

## Il nuovo Digital Out of Home di IGPDecaux per il Comune di Bologna

**Milano, 17 aprile 2023- 50 nuovi schermi digitali:** si amplia l'offerta digitale di IGPDecaux, che mette a disposizione dei brand e delle città italiane manufatti di design sempre più innovativi, funzionali e attrattivi. Queste nuove installazioni rafforzano la strategia del Gruppo JCDecaux volta a digitalizzare le città italiane e si inseriscono nel consistente piano di investimenti pluriennale grazie al quale IGPDecaux ha già attivato negli ultimi anni device digitali di Arredo Urbano, tra cui alcuni smart e dotati di dispositivi interattivi, nelle città di Milano e di Pavia, che si aggiungono alla già ampia offerta digitale in ambito transport (stazioni metro e aeroporti).

Il progetto nasce a valle dell'avvio di un **project financing** (primo esempio in Italia nel settore Out Of Home) grazie al quale IGPDecaux andrà a ristrutturare la comunicazione pubblicitaria OOH e DOOH a Bologna garantendo altresì alla città di poter erogare servizi innovativi ai cittadini e turisti.

I 50 nuovi schermi digitali di Bologna fanno parte dei **227 nuovi impianti di arredo urbano** che IGPDecaux installerà e manterrà per i prossimi 11 anni e che sostituiranno gli attuali manufatti collocati una quindicina di anni or sono, nell'ambito di un progetto di rimodulazione basato sull'ecodesign e sull'utilizzo di processi di gestione sostenibili, a partire dall'impiego di alimentazione proveniente al 100% da fonti rinnovabili e da sistemi di risparmio energetico.

I nuovi schermi digitali offriranno anche una grande opportunità alla città di Bologna, ovvero strutturare, facendo leva sul nuovo sistema impiantistico e in particolare sull'utilizzo delle nuove tecnologie digitali proposte, un nuovo e moderno sistema di comunicazione e informazione, grazie al quale il Comune potrà **modulare comunicazioni di pubblica utilità ai cittadini in tempo reale e attraverso modalità interattive**. L'amministrazione avrà infatti a disposizione, del tutto gratuitamente, un potente canale media da utilizzare giornalmente per raccontare ai cittadini eventi, agende e realtà che li circondano assicurando così un nuovo servizio di pubblica utilità a costo zero per una città inclusiva e sostenibile.

Il progetto è perfettamente in linea con la Mission di IGPDecaux, ovvero assicurare un sistema di comunicazione pubblicitaria di alta qualità migliorando, allo stesso tempo, la fruibilità degli ambiti urbani e incentivando l'introduzione di innovazioni, anche tecnologiche, potenziando al contempo l'informazione al pubblico.

*“Un'operazione virtuosa per il Comune di Bologna – è il commento dell'**assessora al Bilancio Roberta Li Calzi** - che da un lato riduce il numero di impianti in città e qualifica la rete con questi nuovi schermi digitali che guardano al futuro. E dall'altro porta all'Amministrazione Comunale risorse preziose e offre alla città un nuovo strumento di comunicazione pubblica che non ha precedenti e che credo avvicinerà il Comune ai suoi cittadini e cittadine”.*

*“Il mercato- afferma **Filippo Gullì, Direttore Sales di IGPDecaux** - continua a manifestare un crescente interesse per l'Out of Home trainato anche dall'offerta digitale. Nel 2022 il digitale ha rappresentato un quarto del fatturato negli asset nei quali sono presenti device DOOH (arredo urbano, aeroporti, metropolitana).*



*Un media mix vincente prevede la commistione tra la potenza dell'analogico e la flessibilità ed il content del digitale. Il DOOH, assieme al mobile advertising, sono i due media con la più elevata crescita in termini di investimenti pubblicitari a livello globale. La costante crescita del Digital Out of Home di IGPDecaux è dovuta non solo all'implementazione di nuovi display digitali, ma anche all'offerta di servizi ad essi legati quali il **Programmatic** che, attraverso VIOOH Exchange, la principale DOOH SSP premium globale, permette ai brand la massima flessibilità di acquisto sulla base delle proprie esigenze di comunicazione, alla disponibilità di **dati e informazioni di audience certificati** e alla potenza di **JCDecaux Data Solution**, il portfolio di soluzioni data driven globali e locali che permette agli advertiser di massimizzare l'efficacia ed il ROI del loro investimento media".*

Aggiunge **Andrea Rustioni, Direttore Generale di IGPDecaux**: "Al momento abbiamo circa 800 display digitali collocati su impianti di arredo urbano, nelle stazioni delle metropolitane e negli aeroporti. L'implementazione si inquadra nella più ampia strategia di IGPDecaux mirata a mettere a disposizione dei brand, della collettività e dei suoi partner, il proprio know-how tecnologico per creare progetti di grande valore estetico e funzionale. Abbiamo un importante piano di sviluppo mirato alla diffusione del digitale ma sempre caratterizzato dalla continuità nell'applicazione delle logiche di implementazione: un numero non eccessivo di device, di gran qualità e di design, perfettamente integrati nei contesti di riferimento e attenti alle logiche ESG in tema di riduzione dei consumi energetici e diffusione di una comunicazione responsabile."

[comunicazione@igpdecaux.it](mailto:comunicazione@igpdecaux.it)

[www.igpdecaux.it](http://www.igpdecaux.it)