



PREMIUM



PREMIUM MALLS

Audience: perché il Centro Commerciale



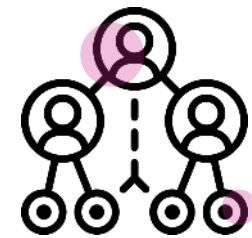
Il nuovo concetto di agglomerazione sociale

La nuova “**piazza**” che raccoglie la popolazione attiva per il tempo libero e lo shopping.



Il più efficace “luogo di consumo”

**1 acquisto su 4 in Italia è
effettuato in un Centro
Commerciale**
dove l'azione, il coinvolgimento,
l'interesse e l'attenzione del singolo e
del collettivo sono stimolati.



L'incontro quotidiano della popolazione attiva

Perché tutto è più **facile, comodo e
divertente** (parcheggio, fresco, caldo,
sicurezza, svago).

Premium mall

PREMIUM



LIFE STYLE



Forte predisposizione dei frequentatori dei centri a ricevere stimoli visivi o di comunicazione

64% degli italiani visita
2 volte al mese un centro commerciale

36% degli shoppers spende
più di 2 ore all'interno del mall

Source IPSOS

Premium mall

PREMIUM



LIFE STYLE



57%
Shopping



30%
Restauration
/ bars



10%
services

8%
other



47%
Food Shopping

15%
Leasures

Profilo del frequentatore

Il target dei Mall è evoluto e dinamico con una **forte propensione all’acquisto** e ai nuovi prodotti che esprime modernità e curiosità nell’uso dei media come nei consumi attento all’innovazione e ai valori di marca.

Questa propensione è ancora più forte nei Premium Malls che vedono proprio nella fascia **34-64** la maggiore concentrazione di frequentatori.

		MALL	PREMIUM MALL
SESSO	Maschio	48%	47%
	Femmina	52%	53%
ETÀ	18-24 anni	7%	11%
	25-34 anni	15%	15%
	35-44 anni	20%	27%
	45-54 anni	19%	18%
	55-64 anni	13%	19%
	65 anni e più	20%	10%
TITOLO DI STUDIO	Elementare, Media inferiore	55%	36%
	Media superiore, Laurea	45%	64%
PROFESSIONE	Dirigente, Imprenditore	6%	14%
	Commerciante, artigiano	7%	4%
	Impiegato, insegnante	17%	32%
	Operaio, commesso	18%	15%
	Casalinga	14%	15%
	Studente Pensionato, non occupato	39%	20%



Premium Malls: il Network Digitale

Vi forniamo l'opportunità di attivare una campagna (D)OOH a copertura nazionale e di raggiungere **più di 40 Mio contatti in un mese**

50 Premium Malls*

Copertura del territorio nazionale

360.440.0000

contatti generati in 1 anno

461 DIGISLIM

distribuiti nei punti di maggiore visibilità della galleria commerciale

855 SCHERMI

impianti bifacciali e monofacciali per andare ad intercettare il 100% dell'audience



