

JCDecaux



Metrô & JCDecaux

A cara de São Paulo



QUEM SOMOS

Especialistas na **x x x**

Dinâmica entre

A cidade e as marcas





A cidade embaixo da cidade

Operando desde 1974, o metrô de SP é o maior e mais movimentado sistema de transporte metroviário do Brasil



Tem 104 Km de trilhos



Onde circulam diariamente
7M de passageiros



Uma rede hiperconectada

JCDecaux



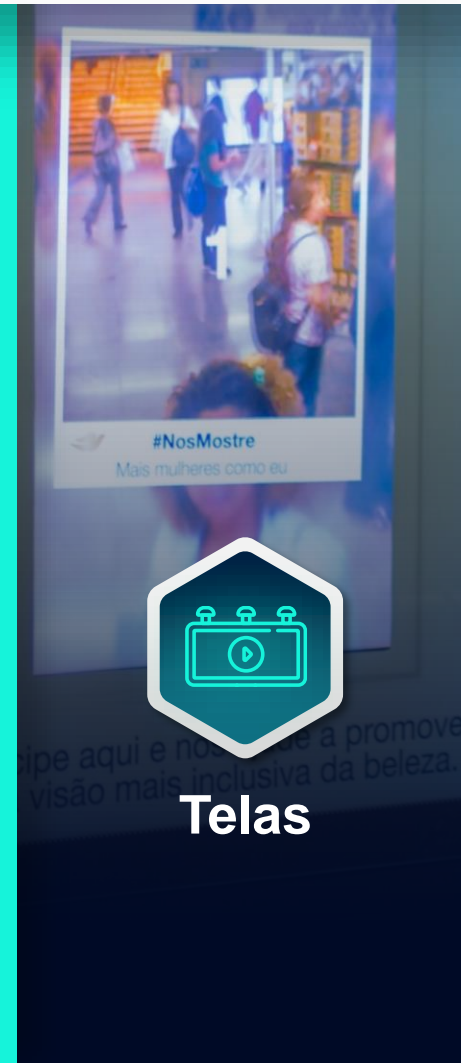
A cidade



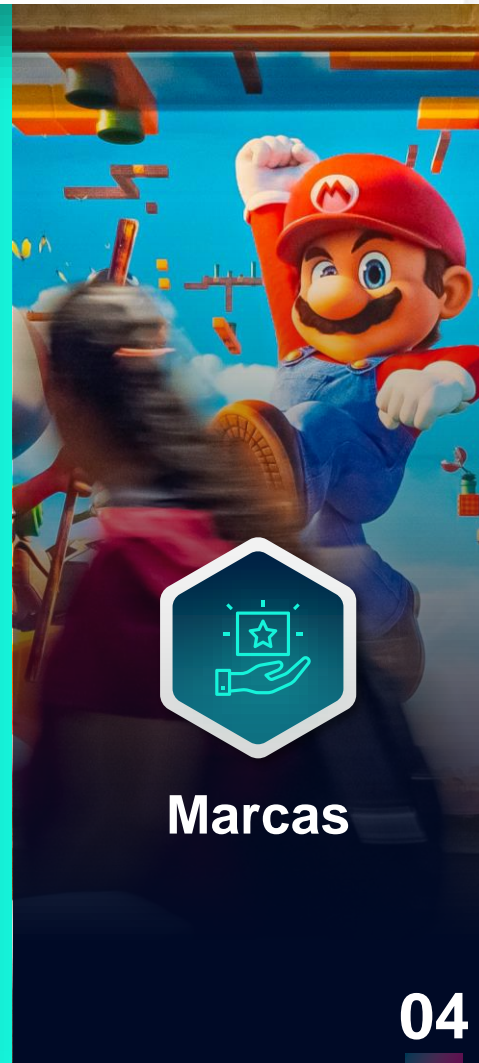
Pessoas



Estações



Telas



Marcas



E INTELIGENTE



Transporte
Sustentável à
serviço do cidadão

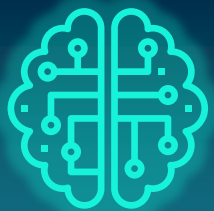


Impacto Positivo
no meio ambiente



Motivo de
orgulho para
a cidade





ONDE ESTÃO

todos no Fluxo



O Fluxo é o indicador do transporte coletivo urbano



No metrô ele considera o número de entradas, saídas e transferências entre as estações



