

Clipping
Memória do Transporte Público 2008

TV Trem comemora 1º ano e inicia expansão para demais linhas da CPTM

15/08/2008

Fonte: CPTM

Mídia out-of-home feita exclusivamente para usuários dos trens metropolitanos de São Paulo, a TvTrem comemora um ano de muito sucesso na Linha 9-Esmeralda da CPTM e prepara sua expansão para as outras linhas do sistema, aumentando sua cobertura.

Instalada nas plataformas da Linha 9-Esmeralda [Osasco-Grajaú], a TvTrem será implantada, até dezembro, nas linhas 7-Rubi [Luz-Francisco Morato] e 11-Coral [Luz-Guaianazes-Estudantes]. Com isso, cobrirá importantes áreas de São Paulo: as zonas Sul, Leste e Oeste. A previsão é de que, até 2009, o veículo esteja presente em todas as linhas da empresa.

"Com a expansão para outras regiões teremos a possibilidade de levar a um número maior de pessoas, informação, educação e exemplos de cidadania. Quanto mais utilizarmos o espaço público em benefício do cidadão mais consolidado está o compromisso que assumimos ao criar a TvTrem", afirma Rosa Jonas, diretora executiva.

Atualmente, as 20 horas diárias de programação exclusiva da TvTrem atinge cerca de 4 milhões de pessoas mensalmente na Linha 9-Esmeralda. Com a ampliação para as linhas 7-Rubi e 11-Coral, esse número passará a 28 milhões de pessoas por mês.

"Ao longo deste primeiro ano, a TvTrem foi muito bem recebida pelos usuários da Linha 9-Esmeralda. O sucesso do projeto, sentido através das manifestações de usuários, em sua grande maioria elogiosas e estimulantes, faz com que esteja sendo estudada, no momento, a ampliação da cobertura para outras estações do nosso sistema", reforça Alceu Segamarchi Junior, assessor de diretoria da CPTM.

CONTEÚDO EXCLUSIVO APROVADO PELO PÚBLICO

Pesquisas com os usuários e contatos espontâneos via email comprovam o enorme sucesso público da TvTrem. "Com ela, a espera pelo trem se torna muito mais interessante e divertida", comenta Janaina de Oliveira Besse, encarregada de Produção. A jornalista Cynthia de Almeida, da revista Época, partilha da mesma opinião, "gostei muito da iniciativa e do que vi no ar em meus curtos momentos de espera na estação".

Com conteúdo exclusivo, feito especialmente para os usuários de trens, a TvTrem leva ao ar matérias sobre cidadania, cultura, lazer e esportes, além de reportagens que mostram uma São Paulo que poucos conhecem. O foco em ações sociais, sustentáveis e o desenvolvimento cultural são compromissos assumidos pelo veículo com o objetivo de informar, integrar, e mais que isso formar melhores cidadãos.

"A programação da TvTrem, baseada em prestação de serviços, divulgação de informações, temas relacionados aos bairros que se localizam no entorno da linha 9, entrevistas com personalidades e curiosidades, tem tido muito boa avaliação por parte dos usuários", confirma Renato M. Bellelis, gerente de Marketing e Desenvolvimento de Negócios da CPTM.

O compromisso com as questões sociais encantou o ídolo Cafu, que recebeu a equipe da TvTrem, no mês passado em sua ONG. "A iniciativa de preservar e incentivar as ações que tem como causa o desenvolvimento da cidadania é maravilhosa, principalmente num momento em que só assistimos notícias sobre violência, desastres e coisas ruins. São de bons exemplos que a juventude precisa para crescer como um cidadão melhor dentro da sociedade".

"Hoje a TvTrem é parte do cotidiano das pessoas que vivenciam a rotina operacional das estações. Agrada ao público e conquistou seu espaço na CPTM", observa Luiz Carlos Emídio, chefe geral de Estações da Linha 9-Esmeralda.

ANUNCIANTES ACREDITAM E APOSTAM NA TVTREM

Neste primeiro ano de vida, a TvTrem contou com importantes anunciantes: Unilever [Omo, Axé, Seda, Rexona]; Universidade Mogi das Cruzes; Grupo Pão de Açúcar [Compre Bem]; SPTrans; Sky; Casas Bahia; Ministério da Saúde; Ministério do Turismo; Fisk; Secretaria de Comunicação [SECOM]; Prefeitura do Município de São Paulo; Construtora Diedro, entre outros.

A campanha SKY Pré Pago, no ar até novembro deste ano, é exemplo de uma marca que encontrou na força de mídia da TvTrem uma maneira de chegar a um target importante: o público B/C, que hoje representa 71% dos usuários da Linha 9. A expectativa é que com a expansão, os negócios comerciais cresçam 82%.

"Esse é um momento muito propício para empresas que queiram alinhar suas ações e estratégias ao consumo consciente, às questões ambientais e sociais, e elas podem fazê-lo através de parcerias e apoio aos programetes da TvTrem que enfocam esses temas, explica a diretora executiva Rosa Jonas.

"Em um momento em que se fala muito sobre convergência das mídias, na busca pelos pontos de contato com nosso público-alvo, a TvTrem leva comunicação, com relevância, num ambiente de informação e cultura para o dia-a-dia dos consumidores", analisa Paulo Voltolino, diretor de convergência digital da DPZ.

"O comportamento mudou e os meios para impactar o público-alvo também", atesta o criativo Guga Lemes, da Agnelo Pacheco. "Nas plataformas dos trens da CPTM, milhares de consumidores são impactados por um novo meio audiovisual, onde cada TV tem um IP. Isso significa que o anunciante pode mudar, em tempo real, o conteúdo da mensagem. Não por acaso, marcas como Unilever e Pão de Açúcar demarcaram seu espaço por lá nesse primeiro ano".

[Volta](#)