

Digital Out of Home e misurazione delle campagne: Medya Network sceglie l'Intelligenza Artificiale di Blimp

Il leader del Digital Advertising Out of Home negli shopping mall d'Italia ha scelto le tecnologie profonde della milanese Blimp, nata dalla Fabbrica di Imprese e-Novia, per misurare l'efficacia delle campagne dei propri clienti all'interno di 38 centri commerciali dislocati in 28 città italiane.

Milano, 7 maggio 2021 – **Medya Network** - concessionaria pubblicitaria del **Gruppo Immedya** con un target di oltre 270 milioni di visitatori annuali nei principali shopping mall d'Italia, insieme al suo partner commerciale in esclusiva **PRS Mediagroup**, ha scelto le tecnologie innovative di **Blimp** per massimizzare il rendimento delle campagne di advertising dei propri clienti.

Nata nel 2017 all'interno di **e-Novia**, la Fabbrica milanese di Imprese *deep tech*, Blimp è in grado di trasferire le metriche digitali nel mondo reale grazie alle proprie tecnologie brevettate: **il suo sistema 100% privacy compliant rileva i flussi di persone e veicoli negli spazi pubblici**, decifrando target specifici per ogni audience.

Medya Network ha scelto di avvalersi dei **sensori di intelligenza artificiale** di Blimp e dei suoi **algoritmi di computer vision** per misurare in tempo reale non solo il numero dei passanti che gravitano intorno ai ledwall (fino a una distanza di 140 metri) ma anche il genere e l'età, in maniera del tutto anonima.

Tra le altre metriche fornite da Blimp: il numero di views, il tasso di OTS (*Opportunity To See*) e il tempo di permanenza di fronte all'annuncio pubblicitario.

Questa partnership strategica vede l'impiego dei sensori di Blimp nei centri commerciali che compongono il network di Medya. Questi rappresentano un luogo privilegiato per l'advertising, **con i visitatori maggiormente disposti ad accogliere il messaggio pubblicitario** grazie al marketing di prossimità.

Per tracciare il mondo del *Digital Out of Home*, oggi è necessaria l'integrazione di tecnologie sempre più innovative, come l'intelligenza artificiale. Generare dati sui flussi di persone negli shopping mall, superando i classici modelli statistici, rappresenta una sfida notevole per i grandi dell'advertising, che sempre di più necessitano di conoscere la propria audience per stimolarne i bisogni con messaggi mirati. E per trasformare quei bisogni in acquisti di prossimità.

«È fondamentale, per noi, poterci finalmente avvalere di uno strumento che dà certezza e solidità al dato», commenta **Francesco Viola**, Head di Medya Network, «Vogliamo garantire ai nostri clienti la possibilità di misurare con efficacia e trasparenza le loro pianificazioni per renderle ancora più in linea con il proprio target, ottimizzando gli investimenti e quantificandone il ritorno. La partnership con Blimp rivoluziona le strategie pubblicitarie, offrendo ai nostri inserzionisti un servizio unico e la possibilità di avere le stesse metriche offerte dal digitale, con un tracciamento dell'utente composto da dati anonimi e aggregati, che avviene nel totale rispetto delle normative sulla privacy».

«La collaborazione con Medya Network, che con i suoi 38 shopping mall in Italia raggiunge un totale di oltre 270 milioni di visitatori ogni anno, rappresenta un importante tassello per la nostra crescita», aggiunge **Alex Buzzetti**, co-Founder e General Manager di Blimp, «Siamo molto orgogliosi, poiché lavoriamo costantemente per massimizzare le performance delle campagne dei nostri clienti, attraverso soluzioni tecnologicamente avanzate che apportano un considerevole valore aggiunto al settore del Digital Out of Home».



About Medya Network: Medya Network, nata nel 2010, è la concessionaria pubblicitaria del Gruppo Immedya leader nel settore del Digital Advertising Out-Of-Home nei principali shopping mall d'Italia.

Un network esclusivo con oltre 959 mila ore di programmazione annuale e più di 2000 mt quadrati di ledwall in 38 centri commerciali di 28 città italiane. I 253 impianti digitali del network catturano l'attenzione dei visitatori, raccontano storie ed esaltano il know how dei brand raggiungendo ogni anno oltre 270 milioni di persone negli ambienti dedicati allo shopping.

About PRS Mediagroup: è una concessionaria pubblicitaria indipendente che opera nel settore da oltre 50 anni. La filosofia aziendale di PRS Mediagroup, volta ad anticipare i trend del mercato, propone attraverso l'ampia offerta dei mezzi in gestione (televisione, radio, stampa, DOOH, digital ed eventi) efficaci pianificazioni sinergiche e cross-mediali.

About Blimp: nata nel 2017 all'interno della Fabbrica di Imprese e-Novia, Blimp realizza tecnologie per la misurazione dei movimenti delle persone in ambienti urbani, in grado di portare le metriche digitali nel mondo reale. Il primo prodotto sul mercato è un sistema 100% *privacy compliant* composto da un sensore (Head-Counter) che permette di misurare in tempo reale i flussi di pedoni, con la relativa distribuzione socio-demografica, e i flussi di veicoli, con la rispettiva tipologia (auto, autobus, moto, scooter e biciclette).

Contatti Gruppo Immedya

Noro 2 srl Unipersonale

Ufficio: +390240701500

E-mail: info@medyanetwork.com

Francesco Viola

E-mail: francesco.viola@medyanetwork.com

Cell: +39 348 9547561

Contatti PRS Mediagroup

Via B. Quaranta, 29 - 20141 Milano

Ufficio: +39 02 5737171

E-mail: info@prsmediagroup.it

Stefania Cervi

E-mail: stefania.cervi@prsmediagroup.it

Ufficio: +39 02 573717.275

Contatti Blimp

Barabino & Partners S.p.A.

Ufficio: +39 02 72 02 35 35

Stefania Bassi

E-Mail: s.bassi@barabino.it

Cell: + 39 335 62 82 667

Sabrina Ragone

E-Mail: s.ragone@barabino.it

Cell: +39 338 2519534