PREMIUM MALLS

Mappa copertura

PREMIUM



AREA	MALLS	REGIONE	COMUNE	INSEGNA IPERMERCATO	FOOTFALL PER 14GG	AUDIENCE IMPIANTI SPECIALI 14 GG	FOOTFALL NEW	AUDIENCE IMPIANTI SPECIALI PER ANNO	N. IMPIANTI	N. FACCE	IMPIANTI SPECIALI NEW
3	I GIGLI	TOSCANA	Campi B. (Fi)	PANORAMA	730.769	730.769	19.000.000	19.000.000	19	33	DIGITAL RING 1(composto da 1 ring digitale, 2 colonne, 8 schermi albero) + DIGITAL RING 2 CORTE LUNGA (1 ring digitale e 1 colonna)
3	PORTA DI ROMA	LAZIO	Roma	AUCHAN	730.769	657.692	19.000.000	17.100.000	11	22	N.2 IMPIANTI SCALE MOBILI da 9M X 2M
4	CENTRO CAMPANIA	CAMPANIA	Marcianise (Ce)	ND	457.692		11.900.000		14	21	
1	CURNO	LOMBARDIA	Curno (BG)	CONAD	307.692	123.077	8.000.000	3.200.000	6	12	
1	LE GRU	PIEMONTE	Grugliasco(To)	CARREFOUR	430.769		11.200.000		12	23	
3	ROMA EST	LAZIO	Roma	PANORAMA	392.308	313.846	10.200.000	8.160.000	22	40	N. 1 IMPIANTO CON N.2 SCHERMI LATERALI DA 79"+ 2 colonne digitali con capitello digitale
2	ROMAGNA SHOPPING	EMILIA R.	Savignano s/R (Fc)	IPER LA GRANDE i	384.615		10.000.000		9	16	
1	AUCHAN RESCALDINA	LOMBARDIA	Rescaldina (Mi)	AUCHAN	384.615		10.000.000		9	18	
1	MILANOFIORI	LOMBARDIA	Assago (Mi)	CARREFOUR	355.769	142.308	9.250.000	3.700.000	8	16	
1	CAROSELLO	LOMBARDIA	Carugate (Mi)	CARREFOUR	346.154		9.000.000		9	18	
4	FORUM	SICILIA	Palermo	IPERCOOP	326.923	130.769	8.500.000	3.400.000	10	17	N. 1 IMPIANTO CON N. 2 SCHERMI LATERALI DA 79"
4	AUCHAN GIUGLIANO	CAMPANIA	Giugliano (Na)	AUCHAN	307.692		8.000.000		6	12	
4	IL VULCANO BUONO	CAMPANIA	Nola (Na)	AUCHAN	307.692		8.000.000		21	38	
2	ADIGEO	VENETO	Verona	INTERSPAR	307.692		8.000.000	3.200.000	12	24	
4	CASAMASSIMA	PUGLIA	Casamassima (Ba)	CONAD	303.846		7.900.000		7	14	
4	AUCHAN PORTE DI CATANIA	SICILIA	Catania	AUCHAN	300.000		7.800.000		8	16	
2	AUCHAN PORTE DI MESTRE	VENETO	Mestre (Ve)	AUCHAN	300.000		7.800.000		7	11	
4	MEGALO'	ABRUZZO	Chieti	CONAD	296.154		7.700.000		11	22	
1	CARREFOUR LIMBIATE	LOMBARDIA	Limbate (Mb)	CARREFOUR	269.231		7.000.000		10	19	
1	GLI ORSI	PIEMONTE	Biella	IPERCOOP	269.231		7.000.000		10	18	
1	FRECCIA ROSSA	LOMBARDIA	Brescia	ITALMARK	184.615		4.800.000		13	21	
1	LE TERRAZZE	LIGURIA	La Spezia	IPERCOOP	253.846		6.600.000		12	22	
2	GRAN RENO	EMILIA R.	Casalecchio (Bo)	CARREFOUR	250.000	225.000	6.500.000	5.850.000	6	12	N. 1 MAXI LED SCALA MOBILE da 5,5x1,5
1	LE DUE TORRI	LOMBARDIA	Stezzano (Bg)	ESSELUNGA	250.000	100.000	6.500.000	2.600.000	14	28	N. 1 IMPIANTO CON N. 2 SCHERMI LATERALI DA 79"
1	ALLE VALLI	LOMBARDIA	Seriate (Bg)	IPER LA GRANDE i	242.308		6.300.000		5	10	
4	GRAN SHOPPING MONGOLFIER	PUGLIA	Molfetta (Ba)	IPERCOOP	240.000		6.240.000		9	18	
2	GRANDEMILIA	EMILIA R.	Modena	IPERCOOP	238.462		6.200.000		8	16	
1	IL LEONE	LOMBARDIA	Lonato (Bs)	IPER LA GRANDE i	234.615		6.100.000		11	22	
1	LA CORTE LOMBARDA	LOMBARDIA	Bellinzago (Mi)	IL GIGANTE	233.462	93.385	6.070.000	2.428.000	9	17	N. 1 IMPIANTO CON N. 2 SCHERMI LATERALI DA 65"
1	AUCHAN TORINO	PIEMONTE	Torino	AUCHAN	226.923		5.900.000		4	8	

