



## TRŽIŠTE

U društvu koje je sve dinamičnije, reklamna industrija Out Of Home (OOH) ima mnogo toga da ponudi i ispriča. Alma Quattro je vodeća kompanija u oblasti spoljnog oglašavanja na tržištu Srbije. Kao najveći pružalac outdoor usluga, sa nacionalnom mrežom i portfoliom koji uključuje bilborde, gradski mobilijar i velike formate, Alma Quattro raspolaže brojnim i raznovrsnim komunikacijskim rešenjima koja klijentima omogućavaju da dopru do svojih potrošača, ma gde se oni nalazili.

Kako naše društvo postaje sve pokretljivije, tako iz godine u godinu raste i popularnost spoljnog oglašavanja. OOH je danas medij sa najvećim učinkom u javnom prostoru. Zašto? Zato što ga ne možete zaobići niti zanemariti. Prisutan je 24 časa dnevno i predstavlja važan činilac u komunikacionoj strategiji svih brendova.

## DOSTIGNUĆA

Iskustvo koje smo stekli tokom prethodnih 25 godina rada, kao i dosledno opredeljenje za kvalitet čine osnovu na kojoj zasnivamo svoje dugoročne ciljeve - da idemo ukorak sa savremenim trendovima i tehnologijama u oblasti outdoor



inovacija i neprestano unapređujemo stepen usluge koju pružamo klijentima.

Precizno osmišljena medijska ponuda, poznavanje navika potrošača i ekspertiza u kreiranju uspešnih outdoor strategija, u kombinaciji sa profesionalnim odnosom prema klijentima, omogućavaju nam da uspešno zadovoljimo specifične potrebe oglašivača, počev od manjih nezavisnih biznisa, sve do velikih multinacionalnih korporacija.

Prve dve decenije uspešnog rada krunisane su juna 2013. velikim priznanjem - Alma Quattro je dobitnik nagrade Beogradski pobednik, koja se pod pokroviteljstvom Privredne komore Beograd dodeljuje za izuzetan doprinos i ostvarene rezultate u privredi.

U martu 2015. u hotelu Radisson Blu Old Mill u Beogradu, pred više od stotinu učesnika, pripadnika stručne javnosti, održana je i prezentacija istraživačkog projekta OMEX za potrebe merenja u oblasti OOH. Događaj je organizovao srpski ogranak International Advertising Association (IAA) Srbija, a učesnici su bili u prilici da od tri predavača saznaju nešto više o istraživanju u oblasti Out of Home Media koje se sprovodi po standardima ESOMAR-a (The European Society of Opinion and Marketing Research).

Krajem 2017. godine AQ otvara novo poglavlje u istoriji poslovanja ulazeći u eru digitalnih medija, koji predstavljaju novi proizvod u ponudi i mogu biti komplementarni sa klasičnim OOH medijima.

## ISTORIJAT

Osnovana 1994. godine, Alma Quattro je bila pionir u oblasti spoljnog oglašavanja na tržištu Srbije. Nepunu deceniju kasnije postaje deo prestižnog međunarodnog sistema JCDecaux i Affichage Holding, današnje kompanije APG SGA AG. Od tada smo mnogo porasli, ali sa



nesmanjenim entuzijazmom, rame uz rame s agencijama specijalizovanim za kupovinu medija, oglašivačima i poslovnim partnerima, aktivno doprinosimo stvaranju i uobličavanju izgleda javnog prostora u kojem živimo.

Svake nedelje u godini mi aktivno kreiramo izgled 66.000 kvadratnih metara životnog prostora i okruženja ljudi u gradovima širom Srbije. Uz stručno znanje o aktivnom delu populacije koji čini našu primamu publiku (u pokretu), ponosni smo na svoje operativne rezultate, praktičnu primenu inovativnih ideja i što je za nas naročito važno, međuljudske odnose u okviru kompanije.

