

Rai insieme a Urban Vision per avvicinare sempre di più il Festival di Sanremo agli Italiani

Il racconto del Festival nelle più belle piazze d'Italia

Per la prima volta la kermesse musicale più amata dagli italiani arriva sui maxischermi di alcune tra le più belle piazze d'Italia, grazie alla collaborazione tra Rai e Urban Vision, la media company leader nel segmento Maxi-Out of Home. Da Roma a Milano, da Genova a Napoli, sino a Catania: un divenire di immagini, video, notizie e contenuti inediti, tutti in chiave metropolitana, intratterranno i passanti dalle 7.00 alle 22.00. Nasce così una comunicazione di Sanremo mai vista prima, con l'obiettivo di raggiungere un'audience stimata in oltre 36 milioni di contatti durante la settimana sanremese.

Grazie a questa idea innovativa, lo spettacolo attraversa le porte del teatro Ariston e oltrepassa gli schermi televisivi, per entrare in maxi-formato nelle città su un circuito digitale di grandissimo impatto. Una veste nuova che permette al Festival di Sanremo di raccontarsi a un pubblico sempre più variegato, dinamico, giovane; e protagonista di un'esperienza immersiva.

Nelle città di Roma e Milano, rispettivamente in via del Corso e Corso Vittorio Emanuele II, infatti, Urban Vision metterà a disposizione dei passanti i propri billboard digitali, sui quali tutti coloro che lo vorranno, potranno postare i loro contenuti, condividerli poi sui social e diventare i veri protagonisti di un ingaggio fisico e virtuale sui Maxi schermi.

La collaborazione tra Rai e Urban Vision, partita 868 km fa da Napoli - quando Amadeus e Gianni Morandi hanno iniziato ad attraversare l'Italia anche sugli schermi della media company - rappresenta un'assoluta novità che conferma la volontà del Festival di arrivare sempre più vicino al proprio pubblico.

*"Siamo molto soddisfatti di aver collaborato in questi mesi con Rai per raccontare per la prima volta il Festival di Sanremo a un pubblico dinamico e che vive la città, mettendo a disposizione i nostri asset digitali nei centri urbani" - dice **Gianluca De Marchi Amministratore Delegato di Urban Vision** - "Questa partnership conferma la capacità della nostra azienda di accogliere contenuti sempre diversi, in linea con le nuove tendenze della società e che possono essere veicolati in tempo reale. I nostri schermi stanno vestendo, in queste settimane, i colori della città dei Fiori e siamo pronti per costruire e sperimentare insieme a Rai nuovi progetti, divenendo un punto di riferimento e di aggregazione urbana unico nel suo genere".*

*"Sempre più vicino è il claim che abbiamo scelto per la campagna di Sanremo 2023, un evento sempre più inclusivo che deve esprimersi ed espandersi attraverso tutti i media. Per questo abbiamo deciso di sconfinare ed entrare con Urban Vision non solo nelle case ma anche nelle strade e nelle piazze Italiane", aggiunge **Pierluigi Colantoni, Direttore Comunicazione Rai**.*

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. La Digital Media Company leader nei restauri sponsorizzati e nella valorizzazione del patrimonio culturale attraverso progetti di comunicazione integrata, è editrice e concessionaria di spazi pubblicitari out of home e digital out of home. In diciotto 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.

www.urbanvision.com