

# E questo dove lo butto?



Caterina Cantone  
Francesca di Croce  
Corso Graphic Design  
Docente Silvia Masetti  
A.A. 2022/2023

# Indice



## Scopo del progetto p. 6

De-brief  
Key Words

Dove  
lo butto?



## Soggetto promotore p. 10

Chi è?  
Cosa fa e come  
Contesto  
Come comunica  
Competitor



## Analisi del tema p. 40

Introduzione  
Raccolta differenziata  
**Indagine sulla raccolta differenziata**



## La campagna p. 60

#DoveLoButto?  
Target  
Timing  
Fase esecutiva



## Conclusioni p. 88

# Scopo del progetto



## De-brief

Introduzione al progetto per la realizzazione di una campagna di sensibilizzazione

Per il progetto di esame del corso di Graphic Design, ci è stato chiesto di creare una **campagna di sensibilizzazione** su una tematica a nostra scelta. Il progetto richiede l'uso di tre parole chiave fondamentali: **tempo**, **metafora** e **resilienza**. Per la realizzazione di questa campagna, il processo inizia con la fase di ricerca, in cui esploriamo il contesto e a chi si rivolge la campagna, per poi arrivare alla fase applicativa dove è stata richiesta la realizzazione di una proposta grafica da presentare su un poster 70x100.

## Key words

### Tempo

La parola chiave in questione ha fatto sì che ci indirizzassimo verso **tematiche ambientali**, in particolare quelle riguardanti la **raccolta differenziata** e al **giusto conferimento** dei rifiuti. Si tratta di una tipologia di tema che da sempre viene affrontata e che tutt'ora sta guadagnando una maggiore attenzione grazie alla **crescente sensibilità** delle persone verso la salvaguardia dell'ambiente. Smaltire correttamente i rifiuti va oltre il semplice atto di gettare oggetti in disuso nei contenitori appropriati. Richiede tempo per **educare** le persone, per **organizzare** la raccolta, per **conservare** correttamente i materiali e per apprezzare i **benefici ambientali** a lungo termine. Pertanto, il tempo è l'investimento necessario per contribuire alla gestione sostenibile dei rifiuti.





**Metafora** Il concetto di metafora consiste nel sostituire una parola con un'altra per rafforzare il concetto. In questo senso, tale definizione si manifesta sia a livello concettuale che grafico all'interno del titolo che abbiamo scelto per la campagna, "**Dove lo butto?**": questa domanda presuppone un **dubbio**, una perplessità quotidiana, e se vogliamo anche un senso di **frustrazione** nel non ricevere immediatamente la soluzione al problema (a volte, se la comunicazione non è immediata, si preferisce rimanere nell'ignoranza e di conseguenza sbagliare). In questo senso, viene **palesato il problema**, invitando chi osserva, anche quando il problema non è effettivamente presente, a **riflettere** sulle proprie conoscenze riguardo il tema, e successivamente a diffondere le informazioni corrette appena acquisite.

**Resilienza** Il tipo di resilienza che abbiamo individuato sul tema che abbiamo scelto di portare avanti è quella legata al concetto di **giusto conferimento** dei rifiuti. Si tratta infatti di comprendere la capacità della comunità nell'**adattarsi** e preservare la corretta pratica di gettare nel contenitore giusto quel particolare rifiuto. In merito a questo, abbiamo posto il focus su quanto spesso le persone facciano **fatica** a comprendere dove si **dovrebbe buttare** un determinato scarto, questi dubbi portano alla conclusione che fare la raccolta differenziata non è così facile come si possa pensare, per questo ancora non si pratica con piena sicurezza. Per poter superare queste problematiche è importante avere pazienza, organizzazione e sicuramente una comunicazione più diretta ed **esplicita**.

# Soggetto promotore

## Chi è?



Alia Servizi Ambientali S.p.A. è la **società di igiene ambientale** della **Toscana centrale**, quest'ultima si colloca oggi tra le più importanti utilities della Toscana e tra le **prime aziende** operanti nel **settore dei rifiuti**, affermandosi come il quinto player a livello nazionale per fatturato, abitanti serviti e quantità di rifiuti raccolti e trattati. L'azienda svolge servizio in **58 comuni**, per un bacino di utenza di circa **1.500.000 abitanti**, raccoglie ogni anno circa **823 mila tonnellate di rifiuti**, conta una forza lavoro di oltre

**1.800 addetti**, con circa **1.000 automezzi** di servizio e con **ricavi** pari a **255 milioni di euro**, e conta un margine operativo lordo pari a 25,7 milioni di euro.

## STORIA

1955

Nasce come Azienda Municipalizzata Servizi Nettezza Urbana (ASNU) a Firenze per volontà del sindaco Giorgio La Pira per il servizio di raccolta rifiuti nel capoluogo.

1987

Diventa Azienda Servizi Speciali Ambientali - Fiorentinambiente S.p.A. andando poi a dare vita al Consorzio Quadrifoglio qualche anno più tardi, insieme ai comuni di Campi Bisenzio, Calenzano, Sesto Fiorentino e Signa.

1997

Diventa Quadrifoglio Servizi Ambientali Area Fiorentina S.p.A.

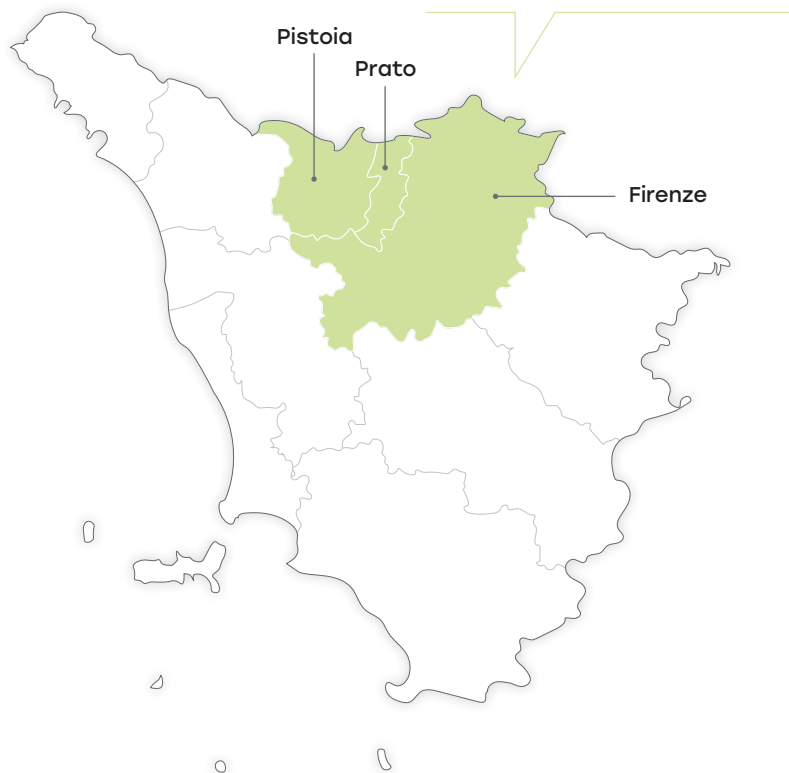
2007

Si incorpora Safi, la sua omologa per il servizio di nettezza urbana nei comuni di Bagno a Ripoli, Fiesole, Greve in Chianti, Impruneta, San Casciano Val di Pesa, Scandicci, Tavarnelle Val di Pesa.

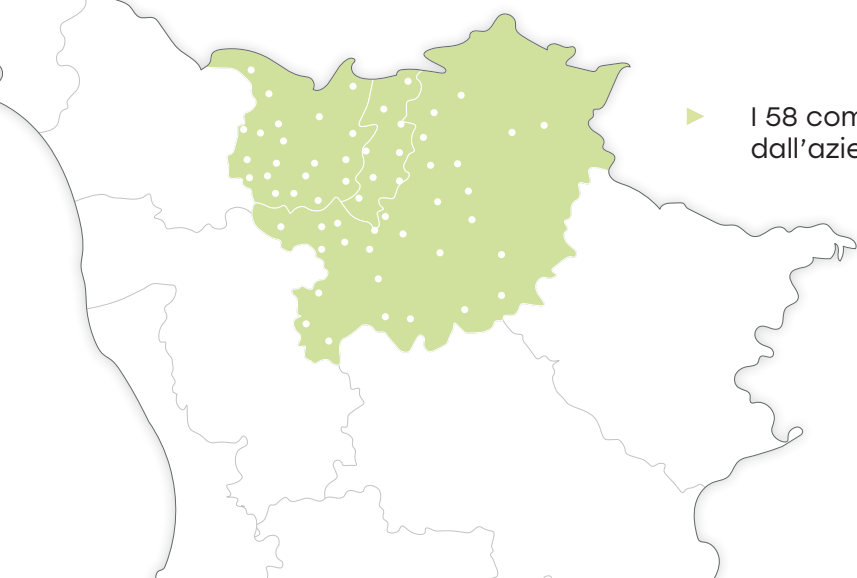
2017

Infine, nasce Alia S.p.A. così come è ora. Quest'ultima non è altro che l'aggregazione delle società: Quadrifoglio Spa, Publiambiente Spa, ASM Spa e CIS Srl.

L'immagine mostra i luoghi serviti da Alia S.p.A.



I 58 comuni serviti dall'azienda

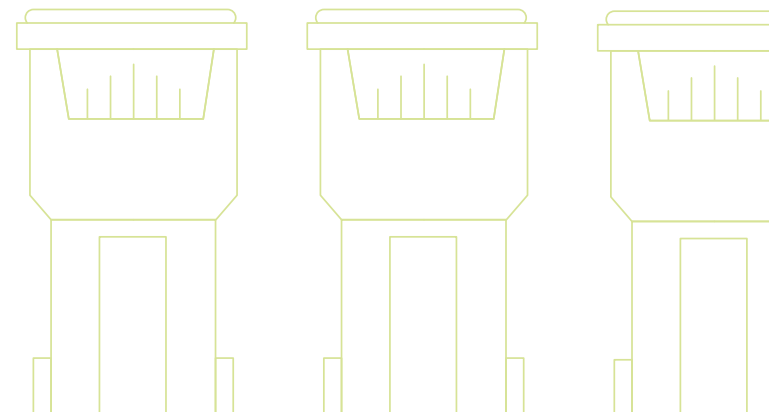


## Valori

I valori fondamentali di Alia S.p.A. sono stati mantenuti nel tempo. Quest'ultima infatti, si è posta fin dal principio, tramite strategia di **mergers acquisition** (e quindi la fusione delle quattro aziende, per fortificare il suo patrimonio genetico così da risultare più forte come ente sul mercato) di affermare l'**unicità del territorio** prendendosene cura ogni giorno, garantendo la **centralità del cittadino** con il quale è costantemente in dialogo, così da **educare** le nuove generazioni alle buone pratiche di riduzione dei rifiuti, promuovendo e sostenendo l'incremento della **raccolta differenziata** di qualità, affermando la **sicurezza** della gestione degli impianti e dei luoghi di lavoro.

Filosofia alla base degli obiettivi di Alia S.p.A.

L'azienda, a fronte delle alte competenze acquisite in tutte le fasi della gestione del **ciclo integrato dei rifiuti** (dalla raccolta al trattamento e la valorizzazione degli stessi), si propone come **costruttrice di futuro**, al **servizio della comunità** e delle istituzioni, prendendosi cura ogni giorno dei vasti e complessi territori serviti, esaltandone la loro bellezza e operando nel segno dell'**innovazione**.





## Cosa fa e come

### Fase in cui si trova il servizio

Fonti relative  
Report di  
Sostenibilità  
anno 2022

Alia Servizi Ambientali S.p.A., oltre ad aver registrato all'interno del Bilancio del Gruppo per l'esercizio 2022, un utile netto di **22,4 milioni di €** (con una variazione del 125,8% sull'anno precedente), per poi ottenere una posizione finanziaria netta che ammonta a 164,8 €/Mln, ha anche presentato il **Report di Sostenibilità 2022**, che illustra i risultati che Alia persegue con una forte e costante attenzione alle **logiche di sostenibilità** economico-finanziaria, ambientale e sociale. Si segnala che: la produzione di **rifiuti solidi urbani** per l'anno 2022 è stata pari a circa **840.657 t.**, di cui il **68,37%** proveniente da **raccolte differenziate**. Interessanti, inoltre, i risultati sul fronte delle **emissioni**, sia di PM in atmosfera (-6%) sia di CO<sub>2</sub> (-2%) da trasporto

post raccolta, grazie alla graduale conversione della flotta verso veicoli meno inquinanti (Alia sta investendo in mezzi a metano, sostituendo gradualmente benzina e gasolio, inoltre sta noleggiando mezzi elettrici quali spazzatrici di medie dimensioni ed altri mezzi leggeri per il servizio di spazzamento in particolare nel centro storico della città di Firenze). Si registra, infine, un aumento della forza lavoro con **373 nuove assunzioni in organico** in conseguenza del piano di internalizzazione; il **92%** del personale nel 2022 risulta assunto a **tempo indeterminato**, sono state erogate oltre 56.027 ore di formazione.

### Vision

Vision e mission sono interconnesse tra di loro, la stessa azienda si pone come interessi principali: l'**ottimizzazione** della **gestione** e **recupero** dei **rifiuti**, dall'altro il **benessere** e la **sicurezza** di tutti gli stakeholders, stabilendo contatti con le persone e garantendo rispetto. Stiamo parlando infatti di un **Sistema di Gestione Integrata** che mette in atto i principi dell'economia circolare: Qualità, Ambiente e Sicurezza (QAS). L'azienda procede in un'ottica di **trasparenza**, garantendo la soddisfazione e partecipazione degli stakeholder, mettendo al centro i loro interessi, orientando le proprie attività sempre verso l'**efficienza**, la tutela delle risorse ambientali, la salute e la sicurezza dei lavoratori. Le attività svolte del Gruppo si basano sull'**erogare servizi di qualità** efficaci ed efficienti, avendo sempre al centro la **comunità** e l'**ambiente**. Per Alia S.p.A. i rifiuti sono **giacimenti di risorse**; valorizzarli significa avere a disposizione nuovi materiali ed **energia**

**rinnovabile**, riducendo l'utilizzo di materie prime e combustibili fossili. Inoltre, gli **scarti sono fondamentali**, a partire da questi si costruisce un nuovo modello di economia circolare.

