



## COMUNICATO STAMPA N.2

### IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE E IL COINVOLGIMENTO DELLE ISTITUZIONI

**La scelta di un messaggio etico per richiamare la città al valore del decoro. Immagini inedite di Ancona ed il contrasto tra positivo e negativo come leva per stimolare nei cittadini una presa di posizione verso uno spazio urbano condiviso.**

**Invariati i costi di recupero straordinario per gli abbandoni indiscriminati.**

### IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE

La campagna di comunicazione 2015 di **Anconambiente, Comune di Ancona e ATA Rifiuti** lancia un **forte messaggio sociale** nella sua prima declinazione informativa e pubblicitaria in apertura delle diverse fasi che verranno poi sviluppate nel corso dell'anno.

La campagna etica 2015 propone un **visual multisoggetto in 12 diverse combinazioni** ed ha come obiettivo l'immediatezza del messaggio: la scelta dei mezzi utilizzati confermano questo intento. Concentrandosi infatti totalmente sul problema del decoro urbano, il **manifesto** è senz'altro lo strumento di maggiore capillarità se sfruttato nei diversi formati e se adattato capillarmente negli spazi urbani (pubblicità statica con affissioni manifesto 100x140 e 6x3 e pubblicità dinamica su mezzi di trasporto pubblico).

Ciò che si vuole comunicare deve dunque essere letto con immediatezza, in velocità (anche da un'auto o da altro mezzo in movimento) e "colpendo nel segno". Alla bellezza estetica dell'immagine si è preferito l'impatto visivo – anche se non privo di misura ed eleganza formale – ricercato attraverso una sinergia tra soggetti rappresentati e testo del messaggio.

La figura retorica di questa comunicazione complessiva è **l'antitesi**, cioè la contrapposizione speculare (adattata in verticale e orizzontale, a seconda dei formati) di due immagini con rappresentazioni opposte: un particolare di ambiente urbano con evidenti connotazioni di abbandono (in bianco e nero) e un secondo scorcio di città piacevole, luminoso, abitabile, proposto in senso positivo (facendo quindi emergere i colori), per far leggere l'amore e la cura.

**Sulla prima immagine** è impaginato un testo incisivo, fatto di poche parole che definiscono lo squallore e ne denunciano le cause:

***sporizia incuria degrado***

**Sulla seconda immagine** sono espressi i concetti opposti, accostando i comportamenti che producono la bellezza dell'immagine rappresentata.

***pulizia cura civiltà***

Per entrambe le immagini vale **il claim della campagna**, un messaggio assertivo rivolto ai cittadini, invitati a un comportamento responsabile, "civile", di corretto uso dei loro spazi pubblici.

***Nuovo rispetto per la città.***

La forza del messaggio è anche determinata dalla **scelta di scatti fotografici reali**, particolarmente degradati della città di Ancona e proposti nella drammaticità del bianco e nero con didascalia informativa. Ciò dà maggior peso alla denuncia di deprecabili comportamenti di utilizzo degli spazi pubblici, quasi come si trattasse di **un reportage per immagini**, di un servizio giornalistico.

Il messaggio è firmato da AnconaAmbiente, per il quale è stato coniato **un nuovo pay off**:

***Insieme a te, per la bellezza del territorio.***

Una frase identificativa dell'attività del gestore e al tempo stesso un invito di collaborazione rivolto ai cittadini affinché mettano in atto le buone pratiche da cui nascono tutti i valori di un territorio, in primis la sua bellezza.

---

## **FOCUS SUGLI ABBANDONI INDISCRIMINATI DEI RIFIUTI NEL COMUNE DI ANCONA**

Il problema del decoro urbano è strettamente collegato anche agli abbandoni indiscriminati dei rifiuti per i quali **nel 2013 sono stati spesi oltre € 150.000 per il recupero sul territorio**, con ricaduta inevitabile sui costi collettivi per i cittadini. I **dati 2014** parlano purtroppo di una spesa invariata ma evidenziano due diversi trend:

1. Nelle postazioni monitorate con fototrappole del Comune di Ancona, il livello di abbandoni si è sensibilmente ridotto anche se **si iniziano a configurare nuovi siti** in cui il fenomeno insiste
2. La tipologia dei rifiuti abbandonati fa emergere la prassi sempre più consolidata dell'abbandono di materiali edili e di manutenzione: a fronte della parziale diminuzione di abbandoni domestici, sono **in forte aumento i materiali inerti smaltiti abusivamente** da ditte.

