



dolci<sup>ooh</sup>



### Lapis Press kit 3

#### La scheda del settore

**OUTDOOR ADVERTISING, IL SETTORE DELLA “COMUNICAZIONE FUORI CASA” IN ITALIA HA UN GIRO D’AFFARI DI OLTRE 225 MILIONI DI EURO. NEL VERONESE ATTIVI GRANDI OPERATORI NAZIONALI E MULTINAZIONALI E TRE PRINCIPALI REALTÀ CHE OPERANO CON CAMPAGNE LEGATE AL TERRITORIO. IL FUTURO È NEL DIGITALE CON I LEDWALL E GLI SCHERMI LCD**

**Verona, settembre 2020.** L’outdoor advertising o out-of-home (OOH) advertising è un settore della pubblicità che contiene una moltitudine di forme di comunicazione che sono mirate al consumatore quando **si trova fuori dalle mura di casa**, in luoghi pubblici o aperti al pubblico: dai cartelloni pubblicitari agli allestimenti dei mezzi di trasporto, dalle insegne alle frecce segnaletiche, dalle vetrofanie ai camion vela.

Si differenzia dalla pubblicità su carta stampata, internet, radiotelevisiva che ha come destinatario un utente che utilizza volontariamente il mezzo di comunicazione.

Sono messaggi che sono destinati ad essere fruiti mentre si viaggia in auto, si è in attesa in stazione o alle fermate dell’autobus, si passeggia per la città, si fa shopping nei centri commerciali o si attende la coincidenza in aeroporto.

**L’esempio più celebre di outdoor advertising è rappresentato da Times Square**, la piazza nel cuore di New York tappezzata di tabelloni luminosi a led che ininterrottamente diffondono messaggi pubblicitari.

L'outdoor advertising in Italia ha chiuso il **2019 con un giro d'affari di oltre 225 milioni di euro** (stime Nielsen) che includono l'outdoor tradizionale statico (Cartellonistica), il Transit (avvisi sui mezzi, tram, camion taxi ecc.) e la GoTV (schermi presenti nelle stazioni e nelle metropolitane). Il mercato pubblicitario nazionale totale su tutti i media è stato pari a 8 miliardi e 774 milioni di euro nel 2019.

Sul mercato agiscono operatori di tutte le dimensioni, da società multinazionali che gestiscono campagne di profilo nazionale su mezzi di grandi dimensioni, fino alle piccole agenzie o alle concessionarie che operano in modo più mirato sul territorio.

Oltre ai grandi operatori nazionali o multinazionali, **nel Veronese sono attive principalmente tre realtà imprenditoriali di rilievo che si contendono un mercato** composto da clienti con esigenze di comunicazione locale legata al territorio e alle province limitrofe. Esistono anche micro imprese che occupano alcuni segmenti di mercato come le affissioni, ma mirate a singole realtà locali molto limitate.

**Il futuro dell'outdoor advertising è nel digitale**, quello che viene anche definito come **DOOH (digital-out-of-door) advertising**, cioè la moltitudine di contenuti multimediali che vengono veicolati attraverso schermi che non sono quelli di casa. Possono essere utilizzate le grandi superfici di pannelli a led - i cosiddetti ledwall - o gli schermi LCD come quelli domestici, quando gli utenti sono più vicini.

L'apertura delle amministrazioni locali a queste tecnologie consente nuovi scenari per la comunicazione outdoor che passano per le **installazioni digitali**. Oltre all'innovazione del messaggio che possono trasmettere, va considerato anche l'aspetto di sostenibilità e di rispetto ambientale di questi strumenti che vengono comandati a distanza, senza sostituzioni di cartelloni e manifesti di carta e quindi senza produrre rifiuti, azzerando i mezzi necessari per l'installazione, come camion e piattaforme, e togliendo operai dalle strade.

**Contatti Stampa**

**Bottega della Parola**

**Zeno Delaini +39 347 700 4360**