CORRIERE DELLA SERA
Milano

Venerdì
25/11/2016

SELPRESS
www.selpress.com

Direttore Responsabile
Luciano Fontana

Diffusione Testata
125.360

MM

Pannelli con i dettagli della linea, i lavori e le attività commerciali «oscurate»

Cantieri M4, una campagna di comunicazione da 3,7 milioni

Inizia oggi la «vestizione» dei cantieri per la costruzione della linea 4 della metropolitana. Si parte con il cantiere della futura stazione Sant'Ambrogio. Poi toccherà alla copertura con pannelli di De Amicis, Augusto, Washington-Foppa. Così per 51 punti. Dopo aver incontrato nelle scorse settimane cittadini e commercianti e raccolto molte osservazioni su viabilità e impatto dei cantieri, gli assessori alla Mobilità e Ambiente Marco Granelli e al Commercio Cristina Tajani hanno illustrato il piano di comunicazione della linea Blu (3 milioni e 700 mila euro il costo, affidamento diretto a MM). Obiettivo: ridurre i disagi, aprire una comunicazione diretta con la città e raccontare cosa sta accadendo lungo i 15 chilometri del percorso di M4.

A copertura del cantiere di Sant'Ambrogio, con pannelli su fondo blu, vi è il percorso della metropolitana con indicazioni sulla presenza delle principali attività della zona e che il cantiere ha oscurato: il museo, l'ospedale, la panetteria, la libreria, la gioielleria, i bar, le pasticcerie, la farmacia, l'ottico. «Vogliamo cantieri meno impattanti, più belli e in grado di raccontare cosa sta avvenendo sotto i piedi dei cittadini — ha spiegato l'assessore Granelli —. Abbiamo iniziato a "vestire" la futura stazione di Sant'Ambrogio. La linea Blu non è il convitato di pietra della mobilità cittadina per i prossimi anni ma un'occasione di rilancio della città ben prima del 2022, quando collegherà Milano da Linate a San Cristoforo e trasporterà 86 milioni di passeggeri all'anno. Stiamo lavorando per contenere i disagi, da oggi apriamo un dialogo ancora più diretto con i cittadini grazie al nuovo sito web, alla pagina Facebook, agli open day come quello di domenica prossima in piazza Frattini». La vestizione ha anche lo scopo di segnalare meglio la presenza delle attività commerciali e mitigare i disagi subiti. «Un'operazione — ha aggiunto l'assessore alle Politiche per il lavoro Cristina Tajani — volta a integrare e migliorare la presenza impattante dei cantieri nella vita economica e sociale dei quartieri. La segnalazione delle attività commerciali sarà promossa non solo sulla facciata dei cantieri ma anche sulle pagine web dedicate ad ogni singola stazione così da ampliare la visibilità di ogni negoziante a tutto il web. Siamo consci dell'impatto di un'opera così importante come la nuova linea metropolitana ma dobbiamo, insieme alle attività commerciali, provare a individuare nel disagio delle opportunità».

Oltre alla vestizione dei cantieri parte oggi il nuovo sito www.metro4milano.it nel quale sarà più evidente l'interlocuzione col cittadino e di più facile lettura l'avanzamento dei lavori, le informazioni sull'impatto ambientale, la viabilità generale e la mappatura dell'ingombro dei lavori stazione per stazione. Inoltre sarà ripresa l'attività di workshop con i cittadini dei quartieri interessati dai lavori anche per individuare modalità di rivestimento dei cantieri più adatte alla zona e saranno organizzati open day per i cittadini sui cantieri più importanti come quello di domenica 27 novembre in piazza Frattini, in occasione della festa di via Lorenteggio».

Per Natale, a ridosso dei cantieri, saranno allestite luminarie per segnalare la presenza di attività commerciali e di servizio e illuminare i cantieri.

Paola D'Amico

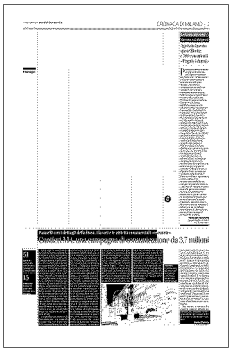
«Vestito» Il cantiere della M4 all'incrocio tra Carducci e San Vittore, alla fermata Sant'Ambrogio

51

I punti del cantiere M4 coinvolti nella campagna di comunicazione

15

I chilometri di percorso della tratta Forlanini-San Cristoforo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.