

L'allenamento continua nelle vie di Torino, Milano e Genova con Buddyfit e IGPDecaux

Milano, 1 marzo – Buddyfit approda a Milano Torino e Genova con una campagna Out Of Home nel mese più romantico dell'anno.

La campagna **OOH Advertising** di Buddyfit on air fino allo scorso 28 febbraio con un network di impianti di arredo urbano digitali e analogici nelle tre grandi città italiane in collaborazione con **IGPDecaux** aderendo al programma **Nurture**.

Buddyfit è la piattaforma che porta il fitness nelle case degli italiani: tramite un abbonamento mensile semestrale o annuale, chiunque ha la possibilità di seguire dal proprio salotto di casa, oltre 100 classi in diretta ogni settimana di Fitness, Yoga, Cardio, Forza, Booty e molti altri. Si tratta di un servizio accessibile a tutti: dai bambini fino alle persone più in là con l'età e meno attive.

Neanche un anno difficile ha potuto frenare la "Fitness Fever": la mission di Buddyfit è quella di aiutare milioni di persone a condurre una vita attiva, cercando di migliorare la loro quotidianità attraverso la tecnologia con l'obiettivo di diventare un love brand per permettere al suo pubblico di ritrovarsi e dividerne i valori.

Dopo il lancio di una campagna in televisione, Buddyfit ha scelto quindi di affermare la sua presenza sul mercato grazie all'Out Of Home con una campagna creativa in tre grandi città Italiane. La **creatività** on air sugli impianti di arredo urbano digitali e analogici di IGPDecaux è stata realizzata dal Team Creativo di Buddyfit e trasmetteva headline ironiche e romantiche, in linea con il mood della piattaforma di Live Fitness: frasi come "*Sei il mio cardio workout preferito*" o "*Il mio amore per te è più profondo di uno squat*" hanno conquistato il cuore dei passanti grazie a una comunicazione diretta.

La campagna di **Buddyfit** rientra all'interno del programma di **IGPDecaux, Nurture**: l'offerta dedicata a tutte le Startup, promossa dal **Gruppo JCDecaux** e approdata in Italia da più di un anno.

Nurture rafforza i business di domani, dando loro voce nel mondo reale, costruendo rapidamente brand awareness e reputation. Il lancio della campagna di comunicazione esterna di Buddyfit grazie a Nurture permette di affermare sempre più quando il mezzo OOH sia trasversale e attuale.

Nurture con IGPDecaux offre alle **startup** come **Buddyfit** i servizi di consulenza e consente l'accesso alle piattaforme di pianificazione data-driven, al supporto creativo e al co-investimento media per massimizzare i risultati di comunicazione. Con Nurture le Start-Up raggiungono la più ampia target audience nel posto giusto e nel momento giusto per crescere. Il Programma Nurture consente inoltre, l'accesso alle piattaforme di pianificazione data-driven, al supporto creativo e al co-investimento media per massimizzare i risultati di comunicazione. IGPDecaux e l'Out Of Home si affermano quindi come un partner principale e fondamentale per il lancio di un brand così in crescita come Buddyfit.

Cifre chiave IGPDecaux, leader in Italia della comunicazione esterna:

- Dipendenti: 296
- Presente in 115 città italiane
- 85.969 facce pubblicitarie
- 12.000 mezzi di trasporto
- 954 poster
- 72 grandi formati luminosi
- 10.916 impianti di arredo urbano
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino)
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino)
- Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001