

L'A.D. Mazzoni: "L'obiettivo per il 2016 è superare quota 30 milioni"

OUT OF HOME: URBAN VISION CHIUDE CON UN +81% IL BILANCIO DEL 2015

La società guidata da Gianluca De Marchi presenta i numeri dell'anno passato e conferma la leadership nel settore con un utile netto di 976.162€

Roma, 4 luglio 2016 – Da **10.911.946€** di fatturato nel **2014** a **19.850.585€** nel **2015**, con un **EBIT** di **1.780.991€**, cresciuto del **155%** rispetto all'anno precedente ed un **ROE** del **67,8%**. Sono questi i numeri del bilancio più che positivo depositato da **Urban Vision** nel mese di giugno, il giro di boa di un 2016 altrettanto ricco e promettente per il presente e per il futuro della società leader nel campo dei restauri sponsorizzati, guidata da **Gianluca De Marchi**.

Una crescita rilevante che, sebbene trainata dalla progressiva ripresa dell'**Outdoor Advertising** – **+9,7%** di investimenti nel quadrimestre **gennaio-aprile 2016** (Nielsen & AudiOutdoor) – è caratterizzata da una consolidata maturità e consapevolezza dell'azienda, impegnata in progetti di **fund raising e restauri sponsorizzati**, iniziative di **social responsibility** e campagne cross-mediali originali e innovative, una su tutte la comunicazione del prestigioso progetto di restauro del **Ponte di Rialto a Venezia**.

*"E' un traguardo frutto di sacrificio da parte dell'intero team e di scelte che, nel corso dell'anno passato, si sono rivelate vincenti in termini di offerta e creatività – ha commentato **Fabio Mazzoni, Amministratore Delegato** di **Urban Vision** – Le performances dell'azienda sono migliorate di pari passo con le nostre competenze di business che, unitamente ad un'attenta gestione dei costi, ci hanno permesso di raggiungere questi risultati. Chiudere il 2015 con il segno più e un utile netto di quasi un milione di euro ci stimola a fare ancora meglio nel 2016, anno in cui prevediamo di superare i 30 milioni di fatturato e puntiamo a consolidare la posizione che negli anni ci siamo guadagnati in Italia e all'estero."*

Da tempo, infatti, la società ha spostato lo sguardo oltre i confini nazionali, approdando sul mercato **inglese** ed esportando il brand **Urban Vision** come modello di originalità, know how e innovazione made in Italy.

*"I numeri incorniciano un eccellente anno per noi e confermano l'OOH non solo come mercato vivo che raccoglie la fiducia dei brand e delle aziende, ma come risorsa preziosa in termini di indotto e di occupazione, soprattutto se legato al restauro sponsorizzato – osserva **Gianluca De Marchi, Presidente** di **Urban Vision** – La nostra rapida crescita è dovuta principalmente all'aver saputo intercettare un bisogno sempre più urgente in Italia, quello di mettere insieme pubblico e privato nella tutela e nel mantenimento dei tesori artistici nazionali, dando vita ad un modello economico che ha ricadute sia occupazionali, poiché mette in campo nuove professionalità, sia sociali, perché restituisce ai cittadini un patrimonio che è massima espressione della nostra identità culturale e fonte inestimabile per il rilancio del Paese, dal punto di vista dell'appeal internazionale per turisti e investitori esteri."*

Non è un caso, dunque, se tra gli impegni del prossimo semestre c'è proprio quello di allargare ulteriormente l'ambito operativo e concentrarsi sul recupero del patrimonio architettonico e artistico attraverso il **fund raising** non vincolato all'esposizione pubblicitaria, con l'ausilio di progetti di comunicazione innovativi e multimediali; una strada intrapresa già da tempo e confermata durante uno degli ultimi appuntamenti organizzati dalla società in collaborazione con Earth Day Italia: il **faccia a faccia** tra il Cardinal **Gianfranco Ravasi**, Presidente del Pontificio Consiglio della Cultura, e l'Onorevole **Dario Franceschini**, Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e Del Turismo, tenutosi lo **scorso 21 maggio in Vaticano**.