## Mission

Alia S.p.A. si propone di anticipare gli **obiettivi di riciclo** decisi dall'Ue (55% entro il 2025, 60% entro il 2030, 65% entro il 2035 secondo il «pacchetto economia circolare» dir. u 30.05.2018). Per questo Alia si impegna nella **crescita delle raccolte differenziate**, sia in termini qualitativi che quantitativi, introducendo sistemi sempre più orientati alla **responsabilizzazione** degli utenti e ad una nuova **automatizzazione** delle raccolte; al contempo opera per realizzare **filiere industriali stabili** di riciclo dove collocare tutti i rifiuti che vengono raccolti. Il tutto si basa poi sui **principi di qualità** che stanno alla base delle scelte di Alia S.p.A., i quali non riguardano la qualità dei servizi erogati ma anche di tutti i processi, i metodi e, più in generale, le prestazioni della Società, quest'ultimi si devono evolvere migliorando costantemente nel lungo termine. A questo proposito, Alia S.p.A. realizza, mantiene ed evolve la sua mission basandosi sui **principi generali** quali: la **serietà**, l'**affidabilità**, la **professionalità**, l'**integrità**, l'**onestà**, la **correttezza**, il reciproco **rispetto** e la **trasparenza**. Questi principi sono a fondamento dell'impegno della Società per una condotta etica senza compromessi, orientata a mantenere una reputazione solida e riconosciuta.

## Alia per l'agenda 2030

obiettivi per lo sviluppo sostenibile  
SDG's

Si tratta di **17 macro obiettivi** posti dall'**ONU** per migliorare la **sostenibilità globale** del pianeta a cui si affianca un calendario di azioni sostenibili ovvero l'**Agenda 2030**, che raccoglie **169 sotto-obiettivi** da raggiungere. La Commissione Europea ha tradotto gli obiettivi in un piano di azione che definisce **54 misure** per “chiudere il cerchio” del ciclo di vita dei prodotti: dalla produzione e dal consumo fino alla gestione dei rifiuti e al mercato delle materie prime secondarie. Alia Servizi Ambientali S.p.A. nel proprio contesto **partecipa** al conseguimento di tali obiettivi attraverso **9 dei 17 SDG'S**; in particolare, attraverso l'**obiettivo 11**, “**sustainable cities and communities**”, che vede Alia impegnata consapevolmente in strategie di **protezione dell'ambiente e sostenibilità**, nella gestione dei rifiuti urbani, con l'apporto decisivo delle comunità servite.





## Attività

Cosa fa Alia per raggiungere la propria vision

Per il raggiungimento degli obiettivi, il Gruppo persegue quotidianamente alcune **attività fondamentali** che si possono classificare in:

- ▶ **Raccolta rifiuti,**
- ▶ **Decoro cittadino,**
- ▶ **Filiere del riciclo,**
- ▶ **Ricerca e sviluppo,**
- ▶ **Educazione ambientale.**

### RACCOLTA RIFIUTI

Il sistema di raccolta offerto da Alia può essere **porta a porta** o **stradale**. Il primo si basa sul ritiro a domicilio dei rifiuti raccolti dagli utenti in modo differenziato (tutto è organizzato secondo un calendario), mentre il secondo sistema si basa sulla presenza di contenitori stradali che possono essere interrati o meno nelle varie aree pubbliche.

### DECORO CITTADINO

L'**attività di pulizia** delle strade, di piazze e marciapiedi avviene **ogni giorno** con **modalità manuale**, meccanizzata oppure combinata, ovvero unendo i due sistemi. Il servizio di spazzamento **varia** in base alle zone di intervento, con frequenze ed orari stabiliti in relazione alle specificità urbanistiche, commerciali e di fruizione del territorio. Inoltre, Alia Servizi Ambientali è tra i Soci della fondazione "**Angeli del Bello**", la Onlus nata nel 2010 che coordina le attività di molti cittadini che in forma singola o associata si sono iscritti per contribuire al recupero, alla cura e al decoro degli spazi pubblici.

## FILIERE DI RICICLO

La “**gestione integrata**” coinvolge l’intero ciclo dei rifiuti (produzione, raccolta, trasporto, trattamento, destinazione finale), con l’obiettivo di recuperare **materie prime** ed **energia**, assicurando una gestione sostenibile per l’ambiente e le comunità. Vengono rappresentati di seguito i **due flussi di raccolta differenziata ed indifferenziata**, ovvero il processo di gestione dei rifiuti: il primo (RD) è orientato a massimizzare il recupero dei materiali e minimizzare gli scarti comunque destinati alla discarica. Il secondo (RI) è destinato a trattamenti meccanici e biologici susseguenti o allo smaltimento con recupero d’energia attraverso il conferimento di flussi a impianti di terzi.

RACCOLTA DIFFERENZIATA(RD)		RACCOLTA INDIFFERENZIATA(RI)	
<b>32%</b> Organico e vegetale	<b>37%</b> Carta e cartone	Impianti di Trattamento meccanico Biologico	Termovalorizzatori
	<b>15%</b> Vetro, plastica e lattine		
	<b>8%</b> Ingombranti		
	<b>8%</b> Altro		
Impianti compost.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Revet e Impianti di recupero dei consorzi</li></ul>	Combustibile solido Secondario (css), sotto-vaglio (fop), frazione organica stabilizzata (fos), Ferro	
Compost	<ul style="list-style-type: none"><li>• Materie Prime Reciclate</li></ul>		
Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"><li>• Real S.r.l</li></ul>		
SCARTI			
DISCARICA		IMPIANTI DI RECUPERO	

## RICERCA E SVILUPPO

L’azienda sta al momento seguendo alcuni progetti importanti sempre nell’ottica di sostenibilità. Il primo infatti è **Bio2energy**, si tratta di un progetto a livello internazionale che permette la creazione di biometano e bioidrogeno da scarti organici. Il biometano, al pari del gas naturale, può essere utilizzato come biocarburante, con produzione di emissioni dirette di CO<sub>2</sub> del 20% in meno rispetto alla benzina e il 5% in meno rispetto al gasolio. Oltre a questo progetto, Alia ne consegue altri come: **FAR FAS 2014** per sostenere la ricerca in materia di nuove tecnologie, il **progetto MIC** (Miglioramento Impianti Compostaggio) insieme alla facoltà di Ingegneria Industriale dell’università di Firenze, ed infine i **biodigestori** (impianti di riciclaggio che decompongono i rifiuti organici tramite batteri anaerobi, generando biogas).

## EDUCAZIONE AMBIENTALE

Questo è uno strumento definito dalla stessa azienda fondamentale, e al quale dedica il più possibile risorse. L’educazione ambientale viene impiegata sia in **ambito scolastico** (attraverso un’offerta didattica-educativa, nella quale vengono disposti specifici progetti scolastici), sia **progetti educativi** volti alla comunità. Quest’ultimo aspetto è reso possibile grazie alle **campagne di sensibilizzazione e iniziative** proposte dall’ente. Un ulteriore aspetto importante che il Gruppo sta portando avanti, con l’obiettivo di potersi espandere e migliorare, è quello della costante **collaborazione** con altre aziende quali **Revet S.p.A.** che, come quest’ultima, hanno alla base dei loro principi quello dell’**economia circolare**.



## Altre Attività

Ulteriori servizi offerti dall'ente

Alia S.p.A. offre una **vasta gamma di servizi** oltre alla gestione dei rifiuti urbani, e la disponibilità di tali servizi può variare da comune a comune. Tra i servizi offerti figurano il ritiro dei **rifiuti ingombranti**, la **pulizia delle strade**, la **gestione degli Ecocentri** per la raccolta di rifiuti speciali domestici, gli **Ecotappe** ed **Eco Furgoni**, la **raccolta di abiti usati, oli esausti e carta e cartone** (con un servizio di raccolta porta a porta). Inoltre, Alia mette a disposizione dei suoi utenti una serie di prodotti e servizi che possono essere utilizzati **autonomamente** all'interno delle loro abitazioni. Questi includono, ad esempio, la **compostiera domestica** per il compostaggio dell'organico e **kit per la rimozione dell'amianto** dall'automobile. La disponibilità di questi servizi può **variare** a seconda della località servita da Alia.

## La forza del servizio

L'ente si distingue per l'efficiente ritiro dei rifiuti urbani, con una procedura giornaliera in tutte le zone servite, promuovendo la raccolta differenziata e gli ideali ambientali. Offre anche numerosi **servizi aggiuntivi**, coprendo tutte le esigenze ambientali in un **unico ente**. Il loro sito fornisce dettagli e mappe per facilitare l'accesso a servizi come la **RifiuMappa**, il **ritiro di oggetti ingombranti** e la localizzazione degli **Ecocentri**. La **chiarezza** e la **trasparenza** dei servizi di Alia incoraggiano gli utenti a compiere scelte ecologiche. L'ulteriore forza del servizio si evidenzia anche nella capacità dell'ente di stabilire contatti e **collaborazioni durature** con altre aziende e associazioni (Firenze Città Circolare, Toscana circolare, Angeli del Bello ecc.), tali legami nel tempo permettono l'espansione di Alia, lo sviluppo di **conoscenza e fiducia**.



## Contesto

### Area di mercato

L'area di mercato che interessa la società Alia S.p.A. comprende come macrosettore quello dei **servizi di raccolta differenziata e smaltimento dei rifiuti** nelle varie aree urbane di riferimento della regione **Toscana**.

### Funzioni

Le funzioni di cui Alia S.p.A. dispone per ogni comune sono:

- ▶ Raccolta rifiuti,
- ▶ Pulizia stradale,
- ▶ Ritiro ingombranti (mobili, Materassi e reti, quadri, specchi, sanitari ecc.)
- ▶ Raccolta carta e cartone,
- ▶ Raccolta abiti usati
- ▶ Altre funzioni di smaltimento: oli alimentari domestici, raccolta presso Ecocentri
- ▶ Servizi di consulenza (tramite sito web).

**Clienti** Il gruppo di clienti che serve Alia S.p.A. sono:

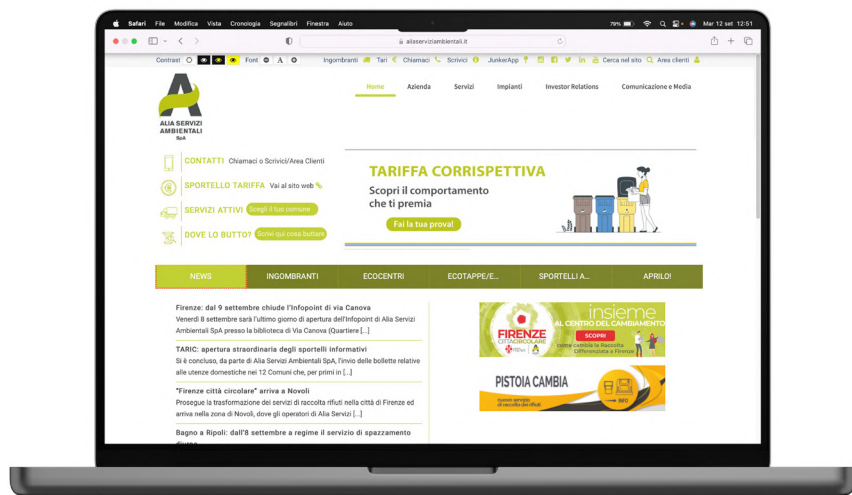
- ▶ Utenti domestici (case ed abitazioni),
- ▶ Utenti non domestici (negozi, uffici, pubblici esercizi ed tutte le attività commerciali in genere).

NB. Tra i clienti sono compresi i Comuni, in quanto destinatari dei servizi svolti da Alia.

### Tecnologie

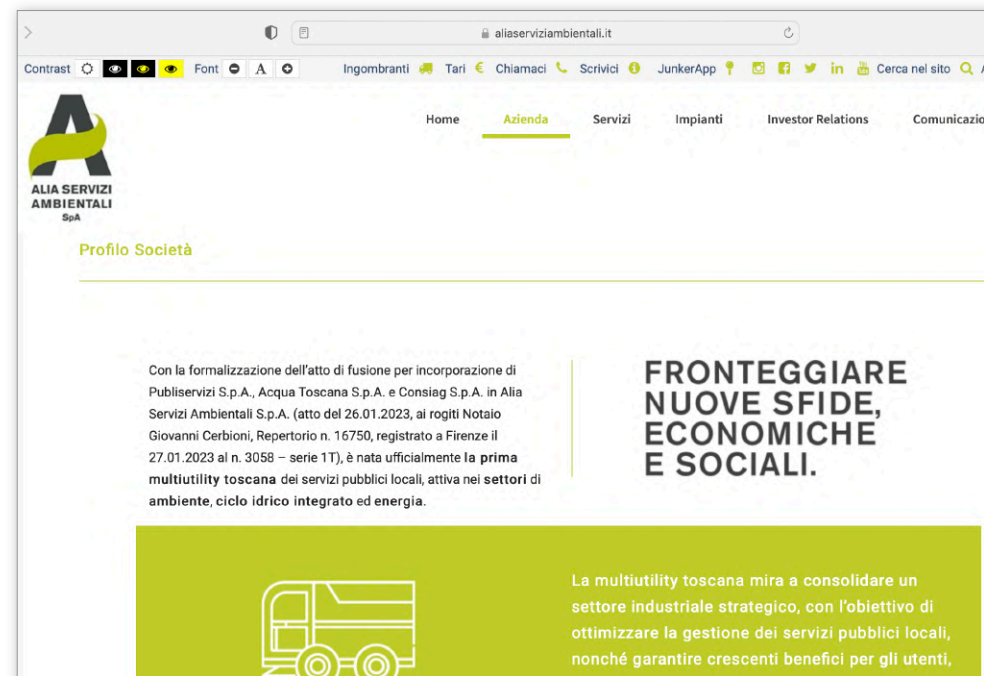
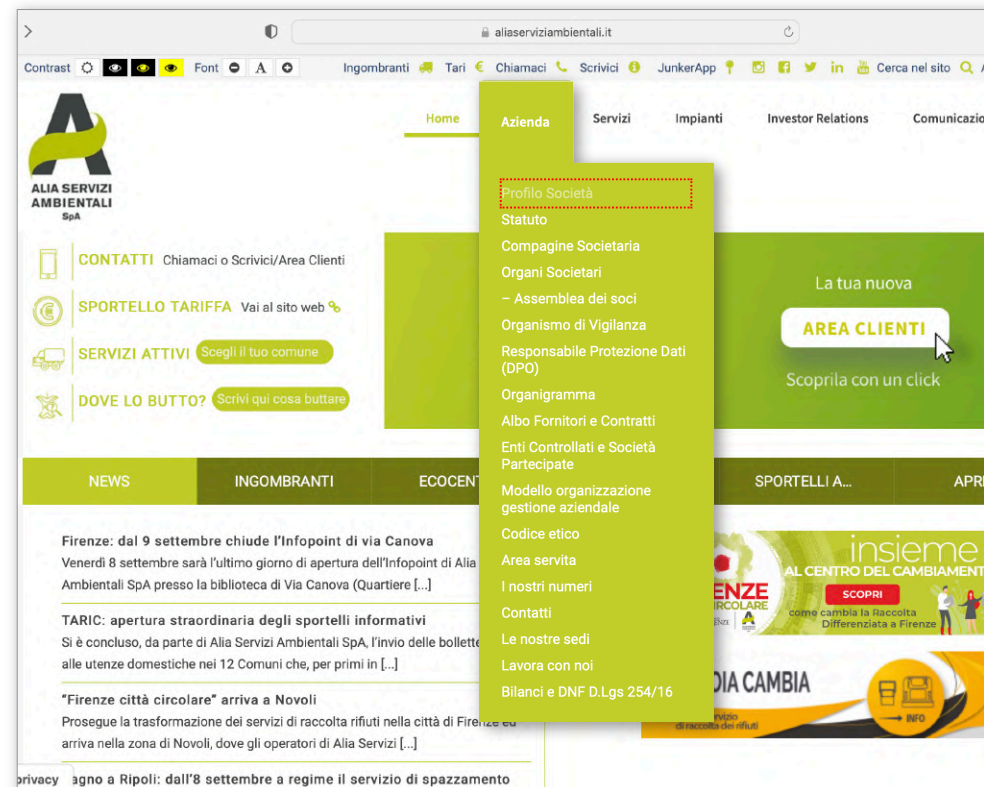
- ▶ Raccolta porta a porta,
- ▶ Contenitori stradali digitali (questi possono aprirsi con A-pass, tramite chiavetta elettronica così da registrare ogni singolo conferimento effettuato. La chiavetta è fornita per tutti i materiali eccetto il vetro, questo metodo serve a migliorare la qualità dei materiali inseriti nel singolo contenitore per essere avviati alla propria filiera di riciclo),
- ▶ Contenitori stradali non digitali tra cui contenitori interrati e non,
- ▶ Servizio per utenze non domestiche per la raccolta del solo cartone senza costi aggiuntivi secondo calendario.





