

URBAN: The coolest magazine of street cultures turns 18!

Il magazine di Bel Vivere Media dedicato alla street culture, dai contenuti forti e di attualità, celebra la sua storia lunga diciotto anni con un numero interamente dedicato alla maggiore età.

Nasce URBAN Kids, la versione di Urban dedicata ai più piccoli. La missione? Creare un giornale che sia ponte tra il mondo dei grandi e quello dei bambini.

Milano, 24 settembre 2019 – **Urban**, il magazine *not for sale* della casa editrice **Bel Vivere Media** diretto da **Marco Cresci**, indirizzato ad un pubblico cittadino, giovane, attento alle mode e ai consumi, **compie 18 anni** e decide di festeggiare con un numero interamente dedicato alla maggiore età, o meglio a tutto quello che si può fare una volta compiuti i tanto attesi 18 anni. È questo ciò che aspetta i lettori nelle pagine di Urban #149, da oggi nei locali di tendenza di Milano, Firenze, Roma, Napoli, Bologna e Torino.

In copertina troviamo la rivelazione della musica urban italiana: in esclusiva la (quasi) maggiorenne **Madame**, la cantante che ha stregato Cristiano Ronaldo e che sul suo canale Instagram conta più di 136 mila followers. L'artista ha all'attivo solo tre singoli con una media di due milioni di views ciascuno e il singolo "Schiccherie" è in heavy rotation su tutte le radio italiane. La redazione di Urban ha fotografato Madame in un set da after party tra palloncini e coriandoli, mantenendo intatta la sua anima street ma arricchendola con un tocco più glamour, in quello che è stato il suo primo shooting moda.

All'interno del magazine troviamo shooting e interviste che ruotano attorno al tema centrale del numero. La sezione dedicata alla maggiore età si apre con una raccolta di lettere di artisti – dall'attrice Tea Falco alla musicista I'M Not a Blond – che scrivono a loro stessi diciottenni tra consigli, rimpianti, aneddoti divertenti e un po' di commozione. Lo shooting moda è dedicato alle 10 cose che si possono fare una volta compiuti i 18 anni: guidare, viaggiare senza il permesso dei genitori, percepire un'eredità, andare a vivere da soli, bere liberamente ma con moderazione, e molto altro. Scattato dalla fotografa Simon, lo shooting si avvale della creatività dell'artista Gio Pastori, che ha realizzato i fondali e il lettering del servizio moda.

Questo numero celebrativo di Urban vanta anche una speciale collaborazione con **Fred Perry**. Un'operazione congiunta con l'iconico brand british, in cui Urban – durante l'evento che ha svelato il primo Murale di Fred Perry sui Navigli lo scorso 16 settembre – ha fotografato 18 ambassador del brand per un servizio di 5 pagine sul giornale e una massiccia operazione social tramite Instagram Stories fino al 15 ottobre. E poi ancora: intervista a Levante e a Shablo, il portfolio all'artista Ilaria Clari, i ragazzi di Palermo scattati da un teenager e Happy Pills, la guida con tutto quello che succede in città.

Questo importante anniversario vede anche la nascita di **Urban Kids**, la versione di Urban dedicata ai più piccoli. **La neodirettrice Fiamma Sanò**, giornalista e autrice freelance, guida la linea editoriale del magazine *free press* che mira a diventare la rivista ponte tra il mondo dei "grandi" e quello dei bambini. I più piccoli sono infatti parte integrante del nuovo giornale: raccontano, fanno domande e si aspettano delle risposte. Urban Kids nasce con la voglia di ascoltare i bambini e di essere un magazine che si possa vivere e leggere insieme; un giornale inclusivo, che parla a tutti, nel concetto più ampio di famiglia contemporanea.

Tematica di fondo del primo numero – che sarà **presentato questo pomeriggio alla Rinascente di Milano** con un grande evento – è l'identità di genere, analizzata attraverso reportage di attualità, articoli sugli spettacoli e shooting fotografici. La moda ha uno spazio di grande rilievo all'interno della rivista; questo perché, secondo la direttrice della testata, *la moda è importante, è il primo modo di comunicare noi stessi, lo strato più esterno ancora della pelle. Ed è pure desiderio: qualcosa che non ha genere, né età. Come l'amore.*

Nel numero si parla poi di educazione sessuale, con una psicologa che risponde alle domande dei bambini sul sesso, di viaggi con e senza figli, di genitorialità – con le interviste agli influencer che raccontano le loro esperienze di madri, padri e lavoratori – di tendenze e di shopping. Da non perdere la rubrica di posta del cuore dei piccoli, curata da Marco Cubeddu, scrittore di culto, la sezione dedicata agli spettacoli – Popcorn – che in questo numero tratta di televisione, musica e videogiochi, e l'intervista a Mika, che racconta i suoi ricordi d'infanzia.

Urban Kids sarà distribuito in tutte le scuole elementari private di Milano, Torino, Padova, Bologna, Firenze, Roma e Napoli, per una tiratura complessiva di 30.000 copie.

Bel Vivere Media, di proprietà del Gruppo Cose Belle d'Italia, è una realtà editoriale e media company che ad oggi conta 18 testate verticali, 18 siti internet e 37 profili social. Bel Vivere Media pubblica magazine verticali in ambito lifestyle, sviluppa contenuti editoriali, promuove eventi e contenuti esclusivi, e nel suo portafoglio vanta una tra le più grandi biblioteche specializzate di moda in Europa (Milano Fashion Library).
www.belviveremedia.com

Cose Belle d'Italia è un Gruppo italiano quotato al MTA di Borsa Italiana che opera e investe attraverso crescita organica e acquisizioni mirate nel mondo dell'arte, della cultura e del lifestyle tramite brand storici e eccellenze italiane. L'obiettivo di Cose Belle d'Italia è produrre contenuti, servizi, prodotti, eventi per tutti coloro che vogliono conoscere e riconoscere la "bellezza italiana" nelle sue forme più autentiche.
www.cosebelleditalia.com

Contatti

T.: 02.87371

Mail.: info@cosebelleditalia.com