“Like the Bike”, l’università di Bergamo premiata al Festival della Comunicazione sociale

Da sinistra il professor Vittorio Montieri, la moderatrice Rossella Sobrero, consigliere di Pubblicità Progresso, e le studentesse Laura Martini, Alice Cellini, Mariafrancesca Misiti e Marta Nozza Bielli

Meno emissioni, più benessere con la bicicletta. Like the bike è il progetto per l’ideazione di una campagna pubblicitaria sui temi della Sostenibilità, Sobrietà, Solidarietà realizzato da cinque studentesse dell’Università degli Studi di Bergamo che è stato premiato la Festival della Comunicazione Sociale di Milano. Il 21 novembre, a Palazzo Reale, nell’ambito della manifestazione organizzata da Pubblicità Progresso Alice

Cellini, Carmen Guido, Laura Martini, Mariafrancesca Misiti e Marta Nozza Bielli sono state premiate per la loro soluzione di mobilità sostenibile, economica e pratica. Nell'ambito della campagna promossa da Pubblicità Progresso Sostenibilità Sobrietà Solidarietà e del relativo concorso d'idee On the Move 2016 sui temi della comunicazione sociale e rivolto agli studenti delle università italiane, le ragazze hanno studiato una campagna di promozione per l'utilizzo della bicicletta e per miglioramento della consapevolezza in merito ai benefici derivanti dal suo utilizzo: riduzione delle emissioni, dei consumi e aumento del benessere fisico. Il progetto prevede l'allestimento di un'area costituita da postazioni formate da un supporto statico sul quale è fissata una bicicletta. Ciascuna postazione è dotata di un visore per la realtà virtuale, che permette ai partecipanti di scegliere tra diversi percorsi e di immergersi, attraverso la pedalata, in scenari coinvolgenti. Sulle bici sono applicati un mobile charger, che attraverso la semplice pedalata permette di ricaricare la batteria del proprio smartphone, e un contachilometri che misura la distanza percorsa, calcolando la relativa riduzione delle emissioni. Per i più piccoli sono previste altre postazioni dalle quali i bambini, seduti ognuno su una bicicletta, cercheranno con delle freccette-giocattolo di far scoppiare palloncini fumogeni che rappresentano nuvole di smog.

L'edizione di quest'anno di On the Move, la decima, è stata la prima ad invito e ha coinvolto le dieci università che si sono particolarmente distinte nelle precedenti edizioni (Politecnico di Milano, Università degli Studi di Bergamo, Università degli Studi di Messina, Università degli Studi di Milano, Università degli Studi di Padova, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Università degli Studi di Roma La Sapienza, Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, Università degli Studi di Urbino – sede di Pesaro, Università IULM). L'Università di Bergamo, che in passato non aveva partecipato alla manifestazione ma che da un quinquennio

dedica particolare attenzione alle tematiche della comunicazione sociale attraverso cicli di seminari tenuti presso la sede di Palazzo Rosate, è stata ammessa come riserva nel caso di defezioni ed è stata definitivamente accolta come candidata nel momento in cui uno degli atenei concorrenti ha presentato un programma giudicato fuori tema. Il progetto Like the Bike è stato proclamato vincitore, ex aequo con un'operazione ideata dall'Università di Udine (sede di Gorizia), dalla giuria composta dal presidente della fondazione Alberto Contri e da Francesco Cesati (FIEG), Massimo Ciampa (Mediaset), Rossella Sobrero (Assocom). Il verdetto è stato ufficializzato sulle pagine del sito di Pubblicità Progresso. Tutti i lavori del contest sono raccolti all'interno dell'e-book i Linguaggi della Comunicazione Sociale, edito da Pubblicità Progresso.