## Come comunica

**Sito Web** Alia si presenta al pubblico attraverso il suo sito web ufficiale: **www.aliaserviziambientali.it**, il quale fornisce dettagli chiari fin dalla prima pagina (home). Qui sono disponibili informazioni sull'azienda, i servizi offerti, i report degli impianti, le relazioni con gli investitori e tutto ciò che riguarda la comunicazione e i media. Questi sono resi facilmente accessibili attraverso **numerosi sezioni interattive** che permettono all'utente di raggiungere direttamente l'argomento di interesse. Ogni sezione del sito è ben strutturata e molti argomenti conducono direttamente a **articoli**, **documenti di approfondimento**, **video** e **campagne di sensibilizzazione**, tutti mirati a educare e informare il cittadino sui servizi proposti e sul corretto smaltimento dei rifiuti.



## Social Media

Alia è attiva anche sui Social Media, in particolare su **Facebook**, **Twitter**, **Instagram** e **Youtube**, dove tramite condivisioni quotidiane, si tiene costantemente in contatto con i propri follower pubblicando materiale informativo, notizie, eventi e numerosi altri contenuti attraverso un formato che rispecchia quello dei social network, permettendo quindi di coinvolgere gli utenti.

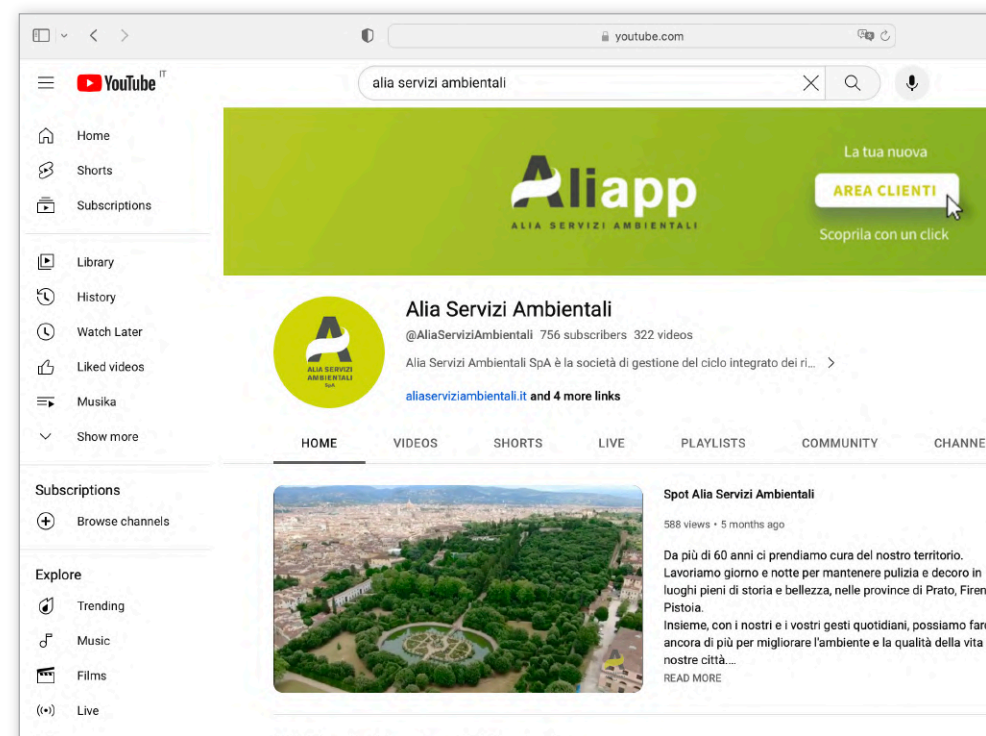
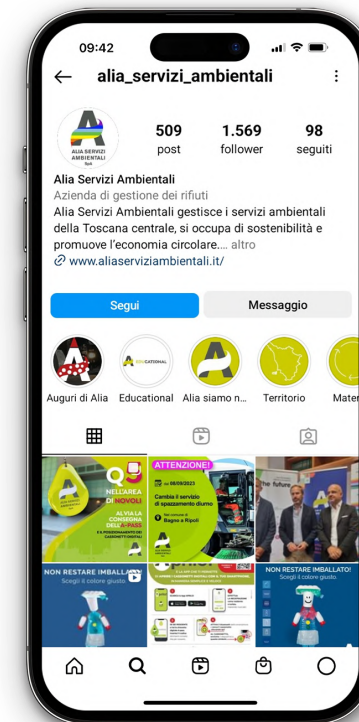
Su Instagram, tra gli elementi pubblicati, sono presenti, anche **video** di breve durata (reel) inerenti alle campagne di comunicazione, che arricchiscono il feed, e assieme ai post permettono, tramite un **linguaggio semplice**, di **stabilire un contatto** diretto con l'utente.

Altra caratteristica, è che Alia **non** opera una **distinzione dei contenuti** in relazione al target di riferimento, ma propone pressoché i medesimi su tutti i canali.

Il **canale Youtube**, risulta essere ben suddiviso in relazione alla tipologia e al tema trattato (con contenuti inerenti alle campagne e interventi inerenti al **tema dell'ambiente**). Analizzando in generale i diversi profili, si può notare una **coerenza** sia **grafica** che **comunicativa**, intervallata da **immagini** delle campagne di comunicazione e immagini dei lavoratori dell'azienda.

Infine, Alia ha implementato da poco l'utilizzo di "**Aliapp**", l'applicazione offerta dall'ente come **nuova area clienti**: consente di richiedere informazioni sui servizi, inviare segnalazioni ecc.

Aliapp:  
nuova  
area clienti



## Logo & Brand image

Logo  
ufficiale



Logo  
Variante 1



Logo  
Variante 2



Logo  
Variante 3



Logo  
negativo



Logo  
esteso



PaLETTE logo



C= 37%	C= 86%	C= 0%	C= 37%
M= 8%	M= 55%	M= 0%	M= 28%
Y= 100%	Y= 55%	Y= 0%	Y= 27%
K= 0%	K= 55%	K= 0%	K= 7%

Font

Alia > **Cerebri Sans Pro (Extra Bold)**

ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI SpA >  
**Embarcadero MVB Pro (Extra Bold)**

## PaLETTE sito web



Nel sito web prevalgono i colori del logo Alia (quindi **tonalità di verde** e grigio scuro su fondo bianco), un solo dettaglio si distingue per il colore **rosso**: il riquadro nel momento in cui si seleziona la finestra.

	C= 37% M= 8% Y= 100% K= 0%
	C= 56% M= 36% Y= 95% K= 23%
	C= 0% M= 0% Y= 0% K= 0%
	C= 0% M= 89% Y= 87% K= 0%
	C= 85% M= 71% Y= 52% K= 63%

Opera di Ana Domínguez e Omar Sosa,  
Senza titolo, 2017



## Campagne Alia S.p.A.

Modalità  
di svolgimento  
delle campagne  
di comunicazione

L'azienda propone numerose iniziative volte a **sensibilizzare** gli utenti verso comportamenti ambientali corretti, utilizzando gli strumenti più adatti per facilitare la conoscenza e l'accesso ai servizi.

Le modalità di campagne di sensibilizzazione sono numerose dalla realizzazione di **videoclip** e **video spot**, **campagne social**, **manifesti** in luoghi pubblici. I canali di distribuzione sono diversi: dai **social network**, ad **affissioni pubbliche** e nei **mezzi di trasporto**, **web**, **eventi dedicati** ecc. Spesso le campagne pubblicitarie sono realizzate tramite un **tono ironico, semplice e leggero** capace di arrivare alla maggior porzione di pubblico anche grazie alla varietà di supporti utilizzati.

A tale scopo abbiamo scelto di prendere come casi studio tre delle campagne di sensibilizzazione di Alia: “**Siamo Grandi**”, “**Rispetta la tua città**” e “**Non restare imballato! Scegli il colore giusto.**”





## SIAMO GRANDI

Campagna di comunicazione sulla sicurezza stradale 2022


La campagna di sensibilizzazione coinvolge i **dipendenti** e **cittadini** sull'importanza del **rispetto delle regole** per la **sicurezza stradale**, in particolare quando si tratta di **veicoli pesanti** usati per la raccolta dei rifiuti nelle province di Firenze, Prato e Pistoia. Il tutto è affrontato con un tono di voce **leggero** ed a volte **ironico**, per un tema importante e delicato, come quello della sicurezza stradale, utilizzando i **codici visivi** tipici della **segnaletica** relativa alla sicurezza, capace di **coinvolgere** gli interlocutori. Nei messaggi, **precisi** e **diversi** a seconda della **collocazione**, l'azienda **ringrazia i cittadini** per l'eventuale attesa, ricordando il valore del **lavoro quotidiano** per la città e per l'**Ambiente**.



## RISPETTA LA TUA CITTÀ

La nuova  
campagna di  
comunicazione  
social 2020

La campagna “Rispetta la tua città” risponde all’appello delle **Amministrazioni Comunali** per promuovere **comportamenti virtuosi** nei cittadini e garantire il **decoro urbano**. Utilizza i **canali social** per coinvolgere anche le **generazioni più giovani** e mostra immagini che illustrano i **costi** per la collettività dovuti a **danni ai bidoni** e agli **arredi urbani**. La campagna mette in evidenza l’**impegno quotidiano**, il **tempo** e le **risorse** necessarie per riparare i danni causati da comportamenti incivili e preservare la bellezza del territorio in 58 comuni toscani.



**3480 ORE DI LAVORO**  
OGNI ANNO  
PER INTERVENTI  
SUL DECORO

RISPETTA  
LA TUA CITTÀ

ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI  
spa



**2+6**  
DUE AUTOMEZZI  
E SEI ORE AL GIORNO  
PER PULIRE CESTINI  
E CASSONETTI  
VANDALIZZATI

RISPETTA  
LA TUA CITTÀ

ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI  
spa



**250 BARATTOLI**  
DI VERNICE IN  
UN ANNO PER  
PULIRE CESTINI  
E CASSONETTI  
VANDALIZZATI

RISPETTA  
LA TUA CITTÀ

ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI  
spa

## NON RESTARE IMBALLATO! SCEGLI IL COLORE GIUSTO

Campagna di  
informazione di  
Alia Multiutility  
Toscana 2023

La campagna si concentra sull’**associare colori** e **contenitori** alla **raccolta differenziata** di carta, vetro, plastica e metalli. L’obiettivo è sensibilizzare i cittadini dei 58 Comuni serviti sulla **corretta raccolta** differenziata, il **riciclo** dei materiali da imballaggio, la **sostenibilità ambientale** e l’**economia circolare**.

La campagna mira a coinvolgere i circa **1,5 milioni di abitanti** delle province di Firenze, Pistoia e Prato, offrendo indicazioni chiare e facili per promuovere la **consapevolezza** e la **responsabilità** verso l’ambiente.

**NON RESTARE IMBALLATO!**  
Scegli il colore giusto.



Gli imballaggi di CARTA e CARTONE vanno nel **GIALLO**.




ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI  
spa

**NON RESTARE IMBALLATO!**  
Scegli il colore giusto.

Gli imballaggi di VETRO vanno nel **VERDE**.

ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI  
spa

**NON RESTARE IMBALLATO!**  
Scegli il colore giusto.

Gli imballaggi di PLASTICA vanno nel **BLU**.




ALIA SERVIZI  
AMBIENTALI  
spa



## Competitor

**Diretti** Per quanto riguarda i competitor diretti di Alia, bisogna premettere che si tratta di una società che **raccoglie più aziende** al suo interno e che quasi **monopolizza** il mercato all'interno del territorio di competenza. È possibile però individuare dei possibili competitor diretti di maggiori o minori dimensioni all'interno del **territorio Toscano**.

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ▶ Aamps                | ▶ Retiambiente - Ersu |
| ▶ Aer                  | ▶ Retiambiente - Esa  |
| ▶ Alia                 | ▶ Retiambiente -      |
| ▶ Asmius               | Geofor                |
| ▶ Belvedere            | ▶ Retiambiente - Rea  |
| ▶ Garfagnana E.A.      | ▶ Retiambiente - Sea  |
| ▶ Hera                 | ▶ Seitoscana          |
| ▶ Nausicaacarrara      | ▶ Sistema Ambiente    |
| ▶ Retiambiente - Ascit |                       |
| ▶ Retiambiente - Base  |                       |



**Indiretti** Tra i competitor indiretti non si individuano particolari aziende, poiché Alia rappresenta una **fusione di quattro società**. Infatti, essa è pensata come **unica azienda** che assolve quei compiti nelle varie aree urbane toscane. Nonostante ciò, esistono aziende di minor dimensione, collaboratrici di Alia, che si occupano **privatamente** dello smaltimento di **materiali ingombranti**, di **ritiro di oli esausti** e di **materiali speciali**. Queste aziende seppur in maniera minore soddisfano alcune delle esigenze di raccolta dei rifiuti di cui necessitano gli utenti, seppure possiamo prevedere che non possono raggiungere gli stessi obiettivi di Alia S.p.A. (che si prefigurano troppo grandi per le loro opportunità).

