

VIOOH “cambia conversazione” e presenta il suo nuovo volto

Milano, 3 marzo – Changing the Conversation (about OOH) – questo il messaggio che vuole trasmettere VIOOH per identificare il suo nuovo volto sul mercato Out Of Home.

Lo scorso anno IGPDecaux ha lanciato il **Programmatic Advertising** per campagne multimediali e soluzioni digitali ancora più efficaci. L'offerta di IGPDecaux si è quindi arricchita di un nuovo canale: il Programmatic Advertising, che amplifica le potenzialità del DOOH offrendo modalità di acquisto integrate tra mondo fisico e digitale attraverso la piattaforma internazionale VIOOH (www.viooh.com).

Nel 2021, VIOOH presenta una rinnovata immagine di marca e logo. Figure surreali, sorprendenti ed eroiche: ideate per affermare la brand identity rivisitata di VIOOH e rendere più riconoscibile ed intuitiva la piattaforma internazionale di Programmatic a tutto il mondo, quasi a riflettere il cambiamento che VIOOH sta portando al mondo dell'OOH.

VIOOH ha voluto combinare immagini e oggetti inaspettati per trasmettere un messaggio di cambiamento e progresso: nuovi colori, con più energia per affermare la potenza di VIOOH nel mondo del Programmatic e dell'Out Of Home.

Questa nuova immagine si riflette inoltre nel nuovo sito web: un'interfaccia dinamica e fantasiosa, semplice ed esaustiva seguendo il percorso di innovazione intrapreso dalla società leader nel Programmatic, con una sezione dedicata alle case-histories principali realizzate recentemente da VIOOH in diversi paesi europei.

L'Out of Home (OOH) è stato spesso definito come la più antica forma di pubblicità ma ha saputo comunque rinnovarsi nel tempo: il trading programmatico nei media è relativamente nuovo e il Programmatic è ancora più recente soprattutto se applicato all'Out Of Home.

Oggi questi due mondi stanno andando nella stessa direzione e VIOOH si trova al centro di questa convergenza.

La pubblicità esterna ha il potere di creare impatto, genera conversazioni e dà credibilità, ma nel mondo digitale, personalizzato e in rapida evoluzione di oggi, deve lavorare di più per essere pertinente e stimolante. L'obiettivo di VIOOH è quello di guidare questo cambiamento, contribuendo a trasformare l'OOH in modo che sia sempre più reattivo, supportando i marchi a creare connessioni più profonde con i consumatori e consentendo ai proprietari dei media di diventare più rilevanti.

Grazie al Programmatic è possibile strutturare soluzioni di advertising che rispondono precisamente alle esigenze dei clienti: sfruttando i dati a cui la piattaforma attinge (fonti certificate Audioutdoor) il piano media viene customizzato ad hoc, aumentando la possibilità di raggiungere il Target specifico desiderato.

VIOOH permette di conseguenza di massimizzare il potenziale dell'out of home, mettendo in contatto acquirenti e proprietari, campagne e inventario. Grazie a VIOOH e IGPDecaux quindi si può aiutare la pubblicità a essere più creativa, più influente e più conveniente, rendendo la pianificazione più efficiente, evidenziando ciò che è disponibile in qualsiasi momento.

Oggi, VIOOH ha lanciato quindi un nuovo posizionamento del marchio, incentrato sulla promessa di "cambiare la conversazione" con l'obiettivo di essere leader in un settore così dinamico e in rapida evoluzione.

Cifre chiave IGPDecaux, leader in Italia della comunicazione esterna:

- Dipendenti: 296
- Presente in 115 città italiane
- 85.969 facce pubblicitarie

IGPDecaux

- 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