

Dal bike sharing alla Footprint 360: la sostenibilità “misurata” di IGPDecaux al Salone della CSR 2026

Milano, 8 ottobre 2026 – Si è conclusa la **14^a edizione** del **Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale**, l'appuntamento di riferimento in Italia per la sostenibilità e l'innovazione sociale, svoltosi **dal 6 all'8 ottobre** presso **l'Università Bocconi di Milano**.

Tra i protagonisti dell'edizione 2026, intitolata “**Andare oltre**”, **IGPDecaux**, leader in Italia per la comunicazione **OOH e DOOH**, si è riconfermata **Media Partner** dell'iniziativa, partecipando con **due interventi** che hanno affrontato temi chiave dedicati alla mobilità sostenibile e alla comunicazione in ambito sostenibilità.

Mercoledì 7 ottobre - **Nicoletta Morrone, Bike Sharing Manager IGPDecaux**, è intervenuta nel panel “**Mobilità sostenibile, un diritto per tutti**”, coordinato da Roberto Sposini, Direttore responsabile di LifeGate. Si è affrontato il tema della mobilità come diritto fondamentale di cittadinanza e leva chiave per l'inclusione sociale, approfondendo il ruolo di imprese ed enti locali nell'assicurare a tutte le persone un accesso sicuro, efficiente e sostenibile ai servizi essenziali, riducendo l'uso dell'auto privata, incentivando il trasporto pubblico e migliorando la qualità della vita nei centri urbani.

Nel suo intervento, **Nicoletta Morrone** ha portato l'esempio di **bikeMi** per mostrare come la collaborazione tra pubblico e privato possa tradursi in un servizio di mobilità accessibile, integrato e inclusivo. Partendo dalla campagna istituzionale **bikeMi**, veicolata capillarmente sugli asset **IGPDecaux**, ha evidenziato il valore dell'integrazione tra trasporto pubblico e bike sharing per il commuting quotidiano.

Ma il ruolo di **IGPDecaux** può andare oltre la promozione del servizio **bikeMi**: grazie alla propria rete OOH e alle competenze di data marketing, può contribuire a rendere più visibili e comprensibili le diverse alternative all'auto privata, indirizzandole ai target più adatti in funzione di luoghi, orari e abitudini di spostamento. La comunicazione diventa così un elemento della infrastruttura della mobilità urbana, capace non solo di informare, bensì di orientare comportamenti più consapevoli e accompagnare concretamente la città verso una mobilità sempre più integrata.

Ha dichiarato **Nicoletta Morrone**: *“Come evidenziato dalla campagna bike on air, i mezzi pubblici e bikeMi sono una combo perfetta soprattutto per il commuting casa-scuola e casa-lavoro. Grazie a tariffe ferme da più di dieci anni, siamo in grado di offrire un servizio realmente accessibile a tutti. Mi sento di poter affermare che bikeMi è davvero inclusivo: con IGPDecaux e i suoi asset raggiunge tutti i fruitori della città incoraggiando soluzioni di mobilità più sostenibili rispetto all'auto privata”*.

Giovedì 8 ottobre - **Carla Corlatti, Sustainability Manager IGPDecaux**, è intervenuta nel panel **“Dal greenhushing al greenshouting: comunicare la sostenibilità con i toni giusti”**, coordinato da Rossella Sobrero – Presidente Koinètica. Focus del panel: le sfide della comunicazione della sostenibilità, approfondendo come raccontare con trasparenza valori, azioni e risultati concreti, evitando il rischio di greenwashing e trovando il giusto equilibrio tra rigore e valorizzazione dei progressi compiuti.

Nel suo intervento, **Carla Corlatti** ha sottolineato come, per un'azienda come **IGPDecaux**, parlare di comunicazione della sostenibilità significhi innanzitutto distinguere chiaramente tra i diversi destinatari e ambiti di comunicazione: dalla rendicontazione delle proprie performance e iniziative verso clienti, agenzie, concedenti e partner, alla comunicazione rivolta a cittadini e utenti per conto delle Pubbliche Amministrazioni e degli Enti del Terzo Settore, fino ai contenuti veicolati per conto dei brand e agenzie di comunicazione. Ambiti differenti, ma accomunati dalla necessità di fondare ogni messaggio su informazioni solide, verificabili e coerenti con le azioni intraprese.

In questo quadro, ha evidenziato i tre pilastri su cui **IGPDecaux** ha costruito il proprio approccio alla comunicazione della sostenibilità: **governance**, **percorso** e **misurazione**. Una **governance** che integra la sostenibilità nei processi aziendali; un **percorso** iniziato oltre vent'anni fa, a dimostrazione della progressiva maturazione, delle competenze acquisite e quindi della credibilità dell'azienda in ambito sostenibilità; e, infine, una **misurazione** rigorosa, considerata oggi un elemento imprescindibile per garantire credibilità, conformità, gestione del rischio e competitività.

Sul tema della misurazione, **Carla Corlati** ha sottolineato l'importanza di avere a disposizione dati rigorosi, tracciabili e verificabili, supportati da metodologie riconosciute e verifiche indipendenti. Un approccio che ha portato **IGPDecaux** a sviluppare **Footprint 360**, la piattaforma proprietaria che misura gli impatti ambientali e socioeconomici delle campagne pubblicitarie, trasformando la sostenibilità da racconto a dato concreto, misurabile e verificabile, a supporto anche della rendicontazione e comunicazione dei clienti.

Carla Corlati ha così commentato: *"La sostenibilità non si comunica a partire da ciò che si vuole raccontare, ma da ciò che si è realmente in grado di dimostrare. È questo che ci permette di trasformare la misurazione in uno strumento di credibilità, ma anche in un valore concreto per il business e per i nostri clienti. In quest'ottica, comunicare bene la sostenibilità non significa dire di più, ma poter dire meglio, perché ogni affermazione è sostenuta da evidenze verificabili."*

A tutto ciò si aggiunge una precisa responsabilità rispetto ai contenuti che **IGPDecaux** contribuisce a portare nello spazio pubblico. La capillarità dei suoi impianti implica infatti anche la responsabilità di garantire che i messaggi veicolati siano coerenti con principi di responsabilità, eticità e trasparenza. In questa direzione, **IGPDecaux** aderisce al Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e al proprio Codice di Condotta, che richiamano principi di correttezza e veridicità, particolarmente rilevanti quando si tratta di comunicazione ambientale.

L'evoluzione normativa rafforza gli impegni di **IGPDecaux**, offrendo un quadro più chiaro per supportare i clienti nella costruzione di comunicazioni corrette e responsabili.

IGPDecaux

IGPDecaux è leader in Italia per la comunicazione esterna. Trasporti di Superficie, Aeroporti, Metropolitane, Arredo Urbano e Affissioni sono i media a cui applichiamo le nostre soluzioni di comunicazione Out of Home e Digital Out of Home avendo sempre cura che queste si integrino armoniosamente nel contesto urbano per rendere le città più accoglienti, piacevoli, confortevoli. L'obiettivo è realizzare comunicazioni sempre più personalizzate sulle esigenze dei clienti, utili ai cittadini, dal design piacevole e al contempo attente all'ambiente.

Contatti: Tel. 02 654651 - comunicazione@igpdecaux.it