# Analisi del tema



## Introduzione

Scelta di un tema  
di tipo ambientale

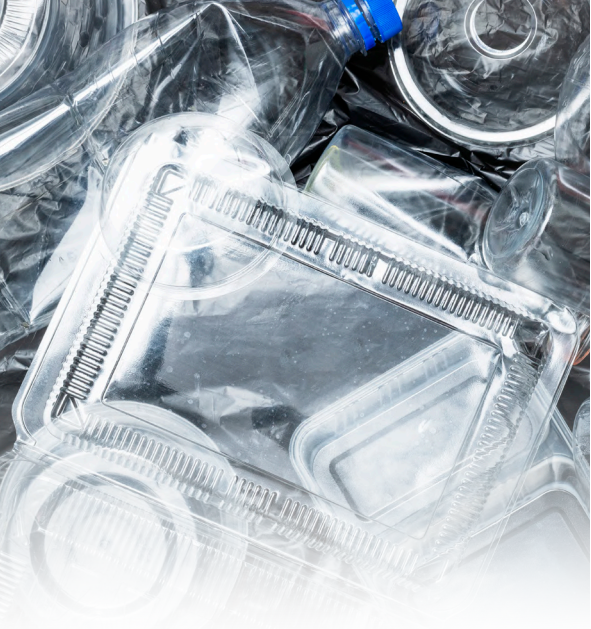
Negli ultimi anni le **tematiche ambientali** sono sempre più in aumento, sempre più persone si interessano alla causa, trasformando questo tipo di questioni in un vero e proprio tratto distintivo, inglobando il concetto “**giustizia ambientale**” all’interno della propria personalità. È proprio in questo contesto che molte campagne a **tema ambiente** stanno prendendo sempre più piede, a tal proposito abbiamo deciso di interessarci ad una di queste cause, ovvero quella della **raccolta differenziata**, ponendo l’attenzione più

Inquinamento  
e rifiuti

sull’**aspetto qualitativo**: di come questa viene svolta, domandandoci quali sono tutt’oggi i **problemi** dietro quest’ultima e perché è necessario continuare a fare **più informazione** possibile a riguardo.

L’argomento del corretto conferimento dei rifiuti, si connette ad un altro macro tema importante: quello dell’**inquinamento sulla Terra**, un problema ambientale globale, che riguarda tutti gli Stati e tutti gli esseri umani. Le **sostanze inquinanti di scarto** se non gestite in maniera opportuna, possono **alterare l’ambiente**, e di conseguenza, l’aria, l’acqua e il suolo e pongono a rischio la salute dell’intero pianeta e dell’uomo. Non interessarsi di questo problema, vuol dire anche non svolgere in maniera corretta le pratiche per evitare i successivi danni che questo comporta nel lungo termine: **perdita della biodiversità, acidificazione delle falde acquifere, disequilibri naturali** ecc.





#### Tipologie di scarti

Praticare il **corretto smaltimento dei rifiuti** è molto importante, quest'ultimi si dividono in **rifiuti urbani** e **rifiuti speciali**, che a loro volta si differenziano in **rifiuti pericolosi** e **non pericolosi**, secondo alcune caratteristiche che li contraddistinguono.

- ▶ I **rifiuti urbani** sono quelli domestici (anche ingombranti, vegetali, provenienti da spazzamento stradale ecc.), che derivano dalla gestione quotidiana di ambienti civili e/o privati e che vengono gestiti dalla pubblica amministrazione sulla base di contributi fiscali.
- ▶ I **rifiuti speciali** sono materiale di scarto prodotto da aziende e industrie (rifiuti di lavorazione industriale, toner e stampanti, pile, olio usato per frittura, vecchi

elettrodomestici ecc.), e vengono gestiti da ulteriori aziende private specializzate.

- ▶ I **rifiuti urbani pericolosi** sono sempre di origine domestica ma contengono sostanze pericolose nocive per l'ambiente (medicinali scaduti, pile ecc.), per questo devono essere gestiti diversamente.
- ▶ I **rifiuti speciali pericolosi** sono quelli generati dalle attività produttive che contengono un'elevata dose di sostanze inquinanti (provenienti da: raffinazione del petrolio, processi chimici, industria fotografica, industria metallurgica, produzione conciaria e tessile ecc. Ma anche oli esauriti e solventi), per questo motivo devono essere smaltiti in maniera particolare così da renderli innocui, riducendone la pericolosità.

Esistono diversi modi di smaltimento dei rifiuti: una volta riconosciuti e classificati, è possibile capire dove smaltirli.

### DISCARICA

**Cinque sestì** dell'immondizia raccolta in Italia, finisce ancora nelle **discariche a cielo aperto** (solitamente la scelta più economica). Il lato positivo è che, a differenza di qualche anno fa, le discariche sono ormai **impianti controllati** ed efficienti, dotati di **sistemi di implementazione** che proteggono il suolo e le falde acquifere, oppure sistemi di recupero dei gas prodotti dalla frammentazione dei rifiuti stessi. Nonostante ciò, la destinazione dei rifiuti in discarica è la **soluzione peggiore** perché rappresenta un **grande spreco di energia**, **grossi spazi** vengono occupati da montagne di immondizia, che non vedrà una seconda vita.

### INCENERITORE

Un'altra soluzione per smaltire i rifiuti sono gli inceneritori detti **termovalorizzatore** (purtroppo pochi in Italia) che bruciando i rifiuti generando così **calore** che viene riutilizzato per **scopi di riscaldamento**. Questo permette ai rifiuti stessi di "continuare" il loro ciclo di vita ed essere **utili** per i cittadini, ma lo **spreco di energia** e i **costi** sono **notevoli**.

### RICICLAGGIO

Il sistema migliore per lo smaltimento è senza dubbio il **riciclaggio** grazie al quale si dona una **seconda vita** ai rifiuti **evitando** così altri **costi** e **sprechi di energia**. Dal punto di vista ecologico questo processo di trasformazione dei rifiuti in materiali riutilizzabili, costituisce l'**alternativa**

**più vantaggiosa**. Gli altri metodi visti in precedenza hanno un **impatto ambientale** non trascurabile che li rendono scelte da evitare, anche se purtroppo non sempre è fattibile. Il riciclaggio infatti, a differenza degli inceneritori e delle discariche, presenta molti **vantaggi**:

- ▶ Riduzione delle **emissioni atmosferiche** di sostanze, come l'anidride carbonica, responsabili dell'effetto serra;
- ▶ Riduzione dei **consumi di energia**;
- ▶ Riduzione dell'**estrazione di risorse non rinnovabili**, come i **metalli** e **carbone**, **petrolio** o **metano**;
- ▶ Riduzione dello **sfruttamento di risorse rinnovabili**.

Il riciclaggio ha però bisogno di sapere come fare correttamente la **raccolta differenziata**: quest'ultima indispensabile per questo tipo di smaltimento. Fortunatamente, negli ultimi anni, sia per le **leggi regionali** in vigore sia per una **diffusa coscienza ecologica** di rispetto per l'ambiente, i cittadini raccolgono e conferiscono i rifiuti con criterio, **suddividendoli** secondo la loro natura (carta, vetro, lattine, ecc.) rendendo possibile il loro riciclaggio.





## Raccolta differenziata

Definizione e dati rispetto allo svolgimento in Italia

Come anticipato, per raccolta differenziata si intende l'azione di **raccogliere separatamente** alcuni tipi di rifiuti con lo scopo di rendere più conveniente e più **sicuro** il loro successivo **smaltimento** e **riutilizzo** (o riciclaggio). Questo allo scopo di **recuperare risorse** dai rifiuti attenendo il **risparmio di materie prime** e **riduzione** della **quantità di scarti**, evitando la dispersione incontrollata nell'ambiente di possibili **sostanze tossiche** che possono diventare un **pericolo** per gli esseri viventi.

In media, un chilo di spazzatura domestica è costituito da un 37% di rifiuti organici (alimentari), da un 7% di carta, cartone e affini, legno e altro, da un 9% e più di plastiche, da un altro 30% di materiali vari con maggiore presenza di vetro e da un 10% di metalli.

Gli ultimi dati ISTAT 2022 sullo svolgimento della raccolta differenziata in Italia

Gli ultimi dati dello svolgimento della raccolta differenziata in Italia affermano che questa ha riguardato il **63%** delle **29 miliardi di tonnellate di rifiuti urbani** prodotti. La differenziata va dal 54% dei rifiuti del Sud al 71% di quelli del Nord passando per il 59% di quelli del Centro. L'area che più produce rifiuti a fronte della popolazione è il **Centro Italia**, con **524 kg di rifiuti annui** per abitante, seguito dal **Nord** con **506** e dal **Sud** con **442**.

Simbologie per il corretto smaltimento

La **varietà di rifiuti** quotidiani ad oggi è aumentata grazie alle **nuove tipologie di materiali** che nascono da combinazione diverse (tetrapak), oppure altri come gli scontrini fiscali (molti fatti in carta termica non riciclabile) o cartone della pizza, che seppure fatti in materiale cartaceo, non è detto debbano finire nella raccolta della carta. A tal proposito sono state inserite sui prodotti **indicazioni** per facilitare la raccolta differenziata agli utenti, ne vengono riportate alcune qui di seguito:





## Indagine sulla raccolta differenziata

Per svolgere la ricerca sul tema è stata condotta un'**indagine** sul personale svolgimento della raccolta differenziata. Questo è stato possibile coinvolgendo **diversi tipi di utilizzatori**, sia per provenienza che per fascia di età (16-71 anni). L'indagine consiste in un **questionario** da compilare **online anonimo**, con **trentacinque domande** che consistono nel chiedere agli utenti alcune informazioni e pareri sul **metodo di raccolta** e i **servizi offerti**. Quest'ultimo ha raccolto i dati di **54 persone** in circa **una settimana**. L'approccio ampio ha permesso di analizzare non solo le **opinioni** dei cittadini di **Firenze** ma anche di **altre città italiane**, e di **confrontare** le situazioni in diverse zone. L'obiettivo era individuare le **criticità** più persistenti ed infine comprendere le **considerazioni** emerse da queste analisi.

