



# CASE HISTORY

***Comunicazione  
outdoor integrata***

***Regione Calabria***

**CBS  
OUTDOOR**

# Esigenze comunicative del Cliente



## □ Obiettivo

- ✓ Promuovere la Regione Calabria, facendola conoscere attraverso i diversi aspetti che la caratterizzano; non solo mare e turismo, ma anche arte, cultura, religione ed un popolo molto ospitale

## □ Target

- ✓ Viaggiatori interessati a scoprire una possibile meta per le proprie vacanze

## □ Azioni

- ✓ Decorazione interna ed esterna di due Treni Eurostar
- ✓ Station Domination in luoghi strategici della mobilità turistica
- ✓ Bridge e Finger in prossimità dei due maggiori aeroporti italiani
- ✓ Conferenza Stampa di presentazione del piano di comunicazione



# Pianificazione mezzi

CBS Outdoor ha realizzato la **personalizzazione** e la **decorazione** di diversi media outdoor:

## Timing

da Febbraio a Maggio 2009

✓ **Treni Eurostar**

✓ **Station Domination**

✓ **Finger**

✓ **Bridge**



# Pianificazione mezzi

## Treni Eurostar

### Timing

dal 15-02-2009 al 16-03-2009

### Spazi

**Decorazione esterna: 852 mq**

**Decorazione interna: 811 spazi**

di vario formato e tipologia:

- ✓ 671 poggiatesta
- ✓ 20 sliding doors
- ✓ 120 manifesti



# Pianificazione mezzi

## Station Domination Roma Fiumicino

### Timing

dal 15 febbraio al 16 marzo 2009

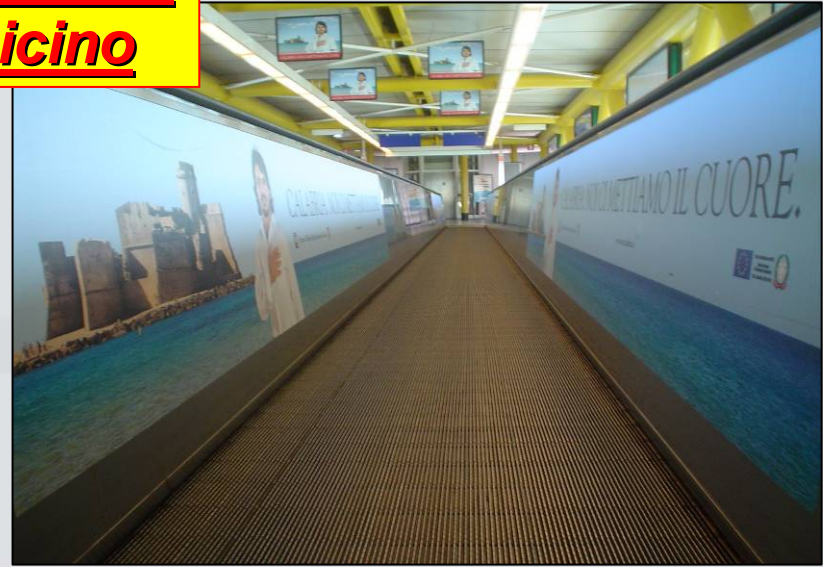
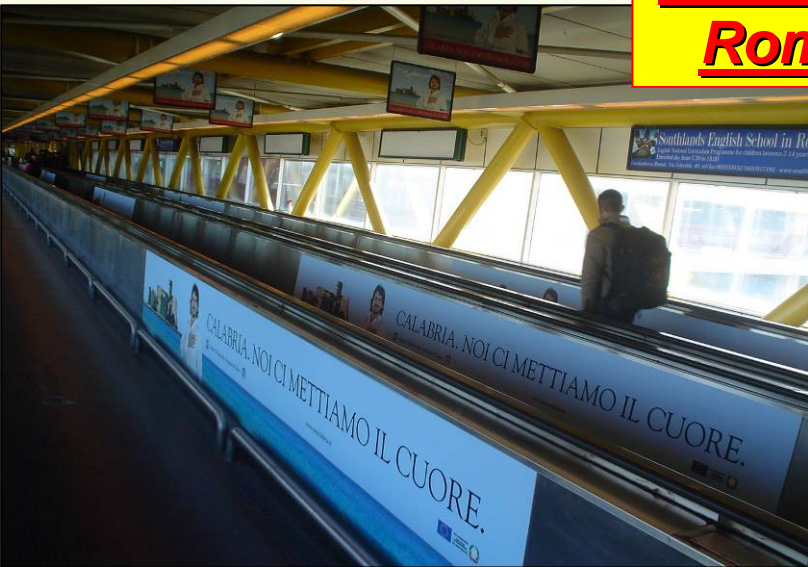
### Caratteristiche

