

Las estaciones de Adif inician su plan de digitalización comercial de la mano de Global España iluminando esta Navidad

- El primer circuito de soportes Digitales de Global en estaciones de Adif y Adif AV permitirá a los viajeros convertir en experiencia personal la ilusión del sorteo que nos une cada Navidad y compartirla en sus redes sociales
- La campaña inicia una estrategia que desplegará 600 soportes digitales, que transformarán las estaciones de Adif y Adif AV, aportando infinitas posibilidades creativas y de engagement con una creciente y cualitativa audiencia

01 DICIEMBRE 2022

El plan de digitalización de la publicidad de las estaciones de Adif y Adif Alta Velocidad (AV) arranca impulsado por Global, líder en publicidad exterior, que ha activado el primer circuito de soportes digitales en terminales de tren, como primer paso del proceso de transformación digital de la publicidad en estaciones ferroviarias nacionales, regionales y de Cercanías.

Esta Navidad, Global estrena soportes digitales en los enclaves estratégicos y de máximo impacto y audiencia a nivel nacional: las estaciones de Madrid (Madrid-Puerta de Atocha Alameda Grandes, Madrid-Chamartín Clara Campoamor y Sol) y Barcelona (Barcelona Sants, Paseo de Gracia y Plaza Cataluña), de la mano de Loterías, como primer anunciante de los mupis digitales.

La iniciativa se desplegará 600 soportes digitales, aportando infinitas posibilidades creativas y de engagement con una creciente y cualitativa audiencia.

Esta estrategia de digitalización de la publicidad en los nodos estratégicos de la red de infraestructuras ferroviarias de Alta Velocidad, Media y Larga Distancia y Cercanías de España responde a los servicios adjudicados por Adif a Global, a finales de abril, por un periodo de diez años más una posible prórroga de otros cinco años y en exclusiva.

Relaciones con los Medios
C/ Sor Ángela de la Cruz, 3 28020 - Madrid
Tif.: 917744473 / 917744474

prensa@adif.es

Esta información puede ser utilizada en su integridad o en parte sin necesidad de

citar fuentes

www.adif.es

Nota de prensa

Global, compañía referente en comercialización de medios de publicidad exterior del segmento transit, pone en marcha así el mayor circuito de soportes digitales en estaciones de tren, de la mano de la icónica y siempre esperada campaña navideña del sorteo extraordinario de Loterías y Apuestas del Estado, como primer anunciante de estos soportes digitales. Así, no solo enciende la ilusión de la Navidad, sino la del reto de desplegar un plan de digitalización de los soportes publicitarios en las estaciones ferroviarias en España.

Manuel Martínez Cepeda, director de Explotación Comercial de Adif enmarca esta iniciativa “en una ambiciosa estrategia de transformación de nuestras estaciones para responder a un nuevo modelo de movilidad más sostenible, inteligente, competitivo y vertebrador, que va a convertirlas en nodos estratégicos del transporte del futuro, conectadas a las smart cities y las necesidades de un ciudadano que de forma creciente elige el ferrocarril para viajar”.

Borja Balanzat, director general de Global Media España comenta: “Somos líderes en publicidad exterior en soportes en movimiento y en emocionar a la audiencia: qué mejor momento para estrenar nuestra estrategia de digitalización de estaciones de tren que esta acción navideña cuando el tráfico de viajeros se multiplica y las emociones están a flor de piel y nos mueven, como nuestras campañas”.

La campaña transversal ha sido planificada por Equmedia, agencia responsable de toda la activación de la campaña de la Lotería de Navidad, que “agradece a Global la oportunidad de trabajar conjuntamente en este proyecto y formar parte de un momento mágico para todos que darán una gran notoriedad a la Campaña, gracias a las numerosas aportaciones que van a ofrecer sus nuevos soportes creados con un innovador desarrollo tecnológico”, explica Nuria Catalá, directora de Negociación y Compra.

“Los soportes digitales en estaciones de Adif y Adif AV ofrecerán infinidad de soluciones creativas para las marcas que harán que las campañas sean más eficaces y notorias. Esta revolución del medio exterior basada en la innovación tecnológica es una fuente inagotable de acciones sorprendentes para la audiencia, que desde Global no ha hecho más que empezar”, afirma Balanzat.

Historias Extraordinarias

Global y la campaña del Sorteo de Navidad de Loterías y Apuestas del Estado, inspirados por las “historias extraordinarias” de los tres personajes de los spots de este año, quieren

Relaciones con los Medios
C/ Sor Ángela de la Cruz, 3 28020 - Madrid
Tif.: 917744473 / 917744474

prensa@adif.es

Esta información puede ser utilizada en su integridad o en parte sin necesidad de citar fuentes

www.adif.es

contagiar de este espíritu a personas reales y normales que viajan en tren y dar protagonismo a las historias extraordinarias personales detrás de sus décimos.

Para que se emocionen y compartan en sus redes el deseo de que su número sea cantado por los niños de San Ildefonso el 22 de diciembre, estos viajeros se encontrarán por sorpresa con dos réplicas de acero de 500 kilos del mítico bombo de la Lotería de Navidad, junto al que podrán posar y hacer de la Lotería una experiencia para compartir.

Así, Global sorprenderá este mes a los viajeros de las estaciones Adif y Adif AV de Madrid y Barcelona, con la primera campaña en soportes digitales de Lotería de Navidad.

Con esta campaña sorpresiva que combina el poder de lo digital, con la ilusión de la escenografía real, Loterías y Apuestas del Estado y las estaciones de tren, despertarán la emoción del momento que inaugura la Navidad en el imaginario de todo español.

Los tres spots de la campaña de este año, las cuñas, así como las cuatro versiones de gráfica que la completan, han sido ideados y desarrollados por Contrapunto BBDO, y la planificación de medios lo ha llevado a cabo Equimedia que contará con activaciones en televisión, prensa, publicidad exterior, radio y digital.

Nota de prensa

Relaciones con los Medios
C/ Sor Ángela de la Cruz, 3 28020 - Madrid
Tif.: 917744473 / 917744474

prensa@adif.es

Esta información puede ser utilizada en su integridad o en parte sin necesidad de citar fuentes

www.adif.es