**«Авиасалон» провел рекламную кампанию в Московском метрополитене**

В августе ОАО «Авиасалон» провел рекламную кампанию Международного авиационно-космического салона МАКС-2019 с помощью оператора Московского метрополитена Nebo.digital на стикерах и видеоэкранах в вагонах столичной подземки.

Рекламная кампания приурочена к самому долгожданному событию в календаре авиационных мероприятий, которое пройдёт с 27 августа по 1 сентября 2019 года в наукограде Жуковском.

Стикеры размещены на Таганско-Краснопресненской и Калининской линиях. По данным аналитиков, стикеры в вагонах метро выходят на первое место по показателю «охват за одну поездку», который составляет около 63%. Такой показатель говорит о том, что средняя частота контакта с этим рекламным носителем достаточно высокая.

В дополнение к рекламной кампании на стикерах были показаны ролики на видеоэкранах. Новый digital-формат появился в метрополитене в апреле этого года и включение в медиамикс данного канала коммуникации позволяет решать как охватные, так и имиджевые задачи клиента. Реклама на видеоэкранах позволяет размещать full motion видео, которое привлекает внимание пассажиров во время поездки.

«МАКС является крупнейшим выставочным проектом и масштабным шоу, привлекающим сотни тысяч посетителей. Чтобы донести информацию о мероприятии до целевой аудитории, необходимо проводить комплексную рекламную кампанию с широким охватом. Размещение на носителях в Московском метрополитене позволяет эффективно решить эту задачу», - отметил заместитель генерального директора ОАО «Авиасалон» Владимир Советкин.

Посетители салона познакомятся с новейшими разработками в области гражданской и военной авиации, перспективные проекты и результаты научных изысканий привлекут внимание профессионалов, а захватывающие показательные выступления лётчиков-испытателей и головокружительные пируэты в исполнении прославленных пилотажных групп Воздушно-космических сил России и других стран не оставят равнодушными сотни тысяч любителей авиации.