

TECNOLOGIA**Video e immagini: a Garibaldi la metro diventa interattiva***Il marchio Nissan sponsorizza la fermata per tre anni, seguendo le orme di Mediaset Premium a San Siro*

■ C'era una volta la metropolitana che serviva per spostarsi velocemente in città e fortunatamente c'è ancora, ma diventa anche il posto dove comunicare e sperimentare le nuove strategie di marketing aziendale. Così Nissan sale in carrozza ed entra nel cuore di Milano sponsorizzando la centralissima fermata della linea 5 di Garibaldi, dove ogni giorno passano 65mila passeggeri. La seconda più importante fer-

mata milanese diventa per tre anni «Garibaldi FS Nissan, Innovation Station», la più moderna e tecnologica della rete dove i passeggeri potranno informarsi, interagire, prenotare test di guida. «Dopo Mediaset, altre tre grandi aziende hanno scelto di accostare il proprio nome alla metro» spiega l'assessore alla Mobilità Pierfrancesco Maran.

servizio a pagina 8

TECNOLOGIA Video e immagini per i viaggiatori**Garibaldi, metrò del futuro: la fermata diventa interattiva***Nissan sponsor della stazione più avveniristica del Paese
L'ad: «Sarà il nostro punto di incontro con i milanesi»***Antonio Ruzzo**

■ Niente sarà più come prima. Neppure la metropolitana milanese. C'era una volta il telefono che serviva per telefonare, c'è oggi lo smartphone dove passa un pezzo della nostra vita. C'era una volta la metropolitana che serviva per spostarsi velocemente in città e fortunatamente c'è ancora, ma diventa anche il posto dove comunicare e sperimentare le nuove strategie di marketing aziendale. Così Nissan sale in carrozza ed entra nel cuore di Milano sponsorizzando la centralissima fermata della linea 5 di Garibaldi, dove ogni giorno passano 65mila passeggeri. La seconda più importante fermata milanese diventa per tre anni «Garibaldi FS Nissan, Innovation Station», la più moderna e tecnologica della rete dove i passeggeri potranno informarsi, interagire, prenotare test di guida, chiedere informazioni sul futuro della mobilità che tutte le case automobilistiche ormai vedono sempre più elettrico. «L'idea di sponsorizzare una stazione della me-

tropolitana è nata da una telefonata di un amico che mi spiegava che c'era questa possibilità», racconta Bruno Mattucci, amministratore delegato di Nissan Italia. «Così abbiamo cominciato a pensarci e a lavorarci. Volevamo realizzare qualcosa che non fosse una semplice sponsorizzazione...». Per Nissan sarà l'hub di contatto diretto con i milioni di passeggeri, una tendenza che trova ovviamente ben disposto anche Palazzo Marino «Dopo Mediaset, altre tre grandi aziende hanno scelto di accostare il proprio nome alla metropolitana di Milano», spiega l'assessore alla Mobilità del Comune Pierfrancesco Maran. «E' la dimostrazione che questa partnership pubblico-privato, che ci consente di recuperare risorse importanti da destinare al trasporto pubblico, può funzionare bene nella nostra città, così come avviene nelle grandi metropoli europee, e che il trasporto pubblico è finalmente così attrattivo da attirare gli investimenti di grandi marchi». Un «muro» interattivo e un

grande video di settanta metri quadrati con 170 pannelli accoglieranno i passeggeri della Lilla spiegando quali sono e saranno le strategie della casa di Yokohama in tema di emissioni e sostenibilità. E soprattutto in materia di mobilità elettrica mercato in cui Nissan è oggi, il leader mondiale con oltre 200.000 veicoli venduti, un percorso cominciato nel 2010 con l'introduzione della Nissan Leaf, che festeggia il suo quinto anno di vita. «L'Europa ha già fatto questa scelta e infatti l'elettrico rappresenta il 15% del mercato», spiega Mattucci. «Da noi invece siamo ancora all'1%, serve maggiore attenzione da parte delle amministrazioni. Non si vede ancora la volontà di an-



dare in questa direzione»

Nel corso del nuovo anno Garibaldi FS Nissan diventerà anche il punto di partenza per la «Road to Milan», un tragitto che porterà alla finale della Uefa Champions, di cui Nissan è Sponsor Ufficiale, e che si terrà il 26 maggio al Meazza. «In occasione dell'avvio del progetto Garibaldi FS Nissan, abbiamo anche realizzato sempre all'insegna dell'innovazione anche un'installazione nella Piazza

Città di Lombardia rappresenterà il tema della mobilità elettrica- spiega Mattucci- Si tratta della riconversione di 4 pompe di benzina trasformate in un videogame, una pesca miracolosa, un acquario e un juke box. Faranno da cornice ad un tappeto cinetico attraverso il quale milanesi, turisti e non solo potranno contribuire ad una buona causa a favore della Onlus Arca. Camminandoci sopra produrranno energia che verrà traddotta in chilometri e stoccata».



SPONSOR Il nuovo look della stazione della Lilla a Garibaldi che diventerà così il punto di contatto tra la Nissan, la mobilità elettrica e i milanesi



NOVITÀ Un «muro» tecnologico interattivo che permetterà ai viaggiatori anche di prenotare test drive per le auto elettriche