

## COMUNICATO STAMPA

### IAB FORUM 2018: URBAN VISION MEDIA PARTNER E TRA I PROTAGONISTI DEL PANEL SUL DOOH

*Milano, 14 novembre 2018*

In occasione della XVI edizione di **IAB Forum** (Milano, 12-13 novembre 2018), **Urban Vision**, media partner dell'evento, ha preso parte al panel tenutosi martedì 13 novembre dal titolo "**DOOH - Schermi sempre più intelligenti e basati sui dati. Come il DOOH cambia pelle divenendo data-centric**", moderato da Marco Valenti (Ceo Moving Up).

**Raffele Bifulco** (Responsabile Ricerca e Sviluppo di **Urban Vision**), nel corso del suo intervento, ha parlato di come l'azienda leader nei restauri sponsorizzati sia stata la prima in Italia a introdurre nell'OOH schermi digital di grande formato e come abbia contribuito tramite la raccolta pubblicitaria al finanziamento di restauri di edifici e monumenti storici e di progetti di riqualificazione urbana, tra i quali il **Museo del Novecento**, il **Duomo** e i cantieri della **metro M4** a Milano, ai quali si affiancano i circuiti digitali (Urban Domination, The Hub, Flow), che offrono ampio spazio anche a campagne sociali e istituzionali.

L'intervento ha messo inoltre in risalto la costante attività di ricerca e sviluppo dell'azienda che si traduce anche in una serie di **attività crossmediali e multiplatform** legate al DOOH, che partono da un media sempre più iperconnesso per instaurare un dialogo esperienziale col pubblico.

"I brand non acquistano più soltanto spazi, ma targets, community, prospects e comportamenti, per questo lo sforzo innovativo della proposta di Urban Vision – ha sottolineato Bifulco - è rivolto verso la sofisticazione delle possibilità progettuali dello spazio, non solo in ottica di programmatic e data driven, ma integrando le **tecnologie più attuali: mixed reality, wearable tech, automations**. Tecnologie che creano valore non solo nel rapporto tra brand e consumatore, ma più in generale per tutta la comunità, essendo veicolo per una fruizione dell'arte e dei contenuti culturali, legati ai progetti di restauro sponsorizzato, più contemporanea e immersiva."

"In quest'ottica - ha concluso – non dovremmo limitarci a parlare di digital out of home; sarebbe forse più appropriato approfondire il concetto di "TOOH", tech out of home, contemplando le infinite possibilità che oggi ci offre".

---

**Urban Vision** è una Media Company leader in Europa nel fund raising finalizzato al recupero architettonico dei più prestigiosi edifici e monumenti del patrimonio artistico e alla riqualificazione di importanti aree urbane, specializzata in progetti di comunicazione e valorizzazione artistica e culturale, editrice e concessionaria di spazi pubblicitari out of home e digital out of home.