PREMIUM MALLS: elenco centri commerciali

AREA	MALLS	REGIONE	COMUNE	INSEGNA IPERMERCATO	FOOTFALL PER 14GG	AUDIENCE IMPIANTI SPECIALI 14 GG	FOOTFALL NEW	AUDIENCE IMPIANTI SPECIALI PER ANNO	N. IMPIANTI	N. FACCE	IMPIANTI SPECIALI NEW
1	BELFORTE	LOMBARDIA	Varese	IPER LA GRANDE i	226.923		5.900.000		5	10	
2	NAVE DE VERO	VENETO	Venezia	COOP&COOP	223.077	223.077	5.800.000	5.800.000	20	24	N.3 MAXI SCHERMO 2,5X1,6 + MAXI LED ASCENSORE + LED 4X2,2 SCALA MOB
2	VALECENTER	VENETO	Marcon (Ve)	CARREFOUR	211.538		5.500.000		11	19	
1	MONTEBELLO	LOMBARDIA	Montebello d/B (P)	IPER LA GRANDE i	207.692		5.400.000		5	10	
4	PESCARA NORD	ABRUZZO	Città S. Angelo (Pe)	IPER CONAD	200.000		5.200.000		5	10	
3	LE VELE	SARDEGNA	Quartucciu (Ca)	CARREFOUR	384.615		10.000.000		7	14	
2	LE CORTI VENETE	VENETO	S. Martino B.A. (Vr)	IPER LA GRANDE i	196.154		5.100.000		9	18	
2	IL CASTELLO	EMILIA R.	Ferrara	IPERCOOP	188.462		4.900.000		10	20	
4	PORTE DELLO IONIO	PUGLIA	Taranto	CONAD	188.462		4.900.000		6	12	
3	LA ROMANINA	LAZIO	Roma	CARREFOUR	184.615		4.800.000		8	16	
4	BELVEDERE	SICILIA	Melilli (Sr)	AUCHAN	184.615		4.800.000		6	12	
1	IL DESTRIERO	LOMBARDIA	Vittuone (Mi)	IPER LA GRANDE i	180.769		4.700.000		5	10	
1	LE RONDINELLE	LOMBARDIA	Roncadelle (Bs)	AUCHAN	178.846	71.538	4.650.000	1.860.000	8	14	N. 1 IMPIANTO CON N. 2 SCHERMI LATERALI DA 79"
1	AUCHAN VIMODRONE	LOMBARDIA	Vimodrone (Mi)	AUCHAN	168.462		4.380.000		4	8	
1	METROPOLI	LOMBARDIA	Novate M.se (Mi)	IPERCOOP	167.308	66.923	4.350.000	1.740.000	9	16	N. 1 IMPIANTO CON N. 2 SCHERMI LATERALI DA 79"
2	CENTRO LAME	EMILIA R.	Bologna	IPERCOOP	150.000		3.900.000		8	12	
1	AUCHAN CUNEO	PIEMONTE	Cuneo	AUCHAN	138.462		3.600.000		4	8	
4	VALVIBRATA	ABRUZZO	Colonnella (Te)	IPER CONAD	126.923		3.300.000		4	8	
3	FANOCENTER	MARCHE	Fano (Pu)	CONAD	126.923		3.300.000		5	10	
			TOTALE		3.633.846	361.538	94.480.000	9.400.000	139	251	



