

Identità del progetto:  
naming, lettering e sua declinazione sul sito e social network  
visual identity, brochure istituzionale

Conai, Corepla, Assobioplastiche, Cic, nell'avviare un progetto orientato a promuovere i ricicli virtuosi degli imballaggi in plastica e bioplastica, necessitano di:

- **naming che identifichi il progetto**  
essendo il progetto orientato anche al web, l'esigenza del naming dovrà considerare la disponibilità del nome a dominio nella versione .org, .com e .it;
- **marchio (logotipo e pittogramma) unico e distintivo**  
dovrà essere fresco, chiaro e intuitivo capace di comunicare l'identità, le aspirazioni e i valori del progetto;
- **visual identity**  
la parte visiva della corporate identity dovrà dialogare con il rimanente mondo dei segni connotativi incarnando l'obiettivo dichiarato: il riciclo virtuoso degli imballaggi in plastica e bioplastica. Congruenza tra marchio, naming, colori e utilizzo dei caratteri tipografici con particolare attenzione a semantica, iconografia, cromia, fonetica e morfologia allo scopo di trasmettere un messaggio inequivocabile pur utilizzando media molto diversi fra di loro;
- **brochure istituzionale**  
strumento cartaceo, a grande diffusione, capace di raccontare gli obiettivi del progetto. Si ipotizza una foliazione di circa 8-12 facciate in un formato sottomultiplo dell'A4.

### Il committente

Il nostro cliente si identifica in un comitato composto da Conai, Corepla, Assobioplastiche e Cic. L'obiettivo è quello di comunicare un progetto condiviso tra quattro attori.

**Conai** (Consorzio Nazionale Imballaggi): è un consorzio privato che assicura a livello nazionale il raggiungimento degli obiettivi di recupero e riciclo di tutti i materiali di imballaggio. Al Conai aderiscono i consorzi di filiera che si interessano del riciclo di specifiche categorie di imballaggi (vetro, plastica, legno, carta e cartone, acciaio)

**Corepla** (Consorzio Nazionale per la raccolta il riciclaggio e il recupero degli imballaggi in plastica): anch'esso è un consorzio privato che partecipa al sistema Conai per ciò che riguarda gli imballaggi in plastica

**Assobioplastiche** (Associazione Italiana delle bioplastiche e dei materiali biodegradabili e compostabili): associazione privata tra produttori di materie prime, di manufatti e distributori di plastiche biodegradabili e compostabili. Tra i soci figura anche il Consorzio Italiano Compostatori (CIC)

**CIC** (consorzio Italiano Compostatori): è l'associazione che riunisce imprese, enti pubblici e privati, produttori di compost e altre organizzazioni interessate alle attività di compostaggio.

Tra queste quattro entità è stato steso un accordo di programma con lo scopo di "favorire e promuovere la migliore gestione ambientale degli imballaggi in plastica biodegradabile e compostabile".

Gli imballaggi in plastica e in bioplastica, anche se apparentemente simili, per essere riciclati devono mantenere un percorso "post consumer" separato. L'obiettivo è quello di comunicare in modo efficace che, se correttamente conferiti, differenziati e riciclati:

- gli imballaggi in plastica si trasformano in nuova materia prima per nuovi manufatti in plastica,
- gli imballaggi in bioplastica, essendo biodegradabili e compostabili, si trasformano in compost.

### **Obiettivi di comunicazione**

Nella maggior parte degli utilizzatori esiste la consapevolezza, grazie al grande lavoro di informazione fatto in questi anni, che solo conferendo correttamente gli imballaggi in plastica questi diventano una nuova risorsa; è oggi necessario creare la stessa consapevolezza anche nei confronti della bioplastica.

Si avrà un compost di qualità se nella frazione organica saranno conferiti solo rifiuti organici e imballaggi in bioplastica e si avrà un polimero riciclato di qualità se la raccolta degli imballaggi in plastica non saranno presenti bioplastiche.

È quindi interesse di tutti favorire e promuovere una corretta gestione del conferimento degli imballaggi in plastica e in bioplastica, per questo vogliamo insegnare all'utilizzatore l'equazione:

- corretto riciclo imballaggio in plastica = nuova materia prima per utili manufatti,
- corretto riciclo imballaggio in bioplastica = ottimo compost per la terra.

L'obiettivo primario del progetto è, quindi, dare gli strumenti agli utilizzatori per porsi in modo più consapevole e rispettoso verso l'ambiente imparando a distinguere e differenziare le plastiche dalle bioplastiche.

### **Target**

Possiamo dire che essendo tutti gli utilizzatori dei conferitori di MSW (Municipal Solid Waste) il nostro target è indifferenziato nell'età, nella cultura e spazia in tutto il nostro Paese. Volendo pensare però alle diverse forme di comunicazione è bene suddividere gli utilizzatori in tutte le loro declinazioni: ragazzi/studenti, giovani, famiglie, anziani, nuovi cittadini. Ulteriori target di riferimento sono pure le istituzioni e gli operatori economici.

### **Barriere**

Esiste certamente una barriera geografica e comportamentale, compresa la limitata conoscenza in tema di compostaggio da parte del cittadino, ma anche un servizio della pubblica amministrazione di raccolta differenziata spesso carente. Questo insieme di componenti limitano lo sviluppo armonico del servizio di RD.

### **Consumer insight**

Il cittadino si trova quotidianamente a dover differenziare innumerevoli materiali dovendo distinguerli per forza di cose "frettolosamente". Riconoscere e distinguere le plastiche dalle bioplastiche può mettere a dura prova la buona volontà. Esiste una normativa di settore e dei marchi di certificazione che possono aiutare nella fatica, aiutiamolo a trovarli e riconoscerli.

### **Promessa**

Non stiamo vendendo un prodotto e nemmeno un servizio. La nostra promessa è "un utilizzo sostenibile delle risorse" allo scopo di preservare l'ambiente migliorando la raccolta differenziata. L'obiettivo lo si ottiene con un maggior impegno da parte di tutti i componenti della "filiera ambientale": ricerca pubblica e privata, industria chimica e manifatturiera, enti pubblici, multiutility e cittadini.

### **Reason why**

Differenziare i rifiuti significa riutilizzare le materie prime e/o renderle nuovamente utili, o meglio, contribuire a preservare le risorse naturali, dando vita ad una economia circolare. Differenziare correttamente i rifiuti è l'unica strada percorribile: le risorse della terra non sono infinite e il percorso del Riduci, Riusa e Ricicla è l'unica strada percorribile

### **Tono della voce**

La campagna deve trasferire autorevolezza, rigore scientifico (risultato di un grosso lavoro di ricerca) e puntare sulla forza delle parole. Il tono di voce è professionale, ma acuto, non provocatorio. Sicuro di sé, ma mai retorico né banale.

### **Canali media**

Web e principali social network supportati da campagne advertising online sulle varie piattaforme. Stampa e radio con visibilità nazionale. Eventi.