

Provincia di Roma - Dipartimento XII – Servizio 1

Articolo 18, Decreto Legge 22 giugno 2012, n. 83

AMMINISTRAZIONE APERTA

BANDO PER L'ACCESSO AL “FONDO PER LA CREATIVITÀ” – edizione 2011

Nominativo impresa: Bulsara Advertising srl

Codice fiscale: 11127341003

Partita IVA: 11127341003

Totale spese rendicontate dall'impresa: €. 35.132,58

Contributo erogato: €. 24.500,00

Determinazione Dirigenziale RU n. 7611/2012 e RU n. 480/2013

Responsabile del procedimento: Arnaldo Criscuolo

Bando pubblico approvato con Determinazione Dirigenziale RU n. 9664/2011

Codice Unico di Progetto di investimento pubblico F87H11002450006

Progetto imprenditoriale oggetto del contributo:)

Bulsara è concessionaria di spazi pubblicitari innovativi e leader in Italia nel settore del Toilet Advertising, la pubblicità all'interno dei servizi igienici. Bulsara mira a colpire ed attrarre il pubblico di riferimento con campagne di grande impatto grazie anche all'uso di tecnologie.

Mission: consentire alle aziende di raggiungere il proprio consumatore target in modo efficace. La comunicazione indoor, poco sviluppata in Italia, consente di sfruttare numerose potenzialità ad oggi lasciate in secondo piano. Le campagne più efficaci sono quelle che sfruttano una creatività che preveda l'utilizzo di strumenti per personalizzare il servizio in toto, con soluzioni multisensoriali all'avanguardia: installazioni, proiezioni, sensori, video, schermi interattivi.

In questo modo si permette al consumatore finale di entrare nel “mondo” del brand che si promuove, colpendolo a livello esperienziale, in modo che poi sia lui stesso a far pubblicità raccontando cosa ha visto/vissuto. Chiaramente si ha maggior efficacia in strutture frequentate dal target a cui si mira. Si instaura così un rapporto *one to one* con l'utente finale, difficilmente ottenibile altrimenti.

Qualora le leve della comunicazione non convenzionale vengano utilizzate nel modo corretto, l'impatto sull'utente è garantito e si ottiene in modo virale una notevole visibilità anche sui mezzi di comunicazione convenzionali, permettendo, di conseguenza, un investimento mirato.