Provenienza utenti intervistati

1. Firenze 50%

2. Roma 13%

3. Pisa 9,3%

4. Perugia 5,6%

5. Frosinone 3,7%

6. Matera 3,7%

7. Ferrara 1,9%

8. Milano

9. Teramo

10. Chieti

11. Mantova

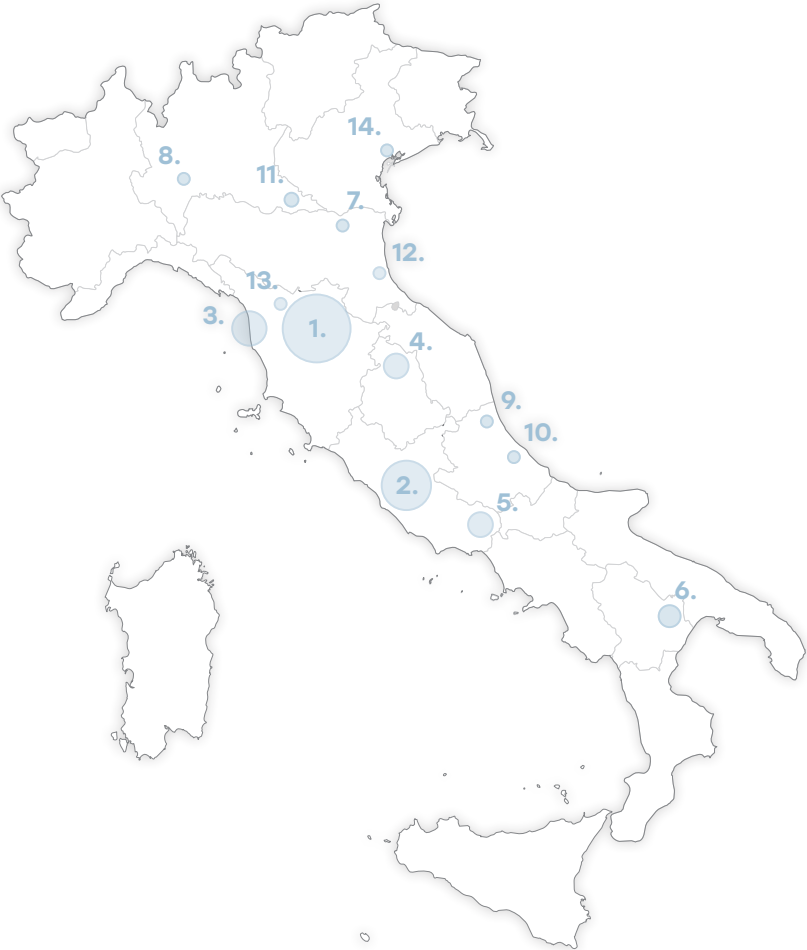
12. Rimini

13. Prato

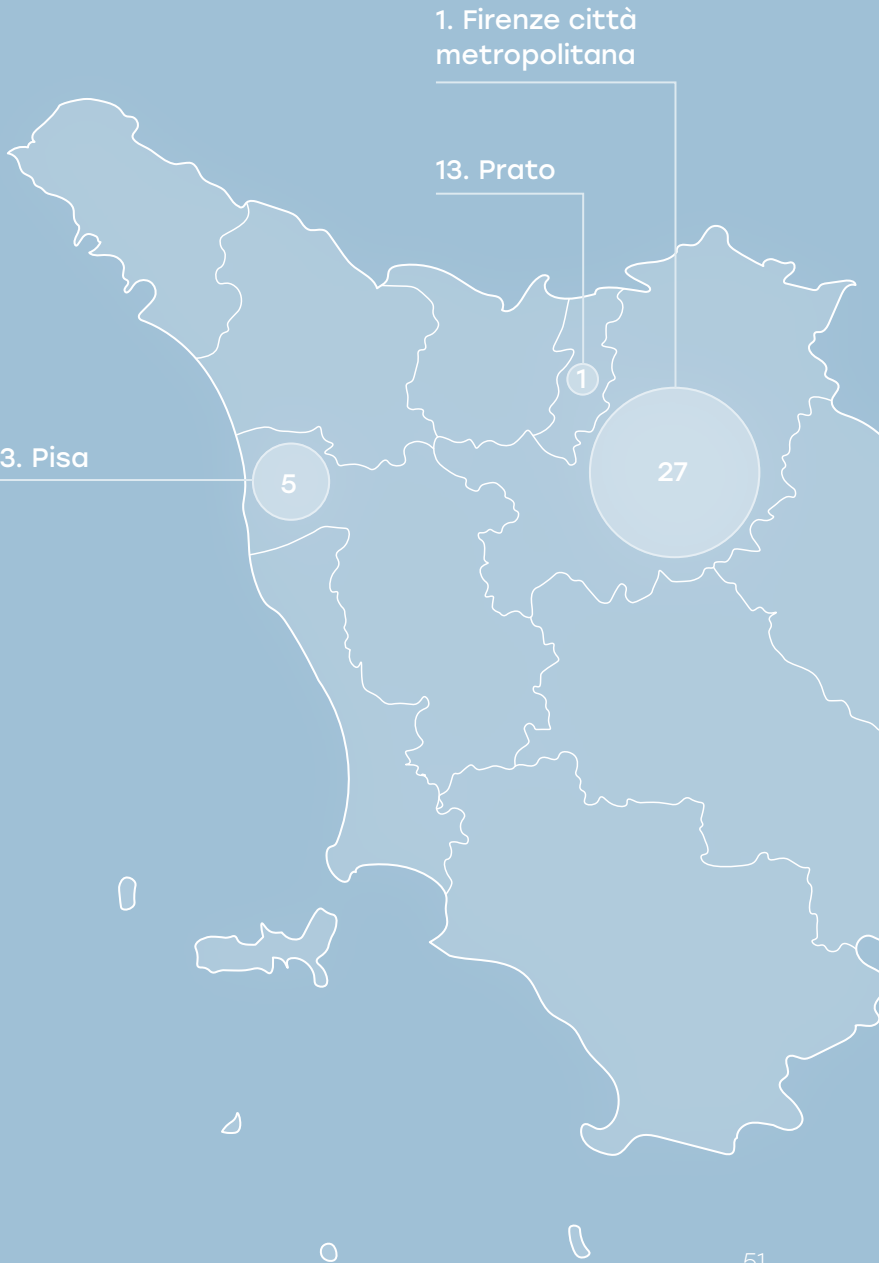
14. Venezia

13,3% tot.

(1,9% ognuno)

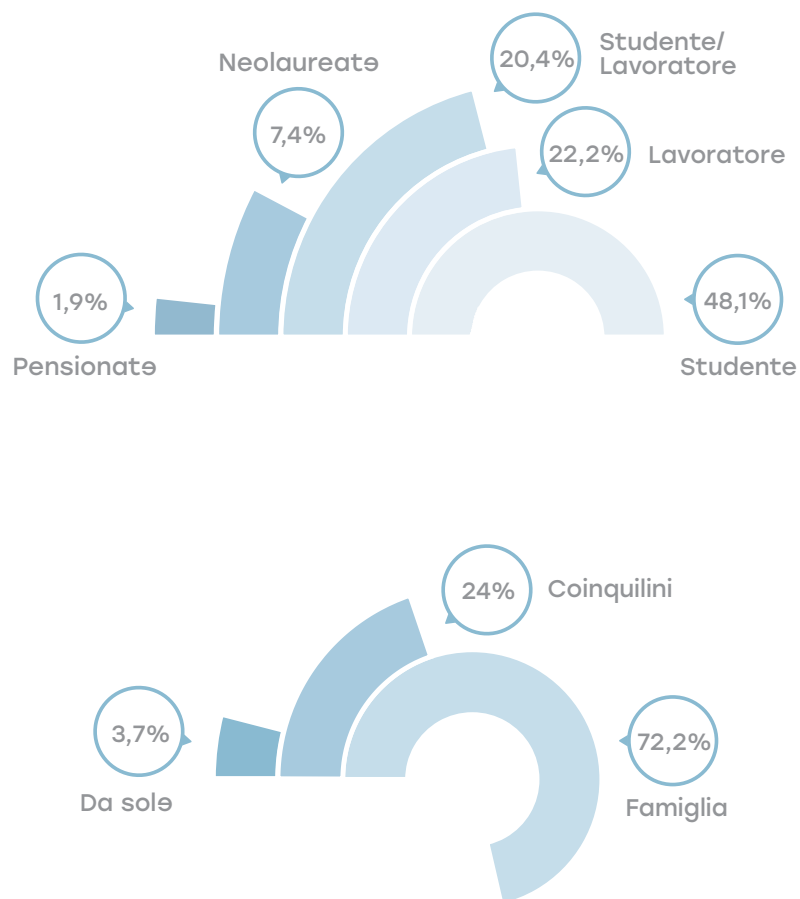


Utenti toscani



## Occupazione e residenza/convivenza

Abbiamo riscontrato che la **maggior parte** delle persone che hanno collaborato all'interno dell'indagine sono: **studenti, lavoratori, pensionati** ecc. che per lo **più** abitano in **famiglia**, mentre il rimanente **27,77%** o **da solo** oppure **con coinquilini**.

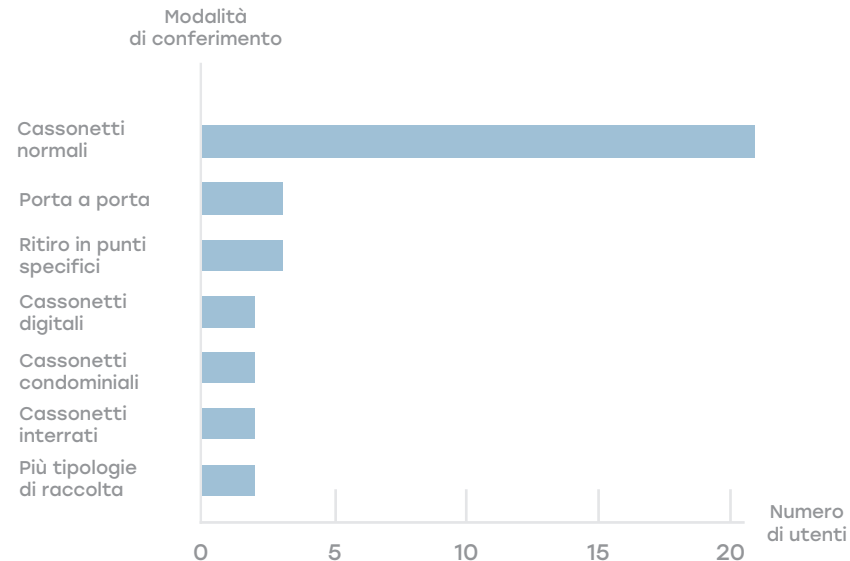


## Consapevolezza sul tema

Durante l'indagine abbiamo riscontrato che **tutti i partecipanti** al sondaggio **svolgono la raccolta** differenziata. Al tempo stesso, **più della metà (70,4%)** ritiene che questa tipologia di azione sia di fondamentale importanza. Nonostante ciò **in pochi (13%)** ritiene di avere una **conoscenza esaustiva** e completa sul tema della raccolta e smaltimento rifiuti.

## Modalità di svolgimento

Successivamente, abbiamo chiesto, in **base alla zona**, di indicarci quali sono le **modalità di svolgimento** della raccolta, al tal proposito sono emersi questi dati:



## Focus: Firenze e città metropolitana

A questo punto spostiamo il focus su **Firenze** città metropolitana, ovvero la zona che abbiamo scelto come **caso studio** dove viene svolta la raccolta e smaltimento dei rifiuti secondo l'ente promotore **Alia S.p.A** e su cui la nostra campagna di sensibilizzazione andrà ad agire.

### Cassonetti normali

#### Aspetti positivi:

- ▶ Comodità di molti cassonetti vicino casa.
- ▶ Possibilità di conferire i rifiuti senza avere sempre con sé la chiavetta digitale.

#### Aspetti negativi:

- ▶ Errato uso dei cassonetti da parte di altri utenti: non è raro vedere i rifiuti fuori da quest'ultimi (non c'è abbastanza controllo dalle autorità).
- ▶ Cassonetti sempre pieni troppo a lungo, che portano cattivi odori (questo a causa di un ritiro rifiuti lento).

### Raccolta porta a porta

#### Aspetti positivi:

- ▶ Comodità di molti cassonetti vicino casa.
- ▶ Possibilità di conferire i rifiuti senza avere sempre con sé la chiavetta digitale.

#### Aspetti negativi:

- ▶ Carte e sacchetti soggetti a vandalismo vie e luoghi della città si trasforma in un'immagine di sporcizia.

### Cassonetti condominiali

#### Aspetti positivi:

- ▶ Un numero relativamente piccolo di utenti rende la raccolta differenziata più efficiente e controllata.

#### Aspetti negativi:

- ▶ Non tutti potrebbero trovarsi d'accordo sul conferimento.

### Cassonetti chiave digitale

#### Aspetti positivi:

- ▶ Sono ben monitorati così che non avviene una sovraccumulazione di spazzatura all'interno del cassonetto.
- ▶ Educa i cittadini ad avere più accortezza ed etica sul tema.

#### Aspetti negativi:

- ▶ Atti vandalici in cui o i rifiuti vengono lasciati all'esterno del cassonetto.
- ▶ Spesso i cassonetti vengono danneggiati diventando un costo per la società.

### Cassonetti interrati

#### Aspetti positivi:

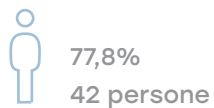
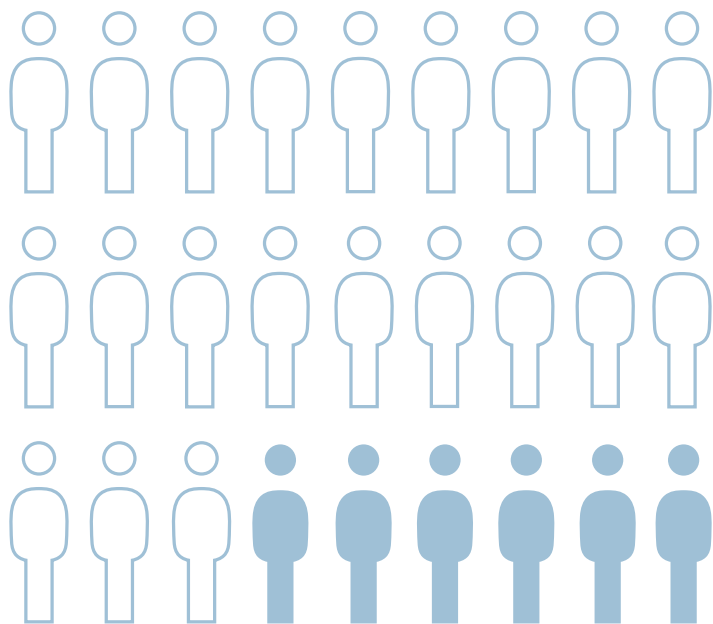
- ▶ Non emanano odore e ottimizzano gli spazi.
- ▶ Possibilità di poter smaltire i rifiuti quando si ha necessità

#### Aspetti negativi:

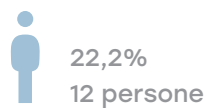
- ▶ Non vengono svuotati in tempi utili, quindi si rischia che i rifiuti vengano lasciati fuori dal cassonetto

## Aspetto comunicativo: comunicazione generale

Se guardiamo l'aspetto comunicativo da un **punto di vista generale** degli utenti intervistati, ci accorgiamo che la **maggioranza non riscontra problemi** di comunicazione poco chiara da parte degli enti.



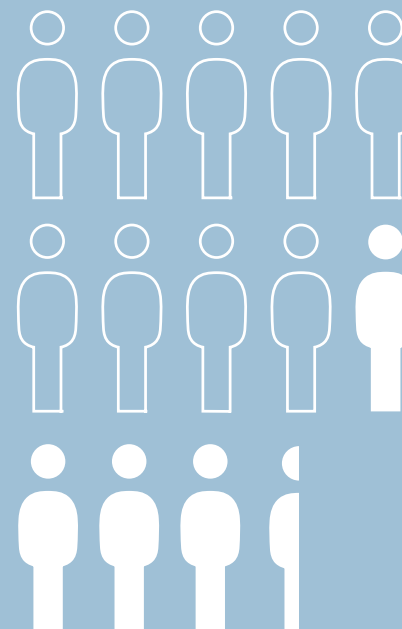
**Non riscontra** problemi di comunicazione



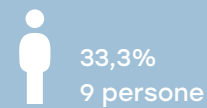
**Riscontra** problemi di comunicazione

## Aspetto comunicativo: comunicazione Alia S.p.A.

Facendo uno zoom sulla città metropolitana di **Firenze** (dove è Alia S.p.A. che gestisce la raccolta di rifiuti urbani), ci accorgiamo che su **27 utenti**, la maggioranza trova che l'ente comunichi in modo appropriato, mentre il restante (un terzo), non si trova d'accordo con questa affermazione.



**Non riscontra** problemi di comunicazione

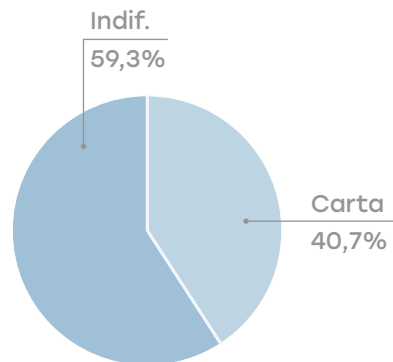


**Riscontra** problemi di comunicazione

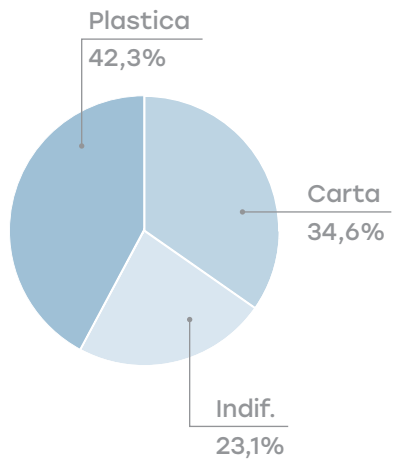
## Questo dove lo butti?

