

# URBAN VISION

*Primo brand a comparire sullo spazio interattivo: Lavazza*

## **L'out of home firmato Urban Vision al debutto nel mercato inglese**

*La società leader in Italia nel settore dell'OOH e specializzata in campagne cross mediali si espande e vola in Inghilterra con un maxi LED nel cuore pulsante di Londra*

**Londra, 21 marzo 2016** – Da oggi il brand **Urban Vision** sarà visibile a chi attraverserà **Leicester Square**, prestigioso crocevia tra **Trafalquare Square**, **Piccadilly Circus** e **Covent Garden**, nel quartiere londinese di **Soho**, dove è stato presentato il **maxi LED** posizionato sul famoso edificio di **Victory House**.

La società leader in Italia nel campo dei **restauri sponsorizzati** e punto di riferimento nelle campagne di recupero del **patrimonio artistico** sposta lo sguardo all'estero per espandere ulteriormente la propria presenza oltre i confini nazionali. Lo spazio ospiterà realtà di livello internazionale, esportando anche nel Regno Unito il brand **Urban Vision** come modello di originalità e innovazione made in Italy. Il maxi LED sarà in grado di interagire con il pubblico grazie allo sviluppo di progetti cross mediali e **DOOH** (Digital Out Of Home) basati su tecnologie di realtà aumentata, condivisione e trasmissione live di contenuti prodotti dai passanti, sistema kinect per il riconoscimento automatico dei movimenti del corpo e live streaming.

*“Il maxi LED di Leicester Square è la nostra finestra sul vivacissimo mercato inglese, in cui il settore OOH è cresciuto del 3,4% nel 2015, fino a raggiungere un valore di circa 270 milioni di sterline e con una previsione di ulteriore crescita anche nel 2016 (dati AA/Warc) – ha commentato **Gianluca De Marchi**, Presidente di **Urban Vision** – Il driver di questo incremento è sicuramente la componente digital, fisiologica evoluzione ed espressione di un nuovo modo di rivolgersi al pubblico, per questo motivo abbiamo deciso da tempo di esportare il nostro modello di business anche all'estero, e per l'esordio di Urban Vision in Inghilterra sarà protagonista uno dei simboli dell'eccellenza italiana nel mondo: Lavazza è il primo brand a presentarsi al pubblico inglese, in una piazza da quasi 280.000 contatti giornalieri.”*

**Leicester Square** è, infatti, uno dei *must see* della metropoli londinese. Centro nevralgico della City, è famosa per le *première* cinematografiche e per le *celebrities* che vi prendono parte in ogni occasione. Frequentata da migliaia di turisti provenienti da tutto il mondo, la piazza ospita inoltre il **marciapiede delle stelle**, la “Walk of Fame” di **Londra**, con le impronte delle stelle del grande schermo.

---

**Urban Vision** è un'azienda leader nel campo dei **restauri sponsorizzati**, ha contribuito al recupero dei più prestigiosi edifici e monumenti del patrimonio artistico italiano e alla riqualificazione di importanti aree urbane.

In oltre dieci anni di attività, grazie alla collaborazione tra **Urban Vision** ed Istituzioni pubbliche e private, sono stati restaurati più di **180 edifici** tra chiese, monumenti e palazzi storici. Una storia di successi fondata sull'impegno culturale e l'amore per l'arte e per l'Italia.

---

Ufficio Stampa: **Spencer & Lewis** – 06.45582893  
**Aurelio Calamuneri** – 389.520 69 65  
[calamuneri@spencerandlewis.com](mailto:calamuneri@spencerandlewis.com)