## PROIZVODI/USLUGE

Zahvaljujući prilivu novih ideja i uticaju savremene tehnologije, industrija spoljnog oglašavanja je u stalnom usponu. Danas veliki izbor tipova medija, formata i mesta gde se mogu postaviti reklamne poruke omogućavaju veću dostupnost informacija i efikasnije komuniciranje sa svim segmentima populacije. Kao deo prestižnog međunarodnog sistema i vodeća outdoor kompanija u zemlji, Alma Quattro uvodi na tržište Srbije sve referentne kategorije spoljnog oglašavanja kao što su bilbordi, gradski mobilijar i veliki formati. U skladu sa specifičnim karakteristikama poput izgleda, formata ili pozicije, svaki tip medija zastupljen u ponudi Alma Quattro ostvaruje jedinstveni efekat. Na taj način, različiti tipovi medija pogodni su za predstavljanje različitih proizvoda i usluga, a za potrebe integrisanog marketinškog pristupa oni se mogu uspešno i kombinovati.

Svi panoji (lica) u okviru Alma Quattro mreže imaju definisane GPS koordinate. Na osnovu ovih podataka omogućeno je media planiranje koje uzima u obzir geografsko targetiranje prema komunikacionim ciljevima kampanje.

Novi, tehnološki savršeni LCD-ovi kakve ima samo nekolicina gradova u Evropi, poput Londona, Stokholma i Beča, koji su odskoro deo i naše ponude, daće nam podstrek da nastavimo eru digitalizacije koja je sveprisutna u svim segmentima medija.

Opredelili smo se za inovativni pristup plasiranju oglašavanja u javnom prostoru - planiramo, dizaj-



niramo, finansiramo i održavamo moderni gradski mobilijar kao što su autobuska stajališta sa live touch panelima i info-mapama grada, koji su na usluzi pre svega turistima, ali i svim građanima i predstavljaju javno dobro.

## NAJNOVIJI PODUH VATI

### AQ Digitalni mediji

Alma Quattro je krajem 2017. godine započela novu eru u svom poslovanju. Postavljanjem nove mreže LCD ekrana zakoračili smo u svet digitalnih proizvoda koji nude upečatljivu, pokretnu sliku i pružaju mogućnost oglašivačima da na kreativan način neposredno animiraju svoju publiku.

U pitanju su digitalni LCD ekrani dijagonale 84 inča, visoke rezolucije. Pozicionirani su na centralnim lokacijama u pešačkoj zoni Beograda u delu grada koji je ispunjen različitim kulturnim, ugostiteljskim i prodajnim sadržajima. Reklamni sadržaj se može emitovati u formi slike ili videa u trajanju od 10 sekundi u ciklusu od 60 sekundi. Svojim izgledom i slikom koju emituju LCD ekrani garantuju da će reklamne poruke privlačiti pažnju 24 sata dnevno.

**AQ Live touch paneli** još jedan su novitet u poslovanju, koji se odnosi na mrežu digitalnih info panoa. Alma Quattro je u toku redovne obnove postojećih autobuskih stajališta u centru Beograda izvršila zamenu starih, stajalištima nove generacije. Zanimljivo je da njihov integralni deo čine tzv. Live touch paneli. Reč je o digitalnom ekranu dijagonale 32 inča koji je osetljiv na dodir. Sistem se pokreće na Android platformi, koja je specijalno razvijana i prilagođena za primenu u okviru stajališta javnog gradskog prevoza kao dela gradskog mobilijara. Moguće je instalirati veliki broj različitih aplikacija, sa različitim servisnim informacijama od značaja kako za turiste, tako i za stanovnike naše prestonice. Vodili smo računa da je pristup ovim panelima omogućen i licima sa invaliditetom. Sve aplikacije su na srpskom i engleskom jeziku.

Beograđani i njihovi gosti su tako prvi put dobili priliku da u šetnji ulicama saznaju trenutnu vremensku situaciju, kao i prognozu za naredne dane, pogledaju fotografije i mape znamenitosti Beograda sa tumačenjima i navigacijom do željenog odredišta, dok je Beograd Info prilagođena verzija sajta TOB-a.

## PROMOCIJA

Outdoor je važan komunikacioni medij i za nekomercijalne poruke, kulturne, socijalne i dobrotvorne akcije. Svake godine, u zavisnosti od raspoloživog oglasnog prostora, Alma Quattro podržava kampanje raznih neprofitnih grupa, organizacija i institucija koje promovišu društveno afirmativne akcije i inicijative, a čiji budžet ne dozvoljava plaćeno oglašavanje. Putem ovakve saradnje i mi dobijamo priliku da promoviramo društvene vrednosti koje svet čine boljim mestom. Instituci-



