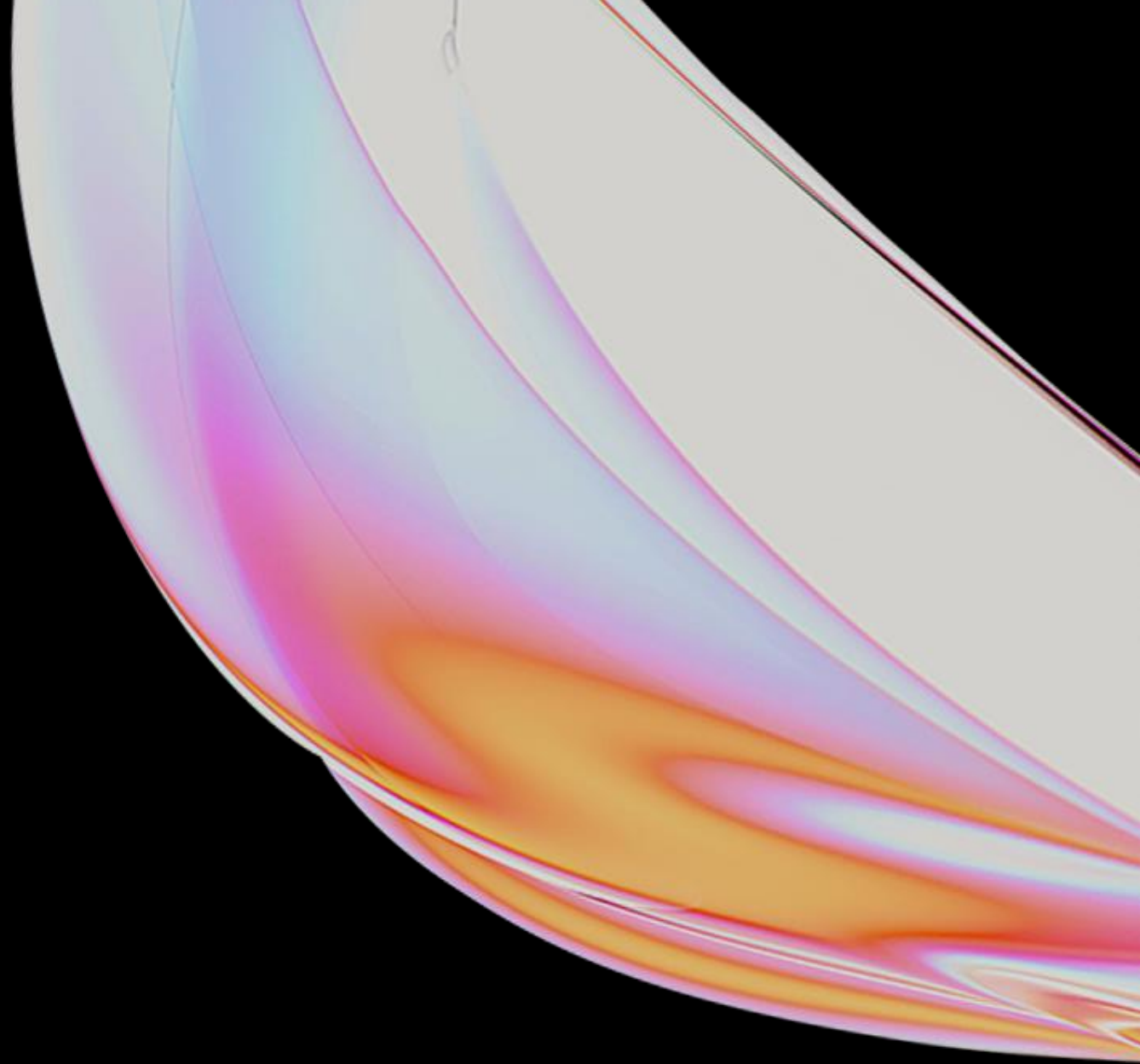
2022

90% Digital

10% Estático



Para **levar**
com você



Para **levar com você**



89%

Foram impactados por publicidade em OOH (últimos 30 dias)



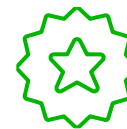
68%

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



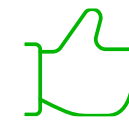
66%

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		
Transportes	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@kantaribopemedia.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 kantaribopemedia.com para mais informações.

CONECTE-SE COM MAIS CONTEÚDOS EM:

-  [@k_ibopemedia](#)
-  [Kantar IBOPE Media](#)
-  [company/kantaribopemedia](#)