O fluxo caminha na velocidade de SP



Embarquem conosco na **jornada do metrô** e

entendam quem são, como agem e pra onde vão as pessoas
que circulam no meio de transporte que é

a cara da cidade



A PESQUISA

Realizamos em parceria com o Datafolha uma pesquisa que mensurou

todo o público do metrô.





Foram 8.7 mil entrevistas pessoais

em todas as estações, representativas da população do metrô com 18 anos ou mais de acordo com os dados das concessionárias e balanceadas pelo fluxo.



Entradas e Saídas dos passageiros



Horários



Estações do sistema



Dias da semana



E quem são os passageiros?

O perfil demográfico dos passageiros pesquisados.

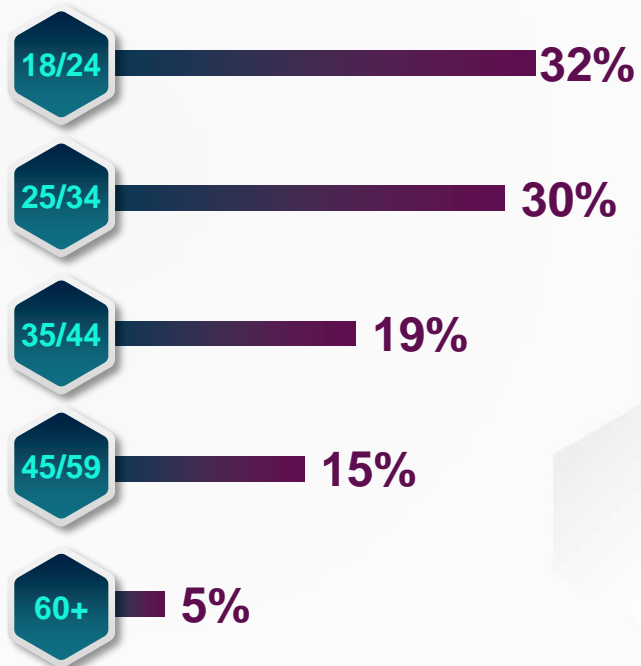


52%

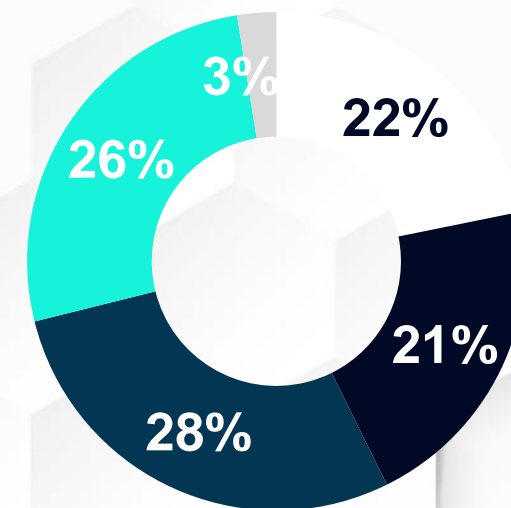


48%

Idade:



Renda Familiar



Até 2 S.M.
 ■ Entre 2 a 3 S.M.
 ■ Entre 3 a 5 S.M.
 ■ Mais de 5 S.M.
 ■ Recusa, não sabe





E eles usam o metrô

**porque é
rápido**





A rapidez do metrô é o motivo de uso selecionado por

67% dos passageiros.



O tempo médio que permanecem em viagem é de

29 minutos.



O tempo médio de deslocamento diário na cidade

é de 1 hora e meia,

Fonte: IBGE





A RAPIDEZ EXPLICA



também porque

30% dos passageiros do metrô possuem **carros**



7.4
veículos
para cada 10
habitantes

Fonte: CET

e **6%** possuem motos na cidade com a maior frota de veículos do país.