+ 1 Premium Malls
Fiere Udine

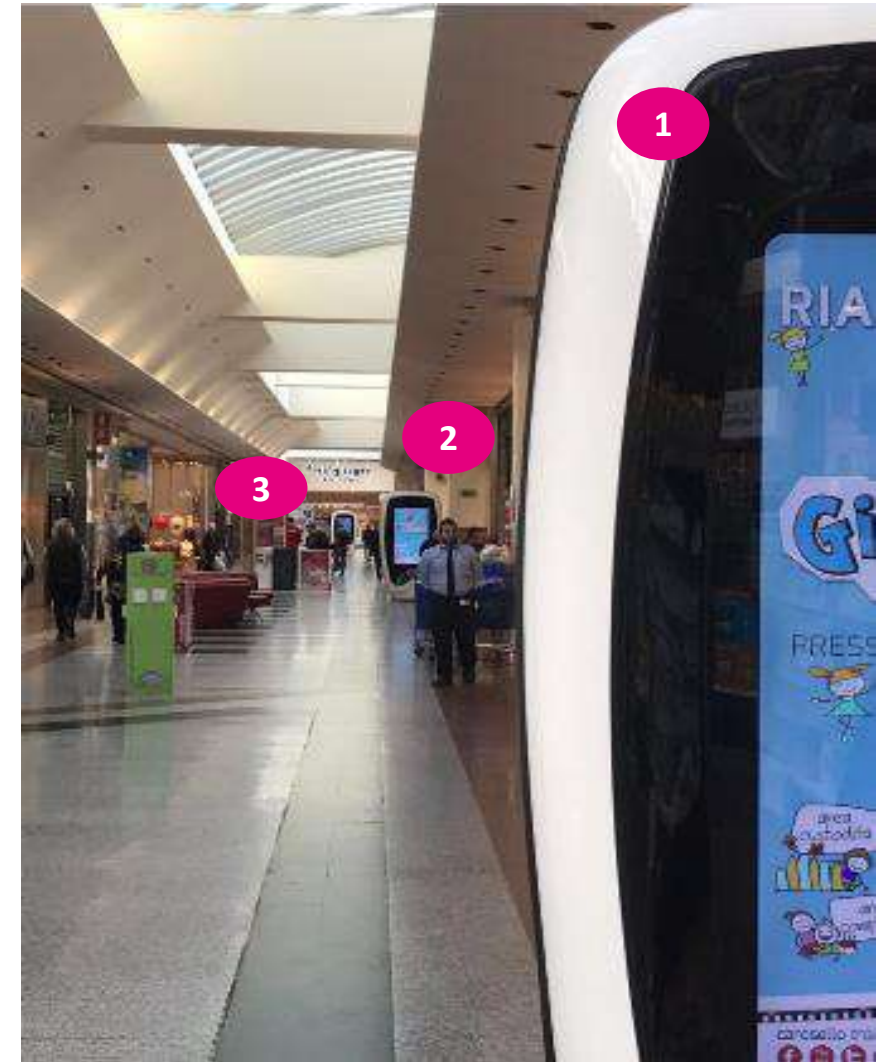
PREMIUM MALLS

Customer Journey

PREMIUM



L'obiettivo di Europe Media è quello di garantire la **copertura del 100% dell'audience** che entra nel Centro Commerciale, ecco perché qualsiasi sia la motivazione che lo spinge a visitare il mall, shopping o spesa alimentare, **il consumatore intercetta** sempre almeno **3 impianti** in entrata e in uscita.



FLESSIBILITA' DIGITALE



- Weather
- Temperature
- UV rays



- Hours of the day
- Day/Night
- Count down



- Website
- Web Service
- URL



- User generated
- Facebook
- Twitter
- Snapchat
- Instagram



- Save the date
- In Store Promotion
- New opening

Efficacia di una campagna digitale

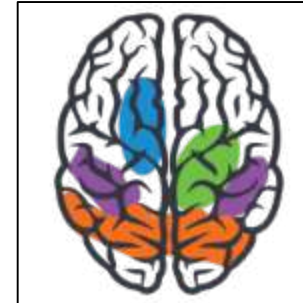
+17%

greater **Memory Encoding**

+20%

greater **Visual Attention**

EFFETTI DI UNA CAMPAGNA DIGITAL OOH



+16%

greater **Emotional Intensity**

+32%

greater **Engagement**



Date & Time



Location



Reactive



Social feed



Real-time



Travel Data



Interactive



User generated

Play Solutions

diverse modalità di pianificazione

BY LOCATION**BY STORE****BY PROFILE/AUDIENCE****BY MOMENT**

PLAY SOLUTION

Location

PREMIUM



BY LOCATION

Creatività flessibili e dinamiche, selezionando i Premium Malls di maggiore interesse per intercettare il target di riferimento. (es. per **area geografica**)



PLAY SOLUTION

Store & Profile Audience

PREMIUM



Creatività flessibili per ogni
KEY MOMENT

al fine di sfruttare i trend di consumo ed
**INTERCETTARE IL TARGET DI
RIFERIMENTO** e «guidarlo» presso il
punto vendita di riferimento.



