

IGPDcaux firma la nuova campagna istituzionale 2026 di bikeMi: Milano si racconta pedalando

Milano, 15 luglio 2026 – È on air la nuova campagna istituzionale di **bikeMi**, il servizio di bike sharing del **Comune di Milano** e **ATM**, gestito da **IGPDcaux**. La comunicazione 2026 non si limita a promuovere il servizio, ma interpreta il modo in cui le persone attraversano la città, integrando mezzi, tempi e ritmi diversi in un'unica esperienza di mobilità urbana.

La campagna adotta il punto di vista di chi vive Milano quotidianamente: chi decide di spostarsi agilmente tra quartieri e chi sceglie il bike sharing come naturale estensione della rete ATM. L'obiettivo è posizionare **bikeMi** come componente strutturale dell'**intermodalità cittadina**, pienamente integrata nel sistema di Trasporto Pubblico Locale (TPL) e capillarmente presente sul territorio.

Non a caso, protagonisti della campagna sono i quartieri, le piazze e le stazioni della città, reinterpretati attraverso headline che giocano con il linguaggio e con il territorio. Infatti, ogni luogo del primo *flight*, diventa una coordinata emotiva e funzionale della Milano di ogni giorno: **Dateo** gioca sul doppio significato "da te/da me"; **Conciliazione** richiama l'equilibrio tra vita privata, lavoro e spostamenti; **Cinque Giornate** ribalta la percezione del tempo, sottolineando l'efficacia di privilegiare un TPL integrato; **Porta Romana** diventa una micronarrazione ("Marta porta Romana"); **Gioia** si trasforma in emozione, sinonimo della leggerezza di muoversi evitando traffico e congestione.

Le cinque grafiche rappresentano il primo *flight* di una **campagna multisoggetto** che proseguirà nei prossimi mesi con nuove creatività, arricchendo progressivamente il racconto di una città in cui bikeMi è parte integrante dell'esperienza di mobilità urbana.

Il progetto è stato ideato e sviluppato internamente dal **team Comunicazione** di **IGPDcaux** e dalla sua **in-house agency "Studiò"** per la parte creativa, con il contributo dell'illustratrice **Margherita Caspani**. La campagna combina un linguaggio visivo essenziale a un tono di voce sagace e diretto, pensato per dialogare con chi vive la città.

Il valore strategico della campagna risiede nella capacità di trasformare la mobilità condivisa in un **linguaggio comune**. Non solo promozione di un modello di bike sharing efficiente, ma un invito a leggere la città come un sistema di connessioni possibili.

Con la realizzazione della campagna istituzionale 2026 di **bikeMi**, **IGPDcaux** conferma il ruolo dell'*Out-Of-Home* come mezzo capace di accompagnare concretamente l'esperienza urbana. Gli impianti pubblicitari diventano punti di contatto con la città, contribuendo a diffondere il messaggio di una Milano ancora più accessibile. Una comunicazione che, a tutti gli effetti, si traduce in servizio alla collettività per una mobilità condivisa, diffusa e integrata.

IGPDcaux

IGPDcaux 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 - ufficiostampa@bikemi.it