Além da rapidez, foram a citados praticidade, comodidade e fácil acesso às estações.

Porque é **mais rápido** que outros meios de transporte

67%

Prático, fácil, cômodo, confortável

26%

Tem **fácil acesso** ao metrô, estação

17%

Nas estações de conexão o mais rápido foi mais relevante enquanto nas extremidades das linhas o prático e cômodo foi valorizado.

JCDecaux



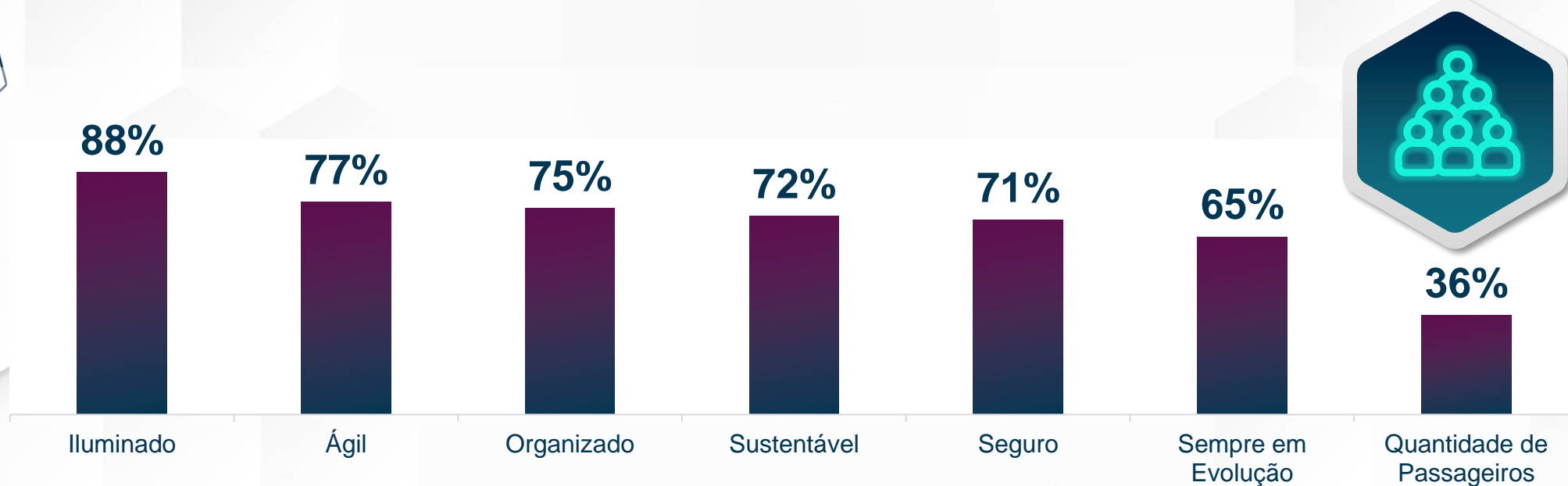
O metrô
pelos passageiros





Listamos o que os passageiros avaliaram como bom ou ótimo em cada uma das estações onde eles circulam.

A lotação é um desafio para quase todas as estações e a percepção positiva fica acima de 60% para todos os demais aspectos do metrô.





E eles não

Viajam sozinhos:

A música é a companhia
preferida de viagem



Ouvida por mais de
de **50% dos jovens**



86% dos passageiros faz algo
enquanto viaja e a maioria não
planeja o que vai fazer





ASSISTIR FILMES

JOGAR GAME

CONVERSAR COM AMIGOS ESTUDAR

OUVIR MÚSICA

BOA EXPERIÊNCIA

DORMIR LER LIVROS

VER POSTAGENS DOS AMIGOS
NAVEGAR NA INTERNET

LER NOTÍCIAS

ORGANIZAR TAREFAS

CONVERSAR COM A FAMÍLIA

ASSISTIR SÉRIES

DESCANSAR



A maioria usa o metrô
entre 4 e 7 dias da semana

E o quanto usam o metrô?

