

El consejero Rodrigo ha presenciado la puesta en marcha de estos dispositivos interactivos, dinámicos y muy atractivos para los viajeros

La Comunidad de Madrid activa 500 nuevas pantallas de publicidad digitalizada en su red de Metro con una imagen vanguardista

- Las estaciones de Sol, Gran Vía o Nuevos Ministerios se transforman en lugares totalmente inmersivos con columnas led y *mupis* digitales
- Estos innovadores espacios contribuirán a convertir el metropolitano madrileño en el más digitalizado de Europa y en el primer espacio publicitario *data-driven* de España
- La compañía pública del suburbano recibirá por estos renovados soportes 10,5 millones de euros anuales

19 de febrero de 2024.- La Comunidad de Madrid ha presentado hoy los nuevos soportes publicitarios digitalizados de Metro, activando 500 pantallas que aportan una imagen vanguardista a paredes, vestíbulos, andenes y escaleras de la red. El consejero de Vivienda, Transporte e Infraestructuras, Jorge Rodrigo, junto a Alexandre Roubaud, CEO para el sur de Europa y América Latina de JCDecaux, ha presenciado hoy en la estación de Sol la puesta en marcha de estos espacios que van a transformar el suburbano incorporando un modelo más dinámico y atractivo para los viajeros.

Esta empresa ha creado estos innovadores dispositivos contribuirán a convertir el metropolitano madrileño en el más digitalizado del continente y en el primer espacio publicitario *data-driven* de España. Para ello, ambas empresas renovaron, el pasado mes de octubre, su acuerdo de gestión publicitaria hasta 2034, con el objetivo de permitir comunicaciones más inmersivas e interactivas.

Este contrato supone un cambio radical de la publicidad del suburbano, al reducir los elementos estáticos y convencionales y sustituirlos por otros tecnológicamente avanzados. Entre los soportes más novedosos se encuentran los *mupis* digitales, las pantallas *fullscreen* o las columnas led que transformarán los espacios más emblemáticos y más concurridos como son Sol, Gran Vía o Nuevos Ministerios. Además, de en estas, también estarán en Moncloa, Plaza de España, Plaza de Castilla, Gregorio Marañón, Callao, Atocha o Cuatro Caminos, entre otras.



Comunidad
de Madrid

Medios de Comunicación

La compañía madrileña ha evolucionado durante estos años en diferentes ámbitos gracias, entre otras razones, a estos avances. Desde su creación ha sido siempre el lugar elegido por muchas marcas para dar a conocer sus productos. Prueba de ello, son el mural de Jabón Sales de Carabaña en la estación de Sevilla (1924) o los de la parada fantasma de Chamberí (1919).

Realizados en azulejos, los primeros anuncios se ubicaban en las estaciones y pasillos de la red metropolitana. No fue hasta después de la Guerra Civil cuando se comenzó a utilizar el papel en lugar del azulejo. No obstante, la publicidad exterior digital avanza cada vez más rápido y en los próximos años estas imágenes futuristas se irán consolidando.