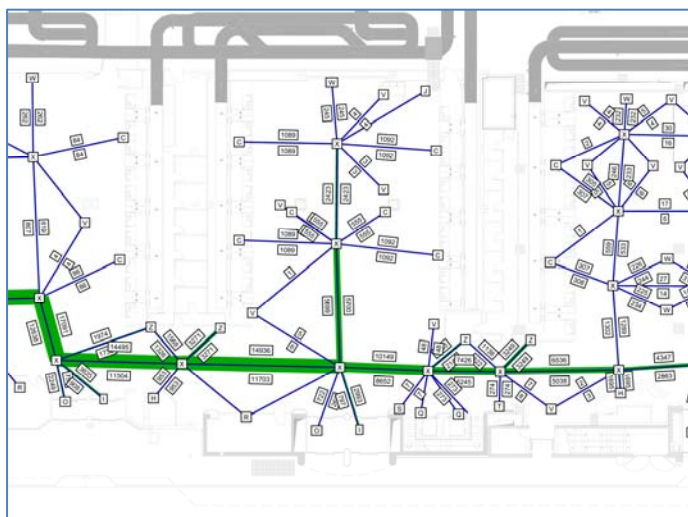


## IGPDecaux rilascia il Modello Airport anche per gli aeroporti di Malpensa e Orio al Serio

**Milano 10 Settembre 2012.** In un'ottica di continuo miglioramento nella misurazione della comunicazione esterna, IGPDecaux estende la copertura del proprio Modello Airport anche agli aeroporti di Malpensa (T1 e T2) e Orio al Serio. Tale rilascio si pone a conclusione di un percorso iniziato a Linate con il più importante e innovativo progetto di ricerca degli ultimi anni per la stima delle Audience della comunicazione esterna.



**Figura 1**

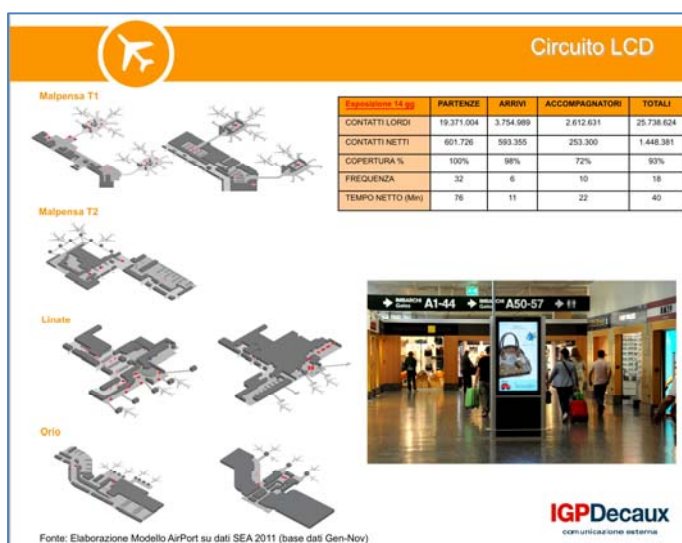
**Modello Airport: rappresentazione degli spostamenti**

I risultati sono ottenuti partendo dai dati reali forniti dalle società aeroportuali e modellizzati secondo un avanzato algoritmo di tipo Origine/Destinazione che, grazie a opportune tarature, simula interamente gli spostamenti.

Da oggi il mercato pubblicitario potrà dunque avvalersi di informazioni dettagliate per prodotto, area aeroportuale, età, sesso e professione. Tali dati potranno essere opportunamente distinti in tre diversi universi: passeggeri in arrivo, in partenza e accompagnatori.

Una volta ricostruiti i flussi, grazie ad un sistema di incrocio tra aree di visibilità degli impianti e spostamenti, IGPDecaux è in grado di stabilire se e per quanto tempo uno spazio pubblicitario è visibile. Questo permetterà a IGPDecaux di migliorare e rendere più efficace la propria offerta e di poter rispondere in modo più puntuale alle richieste del mercato.

*“In un momento di difficoltà del mercato pubblicitario”* spiega Michele Casali, Responsabile Ricerche e Progettazione Prodotto, *“IGPDecaux risponde investendo con ancor più impegno nella qualità della propria offerta e nei propri strumenti di misurazione, mettendoli a disposizione del mercato della comunicazione. Nell’ambito del mezzo Out Of Home, il carattere di innovazione contenuto nel Modello Airport non ha infatti eguali né in Italia né in Europa”*.



**Figura 2**

**Esempio di risultati del modello Airport**

Il Modello Airport è frutto di più di due anni di lavoro in collaborazione con **Tandem**, società che ha sviluppato e curato il progetto di modellizzazione, e con **SEA** e **SACBO**, che hanno messo a disposizione tutte le informazioni utili alla realizzazione e alla taratura dello stesso.

Spiega Carlo Caruso, Direttore Generale di **Tandem**: *“L’esperienza maturata nella*

*costruzione del modello già sviluppato per Linate ci ha consentito di approcciare i tre principali aeroporti lombardi, con i loro 37 milioni di passeggeri all'anno. La complessità di Malpensa T1, secondo aeroporto italiano per dimensioni, e la caratterizzazione spinta di Malpensa T2 e Orio al Serio, vocati alle compagnie low-cost, hanno richiesto alcuni affinamenti del modello. L'idea di base rimane però la stessa, descrivere il comportamento di mobilità dei singoli fruitori dell'aeroporto, seguendo le diverse tappe, obbligate o facoltative, dei loro spostamenti all'interno dell'aerostazione, per poi incrociare i loro percorsi con l'offerta pubblicitaria"*

IGPDcaux unico operatore globale di comunicazione esterna,  
( joint-venture RCS MediaGroup/JCDecaux), cifre chiave:

- Fatturato 2010: 132 milioni di Euro
- Presente in 130 città italiane
- 70.000 facce pubblicitarie
- 14.000 mezzi di trasporto
- 2.300 poster
- 170 grandi formati luminosi
- 9.500 impianti di arredo urbano
- 7 aeroporti (fra cui Milano Linate e Malpensa, Roma Fiumicino)
- 3 metropolitane (Milano, Roma, Torino)

**Tandem** realizza studi, progetti ed indagini sulla mobilità e sul traffico, con un'attenzione anche ai diversi comparti sui quali la mobilità produce effetti (salute e sicurezza, economia, ambiente, energia). Gli ambiti di intervento vanno dal trasporto pubblico a quello privato, dalla valutazione di nuove infrastrutture all'analisi dell'impatto delle attività insediate, dalla mobilità di lungo raggio a quella urbana e locale.