Os jovens de 18-24 anos
usam ainda mais





Pra onde vão?

70%

cita mais de um destino para onde costumam ir de metrô, e o

trabalho é o principal destino.



Trabalho



Passeio, lazer, diversão



Estudo (escola, faculdade, cursos)



Saúde (exames, médico, consultas)



Visitar amigos e parentes



Compras

E além de ir e vir,

Eles usam o metrô para TUDO!



Ponto de encontro



Compra e Venda



Exposições e Shows



Turismo





92%

Usam a estação para outras finalidades além de viajar pela cidade:

Marcou encontro em uma estação do metrô

88%

Comprou produtos e retirou na estação do metrô

42%

Vendeu produtos e entregou na estação do metrô

25%

Participou de ações culturais como exposição de arte, apresentações musicais em uma estação do metrô

38%

Foi a uma estação de metrô como passeio turístico, para conhecer, apresentar a estação

36%



Você sabia que,

O metrô é um aparelho cultural da

cidade de São Paulo?





A Cultura no Metrô

A exposição mais frequentada da cidade, o acervo cultural do metro de SP reúne ao redor de 100 obras de arte de artistas renomados em 37 estações;

As linhas lilás e amarela oferecem espaços para exposições.



Painel
As vias do céu
David Almeida
↕ Conceição



Instalação
Alex Flemming
↕ Sumaré



Alfredo Ceschiatti
↕ Sé



Francisco Brennand
↕ Trianon





**As quatro estações
Tomie Ohtake**
↕ Consolação



**Movimento Antropofágico
com Oswald de Andrade**
Antonio Petikov
↕ Republica



E a jornada,

como o passageiro



usa o sistema?