Infine, è stato chiesto agli utenti **residenti a Firenze e città metropolitana** (27 utenti), dove conferissero i seguenti rifiuti:

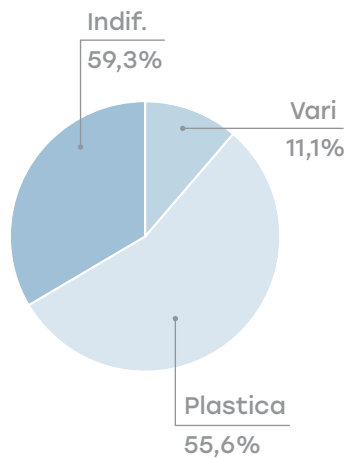
**Scontrino fiscale**



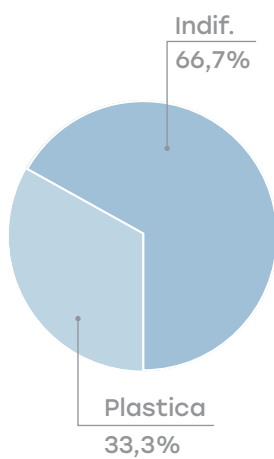
**Tetrapack**



**Penna Biro**



**Polistirolo**



# La Campagna



## #DoveLoButto?

### Scopo della campagna

La campagna ha come obiettivo primario quello di **educare l'utente** che **già svolge** la raccolta differenziata, a praticarla **consapevolmente e correttamente**, a ricevere informazioni brevi e chiare pur avendo la possibilità di approfondire ulteriormente su quel determinato tipo di conferimento. Inoltre, oltre a voler dare un'informazione corretta e immediata, quello che si intende fare è far sì che quest'ultima, rimanga **memorizzata** grazie anche al supporto grafico che si intende usare per la divulgazione della

campagna. In secondo luogo, vuole diventare anche uno **spunto di riflessione** per chi ha ancora dubbi sul dove smaltire un rifiuto.

Sulla base dell'indagine svolta, in particolare ponendo l'attenzione sul campione dei **27 utenti** residenti a **Firenze e città metropolitana** (dato significativo che aiuta ad analizzare in particolare dove agisce Alia S.p.A.), abbiamo riscontrato che nonostante **tutti** gli intervistati compino la raccolta differenziata, persistono delle **insicurezze** soprattutto per quanto riguarda il **giusto conferimento**.

Questo ha avuto conferma soprattutto alla domanda dove è stato chiesto quale fosse il giusto conferimento di alcuni materiali/ rifiuti specifici. Quello che è emerso sono **risposte molto diverse** l'una dall'altra, gran parte sbagliate senza una giustificazione alla base (ad esempio è giusto affermare che lo scontrino fiscale si può conferire nel contenitore della carta ma solo se c'è la certificazione di **BPA Free** o **FSC**: Forest Stewardship Council). Mentre, altri rifiuti che non hanno alcun avviso, (poiché composti sempre di quel materiale) come nel caso della penna biro, in molti hanno affermato che quest'ultima va o nel contenitore plastica, oppure in contenitori diversi separando le varie parti di quest'ultima. Per questo motivo è stato deciso di enfatizzare più la **parte qualitativa** dell'azione di svolgere la raccolta differenziata, a cui si lega il **tema del dubbio**, mantenendo alla base anche l'obiettivo di sensibilizzare sull'importanza di compiere questa quotidiana azione per permettere successivamente il **riciclo** dei materiali.



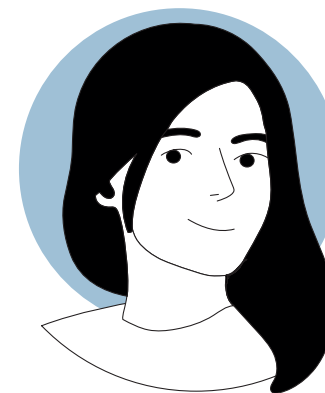
## Target

Studio del target  
di riferimento

Tramite il **questionario online** anonimo, è stato anche possibile acquisire **dati utili** e necessari per la realizzazione della campagna e dei corrispondenti **destinatari**.

In particolare, sono state poste alcune domande riguardanti passatempi, giornata tipo, eventuali frustrazioni legate al servizio di raccolta e smaltimento, come avviene l'informazione (tramite ad esempio quali canali social, passa parola, opuscoli ecc.).

I tre soggetti coinvolti presentano **età differenti**, vivono in **contesti diversi**, ed hanno quindi **differenti approcci** nella gestione dei rifiuti e nel **rapporto col tema** di riferimento. Sono stati scelti appositamente i soggetti che si distinguono tra loro per **abitudini** e **contesto**, in modo da rispecchiare il **vasto pubblico** a cui è rivolta la campagna di sensibilizzazione.



Carlotta  
22 anni  
studentessa  
fuorisede  
a Firenze

Carlotta è una studentessa di storia dell'arte e beni culturali fuorisede a Firenze. Attualmente vive assieme ad altri studenti e lavoratori in un appartamento in periferia. Mentre la mattina si reca in università, di sera, dopo lo studio, si riposa guardando un film o uscendo con gli amici. La gestione dei rifiuti è una responsabilità condivisa tra i coinquilini, e Carlotta ritiene che la raccolta differenziata sia una pratica importante per il rispetto dell'ambiente nella vita quotidiana. Partecipa costantemente a diverse manifestazioni ambientali, segue le tematiche tramite social, siti istituzionali e passa parola, dunque ritiene che qualunque azione sostenibile sia fondamentale. Da quando è fuorisede ed ha iniziato ad occuparsi personalmente della raccolta, ha compreso ancora di più quanto è importante informarsi soprattutto su quei rifiuti più complessi poiché composti di materiali particolari o più tipologie accoppiate. Tuttavia, vorrebbe che più persone si interessassero a questo tema così da poter divulgare il più possibile le informazioni fondamentali e soprattutto corrette.



Giulio  
70 anni  
Pensionato  
residente  
a Firenze

Giulio, medico in pensione, risiede nel quartiere di Novoli a Firenze assieme a sua moglie.

La mattina gestisce la casa e fa la spesa per l'intera famiglia, nel pomeriggio accompagna i nipoti alle attività mentre la sera preferisce riposarsi leggendo un libro.

Sostiene i temi ambientali, in particolare, crede che la raccolta differenziata sia un gesto quotidiano che possiamo fare tutti per salvaguardare l'ambiente. Purtroppo, per quanto cerca di informarsi il più possibile sul giusto conferimento (soprattutto tramite articoli online, opuscoli e passa parola), spesso trova complesso ricevere immediatamente informazioni adeguate per il giusto smaltimento di un certo rifiuto, vorrebbe invece imparare in modo più rapido senza perdere troppo tempo a cercare informazioni. A tal proposito, trova che l'azienda di gestione rifiuti sia poco disponibile a promuovere questo aspetto, e che non comunichi abbastanza: le uniche comunicazioni sono quelle che trovano sopra ai cassonetti.



Martina  
35 anni  
Lavoratore  
residente  
a Firenze

Martina è proprietaria di una libreria in centro città. La sua giornata è interamente dedicata al suo lavoro, la mattina si sveglia presto per preparare il negozio e la sera torna a casa dove si riposa in vista della prossima giornata. Dal momento che il lavoro le prende gran parte del tempo, è il marito che si occupa di fare la spesa e di gestire i rifiuti in casa.

Nonostante crede nei temi ecologici e nell'importanza di conferire gli scarti, trova molto faticoso riconoscere il conferimento di alcuni, ed inoltre, sostiene di non avere abbastanza tempo per informarsi a sufficienza sul tema, nonostante ciò cerca comunque di fare attenzione al giusto conferimento e a cercare contenuti ed informazioni tramite il sito di Alia o passa parola.

A tal proposito, crede le sarebbero d'aiuto informazioni più rapide e chiare messe a disposizione da parte dell'ente, soprattutto su certi conferimenti più complessi su cui spesso ha dubbi; e che quest'ultimo sia più presente così da non dover perdere tempo nel doverle cercare con il rischio di sbagliare il corretto smaltimento.

## Timing: La campagna avrà una durata di 60 giorni circa

 **18 Marzo**

In occasione della **giornata mondiale del riciclo**, verrà pubblicata una storia a tema, ed un'altra contenente un sondaggio sullo smaltimento di uno dei primi tre rifiuti protagonisti dei manifesti che saranno pubblicati il giorno seguente

  **19 Marzo**

Si prevede la pubblicazione dei primi tre manifesti e del primo carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto del primo manifesto e della storia instagram pubblicata il giorno precedente

 **26 Marzo**

Si prevede la pubblicazione di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto (quello del secondo manifesto)

 **3 Aprile**

Si prevede la pubblicazione di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto (quello del terzo manifesto)

 **8 Aprile**

Si prevede di pubblicare una storia instagram con un sondaggio relativo allo corretto smaltimento di uno dei primi tre rifiuti protagonisti dei manifesti che saranno pubblicati il giorno seguente

  **9 Aprile**

Si prevede la pubblicazione dei primi tre manifesti e di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto del primo manifesto e della storia instagram pubblicata il giorno precedente

 **16 Aprile**

Si prevede la pubblicazione di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto (quello del secondo manifesto)

 **23 Aprile**

Si prevede la pubblicazione di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto (quello del terzo manifesto)

 **29 Aprile**

Si prevede di pubblicare una storia instagram con un sondaggio relativo allo corretto smaltimento di uno dei primi tre rifiuti protagonisti dei manifesti che saranno pubblicati il giorno seguente

  **30 Aprile**

Si prevede la pubblicazione dei primi tre manifesti e di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto del primo manifesto e della storia instagram pubblicata il giorno precedente

 **7 Maggio**

Si prevede la pubblicazione di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto (quello del secondo manifesto)

 **10 Maggio**

Si prevede la pubblicazione di storie Instagram a Quiz

 **14 maggio**

Si prevede la pubblicazione di un carosello instagram con informazioni brevi ed efficaci relative allo smaltimento del rifiuto (quello del terzo manifesto)



## Fase esecutiva

### Concept

La raccolta differenziata: Qual è il giusto conferimento

Il tema del **corretto smaltimento** dei rifiuti è un argomento per cui ancora oggi viene ritenuto fondamentale doverne parlare. Quest'ultimo nel tempo ha assunto sempre più importanza soprattutto perché è il mezzo necessario per **consentire il riciclo**, risparmiando così risorse ed energie, preservando la salute dell'ambiente.

Non si tratta semplicemente dell'azione in sé di raccolta rifiuti, si tratta soprattutto del **farla bene**, poiché è il **primo step** che da inizio a tutta la successiva filiera di

riciclo dei materiali. Inoltre, fare l'azione di raccolta, (suddividere i materiali, controllare gli avvisi, informarsi), significa anche fare una **scelta etica**, comprendere i benefici dell'azione nel lungo termine sia per l'uomo che per l'ambiente circostante. Nonostante tutti noi comprendiamo l'importanza del suo svolgimento, ancora esistono delle **superficialità** che vanno ad intaccare il suo aspetto qualitativo. Ad esempio, ci sono ancora **troppi dubbi** aperti, gli avvisi non vengono consultati spesso e volentieri ecc., oppure, si può dire che quest'ultima viene vista da molti più come un qualcosa che "**si deve fare perché è giusto**", senza percepirne il vero motivo alla base, ovvero che tutti noi, nel momento in cui compiamo la giusta separazione dei materiali, stiamo partecipando in maniera attiva al primo anello che da inizio a tutta quella che sarà il processo di riciclo e smaltimento. È dunque facile a questo punto comprendere, che se già in partenza ci sono problemi, i successivi passaggi saranno rallentati e perderanno di qualità. È per questo motivo che l'azione di raccolta rifiuti dovrebbe essere **insegnata, spiegata e giustificata** correttamente fin da sempre così che possa diventare un **obiettivo fondamentale** percepito tale da tutta la comunità.

La campagna nasce quindi con l'intento di **educare e fornire risposte e informazioni** chiare e rapide sul tema, ciò fornendo ulteriori **strumenti utili** per favorire l'associazione del metodo di conferimento, al fine di diffondere maggiore **consapevolezza** nel momento dello smaltimento di un dato rifiuto.

## Tono di voce

Informale ed informativo

La campagna utilizza un linguaggio informale e informativo, con l'intento di coinvolgere e avvicinare più persone possibile al tema. Questo è stato fattibile ponendo una domanda, un dubbio personale, che immediatamente cerca risposta.

## Visual

In base a quanto detto fino ad ora, i manifesti vengono strutturati secondo una forma “**autoriflessiva**”, viene infatti posto il dubbio direttamente a se stessi, così da scaturire una perplessità interna che porta a voler conoscere la **risposta corretta** (inserita subito sotto utilizzando **parole brevi e coincise**). La stessa tipologia di composizione dei rifiuti viene utilizzata per tutti gli altri manifesti che diventano lo sfondo su cui viene espressa l'incertezza, per un totale di **nove manifesti** (ognuno con soggetto differente). Ad ogni rifiuto viene infine **associato un colore** principale di sfondo, questo per aiutare la **memorizzazione dell'informazione**.

Headline, call to action e body copy

Per questo è stata scelta come **headline** la domanda “**Questo dove lo butto?**” (dove le ultime parole danno il nome alla campagna). Essa è un invito a porsi il dubbio e a cercare risposta. Come **call to action** è stata inserita la frase: “Continua a seguire la campagna #DoveLoButto? Informati e non sbagliare più!” Essa è un modo per invitare a informarsi di più riguardo il tema. Infine, il **body copy** in basso riporta tutte le ulteriori informazioni su quel determinato rifiuto. Il tutto può essere approfondito di più inquadrando il **QR Code** che indirizza al **sito Alia**, in una **nuova pagina “dove lo butto”** dedicata alla campagna e all'approfondimento degli argomenti trattati.


# E questo dove lo butto?

## La carta termica va nell'indifferenziata.

Gli scontrini fiscali sono solitamente composti da carte termiche e sostanze che reagiscono al calore e possono generare problemi nelle fasi del riciclo. Per questo, gli scontrini realizzati nella tradizionale carta termica non sono considerati riciclabili e devono essere gettati nel contenitore della raccolta indifferenziata.

**Continua a seguire la campagna #DoveLoButto?**  
**Informati adesso e non sbagliare più!**

 [www.aliaserviziambientali.it](http://www.aliaserviziambientali.it)  @alia\_servizi\_ambientali  FR Alia Servizi Ambientali 

A collection of broken ceramic plates and bowls in white and blue, scattered across a light green background.

# E questo dove lo butto?

La ceramica va portata  
negli ecocentri.

