

I TRASPORTI

Il nuovo metrò 4
si alla campagna
dei comunicatori

L'IPOTESI iniziale era quella di affidare a una società esterna, con una gara, il servizio di comunicazione sui fronti più caldi dell'attività di Metropolitana milanese: la partenza dei cantieri di M4, la gestione del servizio di acqua pubblica e delle case popolari passate dall'Aten alla gestione del Comune. Un bando da 180mila euro che però, dopo aver valutato diversi elementi, Mm ha deciso di non portare avanti, come fa sapere la società con una nota, specificando che «Mm ha ricevuto comunicazione di affidamento dell'incarico delle attività relative al Piano di comunicazione per la linea M4 lo scorso 3 dicembre 2014». Niente gara, quindi ma la partecipata ha deciso di utilizzare alcune figure professionali esterne per seguire la delicata partita della campagna di comunicazione per la nuova linea della metropolitana, la Blu, superando le criticità emerse soprattutto nei quartieri che verranno attraversati dai lavori di cantiere. Personale che sarà usato per il marketing territoriale e come supporto all'ufficio stampa, con un compenso che, per gennaio e febbraio, è stato quantificato in 22mila euro lordi.