Entrada de
Passageiros

33%

Linha Azul

14%

Linha Verde

31%

Linha Vermelha

09%

Linha Amarela

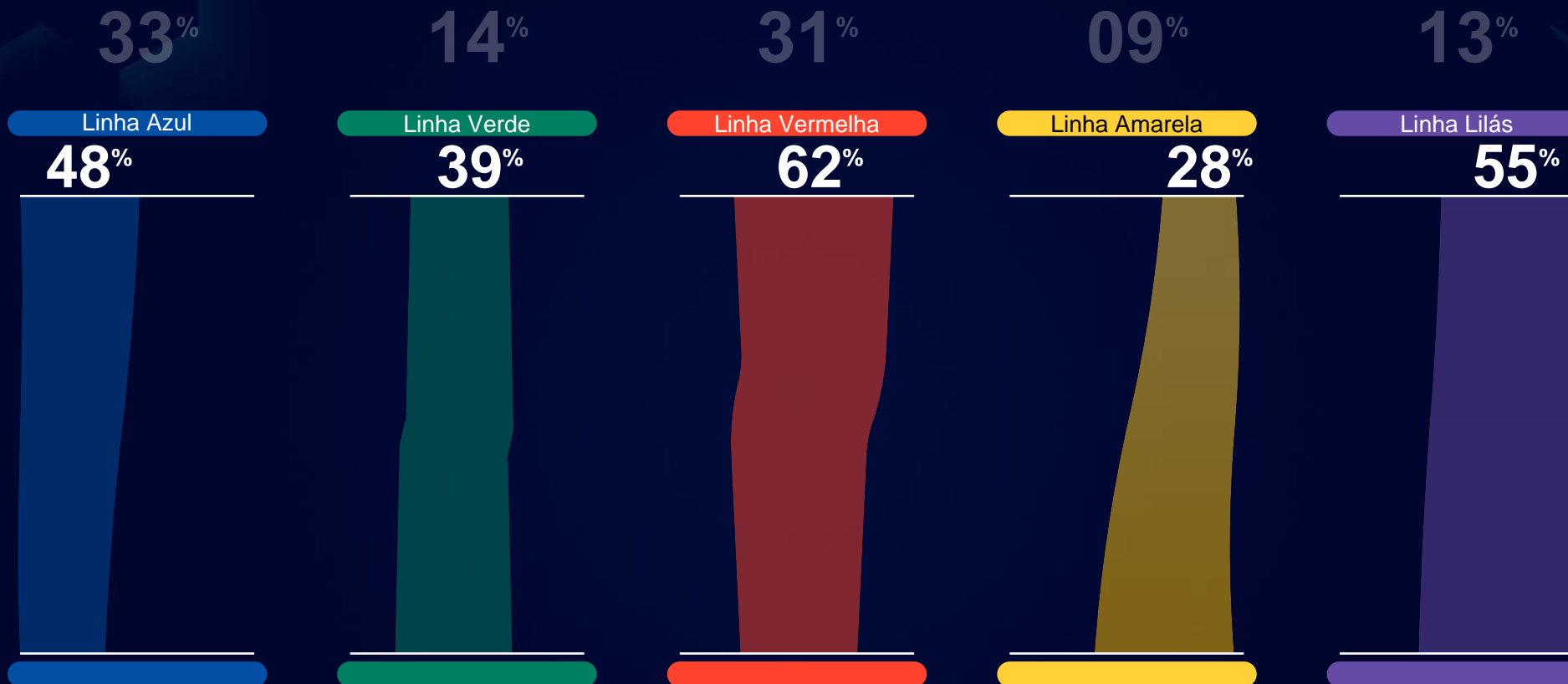
13%

Linha Lilás

Pensando no fluxo das linhas, as linhas **azul e vermelha** aparecem representando a maior quantidade de passageiros no embarque.



