



**Upaperlacultura.org ha vinto
il President's Award 2017 della WFA (World Federation of Advertisers)**

Il progetto realizzato da UPA per agevolare gli investimenti in comunicazione nel settore delle sponsorizzazioni culturali - Upaperlacultura.org - ha vinto il President's Award nell'ambito del Global Marketer Week 2017 organizzato dalla WFA a Toronto.

La World Federation of Advertisers (WFA) rappresenta 55 Associazioni nazionali degli investitori pubblicitari nel mondo e il premio ha la finalità di segnalare le iniziative delle Associazioni che hanno introdotto delle innovazioni reali nelle strategie di mercato delle imprese.

Il progetto Upaperlacultura.org lanciato due anni fa, in due affollate presentazioni a Milano e a Roma, consiste in una piattaforma web, creata da Upa, che consente agli enti culturali (non profit) di iscrivere i propri progetti culturali, qualificandoli in termini di comunicazione - definendone quindi le finalità, il pubblico atteso, l'area culturale, la possibilità di interazione sul progetto con lo sponsor, il valore economico, ecc.. - e consente in maniera semplice e simmetrica alle aziende interessate di sfogliare il catalogo dei progetti, organizzati per tema e per area geografica regionale.

In due anni hanno presentato la loro candidatura oltre 400 progetti di sponsorizzazione culturale, di questi circa 300 sono stati selezionati per essere pubblicati sul sito di Upaperlacultura.org, in base alle loro caratteristiche di integrazione nelle strategie di comunicazione aziendali.

Ogni giorno il sito riceve oltre un centinaio di visite da parte di operatori culturali e aziende interessate a valutare i progetti pubblicati.

"Il progetto upaperlacultura.org ha vinto il premio della WFA perché è innovativo" ha commentato Lorenzo Sassoli, presidente di UPA, "ma mi ha colpito nella motivazione il fatto che è il primo del suo genere al mondo, non vi sono altri paesi rappresentati nella WFA che ad oggi ne abbiano di simili. E non a caso è l'Italia, il più grande giacimento culturale al mondo, ad aver pensato per prima la possibilità di integrare la cultura con la comunicazione d'impresa."

Milano, 27 aprile 2017