

Milano, 4 novembre 2022

TRASPARENZA, INCLUSIONE E DINAMICITÀ, GRUPPO CAP RINNOVA I SUOI CANALI SOCIAL

Nuova veste grafica e nuovo look che si ispirano alle linee pulite e dalla forte personalità della nuova sede della green utility, da poco inaugurata, per comunicare meglio i valori e i principi che da sempre caratterizzano il gestore del servizio idrico della Città metropolitana di Milano

La stessa autorevolezza, completezza e concretezza dei contenuti, ma una **nuova veste grafica e un nuovo look che si ispira alla nuova sede**. Un'evoluzione che ha l'obiettivo di trasmettere in maniera ancora più decisa i valori della green utility lombarda: **la trasparenza, la dinamicità, l'apertura al nuovo e all'innovazione, l'inclusione e la sostenibilità**.

*"Il 2022 è stato un anno di grandi innovazioni per l'azienda, che ha presentato la nuova sede, tanti progetti di economia circolare, innovazioni tecnologiche e progetti dedicati ai cittadini e al pubblico, spiega **Alessandro Russo**, Presidente e amministratore delegato di Gruppo CAP, gestore del servizio idrico della Città metropolitana di Milano. In questo senso, abbiamo voluto rinnovare anche la strategia di comunicazione attraverso i nostri canali social, prima di tutto per rivolgerci anche a un pubblico più giovane, sensibile ai nostri valori e ai temi a cui teniamo in modo particolare".*

Da sempre il compito principale di CAP è quello di assicurare acqua buona, sana e di altissima qualità, facilmente accessibile e sicura. Insomma, l'acqua fa parte del suo DNA. E l'acqua ha la capacità di trasformare il mondo in cui viviamo, portandolo verso il futuro. Ecco perché l'azienda pubblica ha da tempo avviato progetti di economia circolare che mirano a trasformare ciò che fino a non molto tempo fa era considerato uno scarto – dai fanghi di depurazione alla cellulosa, dai rifiuti ai prodotti alimentari scaduti – in risorse preziose per preservare l'ambiente e contribuire alla crescita sostenibile del territorio, diventando una vera e propria Green Utility. Un approccio che si declina in ogni aspetto dell'attività di CAP, compreso quello della comunicazione.

Una **strategia di comunicazione** che persegue due finalità: una **educativa** e di sensibilizzazione, rivolta a un pubblico quanto più ampio possibile, attraverso attività di engagement e contenuti informativi sull'acqua intesa sia come bene pubblico e servizio per i cittadini, sia come risorsa da tutelare in ottica di sostenibilità. E una istituzionale, che mira a raccontare l'impegno per il territorio e per la comunità dei cittadini.

Il tratto identitario, di card, messaggi e visual di ogni post sui social, diventa ora ancora più leggero, ispirandosi all'architettura della nuova sede di via Rimini e al disegno estremamente originale e caratterizzante delle finestre, una diversa dall'altra, distribuite in modo irregolare, che richiamano da un lato la conformazione dei canali e delle reti idriche che caratterizzano il territorio metropolitano e dall'altro le suggestioni di una delle opere più iconiche di **Piet Mondrian, Compositie in Lijn**.

I segni grafici che ridefiniscono la cornice diventano dinamici, in continuo mutamento. Il concetto è semplice: allo stesso modo in cui la luce naturale si diffonde nel quartier generale della green utility, la nuova veste grafica rende più chiari e luminosi i visual sui diversi canali, da Instagram a Facebook, da LinkedIn a Twitter.

Inaugurata a inizio ottobre, l'Arca di Gruppo CAP è una grande arca al centro di una piazza d'acqua, un edificio a emissioni zero, concepito integralmente secondo i criteri dell'architettura sostenibile, la cui forma si sposa alla perfezione con le più avanzate soluzioni green. Ma anche uno spazio polifunzionale privo di barriere architettoniche, pensato per accogliere i cittadini dell'intero quartiere nel quale sorge.

L'apertura nei confronti dei cittadini, l'interconnessione col territorio, la leggerezza delle linee, la trasparenza dell'acqua che riempirà la piazza che accoglie il nuovo palazzo sono gli elementi che la nuova veste grafica della comunicazione di CAP intende trasmettere.

Il rinnovo del look dei canali istituzionali di Gruppo CAP fa parte di una articolata strategia di comunicazione, che già a inizio anno aveva visto una specifica campagna dedicata ai più giovani, intitolata "**Futuro Presente**". Una campagna che mirava a costruire un dialogo con la Generazione Z, per la quale i temi della tutela dell'ambiente, il contrasto agli effetti del cambiamento climatico, la transizione green e digital diventano ogni giorno sempre più importanti.

Gruppo CAP

Gruppo CAP è la realtà industriale che gestisce il servizio idrico integrato sul territorio della Città metropolitana di Milano secondo il modello in house providing, cioè garantendo il controllo pubblico degli enti soci nel rispetto dei principi di trasparenza, responsabilità e partecipazione. Attraverso un know how ultradecennale e le competenze del proprio personale coniuga la natura pubblica della risorsa idrica e della sua gestione con un'organizzazione manageriale del servizio idrico in grado di realizzare investimenti sul territorio e di accrescere la conoscenza attraverso strumenti informatici. Per dimensione e patrimonio Gruppo CAP si pone tra le più importanti monutility nel panorama nazionale. Nel 2022 si è aggiudicato il premio Top Utility Ten Years come Utility italiana più premiata negli ultimi dieci anni.

Press Info

Ufficio Stampa Gruppo CAP
ufficio.stampa@gruppocap.it

Gloria Gerosa
02.82502. 357

K words

p.vernacchio@keywordsmilano.it
a.bonvini@keywordsmilano.it

Paola Vernacchio
334.6766252
Andrea Bonvini
338.6111306