FLESSIBILITA'

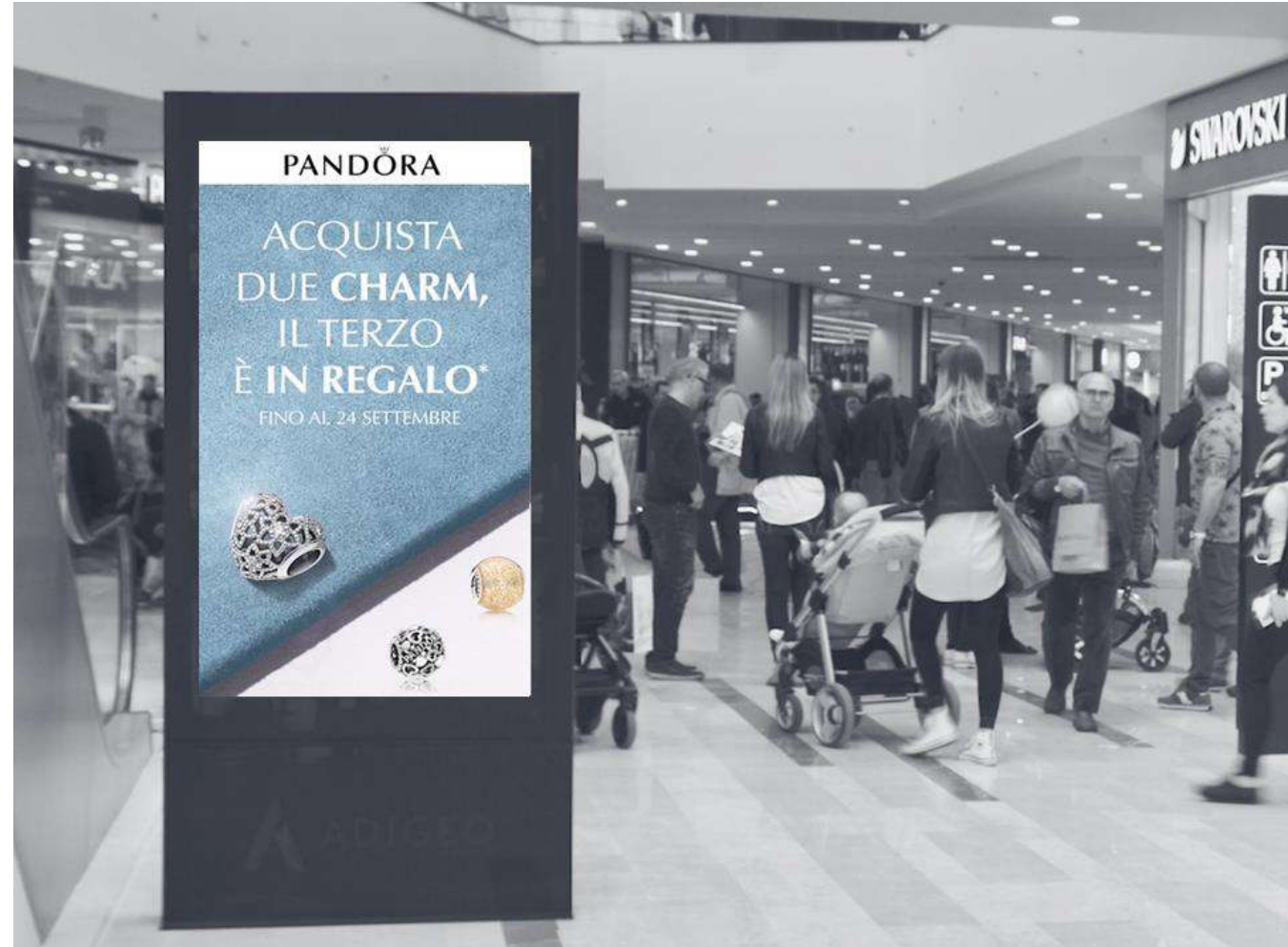
Contenuti dinamici

PREMIUM



PROMOZIONI IN CORSO

Creatività flessibili per ogni
GIORNO DELLA SETTIMANA
al fine di sfruttare i trend di consumo ed
eventuali **PROMOZIONI IN CORSO**
presso l'ipermercato/pdv di riferimento.



