

MOM: CREATIVITA' IN MOVIMENTO

La mobilità collettiva diventa oggetto del concorso di idee COLOR YOURCARD rivolto agli studenti delle scuole ad indirizzo grafico

Promuovere, attraverso la comunicazione visiva, la mobilità collettiva e sostenibile. È questo l'oggetto del **concorso di idee COLOR YOUR CARD – CREATIVITA' IN MOVIMENTO** lanciato in occasione di **GRAnDE–GRAnDEGraphicDESIGN festival** che si svolgerà a **Castelfranco Veneto dal 13 al 15 aprile con il sostegno di MOM–Mobilità di Marca**. Un evento che, in questa prima edizione, ruoterà intorno al tema **sostenibilità positiva**, uno dei punti cardine della progettualità MOM.

Il concorso di idee, che verrà presentato stasera alle 18.00 al Teatro Accademico di Castelfranco, è indetto dall'associazione culturale GRAnDE in collaborazione con l'I.S.I.S.S. Rosselli di Castelfranco Veneto e nasce da una facile constatazione: sono migliaia gli studenti che durante i loro anni scolastici utilizzano un mezzo pubblico, accompagnati nel tragitto casa-scuola da tessera di abbonamento. Un oggetto semplice ma che può diventare uno strumento di comunicazione visiva molto efficace. Da questa osservazione ha preso corpo il concorso **COLOR YOUR CARD – CREATIVITA' IN MOVIMENTO** per la **progettazione della nuova "Tessera Abbonato MOM"**.

Gli studenti delle scuole ad indirizzo grafico delle province in cui i mezzi MOM effettuano servizio, sono quindi invitati a mettersi alla prova per valorizzare, attraverso la progettazione grafica della tessera, uno o più aspetti della mobilità, del territorio, del viaggio e delle sue mete (scuola, vacanze, ecc.).

Tra tutti i progetti pervenuti, la Commissione sceglierà i tre lavori migliori, sulla base di originalità, valore tecnico-grafico ed efficacia comunicativa nonché del rispetto delle linee guida regionali. I primi tre classificati saranno premiati con targhe ricordo e carnet di biglietti bus per il mare (da 10 corse extraurbane con destinazione Jesolo). Inoltre, il progetto di co-marketing vedrà **MOM partner del festival GRAnDE per la promozione dell'evento** mediante la comunicazione sui bus. Infine **sabato 14 aprile il bus elettrico MOM sarà all'interno del castello di Castelfranco** per far scoprire a tutti i visitatori le potenzialità dei mezzi green.

Un progetto, la collaborazione con festival GRAnDE, che si allinea con le numerose iniziative messe in campo da MOM volte a **sensibilizzare la fascia di utenza più giovane nei confronti della mobilità sostenibile**, come il recente incontro con 41 studenti in occasione di Fiera4passi, che ha visto i **ragazzi ospiti della Sala Controllo Esercizio di MOM e protagonisti del laboratorio APP4TEEN**.

"Da sempre sosteniamo l'idea che sensibilizzare i più giovani su temi importanti come la tutela dell'ambiente sia il primo passo per formare una società consapevole e responsabile – spiega il presidente MOM Giacomo Colladon - dobbiamo però rivolgerci alle nuove generazioni con il loro linguaggio se vogliamo renderli partecipi del cambiamento, e il successo delle recenti iniziative ci dà ragione. Proseguiremo su questa strada nella convinzione che questi progetti contribuiscano in modo decisivo alla promozione della mobilità sostenibile e al miglioramento, presso il grande pubblico, della percezione della mobilità collettiva".

"Nell'ultimo anno – aggiunge il direttore generale, Giampaolo Rossi - MOM ha emesso 250 mila abbonamenti annuali e mensili quasi il 75% a favore di studenti, stimiamo in 60 mila i nostri abbonati e quasi il 90% di questa clientela fidelizzata è rappresentato da studenti. Risulta quindi imprescindibile, per noi, coltivare quotidianamente il dialogo con i ragazzi e con il mondo della scuola".

Un dialogo costruttivo che si sviluppa anche attraverso i canali social. Così MoM, dopo la fusione, "cambia pelle" diventando un'azienda di trasporto che focalizza la propria attenzione ai giovani clienti/studenti e che vuole sempre esser "Imprenditore Sociale", orientato, cioè, alle opportunità, innovativo, creatore di valore sul territorio, indirizzato al raggiungimento del benessere sociale.

E investire sulle giovani generazioni è parte del cambiamento concreto per la tutela dell'ambiente. Nel 2017 MOM ha infatti trasportato **28 milioni di passeggeri (persone/viaggio) che, preferendo il trasporto pubblico contro l'auto privata, hanno contribuito con la loro scelta a risparmiare 43 mila tonnellate di CO2 e 16 milioni di carburante**.