

LA PUBLICIDAD EXTERIOR CELEBRÓ EL OOH DAY ARGENTINA

El mercado participó de la reunión anual del medio que más promete en su horizonte de crecimiento en el futuro de las inversiones publicitarias. La Publicidad Exterior marcó agenda en Buenos Aires: Más de 200 empresarias y empresarios participaron del OOH Day.

El pasado miércoles 17 de mayo se realizó en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el primer **OOH DAY** del año que reunió a más de dos centenares de participantes entre anunciantes, centrales de medios, agencias creativas y personalidades de la industria de la publicidad exterior. Los **OOH Day** promueven y estimulan el intercambio entre empresarios del OOH y profesionales del mundo del marketing y la publicidad, permitiendo que las visiones y experiencias de la industria circulen, dialoguen y contribuyan a un permanente enriquecimiento.

En el histórico *Teatro Margarita Xirgu*, más de 20 expositores de Argentina y Latinoamérica ofrecieron un panorama sobre el mercado de publicidad exterior, el desarrollo de nuevos negocios en el mundo digital, las innovaciones derivadas de la aplicación de Inteligencia Artificial a la comunicación, y las nuevas agendas y tendencias de la industria. El presente y el futuro puestos en escena en una emblemática locación porteña que brindó un marco especial a la jornada.

El evento contó con el apoyo de los principales proveedores de la industria a nivel global y local, que siguen invirtiendo en el desarrollo de un medio que desde hace varios años viene creciendo sostenidamente en su participación en la distribución de la pauta publicitaria del mercado.

Durante la jornada participación más de 40 empresas de todo el país, que se hicieron presentes en el evento con la participación activa de sus cuadros directivos. Entre ellas, algunas empresas líderes del mercado pusieron su sello participando y destacándose como *Media Owners Sponsors*. Fue el caso de Wall Street Vía Pública, Atacama Publicidad, Publicar, Target, Media500, Grupo Vía y Grupo CEM.

Desde lo institucional el apoyo del sector fue total: se comprometieron en la organización y apoyaron desde las Cámaras de Publicidad Exterior de Mendoza, Rosario, Córdoba y Tucumán, y por supuesto el rol central de APE (Asociación de Publicidad Exterior) y la coordinación de la Cámara Argentina de Empresas de Publicidad Exterior, esta última es fundadora de ALOOH a nivel regional.

La creciente industria del Out of Home encuentra en **ALOOH** (la Asociación Latinoamericana de Out of Home) el actor más influyente en la región. Sus foros regionales y eventos locales extienden las posibilidades de este medio tan eficaz como creativo.

La agenda del evento contó con la presencia de speakers reconocidos para el mercado que aportaron sus ideas y conceptos: ¿Qué esperan las marcas del OOH?, fue el conversatorio que el Presidente de la Cámara Argentina de Anunciantes, Philip Pérez, sostuvo con Manuel Melerio, Gerente de Medios y Marketing de Telecom Argentina.

Fueron destacados también los contenidos que propusieron Ximena Julián, Gerenta de Nuevos Negocios de Scopesi; Vicky Wolcuff, Research Director de Dentsu y Juan Martín Strassera, Director de Negocios y Operaciones de Zenith, en un panel coordinado por Mariano Tejero de Geoplanning+ y en el cual ayudaron a pensar la importancia de la planificación basada en datos.

La presidenta de la Cámara Argentina de Centrales de Medios (CAAM), Lucía Ricaldoni, se hizo fuerte en el escenario planteando el rol que tiene el OOH en las estrategias de medios que se planifican en las agencias.

Belén Igarzábal, de FLACSO, aportó una mirada académica necesaria en éstos tiempos y permitió reflexionar sobre la agenda de la diversidad, la equidad y la inclusión en el mercado publicitario. Generó preguntas y debate en los pasillos del evento. Es un desafío para pensar en conjunto en el ecosistema de medios y en el mercado.

Matías Zardaín de Doohmain, tomó la palabra para brindar un excelente y desafiante recorrido sobre el poder del DOOH en las campañas Omnichannel.

Tomás Varín de Dinalight expuso sobre las tendencias y oportunidades que aporta la tecnología al negocio OOH y, en la misma línea, en un interesante panel patrocinado por Wall Street, se reflexionó sobre Inteligencia Artificial en el mundo de la comunicación. Este panel contó con la presencia de Sebastián Ceraldi (Unilever Argentina), Alan Levy (UO Solutions); Cristian Figoli, (Dentsu Latam), y Santiago Maiz (BTG). El panel fue moderado por Leandro Africano, un periodista especializado en marketing y activo colaborador del Diario La Nación y Forbes Argentina.

En la jornada también se realizó el lanzamiento de Sophos Academy una interesante propuesta regional y global de capacitación para los actores de la industria OOH, que contó con la presencia de Pablo Iesulauro, y de Antonio Miranda. Este último viajó desde Perú especialmente para la ocasión, y no fue la única presencia internacional: Halisson Pontarolla vino desde Brasil para acercarnos el estado de situación del medio en su país.

“Construyendo el Futuro del OOH” fue la invitación que hizo Beeyond al auditorio que se congregó en el barrio de San Telmo, con la conferencia brindada por Brenda Villegas, Sales Manager y Martin Pons, Product Manager, los dos en Beeyond.

Para el cierre se pudo escuchar una propuesta que infló el pecho de los media owners: Emilio Cesio (Founder de Mundana) y Franco Luca (Country Manager de RAPP) le contaron a la audiencia por qué el OOH es el medio para perpetuar lo efímero.

El **OOH DAY** es una marca registrada de **ALOOH** que desde su creación en 2018, impulsa el fortalecimiento de esta industria en cada país y el crecimiento del conjunto en Latinoamérica.

La agenda regional de los OOH Day promete más ediciones en los próximos meses en Asunción, Sao Paulo, Lima, Bogotá, Montevideo y en el Caribe.

Seguí en las redes:

<https://www.instagram.com/aloohlatam>