PLAY SOLUTION

Key Moment

PREMIUM



BACK TO SCHOOL

Creatività flessibili per ogni
GIORNO DELLA SETTIMANA
al fine di sfruttare i trend di consumo
ed eventuali **PROMOZIONI IN**
CORSO presso l'ipermercato di
riferimento.



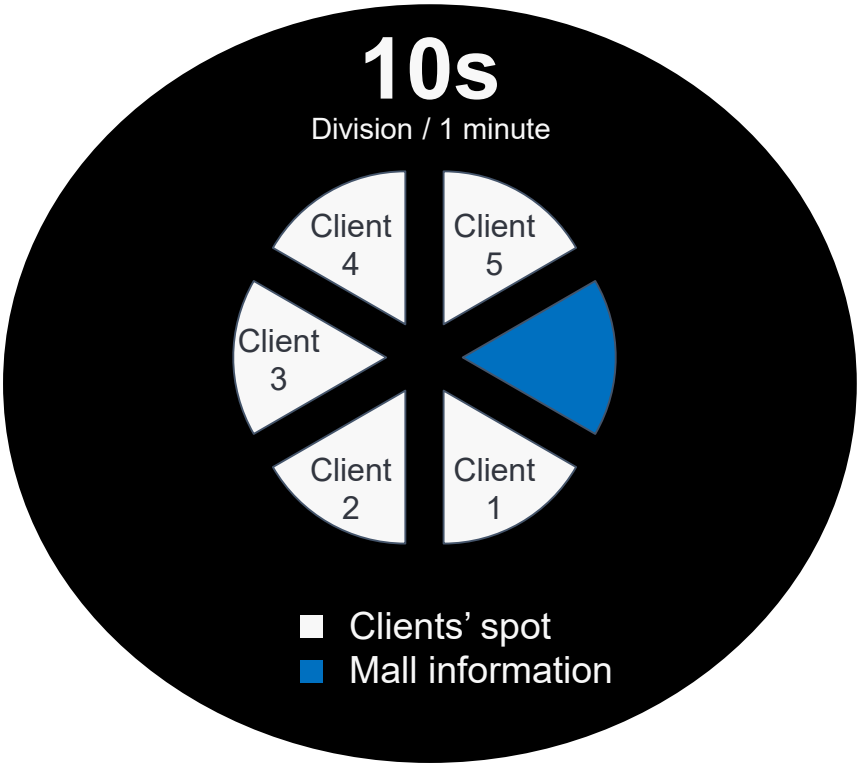
PLAY SOLUTION

Principio della messa in onda e del loop pubblicitario

STANDARD

Principio messa in onda:

