



## Metropolitana di Napoli... altro che spazzatura

*In metropolitana si accede ad un ambiente unico per ricchezza artistico-culturale.  
Un prestigio confermato anche da CBS Outdoor Italia grazie alla ricerca condotta con Gfk-Eurisko 2011.*

**Milano, 30 giugno 2011**

Dal 2001, grazie all'iniziativa le stazioni dell'arte, la metropolitana di Napoli è uno degli esempi più interessanti di museo decentrato e distribuito sull'intera area urbana: un percorso espositivo aperto, per una fruizione dinamica di opere artistiche.

Le stazioni metropolitane negli anni hanno ospitato, e ospitano, opere di grandi architetti e designer italiani, tra cui: Alessandro Mendini, Domenico Oracchio, Gae Aulenti.

CBS Outdoor Italia, leader nella pubblicità esterna e parte di CBS Corporation, ha prodotto una ricerca i cui risultati confermano il prestigio di questa metrò.

Dati positivi sul target che utilizza frequentemente il mezzo: di età giovane-adulta (19-42) e composto per il 65% da decisori d'acquisto. Una audience attiva, che mostra un alto livello di soddisfazione per il servizio offerto (75%), per la cultura promossa attraverso "Le stazioni dell'arte" (90%) ed anche un alto gradimento per la pubblicità al suo interno (è bella 74%, non è invasiva 71%).

Interessante e da non trascurare anche il focus relativo agli stati d'animo di viaggio, dal quale emergono dati molto positivi: durante gli spostamenti, infatti, gli utilizzatori dichiarano di sentirsi calmi (79%) e interessati a ciò che li circonda (76%).

A livello pubblicitario ciò è particolarmente rilevante considerando l'influenza dello stato d'animo sulla percezione del messaggio. In relazione al rapporto degli user con la pubblicità emerge che: *"Metronapoli ha verosimilmente la capacità di ridurre i meccanismi di difesa degli esposti aumentando l'impatto della campagna"*.

Le leve emotive e l'esclusività dagli spazi interni, congiuntamente al target emerso, concorrono in larga parte al risultato ottimale della Call to Action della pubblicità in metro: il 74% del core target afferma di aver reagito alla visione della campagna, informandosi o addirittura acquistando un prodotto (43%).

**Fabio Nobili – Marketing & Business Development Director CBS Outdoor Italia** - afferma: *"Un asset in continuo sviluppo, che gestiamo pubblicitariamente in esclusiva. Oltre 48 mln di contatti all'anno costituiscono un'audience di ottimo profilo; in considerazione dei risultati di questa ricerca, dalla quale emerge che la Metropolitana rappresenta un punto di eccellenza per Napoli, ma soprattutto un'opportunità unica per gli investitori, in un momento delicato come questo, visto che in superficie si affronta una grave problematica quale lo smaltimento dei rifiuti. Un contesto pulito, stimolante, che genera elevate call to action si configura quindi come quello ideale per rendere maggiormente efficace una campagna pianificata a Napoli"*.

*CBS Outdoor è leader in Italia nella pubblicità esterna, proponendo un'articolata offerta incentrata su mezzi di comunicazione innovativi, di grande impatto, in grado di raggiungere un elevato numero di contatti.*

*CBS Outdoor si presenta sul mercato con diverse linee di prodotto: Outdoor, Station, Transit, Airports, Below the Line e Digital, grazie alle partnership esclusive con RFI, Trenitalia, FNM, Metronapoli, CPT, CAP, ATAF, ATM, Eav, CTP e Minimetrò Perugia. CBS Outdoor è presente anche in Regno Unito, Francia, Spagna, Irlanda, Paesi Bassi, Nord America, Canada, Messico, Uruguay, Cile, Brasile, Argentina e Cina.*

*CBS Outdoor fa parte del gruppo CBS Corporation (NYSE: CBS.A and CBS), uno dei maggiori attori a livello mondiale nel settore della comunicazione e dell'entertainment e anche dell'ecosostenibilità, grazie alla recente acquisizione di EcoMedia. È una compagnia mass media con interessi in tutti i settori della comunicazione ed entertainment, incluso l'emittenza televisiva (CBS e The CW – una joint venture tra CBS Corporation e Warner Bros. Entertainment), televisione via cavo (Showtime e CSTV Network), televisioni locali e syndacation (CBS Television Stations) , produzioni televisive (CBS Television Distribution Group e CBS Television Studios), radio (CBS Radio), pubblicità esterna (CBS Outdoor), editoria (Simon & Schuster), media digitali (CBS Digital Media Group e CSTV Networks) e prodotti consumer (CBS Consumer products).*

**Per ulteriori informazioni:**

**Nicola Del Furia**, tel. 02.63116.235, mail [nicola.delfuria@edelman.com](mailto:nicola.delfuria@edelman.com)

**Clara Ceriotti**, tel. 02.63116.203, mail [clara.ceriotti@edelman.com](mailto:clara.ceriotti@edelman.com)