Permanece
na linha

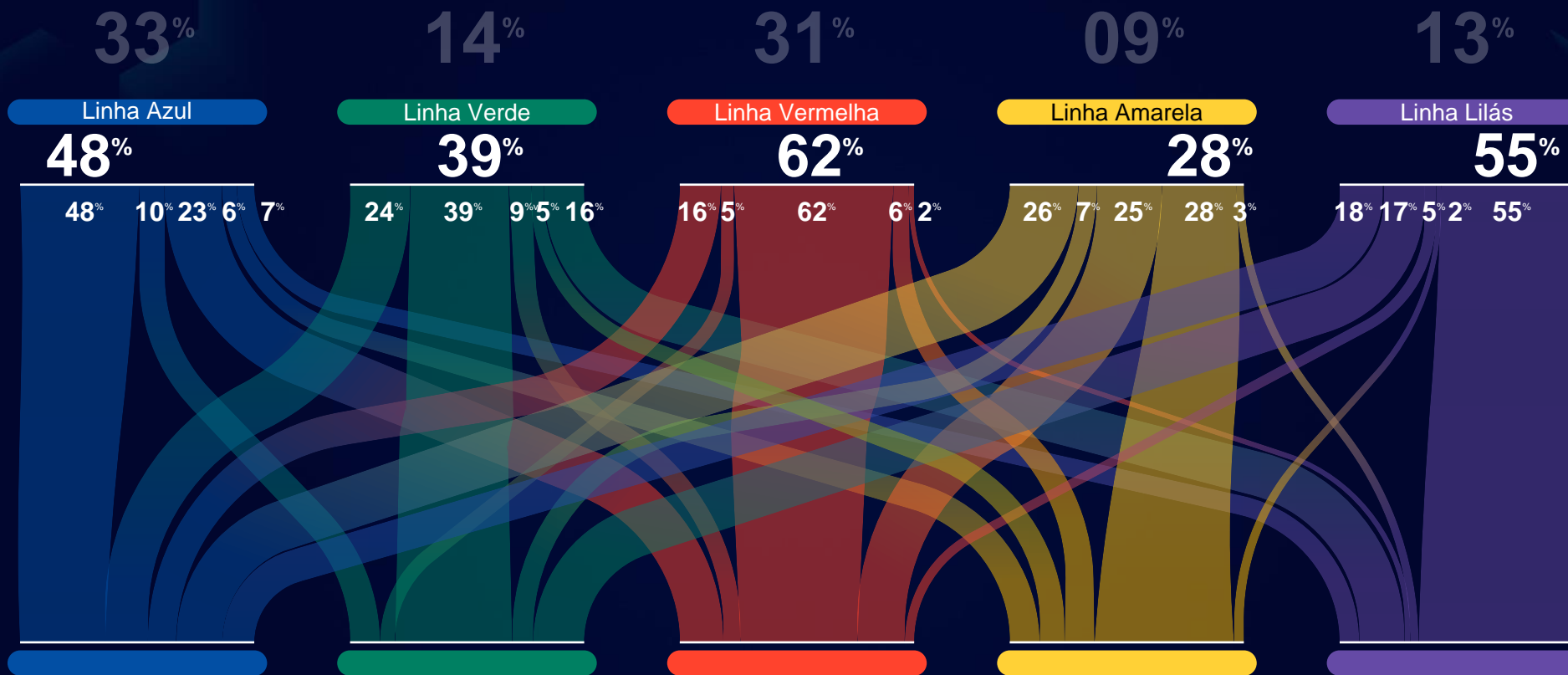


É alta a quantidade de passageiros que permanecem na linha de origem:

A circulação é proporcional à quantidade de hubs



Distribuição da audiência



Mapeamos a jornada do passageiro do embarque ao desembarque.

JCDecaux



Segmentação no Metrô





E descobrimos que as estações
tem uma identidade própria:
além de números, as linhas reúnem
peçoas com interesses,
hábitos e destinos em comum.



Mapeamos cada estação do metrô de São Paulo e segmentamos os padrões e diferenças entre elas



Estudantes, Jovens, Destino Escola ou Universidade.



Pessoas se deslocando por motivos de saúde, em busca de hospitais, clínicas, exames



Amantes de Vida Saudável e Atividades Físicas



Os que amam viagens gastronômicas pela cidade



Os amantes de moda, calçados e acessórios



Interessados em Negócios, Finanças e Empresários



Amantes de Games, Tecnologia e que jogam durante a viagem



Interessados em Cinema, Teatro e Shows que não vivem sem Streaming e Delivery



Os que não vivem sem viajar

E MUITO MAIS!



As possibilidades são infinitas

E como esses diferentes perfis, interesses e destinos se integram com as marcas e suas mensagens nesse ambiente de imersão na jornada?



Através dos formatos publicitários posicionados de forma estratégica no ambiente do metrô:



9 em cada 10 passageiros
lembra ter visto alguma propaganda nas estações onde circula.





Com a integração do ambiente com a propaganda,

o metrô é propício para estar

atento

ao que as marcas têm a dizer.



Share de atenção



88%

dos passageiros declara
estar atento às
publicidades no metrô

Eles estão atentos

JCDecaux



à Jornada



às Tarefas do dia



e às Marcas



Eles declaram perceber uma nova propaganda na sua jornada.

Não por coincidência, a percepção é maior nas estações onde estão os painéis maiores, os chamados

Icônicos



◆ Sé

▶ Luz

◆ Consolação





E mais da metade dos passageiros

busca algum tipo de informação após ver
campanhas no metrô

O público que **usa mais o metrô,**
os mais escolarizados
e os que têm maior renda
tendem a buscar **mais** informações.





E o que os motivou a buscar informações?

Uma busca por novidades e por produtos e serviços que já estavam mapeando entre as suas necessidades e desejos, juntamente com uma propaganda irresistível.

Por curiosidade



Pelo produto



Pela propaganda





Por isso
é importante aliar a
campanha certa
ao
público certo



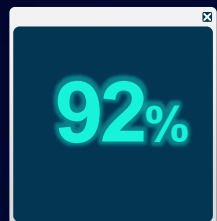


E como

se sentem a respeito das

propagandas no metrô?