# IL COINVOLGIMENTO DELLE ISTITUZIONI

## Comune di Ancona

"Siamo fortemente motivati nel lanciare e supportare questa campagna di sensibilizzazione - riferisce l'Assessore alle Politiche di Bilancio, AnconaAmbiente e al ciclo integrato dei rifiuti, **Fabio Fiorillo**. Per porre un freno ai fenomeni di incuria e abbandono che sono la causa del degrado urbano, dobbiamo riattivare quella coscienza civica che è assopita in molti di noi. Dobbiamo recuperare quel senso di responsabilità verso un patrimonio comune da salvaguardare giorno dopo giorno. Sporcare, trascurare, rovinare causano un danno, che va riparato e che ha un costo: quel costo, non trascurabile, va coperto andando a pesare sulle tasche di ciascuno di noi attraverso la TARI. E' un circolo vizioso che soltanto con la collaborazione di tutti si può interrompere".

"Questa Amministrazione si è impegnata fin dall'inizio in favore del decoro - puntualizza l'Assessore alla Partecipazione Democratica, alle Manutenzioni e alla Sicurezza, **Stefano Foresi**. Per dare risposte concrete alla cittadinanza abbiamo attivato sei postazioni e stiamo lavorando continuamente su alcuni progetti del centro storico e nella seconda Ancona. Chiediamo ai cittadini di impegnarsi seriamente per una città più pulita e bella: semplicemente seguendo le regole, le date, gli orari del ritiro dei rifiuti possiamo raggiungere tutti insieme importanti risultati. Facendo ognuno la propria parte."

"Lo spazio in cui viviamo - sottolinea l'Assessore alla Cultura del Comune di Ancona, **Paolo Marasca** - è uno spazio collettivo: con noi ci sono altri. Non siamo soli, non siamo isole. Ogni nostro gesto ha una ripercussione sugli altri, e ancora di più se si tratta di un gesto irrispettoso per lo spazio che condividiamo. Poiché ha una ripercussione sugli altri, il nostro gesto ci torna indietro come un boomerang. I servizi che si occupano di pulizia e decoro devono sempre migliorare, è vero. Ma è altrettanto vero che ogni singolo cittadino partecipa, con la sua vita quotidiana, a questi servizi. Quando differenziamo correttamente, quando rispettiamo i tempi di consegna, quando evitiamo di gettare una cicca in terra, quando conserviamo una cartaccia in mano fino al prossimo cestino, partecipiamo a un servizio che sta migliorando. Chi di noi fa il contrario, genera un disservizio per se stesso, e per tutta la comunità, e costringe chi svolge un servizio di pulizia a rimediare al posto suo, rubando agli altri tempo, decoro, attenzione. Per questo la campagna che parte è da lodare: è una campagna di coscienza."

## **Elisabetta Cecchini – Direttore ATA Rifiuti**

“Presentiamo questa mattina un nuovo progetto di comunicazione ambientale che, pur caratterizzandosi per una complessa strategia di azioni e interventi che si susseguiranno nei prossimi mesi, dichiara palesemente il suo obiettivo già in questa fase iniziale: affidare a ciascun amministratore, tecnico, operatore del settore ambientale, cittadino, studente, insegnante, operatore economico della città, un ruolo da protagonista, responsabilizzandone le scelte. Saranno infatti proprio le piccole o grandi scelte che ciascuno compirà ogni giorno a decretare il livello di sostenibilità ambientale e vivibilità della città di Ancona. Fare o non fare raccolta differenziata, aver cura dei propri contenitori colorati o abbandonarli a se stessi in strada, smaltire correttamente gli oggetti ingombranti o scaricarli nel vicolo più vicino, impegnarsi in corrette pratiche di riduzione del rifiuto e dell'inquinamento che ne deriva o consumare indiscriminatamente risorse.

L'ATA, l'authority pubblica che si occupa della governance del ciclo dei rifiuti, ha tra i propri scopi proprio quello di favorire e sostenere la sensibilità ambientale di chi vive il territorio della provincia di Ancona e crediamo che questo progetto, sviluppato con il Comune e AnconAmbiente, vada proprio nella direzione giusta”.

## **Antonio Gitto – Presidente AnconAmbiente**

“Nessuna campagna di comunicazione pubblica può dirsi veramente riuscita se non cerca di creare una relazione coi suoi destinatari. Con questa campagna abbiamo cercato di restituire ai cittadini l'immagine della nostra città vista nei suoi contesti positivi e negativi, dove ognuno di noi si inserisce col proprio ruolo. Ci auguriamo che susciti delle reazioni perché soltanto quando si chiama in causa un senso di responsabilità individuale si creano gli stimoli giusti per fare. AnconAmbiente prosegue fermamente nel suo impegno, ma ha bisogno di non sentirsi sola: chi si comporta civilmente ci offre già un grande contributo”.

---

Ufficio Comunicazione AnconAmbiente

Stefania Zolotti

s.zolotti@anconambiente.it

071.2809830 / 348.4220730