

URBAN VISION

URBAN VISION PRESENTA “NEXT”

L’evento web promosso dalla media company ha analizzato e raccontato come la trasformazione digitale abbia rivoluzionato le città, il mondo della comunicazione e dell’adv outdoor.

Milano, 28 ottobre 2021 – Il 27 ottobre si è tenuto in collegamento da Milano “NEXT”, evento esclusivo firmato Urban Vision. Un momento inedito per **la media company leader nei restauri sponsorizzati e nei progetti di comunicazione integrata**, che ha deciso di salire su un palco virtuale per rivelare al pubblico e agli stakeholder i suoi nuovi asset, analizzando l’ecosistema pubblicitario e il mercato dell’out of home post pandemico. Ad aprire l’evento, con una partecipazione speciale, il conduttore **Alessandro Cattelan**, che ha accompagnato l’ingresso sul palco del CEO **Gianluca De Marchi** e del General Manager **Alfredo Ricca**.

Oltre 16 anni di attività di Urban Vision si sono svelati agli occhi del pubblico attraverso uno storytelling visivo emozionante. **Alfredo Ricca** ha aperto la web talk analizzando **lo scenario digitale**, che ha evidenziato una crescita del +57% per il digital out of home di Urban Vision in soli quattro anni. Il Manager ha sottolineato l’importanza della data analysis, delle metriche e della misurabilità delle campagne, elementi centrali che creano valore per i brand e consentono di valutare chiaramente il ritorno dell’investimento.

Gianluca De Marchi ha guidato il racconto sulla **valorizzazione del patrimonio artistico e culturale**, che ha visto crescere rapidamente il numero di restauri realizzati, così come i fondi raccolti a sostegno dei progetti di ripristino architettonico, supportando istituzioni di pregio come il Vaticano. Con 212 milioni di euro e oltre 300 progetti di restauro finanziati interamente dalle campagne pubblicitarie, Urban Vision ha contribuito a preservare i capolavori del patrimonio artistico nazionale ed internazionale, insieme alle istituzioni e alle organizzazioni attivamente impegnate nella loro tutela.

Daniela Valenza, vice presidente di Urban Vision, ha illustrato l’impegno profuso dalla società nella **sostenibilità di genere e ambientale**, per adempiere agli obiettivi di sviluppo sostenibile determinati dall’Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Valenza ha sottolineato il ruolo pionieristico ricoperto nello scenario europeo dalla media company, che si è attivata su vari fronti per una comunicazione sostenibile, dalla rendicontazione al monitoraggio delle proprie emissioni di CO2, alle innovazioni tecnologiche applicate nell’outdoor, come il TheBreath, l’esclusivo telo che disgrega l’inquinamento, grazie al quale **Urban Vision ha neutralizzato l’equivalente delle emissioni di 34 Milioni di auto dal 2017 ad oggi**.

Ad intervenire sul palco virtuale di Next anche il manager **Luca Josi**, che ha raccontato l’evoluzione del media digitale dall’immagine 2D al più recente **3D outdoor lanciato da Urban Vision**, innovazione che ha ampliato lo spettro delle interazioni tra l’immagine e l’interlocutore, chiamato a una dinamica di attenzione fuori dall’ordinario.

Marika Villa, responsabile della Brand Experience di Urban Vision ha meravigliato i partecipanti mostrando l’incredibile case history di **progetti speciali** che vanno dalla 3D animation, agli eventi live e alla portrait interaction.

URBAN VISION

Sul tema è intervenuto anche Alessandro Cattelan, raccontando la sua esperienza con Urban Vision che lo ha visto coinvolto nella realizzazione di un paint sull'iconico maxi billboard in Duomo a Milano, che recitava la frase "Banksy, are you happy?", fotografato e ricondiviso da milioni di utenti.

In chiusura, **Marianna Sassano**, Responsabile dello Sviluppo Internazionale ha condiviso il *best of* delle **attività speciali worldwide**, dove dominano i brand del lusso. Dal guerrilla marketing, alle sculture di ghiaccio, ai live streaming proiettati su grattacieli e monumenti iconici delle capitali internazionali: **New York, Tokyo, Londra, Dubai, Parigi, Shanghai**, sono solo alcune delle metropoli presidiate da Urban Vision. **Le pianificazioni internazionali hanno permesso alla media company di continuare a dare visibilità ai clienti anche nel periodo di restrizioni sanitarie imposte dall'emergenza da Covid-19.**

Al termine della talk si è tenuta una sessione di q&a, per rispondere alle domande dei partecipanti raccolte attraverso una live chat. All'evento si sono collegati utenti dalla Cina, Stati Uniti, Francia, Germania, Finlandia, Inghilterra, Spagna, Austria e Paesi Bassi.

Next è stato realizzato in collaborazione con Treedom: per ogni partecipante connesso all'evento, Urban Vision planterà un albero per ridurre la *carbon footprint* prodotta durante lo streaming.

URBAN VISION è una **Digital Media Company Green** leader in Europa 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**.

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.

urbanvision.it