je i inicijative koje smo u poslednjih godinu dana podržali i na koje smo ponosni su: Dečija bolnica Tiršova u saradnji sa Orange studiom, Trago-vi - kampanja za borbu protiv nasilja nad ženama, pokrenuta u saradnji sa Autonomnim ženskim centrom i agencijom Leo Burnett, Avon kampanja za borbu protiv raka dojke, #Kampanja na dar (promovisanje socijalnog preduzetništva, realizovana zajedno sa još 17 kreativnih, PR i digitalnih agencija u Srbiji), Belhospice, prvi hospis centar u Srbiji, Bitka za znanje, NURDOR, Euromelanom (evropska kampanja protiv raka kože), IAAcademia, Justout viteški turnir, Social Impact Award (takmičenje na temu društvenog preduzetništva), Muzej savremene umetnosti, Noć muzeja, Humanitarna trka za Vladu, Čep za hendikep... Promovišemo razne humanitarne koncerte, kulturne festivale, edukativne konferencije, izložbe, promocije filmova, studentske projekte, kao i sportska udruženja i humanitarne utakmice. Aktivni smo prijatelji UNICEF-a od 2017. godine.

## VREDNOSTI BREND A

Tečno govorimo jezik outdoora, pažljivo slušamo svoje klijente i prilagođavamo pristup individualnim potrebama oglašivača. Naš prodajni tim profesionalno usmerava svaki dijalog koji se vodi između naših oglašivača i njihovih ciljnih grupa putem geografskog i demografskog targetiranja potrošača, odgovarajuće dužine trajanja kampanje, brižljivog odabira tipova medija i formata, dobre pokrivenosti unutar mreže, kao i izbora pojedinačnih mikrolokacija, da bi postigla efikasnost željene komunikacije. Klijentima nudimo kompletnu uslugu koja pored zakupa reklamnog prostora uključuje i organizovanje štampe postera.

Alma Quattro je adekvatno pozicionirana da vašu oglasnu poruku prenese pravim ljudima u pravo vreme, bez obzira da li je u pitanju promocija novog proizvoda ili usluge, pozicioniranje brenda na tržištu ili povećanje prodaje. Koncept prodaje i planiranja kampanja na nedeljnom nivou podržava dinamične promene plasiranja reklamnih poruka i pruža vam priliku da krenete u kampanju 52 puta godišnje.

Dobro održavana, osvetljena i funkcionalna mreža medija na najbolji način pokazuje poštovanje koje imamo prema našim potrošačima, oglašivačima, poslovnim partnerima i životnoj sredini. Mi čistimo i održavamo svoje konstrukcije sredstvima koja su bezbedna po životnu okolinu i recikliramo reklamne postere po isteku kampanja.

U okviru projekta Bright Green Technology u toku 2015. na 100 lica medija tipa backlight i scroll dim 4x3 promenili smo LED osvetljenje. Osim što utiče na bolji izgled i kvalitet medija, cilj ovog projekta je i smanjenje emisije ugljen-dioksida, ali i troškova. Naša vizija je da okruženje učinimo uspešnijim i boljim, a poslovni model nam omogućava da razumemo potrebe javnosti i implementiramo inovativne ideje. Outdoor u fizičkom okruženju deluje tako što ga aktivno kreira, menja vizuelne



sadržaje transformišući izgled gradova i mesta. Na taj način omogućava i drugim brendovima da realizuju razne kreativne ideje uz korišćenje savremenih IT tehnologija u okruženje gde potrošači mogu da budu u neposrednoj interakciji sa brendovima.



## ONO ŠTO NISTE ZNALI

### ALMA QUATTRO

- › Davne 1994. godine, prilikom osnivanja, naš tim je brojao četiri člana. Danas imamo preko 50 zaposlenih, a naša porodica, sastavljena od porodica zaposlenih, takođe je porasla - imamo ukupno 60 mališana.
- › Kompaniju smo osnovali sa vizijom da budemo svetla velegrada upravo u godini kada su Srbijom vladale - restrikcije električne energije.
- › U okviru javno-privatnog partnerstva sa gradom Beogradom, Alma Quattro je postavila četiri javna toaleta, prilagođena i licima sa invaliditetom, dizajnirana, proizvedena i testirana u Francuskoj po evropskim standardima od strane JCDecaux kompanije. Svi toaleti su opremljeni automatskim sistemom za pranje ruku, sapunom i sušenjem. Upotreba je besplatna za sve korisnike.