



ANNO DI NASCITA: 2001

DIRETTORE: Alberto Coretti

PERIODICITÀ: Mensile

DISTRIBUZIONE: Free press qualificata in negozi, locali, gallerie d'arte, musei, palestre, cinema...

DIFFUSIONE: 200.000 copie, 10 città, 750 location selezionate stima editore.

TARGET: Metà uomini metà donne tra i 25 e i 40 anni, reddito alto, istruzione elevata, propensione al consumo superiore alla media.

Urban è il mensile metropolitano. Da dieci anni la formula editoriale più innovativa nel mercato della free press, è stato il primo media che è riuscito a isolare e a parlare a un target difficilmente raggiungibile ma sempre commercialmente significativo. È stato il primo periodico appositamente pensato per stare fuori dall'edicola e raggiungere i suoi lettori nel proprio tempo libero. I lettori di Urban sono tutti coloro che amano trascorre il proprio tempo libero in città, che rinunciano volentieri al divano di casa per andarsi a fare un aperitivo, vedere una mostra, andare in palestra. Giovani ma non solo, indifferentemente maschi o femmine. Curiosi, istruiti e con una spiccata propensione ai consumi. Tendenzialmente single. In una parola, radical chic.

Pur non essendo di nicchia, Urban è un giornale sofisticato che cerca di instaurare con chi lo legge un rapporto caldo intimo.

La grafica e l'uso di texture scritte a mano creano un giornale che trasmette sensazioni tattili. Un giornale sartoriale quasi fosse fatto su misura su ciascun singolo lettore... "un giornale cucito addosso ai propri lettori".

I contenuti e la linea editoriale spiccatamente internazionale illustrano la città come grande laboratorio creativo. Fermenti, personaggi, stili di vita, fenomeni rubati nelle grandi metropoli del mondo ma non solo, numero per numero, creano un grande racconto del contemporaneo riuscendo a ispirare una forte identificazione nella comunità dei lettori.