Concello de Lugo

UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de
Desarrollo Regional (FEDER)

Una manera
de hacer Europa

Propuesta de proyecto piloto **Lugo é Capital - Urban Ad Display**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

Reactivación del **consumo local**, con el casco histórico como origen.

La situación actual ha acelerado la caída de numerosos comercios locales, por lo que necesitan herramientas adaptadas a la nueva realidad para reactivar el tejido del comercio local.

Ayudar a los comercios locales a **incrementar sus ventas**.

El comercio local que aún está abierto se enfrenta a una competencia feroz debido principalmente al comercio electrónico, lo que repercute directamente en sus ingresos.

Interrelacionar comercios, productos y servicios.

Del mismo modo que la concentración de la actividad comercial incrementa el consumo (centros comerciales), la aglutinación de la información apoya la visibilidad y la viabilidad del comercio local y sus productos y servicios.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

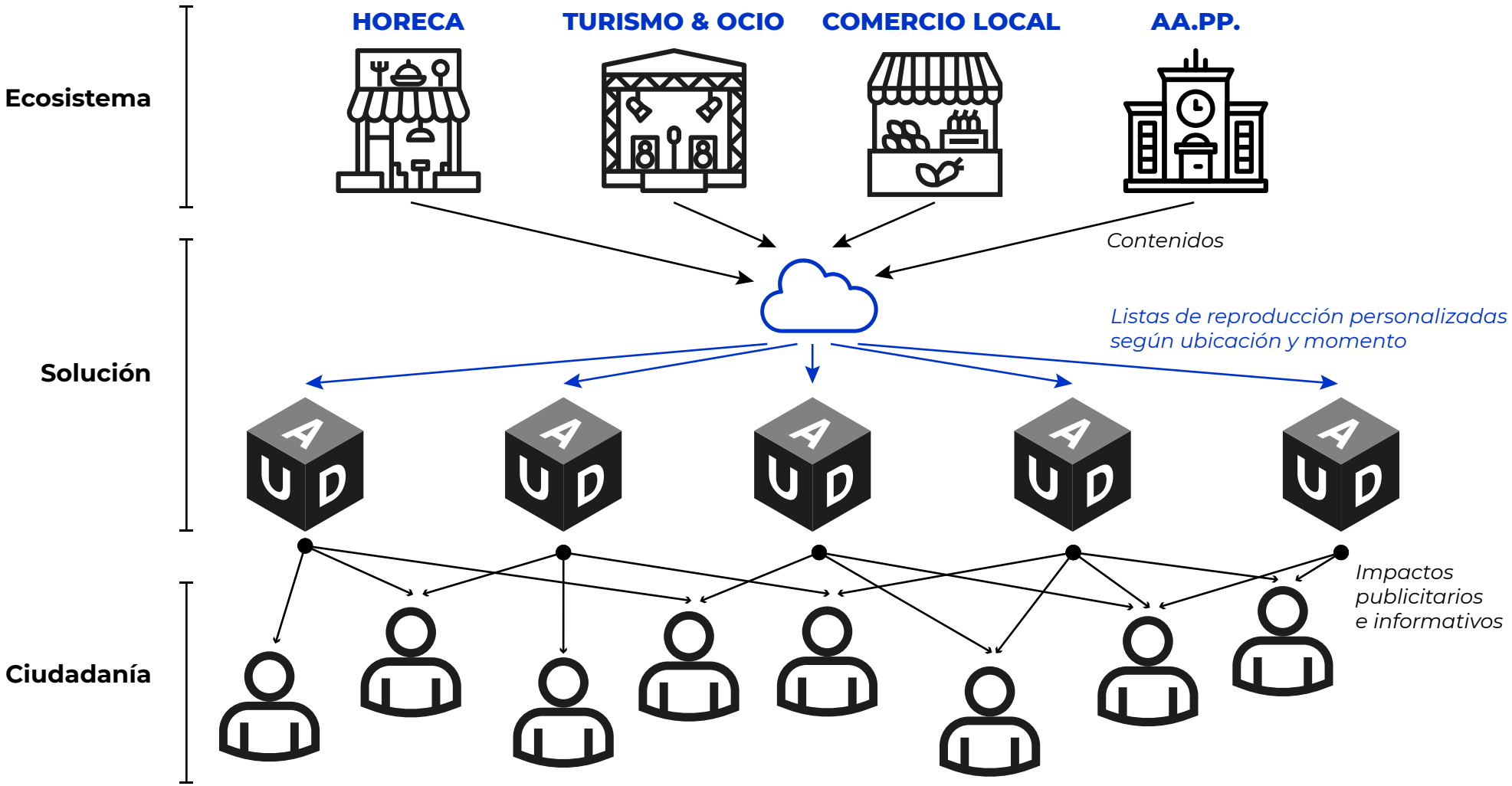
Cámara de Comercio de España

Concello de Lugo

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

Diagrama interrelaciones



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO
Cámara de Comercio de España
Concello de Lugo
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa
UNIÓN EUROPEA

