



mediaforum

magazine di comunicazione, marketing e media business

Per ricevere in
Abbonamento
mediaforum

Telefona allo 02 535.98.301
oppure invia una mail a
diffusione@growingcm.com

Growing

Mercato Il progetto Segnali d'Italia di IGPDecaux si arricchisce della partnership stretta con MTV

Le eccellenze del territorio italiano saranno valorizzate anche attraverso 4 video dedicati ai progetti innovativi dei giovani

Lanciata a luglio con 7 storie su Parma e 10 su Napoli, segnaliditalia, la campagna multisoggetto ideata da IGPDecaux per valorizzare le eccellenze del territorio, che prosegue fino a settembre, si arricchisce di una nuova importante partnership, quella con MTV, il brand di Viacom International Media Networks Italia. Per ciascuna delle due città, MTV ha individuato due storie esemplificative che hanno come protagonisti del cambiamento i giovani, coloro con cui il brand dialoga quotidianamente. E lo ha fatto scegliendo il linguaggio che è nel suo dna, quello del video.

I 4 video

Ministorie di 2 minuti circa, che raccontano come questi ragazzi si siano impegnati per cambiare lo "status quo", per realizzare insieme un progetto destinato a innovare e valorizzare risorse inutilizzate e luoghi sconosciuti o dimenticati,

contribuendo a un processo di rigenerazione urbana e sociale. Per Napoli sono state individuate le storie della Cooperativa La Paranza - che ha recuperato e valorizzato l'area delle Catacombe del Rione Sanità - e del Parco dei Murales di Ponticelli, che ospita sette opere di 'street art' realizzate da artisti di fama internazionale che hanno riqualificato il quartiere. Per Parma sono state scelte le storie dell'Associazione di Volontariato Pubblica, da 116 anni impegnata nel soccorso e nella solidarietà e dell'Unipr Racing Team, nato nel 2007 dalla volontà di cinque studenti di Ingegneria Meccanica per progettare monoposto innovative all'interno dell'Università di Parma.

I numeri

I 4 video sono andati in onda da domenica 12 agosto per 2 settimane su MTV, canale Sky 130, (4 pillole da 2 minuti al giorno, per un totale 56 passaggi) e le 4 pil-

lole sono ora disponibili sul sito www.mtv.it nella sezione news. Le stesse sono state riprese dalle pagine social di MTV (4 post su Facebook e 4 su Twitter). Sui risultati fino a oggi ottenuti dalla campagna si esprime Fabrizio du Chêne de Vère, A.D. di IGPDecaux: "Siamo particolarmente soddisfatti del responso entusiasta che la campagna Segnali d'Italia ha raccolto fino ad ora, in previsione di un suo sviluppo e declinazione a livello nazionale".

segnaliditalia Realizzata con il patrocinio dei due Comuni e in collaborazione con i fotografi della Leica Akademie, Segnali d'Italia è iniziata a Napoli il 15 luglio, sviluppandosi sul circuito delle 15 stazioni della metropolitana e su quello delle fermate e delle fiancate degli autobus. A Parma c'è anche la media partnership del quotidiano La Gazzetta di Parma e di 12 Tv Parma e la campagna, iniziata a partire dal 20 luglio, è articolata sul circuito delle fermate e delle fiancate degli autobus. In entrambe le città la campagna andrà avanti fino a settembre.

Call to Action

Ogni cittadino di Parma e Napoli ha l'opportunità di fotografare e raccontare sul social delle storie come quelle rappresentate sulla campagna di IGPDecaux. Basta semplicemente pubblicare su Instagram una foto che rappresenti una storia di eccellenza della propria città, condividerla utilizzando gli hashtag #segnaliditalia e #igpdecaux. IGPDecaux sceglierà le foto più belle, che verranno condivise e ripostate sul sito dedicato alla campagna istituzionale (www.segnaliditalia.it).

I credits

Advisor di comunicazione del progetto 'Segnali d'Italia' è The Round Table. La creatività è a cura dell'agenzia Cookies & Partners, la direzione artistica di ArtsFor che, coinvolgendo Leica Akademie, ha coordinato i fotografi Chiara Arturo e Eduardo Castaldo su Napoli e Simone Mizzotti ed Ettore Moni su Parma. I video di "Segnali d'Italia", realizzati da Kenturio, sono stati scritti e diretti da Marco Spagnoli.



Foto di Chiara Arturo

#segnaliditalia

Napoli

Parco dei Murales di Ponticelli

SALVATORE PIÙ MURALES MENO MURI.

Leggi le storie di Napoli su www.segnaliditalia.it
e condividi le tue su [Instagram](https://www.instagram.com/segnaliditalia) #segnaliditalia



IGPDecaux
comunicazione esterna