

LA METROPOLITANA UN MEZZO DA SOSTENERE CON GLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI: IGPDECAUX RIDUCE I PREZZI FINO A SETTEMBRE AGEVOLANDO I PROPRI CLIENTI CON UNA PROMOZIONE SPECIALE.

Milano, 8 luglio 2020- Dopo la ripresa della mobilità in Italia successiva all'allentamento del lockdown è risultato quanto mai evidente il ruolo cruciale che hanno i trasporti urbani per la vita delle città e quanto il trasporto pubblico debba adattare i propri processi e servizi alle nuove necessità imposte dal rispetto delle norme sanitarie.

Il primo chiaro effetto è che la capacità di trasporto dei mezzi pubblici, soprattutto nelle ore di picco, subirà una importante riduzione in termini di volumi di persone trasportabili contemporaneamente. Per far fronte all'emergenza non solo saranno utili le politiche ormai diffuse di orario flessibile e di *smart working* adottate dalle aziende ma sarà sempre più necessario un cambiamento dei comportamenti delle persone che limitino l'affollamento dei mezzi.

Accanto alle politiche e ai comportamenti delle persone saranno poi necessari sempre più investimenti per rendere i servizi urbani più frequenti, efficienti, igienizzati e meno inquinanti; investimenti che, con il calo complessivo dei passeggeri paganti per il periodo in cui permarranno gli obblighi di distanziamento, per essere finanziati necessiteranno più che in passato anche degli introiti che sono garantiti alle Aziende di Trasporto dalla pubblicità delle Aziende investitrici, tramite gli accordi con le Concessionarie di pubblicità Out Of Home.

Per IGPDecaux, ad esempio, il dato medio degli introiti pubblicitari veicolati alle Aziende di Trasporto, sommato anche ai costi sostenuti per i servizi direttamente gestiti (ad esempio la manutenzione delle pensiline), porta a ben oltre il 50% il contributo che, per ogni euro investito in out of home, viene destinato a finanziare il trasporto pubblico e i servizi al cittadino.

L'investimento in pubblicità out of home ha quindi una ricaduta diretta e tangibile sul benessere delle persone che vivono e si spostano nelle città in un periodo quanto mai attuale, oltre che confermare la propria efficacia in termini di comunicazione commerciale.

Il calo dei passeggeri, per quanto riguarda i mezzi di superficie (bus, tram e arredo urbano), non si tradurrà infatti in un calo di audience perché gli indici di mobilità che stiamo osservando dimostrano che, pur utilizzando meno i mezzi, le persone si muovono sostanzialmente come prima del lockdown in termini assoluti, adottando però stili e abitudini diversi (mezzi alternativi privati e spostamenti più di prossimità); gli investimenti sui mezzi di superficie, visibili dai marciapiedi e dalla strada, avranno quindi ritorni e efficacia uguali o maggiori rispetto ai periodi pre crisi.

L'ambiente media che al momento risulta in maggiore sofferenza è invece la Metropolitana per il naturale contingentamento degli ingressi che subirà. Ciononostante, i volumi di contatti pubblicitari che le metropolitane italiane saranno in grado di sviluppare

IGPDecaux

saranno enormi e con una qualità del contatto potenzialmente maggiore: anche riducendo di oltre la metà i passeggeri attesi per le 5 metropolitane (Roma, Milano, Torino, Napoli e Brescia) gestite da IGPDecaux si possono raggiungere oltre 50 milioni di contatti lordi in due sole settimane. Contatti che, in virtù del minore affollamento e del tendenziale maggiore tempo di permanenza delle persone nelle stazioni, saranno dal punto di vista pubblicitario di maggior valore grazie alla maggiore attenzione che i passeggeri daranno ai messaggi pubblicitari.

La nostra mission, al centro fra città e brand, ci ha spinto in questa fase delicata e mai vissuta prima ad agevolare gli investimenti verso il nostro media attuando una nuova politica di pricing che sostanzialmente dimezza il costo delle campagne in metropolitana per i nostri Clienti. IGPDecaux vuole in questo modo tornare a colorare le città in ogni suo spazio, dando il consueto supporto alle Aziende di Trasporto. La promozione sarà valida fino a Settembre 2020.

Cifre chiave IGPDecaux, leader in Italia della comunicazione esterna:

- Dipendenti: 320
- Presente in 147 città italiane
- 88.193 facce pubblicitarie
- 13.713 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



IGPDecaux S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori
Strada 3 - Palazzo B10
20090 Assago - (MI)
Tel. 02 654651 - Fax 02 6599037

Cap. Soc. € 11.085.783 i.v.
C.F. - P. IVA - Registro Imprese Milano n. 00893300152
R.E.A. di Milano 171322
C.C.P. 35179209