Urban Ad Display

Formato

Eolia Group ha realizado el estudio anual de IAB Spain sobre Digital Signage y ha obtenido unos resultados interesantes respecto a la percepción que los consumidores tienen de los productos y las propias marcas que utilizan digital signage.

Publicidad más llamativa

Preguntados sobre la capacidad de captar la atención los encuestados han contestado.

78 % le llama más la atención que la publicidad no digital

47 % consideran que facilita información útil

39 % motiva o influye en la compra

21 % generó interacción o viralidad

17 % comentó el anuncio que vio

4 % compartió la información en redes sociales

Imagen de marca positiva

Los consumidores perciben a las marcas que se anuncian en soportes digitales de un modo más innovador y tecnológico.

97 % interesados en interactuar con pantallas táctiles

91 % consideran a las marcas innovadoras

85 % reconoce que mejora la imagen de marca

78 % afirma que aumenta el recuerdo del mensaje

- **87 %** pantallas digitales
- **79 %** tótems digitales
- **50 %** proyectores

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO
Cámara de Comercio de España
Concello de Lugo
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa
UNIÓN EUROPEA

ESPACIO + CUERPO + ALMA

Publicidad **ética** para un **consumo responsable.**

Oferta de productos y servicios, tanto públicos como privados.

Evangelización del consumo local y sus beneficios.

Publicidad del ecosistema **Lugo é Capital** para el ciudadano, ya sea residente o visitante.

Nuevo modelo de impacto y eficacia publicitaria en mobiliario urbano.

El ritmo de consumo de la información del viandante es más reflexivo.

Herramienta para informar y apoyar la toma de decisiones de compra del ciudadano al servicio del comercio local.

Centro informativo que **cohesiona la información con la lógica espacial** y la emplaza y adapta al casco urbano.

Ofrece un espacio de expresión publicitaria público altruista (sin monetización).

Interrelaciona actores del ecosistema local.

Tecnología no intrusiva y sostenible.

Dotar de una expresión al contenido que informe al ciudadano y que esté al servicio del comercio local.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

Concello de Lugo

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

Urban Ad Display

Sistema SMART de señalética digital interactiva para reactivación del comercio del centro histórico de Lugo.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

