

“Crescerà”: al via la nuova campagna di comunicazione di Forestami, firmata dallo studio indipendente Leftloft, dedicata ai benefici della forestazione urbana

IGPDecaux, Urban Vision e Mondadori Retail si confermano media partner del progetto offrendo i loro canali out of home



Milano, aprile 2021 – “Crescerà” è la nuova campagna di comunicazione di [Forestami](#), il progetto della città Metropolitana di Milano che ha l’obiettivo di piantare 3 milioni di alberi entro il 2030, **che racconta i benefici pratici della forestazione urbana sulla città e sulle persone.**

“La campagna attira l’attenzione del pubblico attraverso un’apertura con un tempo al futuro, in grado di infondere speranza. Guida l’immaginario supportando l’emozione che ne scaturisce con una chiusura che mette in evidenza dati e benefici” – Bruno Genovese, cofondatore e Presidente di Leftloft.

*“Dopo la campagna di brand awareness realizzata nei mesi scorsi, possiamo dire che oggi Forestami è un progetto conosciuto e riconoscibile che ha già ottenuto il sostegno di oltre 70.000 persone che hanno donato oltre 600.000 euro. La strategia di comunicazione entra, ora, nella fase di valorizzazione dell’unicità del progetto attraverso una **campagna** che con messaggi plurimi e semplici spiega i vantaggi che gli alberi portano alla città e alla nostra salute – commenta **Rossella Citterio, Direttore Comunicazione di Forestami** - Alla campagna stiamo affiancando delle attività di comunicazione sui **social** in linea con lo stesso obiettivo divulgativo e abbiamo implementato il **sito Forestami.org** con i primi risultati dell’attività di ricerca scientifica del Politecnico di Milano finanziata da Fondazione Falck, rendendo disponibili per tutti non solo i contenuti ma anche delle straordinarie mappe georeferenziate facilmente navigabili che monitorano l’utilizzo del suolo e delle superfici permeabili e impermeabili, i sistemi verdi tra cui la copertura arborea e le variazioni climatiche”.*

La nuova campagna è ospitata sugli schermi digitali in metropolitana e negli aeroporti milanesi grazie alla media partnership con **IGPDecaux**, società leader in Italia della comunicazione esterna, che ha aggiunto sulla creatività la city Label “Pubblicità per la città” nata per comunicare ai cittadini che i brand che scelgono l’out of home contribuiscono a finanziare la mobilità pubblica; sui maxi schermo di Alzaia Naviglio

Grande 26 e sui Led Wall dei circuiti Line e The Stage presenti nei cantieri MM4 a Milano grazie alla media partnership con **Urban Vision**, media company leader nei restauri sponsorizzati e nella riqualificazione urbana. Grazie alla media partnership con **Mondadori Retail**, la società del Gruppo Mondadori che gestisce la più estesa rete di librerie in Italia con oltre 500 punti vendita, la campagna sarà presente all'interno del Circuito Digital Signage del network, inclusi l'impianto Videowall del Mondadori Megastore di Piazza Duomo a Milano e 30 Mondadori Store a copertura nazionale.

“Continua il nostro supporto a Forestami a cui questa volta, sulle creatività on air sui nostri spazi, abbiamo aggiunto un ulteriore valore in termini di sostenibilità. L'apposizione della city label “Pubblicità per la città. Questa pubblicità contribuisce a finanziare la mobilità” è infatti una iniziativa che abbiamo lanciato con altri player del settore e con la quale siamo riusciti ad esplicitare chiaramente il nostro modello di business, efficace dal punto di vista pubblicitario ma anche intrinsecamente sostenibile perché contribuisce a finanziare i servizi al cittadino e il trasporto pubblico. Scegliere di investire in comunicazione esterna è di per sé un'attività di Corporate Social Responsibility in un periodo in cui per tanti motivi sotto gli occhi di tutti il tema della sostenibilità è tra le priorità di tutti i Brand più importanti” ha dichiarato **Fabrizio Du Chène de Vère, Amministratore Delegato di IGPDecaux**.

Gianluca De Marchi, Ceo e co-funder di Urban Vision afferma *“Siamo felici di rinnovare la media partnership con Forestami anche per questa seconda e importante campagna di comunicazione. Sin da subito abbiamo sposato il progetto con grande entusiasmo, perché la sostenibilità ambientale e la riqualificazione delle aree urbane rappresentano key values fondamentali della nostra mission. URBAN VISION infatti si impegna a garantire investimenti pubblicitari ecocompatibili utilizzando tecnologie innovative sui propri maxi schermi e sulle proprie maxi affissioni. Grazie a queste implementazioni contribuiamo a ridurre l'inquinamento atmosferico delle aree urbane; inoltre monitoriamo la Carbon footprint delle campagne pubblicitarie e ci impegniamo a realizzare progetti di compensazione della CO₂ dei nostri impianti”*.

“Ci fa molto piacere continuare questo percorso di crescita a fianco di Forestami. Il tema dell'impatto ambientale è tra le priorità della strategia di sostenibilità del Gruppo Mondadori. Attraverso la media partnership con le librerie Mondadori Store vogliamo dare un contributo a un progetto unico e di eccellenza, per sostenere da un lato l'importanza delle aree green a Milano, e dall'altro per lanciare un messaggio a un pubblico più esteso. Riteniamo di avere una responsabilità importante nella diffusione di una maggiore sensibilizzazione e nell'offrire stimoli di riflessione per il futuro delle nuove generazioni, e ci auguriamo che iniziative di questo tipo ce ne possano essere tante”, ha dichiarato **Francesco Riganti, direttore marketing di Mondadori Retail**.

Ufficio stampa Forestami

Elettra Zadra – elettra.zadra@elettrapr.it - 335 5929854

Francesca Raimondi – francesca.raimondi@elettrapr.it - 392 9469018

Ilenia Franchi – ilenia.franchi@elettrapr.it – 393 9079914