

Milano



Comune
di Milano

Arredo, Decoro Urbano
e Verde

Coca-Cola Italia

COCA-COLA ITALIA PREMIATA AI MEDIA LIONS CANNES 2009 PER LA CAMPAGNA "TRAM DI LUCE"
Leone di bronzo nella categoria "Best Use of Ambient Media" per l'iniziativa promossa insieme al
Comune di Milano

Milano, 23 giugno 2009 - Un Leone di bronzo consegnato per i meriti riconosciuti alla campagna **"Il Tram di Luce"**, nella categoria **"Best Use of Ambient Media"**, soprattutto in termini di innovazione, creatività e rafforzamento del legame tra marchio e consumatore. Un progetto ideato e realizzato dalla società **Men Company**, in collaborazione con il **Comune di Milano**, che l'agenzia media **Starcom Italia** ha pianificato per **Coca-Cola**.

In occasione delle feste natalizie 2008 e all'interno del programma di illuminazione della città di Milano organizzato dall'Assessore all'Arredo, Decoro Urbano e Verde Maurizio Cadeo, il Comune di Milano e Coca-Cola, simbolo storico del Natale, hanno "acceso" la città con una attività unica e mai vista: dal 6 dicembre 2008 al 6 gennaio 2009 2 tram illuminati con la scritta "Accendi l'emozione Coca-Cola del Natale" hanno attraversato le vie, regalando calore e emozione ai milanesi.

"Una scia luminosa che attraversa la città per creare un forte legame tra la tradizione del Natale e quella meneghina, legata al simbolo di un tram d'epoca e tutti i milanesi - ha dichiarato l'assessore Maurizio Cadeo.

"In perfetta sinergia con la nostra campagna di comunicazione natalizia - *ha commentato Rodolfo Echeverria, Amministratore Delegato Coca-Cola Italia* - "abbiamo pensato a un mezzo di comunicazione innovativo, ma nello stesso tempo storico e tradizionale, come è Coca-Cola per le feste natalizie. Credo tutti sappiate,- *aggiunge Echeverria*,- "che l'immagine di Babbo Natale è stata creata proprio da Coca-Cola, che affidò nel 1931 all'illustratore Haddon Sundblom lo sviluppo delle immagini pubblicitarie utilizzando Babbo Natale. Colgo l'occasione di questo premio per ringraziare ancora una volta il Comune di Milano per l'opportunità unica offerta alla nostra azienda, oltre a tutto il team di lavoro che si è impegnato a realizzare questo splendido progetto, perchè Natale non è Natale senza Coca-Cola, questo anno più che mai".

La campagna di Natale Coca-Cola ha previsto, oltre allo spot "Luci di Natale" trasmesso dalle principali reti televisive e declinato a 360° su tutti i mezzi (tv, web, cinema e promozione nei punti vendita), la distribuzione alle famiglie italiane di oltre 4 milioni di buoni sconto, per un valore complessivo di oltre 11 milioni di euro. Obiettivo: creare un clima positivo attorno ai prodotti Coca-Cola e più in generale sui consumi.

Ilaria Morani
Ufficio Stampa Comune di Milano
Assessorato Arredo, Decoro Urbano, Verde
tel. 02-88456797
cell. 334-6048291

Coca-Cola Italia
Sara Ranzini
CIPAC Director
saranzini@eur.ko.com
tel: +393355411391



PROGETTO TECNICO DI ALLESTIMENTO

L'intervento sul Tram ha previsto la "copia" della forma della carrozzeria con telai in alluminio che sono stati coperti con una fitta trama di ghirlande di microlampade led. I telai hanno coperto la parte di carrozzeria normalmente arancione.

Lo sviluppo della superficie è di 54 mq su cui sono state posizionate 50 ghirlande per un numero totale di 31.000 led. con una frequenza di circa 600 led a metro quadro.

I pannelli preparati in laboratorio, sono stati poi montati sul tram in modo da non rovinare la carrozzeria. In fase di sopralluogo abbiamo individuato i sistemi per rendere il più possibile discreto e sicuro, il sistema di fissaggio dei telai

L'intero fabbisogno di corrente elettrica è di circa tre kilowatt e è stato ottenuto posizionando sotto cassa un gruppo statico 600v - 24 Vcc da 3 kw.

La nascita delle "1928" (chiamate anche "28", carrelli e serie 1500) avvenne parallelamente alla grande riforma tramviaria di Milano, comprendente anche l'abolizione del "carosello" di piazza Duomo. Per ridurre i costi di esercizio ed i tempi di percorrenza ed allo stesso tempo aumentare la capacità di trasporto della rete, gli ingegneri Cuccoli e D'Alò dell'Azienda tranviaria progettarono un tipo di motrice a carrelli ispirato al modello americano "Peter Witt".

Due vetture prototipo vennero ordinate alla Carminati & Toselli che, nel giro di pochi mesi, alla fine del 1927, le consegnò all'Azienda Tranviaria.

Il successo fu certo lusinghiero in quanto il salto di qualità rispetto alle vetture circolanti allora era veramente rimarchevole. La sperimentazione continuò fino all'estate del 1928, quando, completato il progetto definitivo, si passò all'ordinazione di ben 500 vetture che vennero completate nel 1930.

Ad oggi oltre un centinaio di "1928" prestano ancora regolare servizio sulla rete tranviaria milanese.

E sono state proprio alcune di queste 'carrozze' a vestirsi di luce diventando le protagoniste delle serate natalizie del Natale 2008, festeggiando così il loro ottantesimo compleanno.

Brillanti scie di luce che hanno toccato i diversi punti allestiti della città, interagendo con essi.

Dall'Arco della Pace a piazza del Duomo, dai viali alberati alle grandi arterie, queste anime luminose hanno fatto vivere l'atmosfera del Natale anche dove non sono previsti particolari addobbi diventando esse stesse evento di luce.



Storia della vettura a carrelli tipo 1928

1927: vede la luce il primo prototipo, la vettura 1501, cui ne segue, nel 1928, un secondo immatricolato col numero 1502. La commessa per i 2 prototipi è assegnata alla ditta milanese Carminati e Toselli che li completa a tempo di record.

1928/1930: vengono costruite ben 500 vetture (dalla 1503 alla 2002), con cassa metallica chiodata.

1931: viene aggiunta una mezza porta posteriore per facilitare la discesa dei passeggeri: la postazione del bigliettaio si sposta in prossimità della porta anteriore, tra il secondo e il terzo finestrino e il pagamento del biglietto avviene all'ingresso.

1943: i bombardamenti di agosto distruggono gran parte delle vetture; terminato il conflitto mondiale, quasi tutte le "1928" vengono ricostruite grazie alla loro robusta ossatura in acciaio, unica sopravvissuta alle fiamme.

1970: il tram abbandona il colore verde ed assume una vivace livrea arancione; il pantografo sostituisce la "perteghetta" ossia il trolley con rotella.

2007: ATM restituisce alla città di Milano la "carrelli" con la livrea originale di colore giallo e priva di pubblicità commerciale.

Dati tecnici

Lunghezza: 13.890 mm

Larghezza: 2.350 mm

Altezza: 3.230 mm

Massa: a vuoto 15.000 kg

a pieno carico 23.500 kg