

Lavazza sceglie la sinergia OOH + Mobile adv per il drive to event grazie alle soluzioni Street to Store di S4M e OOH di IGPDecaux

Milano, 10 febbraio – Lavazza, Planitum Partner delle **Nitto ATP Finals** tenutesi a Torino dal 14 al 21 novembre si è affidata, per la promozione dell'evento, alla soluzione composta da **Street to Event** di **S4M** in sinergia con l'**adv OOH** di **IGPDecaux**: un connubio di digitale e comunicazione esterna il cui effetto finale si è dimostrato maggiore della somma delle singole parti.

L'obiettivo principale della campagna **OOH + Mobile** è stato quello di stimolare engagement e call to action attraverso due diverse attività: la partecipazione ad un concorso online volto a fare edutainment sul sistema Lavazza A Modo Mio e la Barista Technology e il drive to event verso i luoghi della Lavazza Experience (Nuvola Lavazza, Pala Alpitour e Nitto ATP Finals Fan Village).

Nel complesso sono state erogate più di 450.000 Impressions divise equamente tra le due attività mobile. Il Drive to Contest ha generato un CTR del 3,24%, circa 4 volte superiore rispetto al benchmark delle campagne mobile di traffic al sito. L'attività di Drive to Event invece ha guidato quasi 2.000 utenti verso i luoghi d'interesse, con il Nitto ATP Finals Fan Village che è stato il più visitato.

La campagna mobile digital è stata erogata a quegli utenti che si trovavano in prossimità del network composto dalle 100 posizioni MUPI di **IGPDecaux**: una soluzione phygital a rinforzo e supporto dell'OOH e viceversa. La campagna in sinergia ha generato **1,4x** il risultato di visite che si avrebbe avuto solo con l'OOH e **2 volte superiore** al solo utilizzo del mezzo mobile.

La sinergia e la strategia dei due strumenti, va oltre il semplice branding, ma di **effettive visite nelle aree preparate da Lavazza per l'evento**: grazie all'esclusiva tecnologia **S4M Measurement**, S4M è infatti in grado di intercettare gli utenti a target nelle immediate vicinanze degli spazi OOH, potendone poi misurarne le reali visite all'evento, grazie alla propria tecnologia proprietaria **Fusio by S4M**.

I risultati della campagna sono stati importanti, si è registrato un tasso di visita dello **0,35%** sugli utenti esposti al solo mezzo mobile, **0,51%** sugli utenti esposti al solo OOH e una percentuale che cresce a **0,72%** analizzando le visite di utenti esposti ad entrambi i mezzi.

Tali evidenze dimostrano dunque in modo oggettivo come il connubio sinergico di OOH e Mobile sia molto efficace anche per esigenze di Drive to Event.

Commenta **Benvenuto Alfieri**, *Country Manager Italia S4M*: "Siamo davvero molto fieri e felici aver collaborato insieme ai nostri partner di IGPDecaux a questo progetto. Essere riusciti a rafforzare il messaggio e le iniziative messe in campo da Lavazza per questo evento così importante per lo sport e per la città di Torino è uno degli aspetti più importanti. Poter poi generare delle ottime performance è merito di tutto il team di S4M Italia e di IGPDecaux".

Michele Casali, *Marketing & Data Director IGPDecaux* afferma che "grazie all'approccio flessibile e integrato tra OOH e Mobile advertising, è stato possibile andare incontro alle esigenze di Lavazza.

Tali soluzioni si sono dimostrate vantaggiose per migliorare le performance della comunicazione e per misurarne l'efficacia. Si conferma dunque la bontà delle soluzioni data-driven recentemente rilasciate da IGPDecaux e aventi come obiettivo il presidio territoriale, il Drive to Event e la post-valutazione delle campagne".

IGPDecaux

IGPDecaux

IGPDecaux è leader in Italia per la comunicazione esterna. Trasporti di Superficie, Aeroporti, Metropolitane, Arredo Urbano e Affissioni sono i media a cui applichiamo le nostre soluzioni di comunicazione Out of Home e Digital Out of Home avendo sempre cura che queste si integrino armoniosamente nel contesto urbano per rendere le città più accoglienti, piacevoli, confortevoli. L'obiettivo è realizzare comunicazioni sempre più personalizzate sulle esigenze dei clienti, utili ai cittadini, dal design piacevole e al contempo attente all'ambiente.

Contatti: Tel: 02/654651 - comunicazione@igpdecaux.it



About S4M:

S4M delivers advertising that drives more customers to stores, dealerships and restaurants. Our drive-to-store platform, Fusio, delivers incremental customer visits which are always independently verified. Founded in 2011, S4M's platform is available globally, and used by over 1,000 brands worldwide to drive customers to physical locations.

For more information: <https://www.s4m.io>

S4M Contatti:

Benvenuto Alfieri – Country Manager Italy

Tel. +39 391 334 3173

Email. benvenuto.alfieri@s4m.io

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