

Tenere la città pulita è un gioco di squadra Nuova campagna di comunicazione di Alia Multiutility per coinvolgere i cittadini nel mantenere il decoro del verde e degli spazi urbani comuni La corretta gestione dei rifiuti può valere un risparmio di 20 milioni di euro all'anno

***La presentazione al PalaWanny con i dipendenti Alia protagonisti dello spot
Il presidente Perra: 'Il nostro impegno quotidiano ha bisogno dell'aiuto di tutti'***

Firenze, 9.2.2024 – 'Tenere la città pulita è un gioco di squadra' è il *claim* della nuova campagna di comunicazione di **Alia Multiutility**, che mira al coinvolgimento e all'ingaggio dei cittadini nella cura degli spazi comuni, chiedendo a ognuno impegno e determinazione nel mantenere al meglio il decoro e la bellezza delle città. 'Tutti possono e devono **fare la propria parte** e questo è il motivo per cui ci rivolgiamo direttamente agli utenti. Ad Alia spetta naturalmente il compito di garantire servizi di pulizia sempre **più efficienti e tempestivi** e su questo fronte continueremo a rafforzare il nostro impegno, ma è chiaro che senza l'apporto dei cittadini quello sforzo non può essere sufficiente', dice **Lorenzo Perra**, presidente di Alia Multiutility, azienda dei servizi pubblici dell'Italia centrale, attiva nei settori ambiente, ciclo idrico integrato ed energia.

'Abbiamo avviato un percorso originale: la campagna è stata progettata dopo una importante fase di **ascolto** dei nostri stakeholders, i messaggi sono stati testati con un team di ricercatori di economia comportamentale e questa sarà la prima campagna multicanale integrata che sarà sviluppata su tutti i Comuni dell'**Ato Centro**', commenta **Giuseppe Meduri**, direttore Relazioni esterne, Comunicazione e Sostenibilità di Alia Multiutility. 'Saranno due i focus principali della campagna: più **decoro** e più **raccolta differenziata**. Il primo semestre sarà dedicato a stimolare la partecipazione attiva dei cittadini nel mantenimento del decoro e della pulizia degli spazi comuni, nel secondo semestre partirà invece la serie di materiali dedicata all'informazione sui **corretti conferimenti** e i benefici per l'ambiente e per l'economia circolare'.

La presentazione della nuova campagna di comunicazione si è svolta questa mattina a Firenze, all'interno di **Palazzo Wanny**, arena polifunzionale inaugurata due anni fa grazie all'impegno di Wanny Di Filippo, patron del Bisonte Volley, squadra che nel palazzetto di San Bartolo a Cintoia disputa le proprie partite casalinghe. Una location che indica in modo chiaro e diretto il richiamo al **'gioco di squadra'**, che si è quindi rivelata lo scenario ideale per la presentazione della **campagna di comunicazione corporate 2024** di Alia Multiutility, alla quale hanno preso parte non solo i vertici dell'azienda e Chiara Ferrari di **Bam**, l'agenzia vincitrice della gara creativa a cui è stata affidata la realizzazione della campagna, ma anche alcuni **dipendenti Alia** che sono fra i protagonisti dello spot

tv che rappresenta l'elemento centrale della campagna stessa. 'Un gioco di squadra da realizzare con i cittadini - aggiunge Perra - ma anche con gli stessi dipendenti Alia, senza la cui **dedizione** e senza il cui **spirito di comunità** niente di tutto questo sarebbe possibile'.

Lo **spot** parte dall'inquadratura di un ragazzino che, tornando a casa da scuola, vede un sacchetto pieno di rifiuti abbandonato a terra e decide di porre rimedio personalmente a quel **gesto di inciviltà**. Con un abile colpo di tacco solleva il sacchetto da terra, poi una serie di passaggi fra alcuni passanti fa arrivare quel sacchetto in mano agli operatori Alia, che spediscono i rifiuti all'interno del **cassonetto** della differenziata, lì dove avrebbero dovuto essere gettati fin dall'inizio. Operatori Alia che non sono interpretati da semplici comparse, ma da **reali dipendenti** dell'azienda, selezionati per prendere parte allo spot grazie a una **call interna** molto partecipata, nel corso della quale l'entusiasmo e la voglia di esserci si sono rivelati contagiosi.

'Tutti dobbiamo sentirci responsabili del decoro delle nostre città, mentre spesso assistiamo alla **sottovalutazione** di quanto sia importante, anche dal punto di vista economico, centrare l'obiettivo di una **corretta gestione** dei rifiuti', aggiunge Lorenzo Perra. 'Abbiamo calcolato che i costi aggiuntivi legati a questa sottovalutazione, che in alcuni casi si concretizza nella scarsa attenzione verso i corretti conferimenti e in altri casi in gesti di vera e propria **inciviltà**, si aggirano intorno ai **20 milioni** di euro all'anno, solo per stare ai territori che Alia gestisce direttamente. E stiamo parlando di una cifra calcolata probabilmente per difetto e che risulta dalla somma dei **costi aggiuntivi**, a carico dell'intera comunità, derivanti da comportamenti diversi fra loro: si va dagli **errati conferimenti** nell'effettuare la raccolta differenziata, agli **abbandoni** dei rifiuti, dagli **atti vandalici** che prendono di mira i cassonetti al così detto **littering**, ossia i micro-abbandoni che troppo spesso coinvolgono gli spazi pubblici delle nostre città'.

Oltre che dallo spot tv da 30 secondi, la campagna di comunicazione - pensata sia per i territori in cui sono presenti i cassonetti stradali, sia per quelli in cui è attivo il **porta a porta** - sarà arricchita anche da uno spot radio, da manifesti, cartelloni e banner digitali e sarà veicolata attraverso quotidiani online e offline, televisioni, cinema, radio e canali social dell'azienda. Frutto della collaborazione fra l'area comunicazione di Alia e Bam, la campagna di comunicazione è destinata a essere **implementata** e sviluppata nel corso dei prossimi mesi grazie a contenuti in continua evoluzione ed è stata messa a punto anche grazie alla collaborazione avviata con un **team di ricercatori** in Economia comportamentale del corso di dottorato in 'Social Sciences for Sustainability and Wellbeing' promosso dal dipartimento per l'Economia e l'impresa (Disei) **dell'Università di Firenze**. Un accordo che ha permesso di condividere modelli di analisi dei dati basati sui sentimenti degli utenti, così da costruire messaggi in grado di motivare comportamenti positivi attraverso il linguaggio universale dello sport.

'La campagna che Alia ha lanciato oggi in tutti i nostri Comuni è importante perché invita cittadine e cittadini ad essere responsabili, ad un **patto** per cui il bene comune è di tutti e tutti dobbiamo prendercene cura', commenta **Andrea Giorgio**, presidente di Ato Centro e assessore all'Ambiente del Comune di Firenze. 'Abbiamo una tassa odiosa di 20 milioni di euro all'anno che spendiamo per



curare i nostri territori dall'inciviltà di chi abbandona rifiuti, sporca il territorio e ha comportamenti non corretti nei confronti dell'ambiente. Vogliamo **abbattere** questa tassa che ricade su ogni cittadino, ma per eliminarla è importante che diano una mano gli operatori, l'azienda, ma anche i cittadini. È un lavoro di squadra ed è importante farlo tutti insieme'.