

May 12, 2008

Contact

Dave Sotero/Marc Littman

Metro Media Relations

213.922.3007/213.922.2700

metro.net/press/pressroom

mediarelations@metro.net Michael

Swistun

Sidetrack Technologies, Inc.

204.291.5052

FOR IMMEDIATE RELEASE

El Primero en Norteamérica: **Publicidad Digital Innovadora debuta en túnel de la Línea Roja del Metro**

- Esfuerzo reciente de Metro para incrementar ingresos de la agencia se convirtieron en una forma de hacer publicidad innovadora en los túneles

La Autoridad Metropolitana de Transporte del Condado de Los Angeles (Metro), buscando el mayor provecho de la tecnología, hace su debut con un nuevo anuncio de publicidad electrónico LED en el subterráneo de la Línea Roja de Metro, el primer sistema de esta clase en Norteamérica.

El proyecto piloto que durará dos años, instalado y manejado por Sidetrack Technologies, Inc, exhibirá 15 segundos de publicidad que los pasajeros podrán ver en los trenes en sentido norte entre las estaciones Hollywood/Highland y Universal City. Se espera que los publicistas incluyan películas, programas de televisión, anuncios de menudeo y otros anunciantes nacionales.

El proyecto generará a Metro por lo menos 240 mil dólares al año en ingresos adicionales generados por la operación de trenes. Todos los costos de elaboración, instalación y mantenimiento los asume Sidetrack Technologies, Metro no pagará nada. Las dos partes han llegado a un acuerdo en el cual compartirán las ganancias adicionales si los ingresos de la publicidad superan ciertas metas establecidas.

"Este es un acuerdo, sin costos, de generación de ingresos de operación que son críticamente necesarios" dijo Pam O'Connor, Presidenta de la Junta Directiva de Metro. "Puede que no sea una fortuna, pero es un paso en la dirección correcta en momentos que la agencia busca nuevas formas de financiamiento que ayuden a mantener los servicios de transporte que le provee al Condado de Los Angeles."

Los oscuros túneles del subterráneo, por un corto tiempo, se volverán en una sala de cine móvil donde los pasajeros se deslumbrarán con segmentos de videos coloridos y de acción. El sistema LED se compone de 360 franjas digitales que se encienden apenas pase el tren por la pared mezclándose para formar una presentación en video que fluye de manera suave.

El sistema será controlado de forma remota vía Internet desde las oficinas principales de Sidetrack en Winnipeg, Canadá. Tiene la capacidad de rotar los anuncios, mostrar diferentes anuncios en ciertos momentos del día o anuncios específicos para los pasajeros que vayan en diferentes direcciones.

Additional information

[Video transcript](#)

[Adobe Flash® Player](#) plug-in required

“Sabemos que las anuncios publicitarios llamarán la atención y entretendrán a los viajeros, ofreciendo a nuestros clientes – anuncios como medio extremadamente efectivo para llegarle a la audiencia de Metro” dijo Rob Walker, Presidente de Sidetrack Technologies.

Las observaciones de los pasajeros durante las pruebas iniciales fueron positivas. Los viajeros describieron los anuncios como divertidos, llamando la atención y estimulando un cambio en la típica experiencia de viaje en el subterráneo. La prueba mostraba los cortos de la película de Warner Brothers “Speed Racer” recientemente lanzada. El anuncio lanzado desde hoy es la última de una serie de múltiples imágenes de “Ojo del Toro” del gigante de las ventas al menudeo – Target, quien constantemente utiliza la publicidad en los túneles como parte de sus canales de comunicación. Miles de viajeros que utilizan la Línea Roja del Metro esperan ver la nueva exhibición de publicidad durante su viaje diario entre Hollywood y Universal City.

La exhibición de publicidad digital en los túneles ha sido instalada en otras ciudades internacionales incluyendo Londres, Singapur y Beijing. Los Angeles es la primera ciudad en Norteamérica donde se pondrán los anuncios digitales de Sidetrack. Dentro de los próximos dos años, la compañía espera instalarlas en Boston, San Francisco, Nueva York, Chicago y Washington.

Nota para el editor: Los medios de comunicación interesados en obtener B-Roll del nuevo sistema de publicidad deben comunicarse a la oficina de Metro Media Relations (213)-922-3007.

Metro-076

Editors Note: Metro is the official name of the Los Angeles County Metropolitan Transportation Authority as adopted by the Metro Board of Directors in December 2004. To be consistent, we ask that “Metro” be used when referring to this agency. We ask for your cooperation in updating your style guides. If you need to update your files with the current Metro logo, please call Metro Media Relations at 213-922-2700.

[Copyright © 2007](#), LACMTA | [Privacy Policy](#)