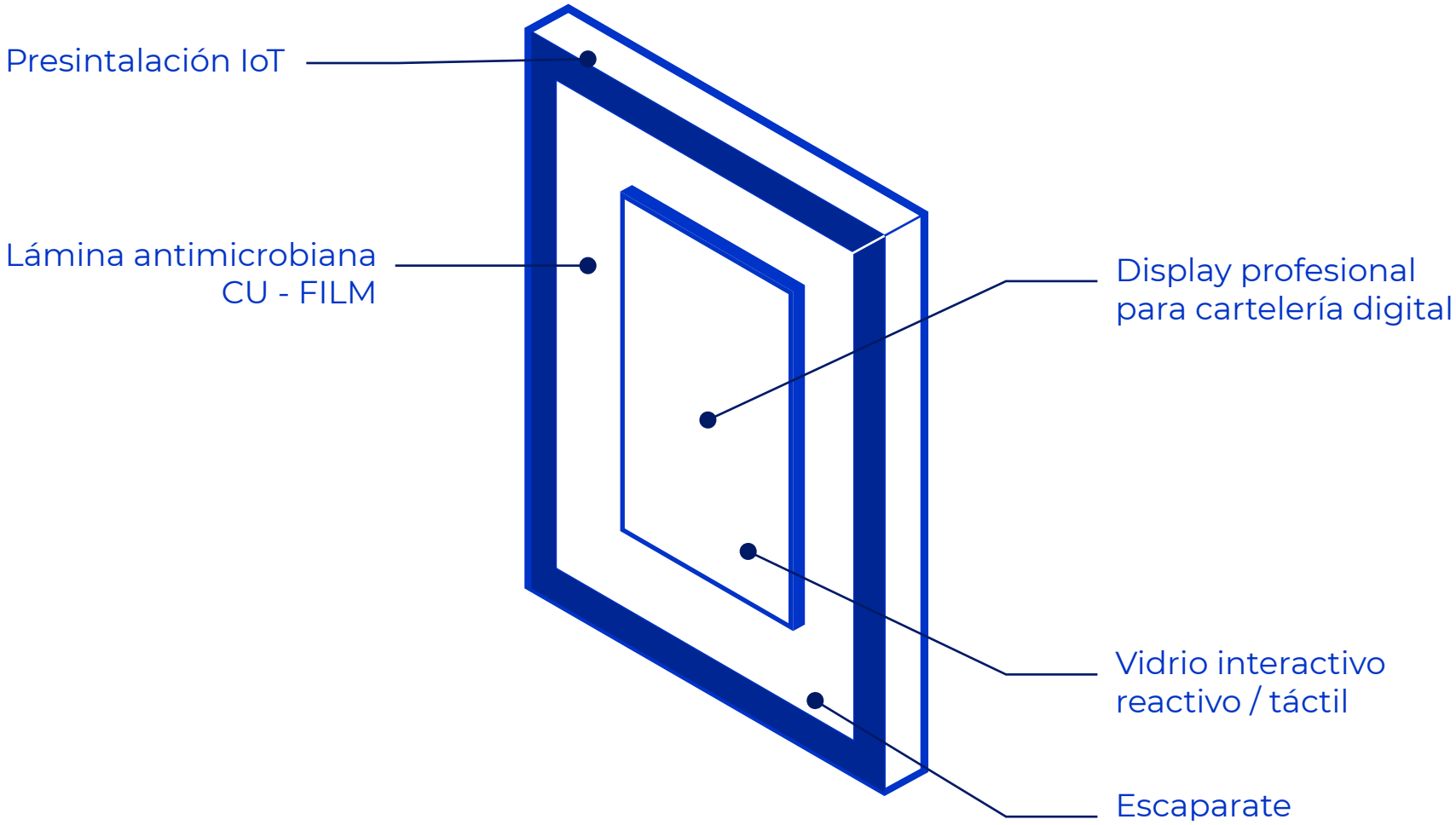
Cámara de Comercio de España

Concello de Lugo

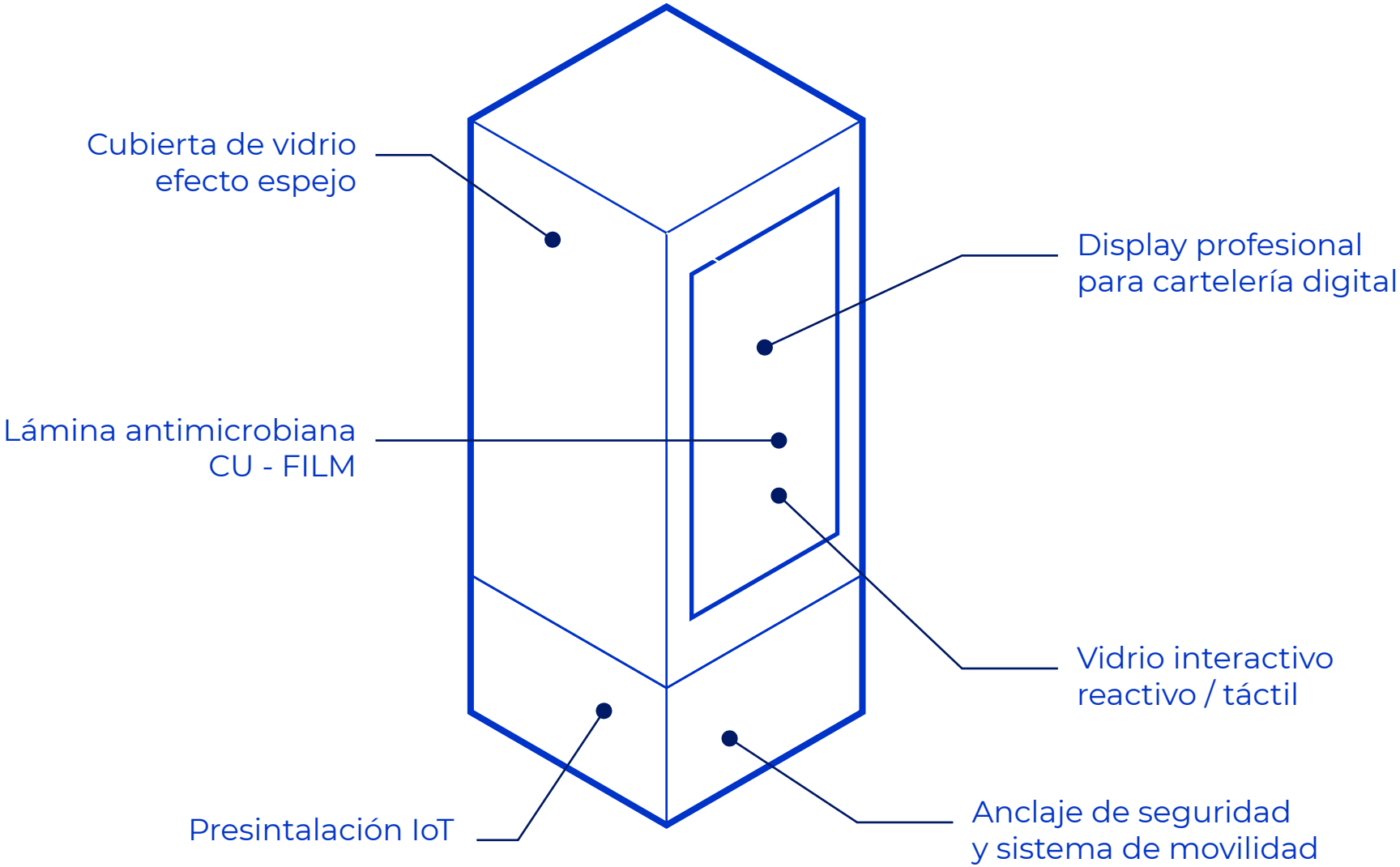
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