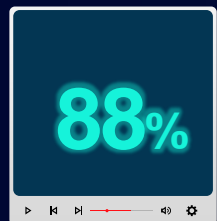




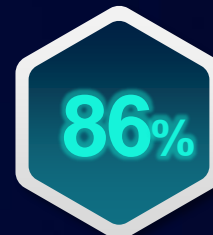
Não me atrapalha



Respeita meu espaço a minha privacidade



Não me interrompe



Ajuda a me **manter informado**



A propaganda **chama a atenção** positivamente



Me **diverte**



Deixa o ambiente mais **moderno**



E no metrô a frequência não incomoda:

89%

entre os que usam
o metrô mais
frequentemente

gosta ou gosta muito

de ver propagandas no metrô.



E quer saber mais?

Os passageiros consideram

interagir

com as propagandas no metrô.

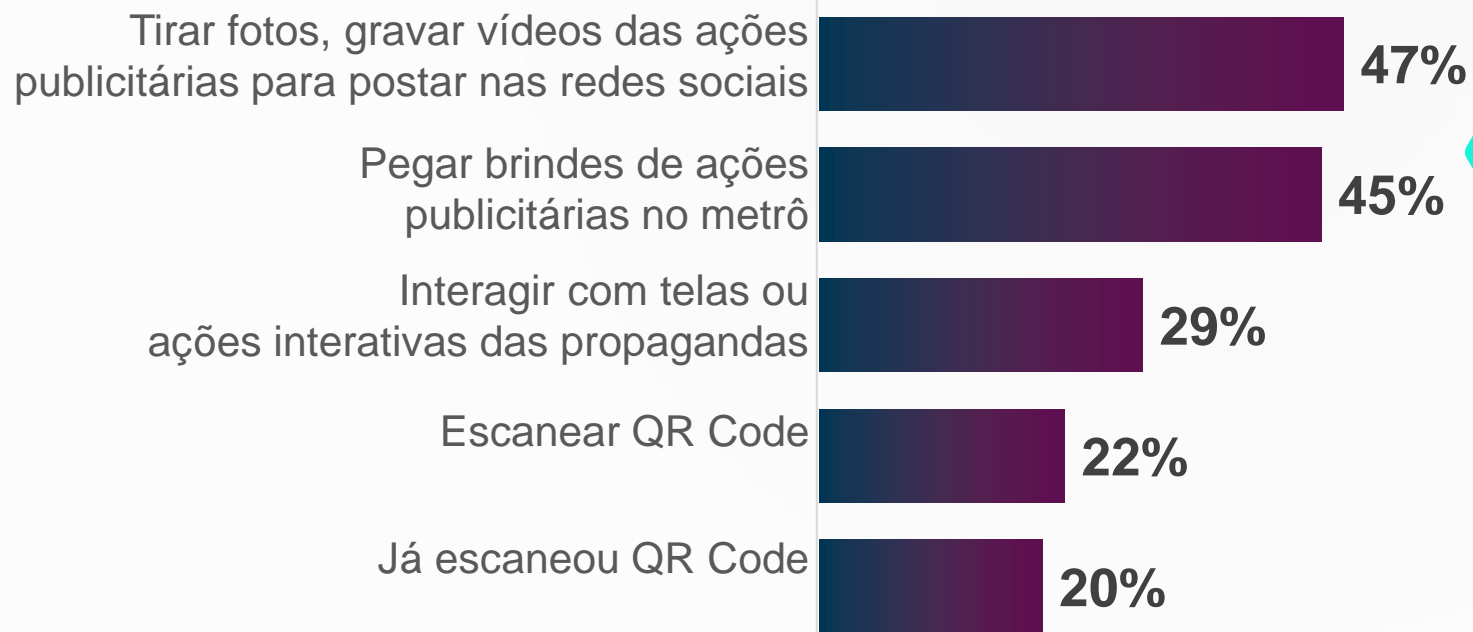


90%

dos passageiros considera ter alguma interação com a propaganda e

40%

declara ter vontade de interagir:



JCDecaux



Chamando para a

última estação da

nossa jornada!



Consolidação

x x x

Obrigado
Merci

