

Sport - *Oktagon 30 Years, Roma si accende con la campagna "outdoor" di Diendi Media*

Roma - 26 nov 2026 (Prima Notizia 24) **La società romana specializzata in pubblicità outdoor lancia una campagna su quaranta posizioni strategiche tra Eur e Ostia con i volti di Mattia Faraoni e Bogdan Stoica in vista della sfida mondiale Iska del 5 dicembre al PalaPellicone.**

Quaranta posizioni pubblicitarie nella Capitale, con una presenza strategica tra Eur e Ostia: la società romana, specializzata nella comunicazione outdoor, accompagna il 30° anniversario di Oktagon, in programma il 5 dicembre al PalaPellicone. Lo sport incontra la comunicazione urbana e Roma diventa parte integrante della promozione di uno dei più importanti appuntamenti italiani dedicati agli sport da combattimento. Dal 23 novembre, Diendi Media, società romana nata nel 1993 (da una idea di Alberto Gaudini) e specializzata nel settore della pubblicità outdoor, ha avviato una partnership con Oktagon 30 Years, l'evento celebrativo del trentennale del format, in programma sabato 5 dicembre al PalaPellicone di Ostia. L'operazione si sviluppa attraverso una campagna pubblicitaria che coinvolge circa quaranta posizioni distribuite in diversi quartieri della Capitale, con una particolare concentrazione nel quadrante EUR e nel territorio di Ostia, che ospiterà la manifestazione. Una scelta di pianificazione che punta a intercettare pubblici differenti, accompagnando l'avvicinamento all'evento attraverso una presenza visiva capillare sulle principali direttrici della mobilità cittadina. La campagna ha come protagonisti due dei nomi più rappresentativi del fighting internazionale: Mattia Faraoni e il rumeno Bogdan Stoica, attesi sul ring del PalaPellicone per un confronto valido per il titolo mondiale ISKA di kickboxing nella categoria Super Cruiserweight -95 kg. Le immagini dei due campioni diventano così il principale elemento di riconoscibilità della comunicazione, portando direttamente nelle strade di Roma l'identità sportiva e l'energia di Oktagon. L'iniziativa si inserisce nella strategia di Diendi Media, realtà che dispone di un circuito pubblicitario articolato su oltre 2.000 impianti, più di 150 impianti digitali e oltre 10 maxi impianti. Una struttura che consente all'azienda di operare su differenti formati e soluzioni di visibilità, mettendo a disposizione degli organizzatori sportivi strumenti di comunicazione capaci di raggiungere quotidianamente automobilisti, pedoni e cittadini. La partnership con Oktagon 30 Years rappresenta anche un ulteriore esempio di collaborazione tra imprese della comunicazione e organizzatori di eventi sportivi, con il territorio che diventa un elemento attivo del progetto promozionale. In questo caso, la scelta di presidiare sia il quadrante EUR sia Ostia assume una valenza particolare: da una parte una delle aree di maggiore interesse commerciale e direzionale della Capitale, dall'altra il distretto che farà da cornice all'appuntamento sportivo. Per Oktagon, il sostegno di un operatore specializzato come Diendi Media contribuisce ad ampliare la riconoscibilità dell'evento oltre i tradizionali canali digitali e social, rafforzando il contatto diretto con il pubblico

romano. Per Diendi Media, invece, il progetto conferma la volontà di rinnovare il proprio impegno nel mondo dello sport, valorizzando manifestazioni capaci di generare attenzione, partecipazione e visibilità. Il 5 dicembre, dunque, il PalaPellicone sarà il centro della scena sportiva, ma il percorso di avvicinamento a Oktagon 30 Years è già passato attraverso le strade della Capitale. Un'operazione nella quale sport, advertising e territorio si incontrano, dimostrando come la comunicazione outdoor possa diventare una componente importante del marketing di un grande evento.

(Prima Notizia 24) Giovedì 26 Novembre 2026