- ✓ cardine del sistema aeroportuale romano con un traffico passeggeri estremamente elevato per voli sia nazionali che internazionali: **23.034.743** passeggeri all'anno, di cui **9.560.100** passeggeri nazionali\*
- ✓ decorazione complessiva di 330 MQ distribuiti in diversi impianti e formati (floor, wrapping, mini banner)





**Station Domination**  
**Roma Fiumicino**



# Pianificazione mezzi

## Station Domination Milano Cadorna

### Timing

dal 1 al 30 aprile 2009

### Caratteristiche

- ✓ decorazione complessiva per 350 MQ
- ✓ collegamento diretto con l'aeroporto di **Malpensa** e principale porta d'accesso alla città dalle province di Como, Lecco, Novara, Varese e Hinterland Milanese
- ✓ **3.600.000** viaggiatori al mese
- ✓ innovativo canale di comunicazione pubblicitaria grazie al quale la campagna pubblicitaria raggiunge il passeggero ovunque si trovi e il pubblico di pendolari che attraversa la stazione, è esposto ai messaggi per almeno due volte al giorno



# Pianificazione mezzi

## *Finger Roma Fiumicino*

### Timing

dal 15 febbraio al 15 maggio 2009  
Finger Terminal C  
(arrivi/partenze internazionali)

### Caratteristiche

- ✓ superficie decorabile 234 MQ
- ✓ comunicazione altamente visibile, spettacolare, e impattante, nel principale aeroporto italiano, ed uno dei più importanti a livello europeo, che sviluppa circa **3 milioni** di passeggeri al mese\*
- ✓ posizione del finger tale da intercettare tutto il flusso in entrata e in uscita dall'aeroporto



**Finger Roma Fiumicino**



# Pianificazione mezzi

## **Bridge Domination Milano**

### **Timing**

dal 1 al 31 marzo 2009  
Viale Corsica Uscita Città

### **Caratteristiche**

- ✓ 86,4 MQ
- ✓ posizionata lungo la più importante arteria stradale in direzione ingresso città dall'Aeroporto di Linate
- ✓ impianto visibile dal numeroso flusso di viaggiatori in arrivo a Milano
- ✓ 1 milione di contatti\* sviluppati ogni mese



***Bridge Domination  
Viale Corsica Milano  
Visibile in uscita Città***



# Conferenza Stampa di presentazione

## Timing

20 Febbraio 2009

## Location

Sala Reale Stazione Centrale Milano

## Programma

- ✓ Presentazione dell'intera campagna outdoor pianificata agli operatori del settore e alla stampa specializzata
- ✓ Presenza ed interventi congiunti del Managing Director CBSO Luca Strigiotti, del presidente della Regione Calabria Agazio Loiero e del Senior Partner Renato Gaeta dell'agenzia di comunicazione StageUp
- ✓ Visita diretta del treno Eurostar interamente decorato Regione Calabria



# La forza della comunicazione CBS

## **Mezzi adatti per intercettare il Target di riferimento del cliente**



Chi viaggia per motivi di lavoro e deve programmare le sue vacanze

## **Contesto comunicativo ideale per contattare il target**



Alta ricettività ai messaggi ed ampi tempi di esposizione

## **Mix strategico media out of home**



Spazi collocati presso le aree di maggiore flusso e transito di viaggiatori

