

Campagna di IGPDecaux con Edison, MTV ViacomCBS Italia,
Corriere della Sera e Fondazione Italiana Accenture

Segnali d'Italia finanzia 4 progetti di innovazione sociale e street art per Milano

4 nuove iniziative per promuovere la rigenerazione urbana dei quartieri di Milano

Sono 4 i progetti non profit vincitori del bando *Segnali d'Italia chiama Milano*, atto ultimo di *Segnali d'Italia Milano*, campagna ideata e promossa da IGPDecaux, leader in Italia della comunicazione esterna, patrocinata dal **Comune di Milano**, in collaborazione con **Corriere della Sera - Corriere Milano e Buone Notizie - Edison, ViacomCBS Italia con MTV e Fondazione Italiana Accenture**, insieme impegnati per sostenere la rigenerazione urbana, l'innovazione sociale e la street art a Milano e nei suoi diversi quartieri.

Durante la presentazione in live streaming di mercoledì 17 giugno sono stati premiati i progetti: **Apegelato: delivery fragile** di Cooperativa Diapason, **OrMe Ortica Memoria** di Orticanoodles, **Big Bing** di ABCittà e **Gratosoglio Cambia Musica** di Musicopoli, i progetti che più si sono distinti per originalità, efficacia, fattibilità, inclusione sociale e opportunità di creare posti di lavoro tra gli oltre 100 pervenuti nei mesi scorsi da 17 quartieri di Milano.

15.000 € di contributo sono stati così assegnati da **Edison** alla **Cooperativa Diapason**, che dal 1985 opera a Milano con attività di assistenza ed educazione, per il progetto **Apegelato: delivery fragile**, che offrirà nuove opportunità di inserimento sociale e lavorativo a soggetti svantaggiati impegnati nel servizio di delivery per la Gelateria Artis, nel quartiere Niguarda. La Cooperativa Diapason ha ottenuto da Edison anche un contratto agevolato per la fornitura di energia. Edison ha inoltre assegnato un eguale contributo alla **cooperativa sociale ABCittà** per il progetto **Big Bing** per la realizzazione partecipata di uno 'street art festival' con il quale verranno decorate 13 arcate ferroviarie in un'area degradata del quartiere Greco.

ViacomCBS Italia con il suo brand MTV ha assegnato 15.000€ di contributo al progetto **OrMe - Ortica Memoria** dell'**associazione Orticanoodles**. Grazie a questo intervento il museo a cielo aperto del quartiere Ortica verrà arricchito con 4 nuovi murales monumentali da realizzare insieme agli studenti delle scuole del territorio, i quali verranno poi coinvolti anche come guide turistiche alla scoperta di questo quartiere emblema della rigenerazione a Milano con le 'urban arts'. Per i progetti Apegelato: delivery fragile, Big Bing e OrMe - Ortica Memoria, premiati dagli sponsor di *Segnali d'Italia chiama Milano*, **IGPDecaux ha assegnato a ognuno altri 15.000€ in spazi pubblicitari Out of Home**.

Fondazione Italiana Accenture assicurerà inoltre **6 ore di consulenza** gratuita per sviluppare la propria brand identity all'associazione **Musicopoli**, che con il progetto **Gratosoglio cambia Musica** creerà uno spazio di formazione libero e gratuito per bambini a Gratosoglio, favorendo inoltre l'inserimento lavorativo dei genitori. Inoltre Musicopoli potrà inserire gratuitamente **un'iniziativa di fundraising sulla piattaforma ideatre60.it**, con la quale raccogliere fondi per Gratosoglio Cambia Musica.

*"Ringrazio tutti gli organizzatori per questa lodevole iniziativa - ha dichiarato **Roberta Guaineri**, assessore al Turismo, Sport e Qualità della vita del Comune di Milano -, una campagna che premia e valorizza progetti e attività che portano innovazione sociale, spesso partendo da quartieri decentrati, dando così un esempio di pratica positiva per tutta la nostra città. Quello che accade a Milano molto spesso diventa un riferimento per tutto il Paese. Lo abbiamo visto in questi mesi di emergenza sanitaria durante i quali lo spirito ambrosiano di solidarietà nei confronti dei più fragili ha attivato moltissime iniziative, anche nate dal basso per migliorare la qualità della vita dell'intera comunità. Milano si è dimostrata*

Con il patrocinio di



Media partner



Main partners



Organizzato da



In collaborazione con



ancora una volta il campo per un virtuoso gioco di squadra tra pubblica amministrazione e privati. Sono Segnali che ci fanno guardare al futuro con motivato ottimismo, indispensabili per il rilancio di tutto il sistema Italia”.

*"Segnali d'Italia è un progetto 'delle città per le città' - ha spiegato il **Presidente di IGPDecaux Jean-Sébastien Decaux** - che ha come obiettivo quello di intercettare, valorizzare e raccontare le energie positive di un territorio attraverso i nostri mezzi di comunicazione. Si tratta di una campagna nata due anni fa a Parma e Napoli e che ora a Milano diventa a tutti gli effetti un format, un esempio pratico di come il nostro ruolo possa estendersi coerentemente con il nostro modello di business - da sempre orientato verso la creazione e la cura dell'arredo urbano per la pubblica utilità- così da intervenire a favore di quartieri fragili e per aiutare progetti degni di attenzione. Il nostro obiettivo è ora portare il successo di Segnali d'Italia anche in altre città”.*

Durante la presentazione in live streaming sono intervenuti anche il Project Leader di Segnali d'Italia **Claudio Bertona**, la Senior Vice President External Relations and Communication di Edison **Cristina Parenti**, la Vice President Marketing & Brand Solutions di ViacomCBS Italia **Micaela Lodrini** e il Segretario Generale di Fondazione Italiana Accenture **Simona Torre**, con la conduzione del giornalista del Corriere della Sera **Giangiaco Schiavi**.

La Campagna **Segnali d'Italia Milano** è ideata e promossa da **IGPDecaux**, realizzata con il patrocinio del **Comune di Milano** e la Media partnership del **Corriere della Sera**. Main partner sono **Edison** e **ViacomCBS Italia** con il suo brand **MTV**. Collaborano al progetto **Fondazione Italiana Accenture** e **Fondazione Sodalitas**. Advisor della comunicazione e coordinatore della Call è **The Round Table**, la creatività è di **Cookies & Partners**.

#segnaliditalia

Ufficio stampa **Segnali d'Italia: THE ROUND TABLE** | Progetti di comunicazione | www.theroundtable.it
Federico Manzoni | +39 334 1992054 | federico.manzoni@theroundtable.it

Con il patrocinio di



Media partner



Main partners



Organizzato da



In collaborazione con