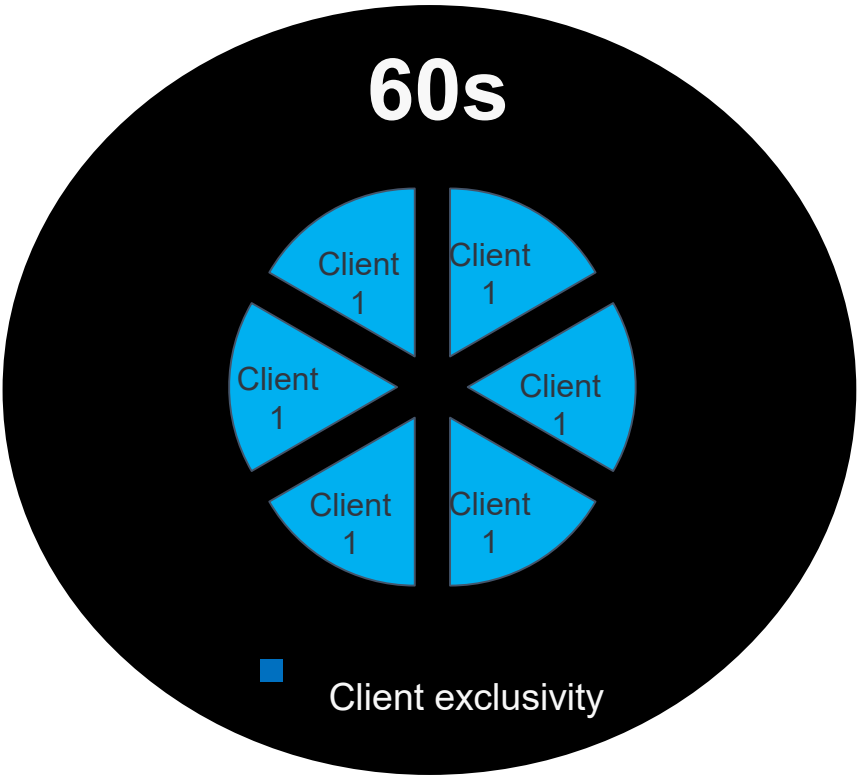
n.1 slot da 10'' per singolo soggetto a rotazione (loop da 60'').
La scelta del numero di slot è a discrezione del cliente (min di 1 slot, fino a max 6 slot)



ESCLUSIVA

Principio messa in onda:

Possibilità di essere on air in modalità esclusiva, acquistando n.6 slot su 6 disponibili nel loop





PREMIUM



PREMIUM MALLS

IMPIANTI GRANDI FORMATI

Impianti Grandi Formati

PREMIUM



COPERTURA GEOGRAFICA

L'offerta di Europe Media consiste nella comunicazione all'interno di **10 CENTRI COMMERCIALI** tra i migliori del Nord, Centro e Sud Italia, con un potenziale di **footfall annui di 90.570.000**

COPERTURA AUDIENCE IMPIANTI GRANDI FORMATI

Attraverso alla comunicazione nelle aree ristorazione/passaggio è possibile intercettare più di **67.938.000** di **CONTATTI ANNUI**