La ceramica costituisce uno dei materiali più complessi da smaltire correttamente. Per oggetti di uso quotidiano come piatti o piccoli manufatti, necessitano di essere conferiti tramite ecocentri o ecofurgoni. Nel caso di oggetti di dimensioni maggiori, è opportuno informarsi presso il centro di smaltimento Alia.

**Continua a seguire la campagna #DoveLoButto?**  
Informati adesso e non sbagliare più!



[www.aliaserviziambientali.it](http://www.aliaserviziambientali.it)

[IG @alio\\_servizi\\_ambientali](https://www.instagram.com/alio_servizi_ambientali)

Alia Servizi Ambientali

A collection of colorful, chewed gum pieces in red, blue, purple, and pink, scattered across a light yellow background.

# E questo dove lo butto?

Le gomme da masticare  
vanno nell'indifferenziata.

Le gomme da masticare sono composte da aspartame e materiali plastici che le rendono non biodegradabili e dannose per l'ambiente se non smaltite correttamente (una gomma in media impiega cinque anni per decomorsi). Per questo, necessitano di essere conferiti nel contenitore della raccolta indifferenziata.

**Continua a seguire la campagna #DoveLoButto?**  
Informati adesso e non sbagliare più!

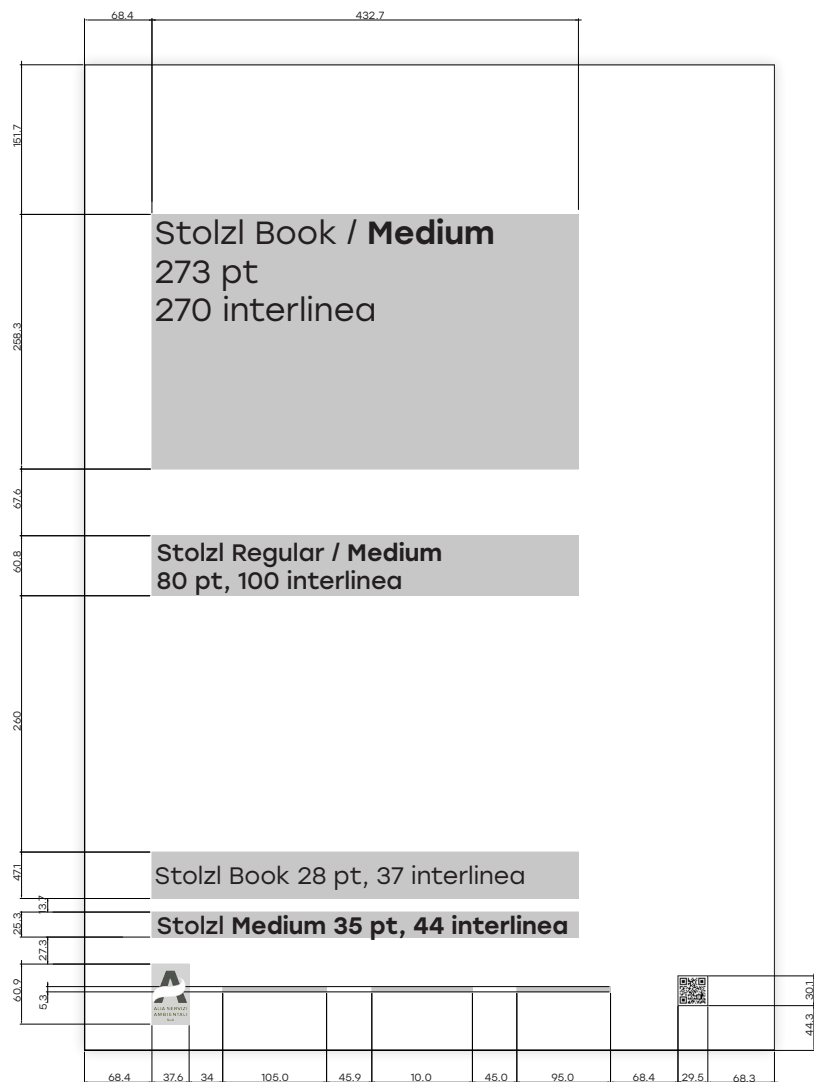


[www.aliaserviziambientali.it](http://www.aliaserviziambientali.it)

[IG @alio\\_servizi\\_ambientali](https://www.instagram.com/alio_servizi_ambientali)

Alia Servizi Ambientali

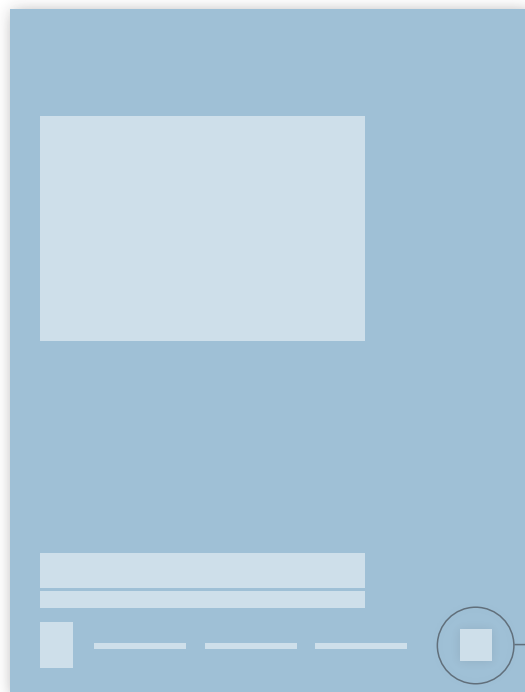




## Palette

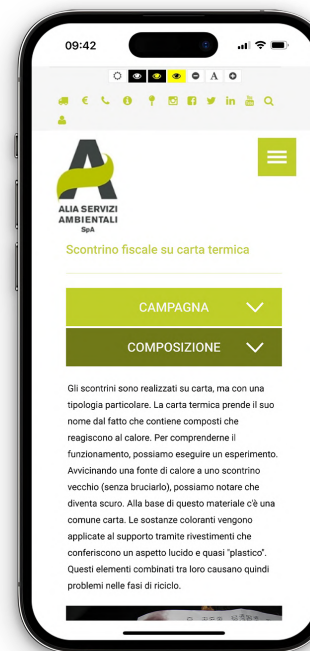
- C= 42% M= 16% Y= 11% K= 0%
- C= 20% M= 1% Y= 47% K= 0%
- C= 2% M= 6% Y= 45% K= 0%
- C= 0% M= 0% Y= 0% K= 0%
- C= 0% M= 0% Y= 0% K= 100%





QR Code per il telefono, inserito in fondo a destra nel manifesto

**QR Code** Come precedentemente detto, l'utente ha la possibilità di **approfondire ulteriormente** sia sulla campagna sia sulle varie tipologie di rifiuti che vengono presi in analisi nei vari manifesti e non solo, anche su scarti che non sono presenti nei nove poster. Questo sarà possibile collegandosi al sito **www.aliaserviziambientali.it**, semplicemente **inquadrando** con il proprio telefono il **QR Code** in basso a destra rispetto al manifesto. Una volta inquadrato, si aprirà il sito Alia S.p.A, direttamente nella **sezione “dove lo butto”**, in



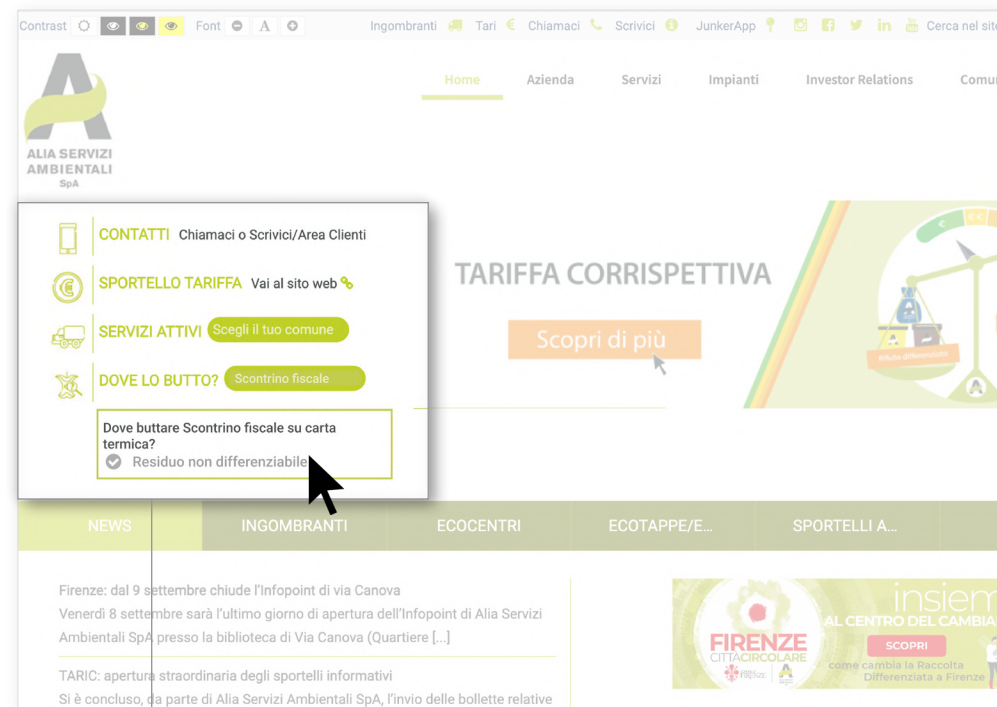
particolare, quello che vedrà immediatamente l'utente, sarà la pagina dedicata all'approfondimento del rifiuto in questione (**“composizione”**), nella quale saranno disponibili in breve tutti i chiarimenti necessari (ad esempio viene spiegato il perché una certa composizione di materiale non è riciclabile). Scorrendo verso l'alto o verso il basso, l'utente ha la possibilità di scoprire altre **tre sezioni** (riquadrate in verde), tra cui: **campagna** (dove viene spiegato brevemente di cosa tratta l'iniziativa mostrando i vari poster), **smaltimento** (è la sezione dedicata al tipo di contenitore dove si conferisce il rifiuto) ed infine, **oggetti simili**: dove si tratta di

puntualizzare l'esistenza di **oggetti analoghi** che non hanno lo stesso conferimento del rifiuto in questione (es. scontrini e biglietti dell'autobus). Inoltre, **infondo**, a conclusione di tutto, viene inserito un **menù interattivo**, dedicato a far conoscere **altri tipi di scarti**.

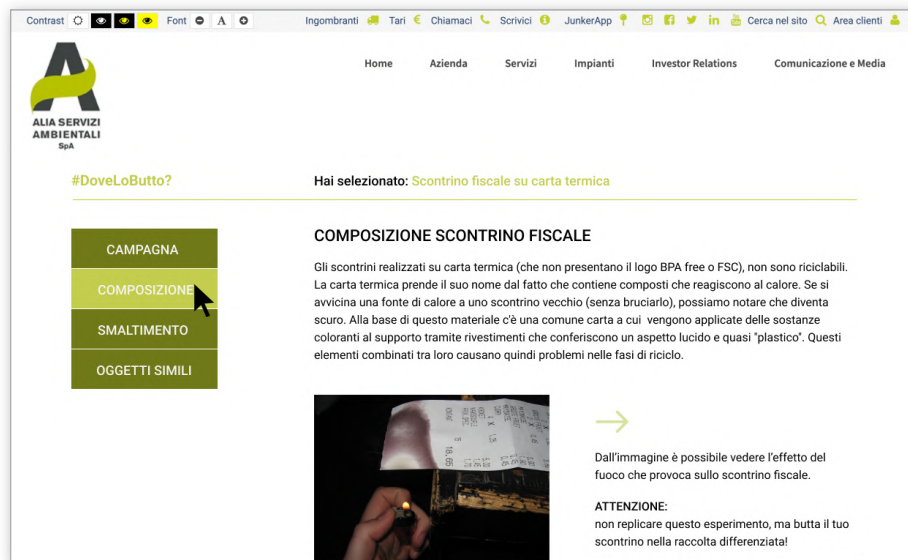


## Pagina Web Computer

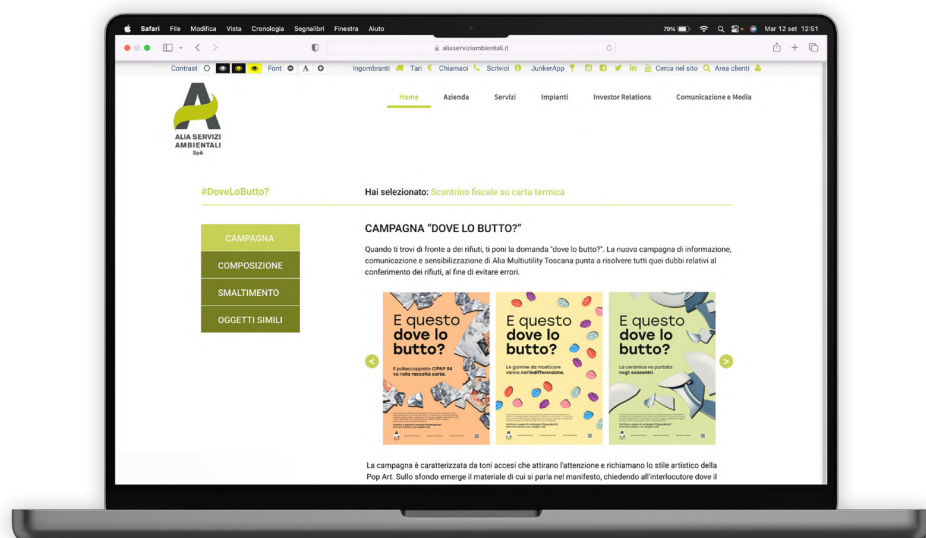
La pagina web sul sito Alia "dove lo butto?", non solo vuole essere un'**interazione** tra la campagna e l'utente tramite il manifesto, quest'ultima è anche una proposta per lo **sviluppo dell'area** già esistente nella **home** del sito Alia con **nome analogo**:



L'idea principale è di adottare la stessa disposizione e **lo stesso linguaggio** utilizzati da Alia sul sito web. Quando si effettua una **ricerca** tramite la barra di ricerca verde nella sezione specifica, verrà visualizzata immediatamente la **corretta procedura** di smaltimento. Se si fa clic sulla finestra pop-up, si verrà reindirizzati alla pagina che fornisce tutte le informazioni relative a quel tipo di rifiuto e alla campagna.

