

NATIONAL GEOGRAPHIC FEST: URBAN VISION TRA I PROTAGONISTI DELLA PRIMA EDIZIONE

Cambiamenti climatici, tutela delle acque, impegno sociale: una riflessione sull'oggi per migliorare il domani.



Milano, 8 Novembre 2021 – **URBAN VISION** – Digital Green media Company leader nel fundraising finalizzato alla tutela del patrimonio culturale e nei progetti di comunicazione integrata – riafferma il suo impegno nella sostenibilità e nella tutela dell'ambiente, affiancando **National Geographic** come **exclusive outdoor media partner del primo National Geographic Fest**. La media company, che dal 2017 ha avviato la costruzione di un percorso volto ad ottenere lo "zero impact" delle proprie emissioni e di quelle dei propri clienti, sarà presente al Festival con il CEO Gianluca De Marchi, ospite del panel *"Il medium è il messaggio: i media e i cambiamenti climatici"*, in programma il 10 Novembre alle ore 10:00.

Il National Geographic Fest 2021, che si svolgerà in forma ibrida a Milano dal 6 al 12 Novembre, fa incontrare esperti italiani e internazionali per cogliere l'urgenza di una svolta radicale nelle politiche di contrasto al degrado ambientale. Tra i temi in esame, l'analisi degli effetti del cambiamento climatico, la rivoluzione verde e le buone pratiche per la salvaguardia della Terra

Una pluralità di voci e professionalità per raccontare il cambiamento, promuovendo nuove soluzioni: tra queste anche **Gianluca De Marchi, CEO e co founder di Urban Vision**, ospite del panel

URBAN VISION

“Il medium è il messaggio: i media e i cambiamenti climatici”, in programma il 10 Novembre alle ore 10:00, che racconterà l’impegno profuso dalla media company nell’adottare soluzioni sostenibili e innovative, come la speciale tessuto TheBreath integrato nei propri impianti pubblicitari, che assorbe, trattiene e disgrega le molecole inquinanti prodotte da traffico, riscaldamento e industria nelle aree circostanti. Dal 2017 ad oggi, grazie all’utilizzo di questo telo Urban Vision ha neutralizzato l’equivalente delle emissioni prodotte da 34 milioni di auto.

Grazie alla partnership con URBAN VISION, la campagna del National Geographic Fest è **on air sui Maxi Led digitali** posizionati nelle zone più centrali di Milano, come piazza San Babila nel Quadrilatero della Moda e i Navigli.

Ancora una volta la media company conferma lo stretto legame con la città di Milano e il suo impegno nel massimizzare il valore delle attività di forte interesse culturale e sociale, in connessione con il territorio.

URBAN VISION è la prima media company **con certificazione ISO 14064-1** che si distingue per sistema di gestione per il **monitoraggio e la rendicontazione delle proprie emissioni di gas serra** certificato ai sensi della norma ISO 14064-1.

URBAN VISION è una **Digital Media Company** leader nei restauri sponsorizzati e nella valorizzazione del patrimonio culturale attraverso progetti di **comunicazione integrata**; editrice e concessionaria di spazi pubblicitari **out of home** e **digital out of home**. In oltre quindici anni di attività, grazie alla collaborazione tra Urban Vision ed istituzioni pubbliche e private, sono stati restaurati circa **300 edifici** tra chiese, monumenti e palazzi storici e raccolti fondi per **212 milioni di euro**.

<http://www.urbanvision.it/>