Tipologie Impianti Grandi Formati

PREMIUM



IMPIANTO GREAT IMPACT

Centro Commerciale
I Gigli

IMPIANTI SPECIALI

Scale Mobili, Ascensori
e Colonne Digitali

FOOD COURT

Schermi verticali in area
ristorazione









Impianti Speciali Porte di Roma

PREMIUM



n.2 Impianti:
scale mobili

9m x 2m
Dimensione impianto

17.100.000
Audience totale annuale in
transito Scale Mobili

Impianti Speciali Roma Est



R·O·M·A·E·S·T

n.2 Impianti:
colonne digitali

2,5m x 3,32m

Dimensioni capitello

4,58m x 1,04m

Dimensioni faccia colonna

5.100.000

Audience totale annuale in
transito Colonne Digitali

Impianti Speciali Gran Reno

PREMIUM



n.1 Impianto
Scale mobili

5,5m x 1,5 m
Dimensione impianti

5.850.000
Audience totale annuale in
transito Scale Mobili

Impianti Speciali

Nave de Vero

PREMIUM



n.1 Impianto
scale mobili

5,12m x 2,2m
Dimensione impianti

2.900.000
Audience totale annuale in
transito Scale Mobili

Impianti Speciali

Nave de vero

PREMIUM



n.1 Impianto

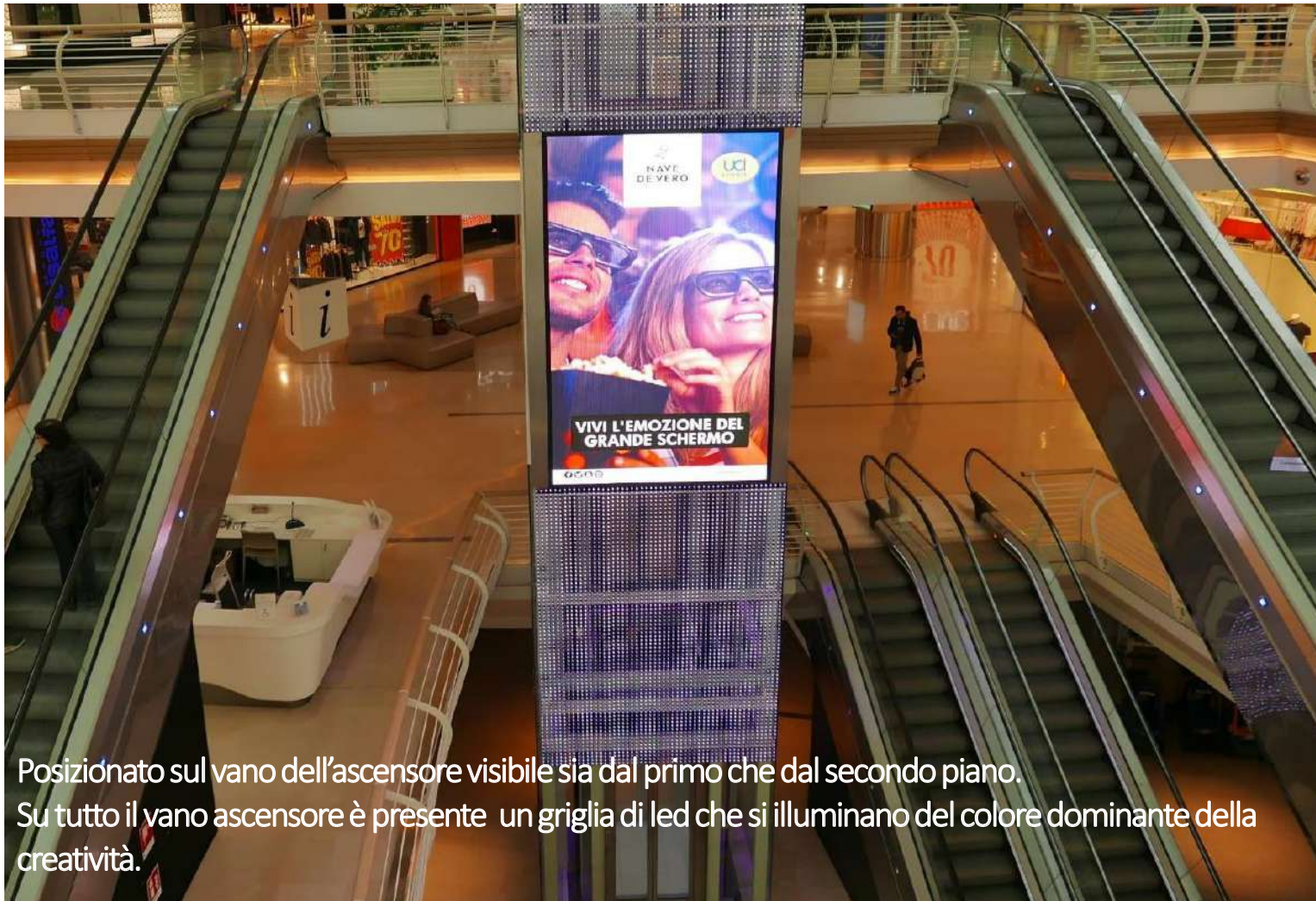
ascensore

2,2m x 3,8m

Dimensione impianti

2.900.000

Audience totale annuale in
transito Ascensore



Posizionato sul vano dell'ascensore visibile sia dal primo che dal secondo piano.
Su tutto il vano ascensore è presente un griglia di led che si illuminano del colore dominante della creatività.

Food Court

2 LED DA 79" o 65" verticali



TIPOLOGIA DI
IMPIANTO PRESENTE
NEI SEGUENTI CENTRI

R·O·M·A·E·S·T

CENTRO COMMERCIALE
LE RONDINELLE

CENTRO COMMERCIALE
METROPOLI
+ POTERE AL TUO STILE

le due torri
shopping center

Forum Palermo

laCorte
lombarda

Footfall annui impianti Food Court: 20.188.000



www.europemedia.it

info@europemedia.it

SEDE LOMBARDIA Via California, 12 - 20144 Milano +39 02 80887115

SEDE TOSCANA Via Don Tazzoli, 1 - 55049 Viareggio (LU) +39 0584 1785831