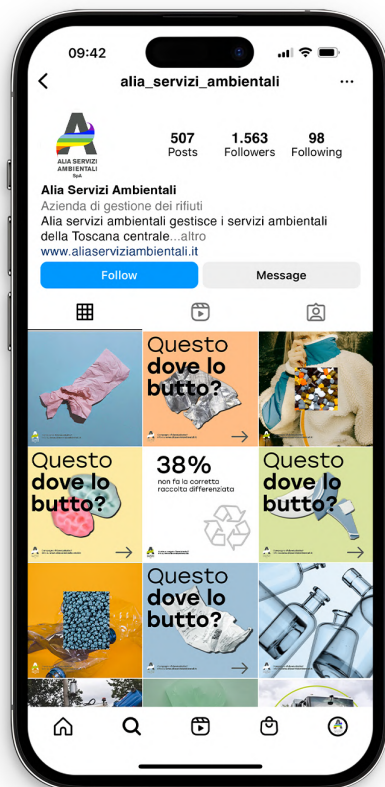


Il codice QR dimostra il funzionamento del sito dal computer



## Social media

Come social media di riferimento della campagna è stato pensato **Instagram** tra tutti quelli a disposizione di Alia, poiché è il social in cui l'ente è più **attivo** e dove può raggiungere un **numero più ampio** di persone.



Sul **feed Instagram** verranno pubblicati i **post carosello** per ogni rifiuto dei nove manifesti, alternati ad **altri generi di post** che tratteranno il tema del riciclo con tipologie di **materiali diversi**.





Infine, vengono anche pensati dei pacchetti di **storie Instagram** interattivi (con sondaggi e Quiz a tema), non solo per promuovere la campagna e creare un'interazione con il pubblico, ma anche per fare in modo che Alia possa **valutare** l'effettivo **miglioramento** nel corso della campagna.



# E questo dove lo butto?

La carta termica va  
nell'indifferenziata.

Gli scontrini fiscali sono solitamente composti da carte termiche e sostanze che reagiscono al calore e possono generare problemi nelle fasi del riciclo. Per questo, gli scontrini realizzati nella tradizionale carta termica non sono considerati riciclabili e devono essere gettati nel contenitore della raccolta indifferenziata.

Continua a seguire la campagna #DoveLoButto?  
Informati adesso e non sbagliare più!



[www.aliaserviziambientali.it](http://www.aliaserviziambientali.it)

[IG @alia\\_servizi\\_ambientali](https://www.instagram.com/aliaservizi_ambientali)

[FB Alia Servizi Ambientali](https://www.facebook.com/AliaServiziAmbientali)



# E questo dove lo butto?

La ceramica va portata  
negli ecocentri.

La ceramica costituisce uno dei materiali più complessi da smaltire correttamente. Per oggetti di uso quotidiano come piatti o piccoli manufatti, necessitano di essere conferiti tramite ecocentri o ecofurgoni. Nel caso di oggetti di dimensioni maggiori, è opportuno informarsi presso il centro di smaltimento Alia.

Continua a seguire la campagna #DoveLoButto?  
Informati adesso e non sbagliare più!



[www.aliaserviziambientali.it](http://www.aliaserviziambientali.it)

[IG @alia\\_servizi\\_ambientali](https://www.instagram.com/aliaservizi_ambientali)

[FB Alia Servizi Ambientali](https://www.facebook.com/AliaServiziAmbientali)

# E questo dove lo butto?

Le gomme da masticare  
vanno nell'indifferenziata.

Le gomme da masticare sono composte da asfalto e materiali plastici che le rendono non biodegradabili e dannose per l'ambiente se non smaltite correttamente (una gomma in media impiega cinque anni per decomporsi). Per questo, necessitano di essere conferite nel contenitore della raccolta indifferenziata.

Continua a seguire la campagna #DoveLoButto?  
Informati adesso e non sbagliare più!

[www.aliaserviziambientali.it](http://www.aliaserviziambientali.it)

[IG @alia\\_servizi\\_ambientali](https://www.instagram.com/aliaservizi_ambientali)

[FB Alia Servizi Ambientali](https://www.facebook.com/AliaServiziAmbientali)



# Conclusioni



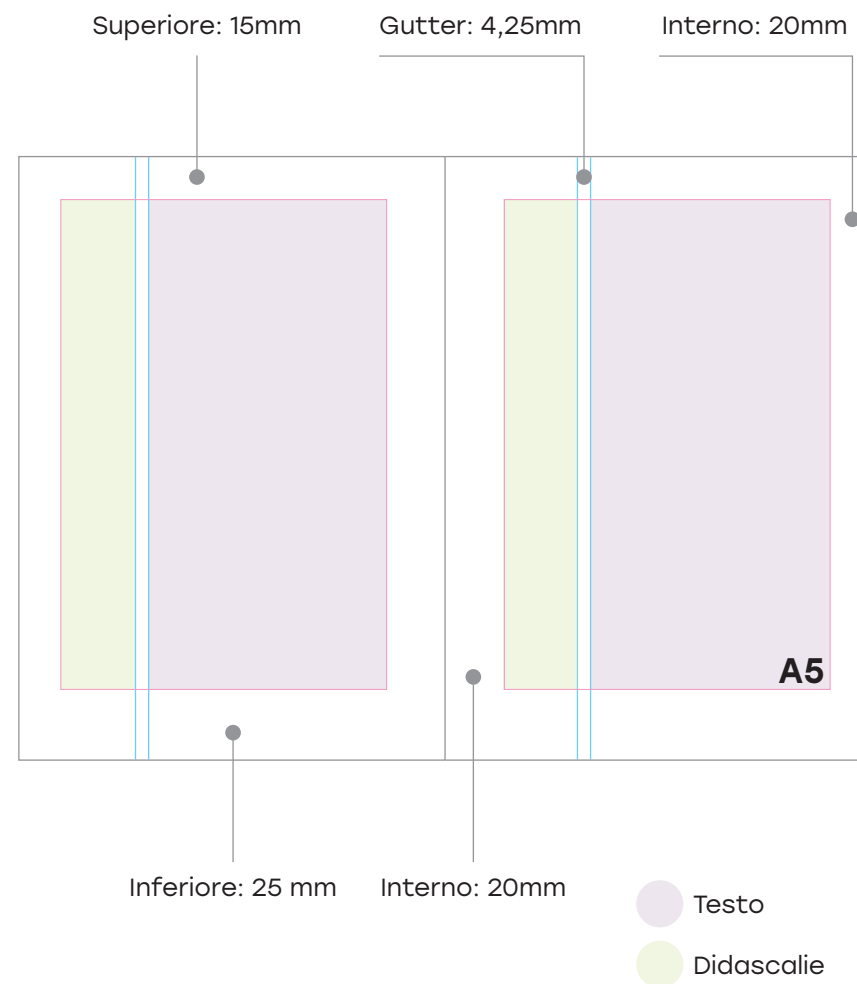
## Caratteri tipografici

## Impaginato

- ▶ **Titoli di capitolo**  
Stolzl Medium 40 pt, interlinea 50 pt
- ▶ **Sottotitoli**  
Stolzl Medium 20 pt, interlinea 18 pt
- ▶ **Titoli Didascalie**  
Stolzl Medium 12 pt, interlinea 13 pt
- ▶ **Didascalie**  
Mixta Didone Regular 9,5 pt, interlinea 10 pt
- ▶ **Corpo di testo**  
Stolzl Book 9,5 pt, interlinea 13,5 pt  
Stolzl Medium 9,5, interlinea 14,5 pt

## Margini formato e griglia

La **griglia** che viene usata principalmente all'interno dell'impaginato è composta da **due colonne**: quella piccola ospita la parte didascalica, quella grande il testo.  
Il tutto adattato all'interno di un **formato A5**.



## Altra griglia

Inoltre, è presente all'interno dell'impaginato una **seconda griglia**, nella quale la colonna dedicata alle didascalie viene unita a quella del testo, sviluppando così tutto su di un'unica colonna. Questo permette di ottenere una **migliore gestione** degli spazi, in particolare per la parte dedicata all'**indagine** sulla raccolta differenziata (dal momento che presenta più dati da dover illustrare).



### Occupazione e residenza/convinvenza

Abbiamo riscontrato che la **maggior parte** delle persone che hanno collaborato all'interno dell'indagine sono: **studenti, lavoratori, pensionati** ecc. che per lo **più** abitano in **famiglia**, mentre il rimanente **27,77%** o **da solo** oppure con **coinquilini**.

### Consapevolezza sul tema

Durante l'indagine abbiamo riscontrato che **tutti i partecipanti** di sondaggio **svolgono la raccolta differenziata**. Al tempo stesso, **più della metà (70,4%)** ritiene che questa tipologia di azione sia di **fondamentale importanza**. Nonostante ciò in **pochi (13%)** ritiene di avere una **conoscenza esaustiva** e completa sul tema della raccolta e smaltimento rifiuti.

### Modalità di svolgimento

Successivamente, abbiamo chiesto, in **basse alla zona**, di indicarci quali sono le **modalità di svolgimento** della raccolta, al tal proposito sono emersi questi dati:

### Raccolta differenziata

Come anticipato, per raccolta differenziata si intende l'azione di **raccolgere separatamente** alcuni tipi di rifiuti con lo scopo di rendere più conveniente e più **alcune** il loro successivo **smaltimento e riutilizzo** (o riciclaggio). Questo allo scopo di **recuperare risorse** dai rifiuti ottenendo il **risparmio di materie prime** e **riduzione della quantità di scarti**, evitando la dispersione incontrollata nell'ambiente di possibili **sostanze tossiche** che possano diventare un **pericolo** per gli esseri viventi.

In media, un chilo di spazzatura domestica è costituito da un **37%** di rifiuti organici (alimenti), da un **7%** di carta, cartone e affini, legno e altro, da un **9%** e più di plastiche, da un altro **30%** di materiali vari con maggiore

Gli ultimi dati dello svolgimento della raccolta differenziata in Italia affermano che questa ha riguardato il **63%** delle **29 miliardi di tonnellate di rifiuti urbani** prodotti. La differenziata va dal **54%** dei rifiuti del Sud al **71%** di quelli del Nord passando per il **69%** di quelli del Centro. L'area che più produce rifiuti a fronte della popolazione è il **Centro Italia**, con **624 kg di rifiuti annui** per abitante, seguito dal **Nord** con **606** e dal **Sud** con **442**.

La **verità** di rifiuti quotidiani ad oggi è aumentata grazie alle **nuove tipologie di materiali** che nascono da combinazione diverse (tetrapak), oppure altri come gli scontrini fiscali (molti fatti in carta termica non riciclabile) e cartone della pizza, che seppure fatti in materiale cartaceo, non è detto debbano finire nella raccolta della carta. A tal proposito sono state inserite sui prodotti **indicazioni** per facilitare la raccolta differenziata agli utenti, ne vengono riportate alcune qui di seguito.

### Metodi di smaltimento rifiuti

Esistono diversi modi di smaltimento dei rifiuti: una volta riconosciuti e classificati, è possibile coprire dove smaltirli.

#### DISCARICA

**Cinque** test dell'immondizia raccolta in Italia, finisce ancora nelle **discariche a cielo aperto** (solitamente la scelta più economica). Il lato positivo è che, a differenza di qualche anno fa, le discariche sono ormai **impianti controllati** ed efficienti, dotati di **sistemi di implementazione** che proteggono il suolo e le falde acquifere, oppure sistemi di recupero dei gas prodotti dalla frammentazione dei rifiuti stessi. Nonostante ciò, la destinazione dei rifiuti in discarica è la **soluzione peggiore** perché rappresenta un **grande spreco di energia**, **grossi spazi** vengono occupati da montagne di immondizia, che non vedrà una seconda vita.

#### INCENERITORE

Un'altra soluzione per smaltire i rifiuti sono gli inceneritori detti **termovalorizzatori** (purtroppo pochi in Italia) che bruciando i rifiuti generando così **calore** che viene utilizzato per scopi di **riscaldamento**. Questo permette ai rifiuti stessi di "continuare" il loro ciclo di vita ed essere utili per i cittadini, ma lo **spreco di energia** e i **costi** sono notevoli.

#### RICICLAGGIO

Il sistema migliore per lo smaltimento è senza dubbio il **riciclaggio** grazie al quale si dona una **seconda vita** ai rifiuti **evitando** così altri **costi** e **sprechi di energia**. Dal punto di vista ecologico questo processo di trasformazione dei rifiuti in materiali riutilizzabili, costituisce l'**alternativa**

### più vantaggiosa.

Gli altri metodi visti in precedenza hanno un **impatto ambientale** non trascurabile che li rendono scelte da evitare, anche se purtroppo non sempre è fattibile. Il riciclaggio infatti, a differenza degli inceneritori e delle discariche, presenta molti **vantaggi**:

- Riduzione delle **emissioni atmosferiche** di sostanze, come l'anidride carbonica, responsabili dell'effetto serra;
- Riduzione dei **consumi di energia**;
- Riduzione dell'**estrazione di risorse non rinnovabili**, come i **metalli e carbone, petrolio e metano**;
- Riduzione dello **sfruttamento di risorse rinnovabili**.

Il riciclaggio ha però bisogno di sapere come fare correttamente la **raccolta differenziata**: quest'ultima indispensabile per questo tipo di smaltimento. Fortunatamente, negli ultimi anni, sia per le **leggi regionali** in vigore sia per una **diffusa coscienza ecologica** di rispetto per l'ambiente, i cittadini raccolgono e conferiscono i rifiuti con criterio, **suddividendoli** secondo la loro natura (carta, vetro, lattine, ecc.) rendendo possibile il loro riciclaggio.

# Sitografia

Sito Alia servizi  
ambientali  
consultazione  
16-10-2023

<https://www.aliaserviziambientali.it/>

Sito Geopop  
consultazione  
16-10-2023

<https://www.geopop.it/>

Sito Revet  
consultazione  
16-10-2023

<https://www.revet.com/>

Sito Ana  
Domínguez  
consultazione  
16-10-2023

<https://www.ignant.com/2018/11/01/the-art-of-balance-a-conversation-with-ana-dominguez-on-graphic-design-and-absurdity/>

Sito Coreplast  
consultazione  
16-10-2023

<https://coreplast.it/>

Sito ISTAT  
Domínguez  
consultazione  
16-10-2023

<https://www.istat.it/it/>

Sito  
Legambiente  
consultazione  
16-10-2023

<https://www.legambiente.it/>

Sito ONU  
Agenda 2030  
consultazione  
16-10-2023

<https://unric.org/it/agenda-2030/>

Siti immagini:  
Unsplash e Pexels  
consultazione  
16-10-2023

<https://unsplash.com/>  
<https://www.pexels.com/it-it/>



Questo book è stato realizzato  
al 100% in carta riciclata