Sistema sobre escaparate



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO
Cámara de Comercio de España
Concello de Lugo
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa
UNIÓN EUROPEA



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO
Cámara de Comercio de España
Concello de Lugo
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa
UNIÓN EUROPEA

Urban Ad Display

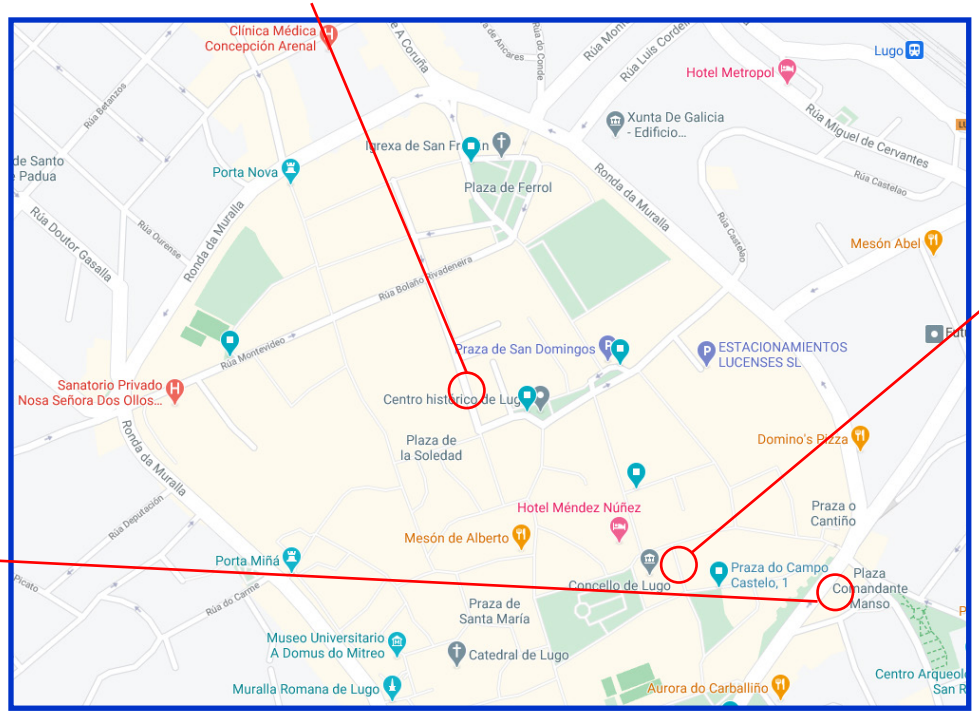
Intervención

Plano de la ubicación de las posibles oficinas a intervenir y fotografías de su situación actual.

Finalmente se seleccionó el Centro de Novas Tecnoloxías del Concello de Lugo.

Oficina municipal actualmente sin uso

Rúa Quiroga Ballesteros



Oficina recadación municipal.

Ronda da Muralla

Centro de Novas Tecnoloxías

Praza Anxo Fernández Gómez

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

Concello de Lugo

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

Concello de Lugo

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA