

ALLEGATO 2

PROPOSTA DI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE MIRATA A MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA (€150.000,00)

Il piano di comunicazione si struttura **principalmente su tre filoni di attività** che mirano a integrare la comunicazione già in atto sulle scuole e sull'educazione dei giovani, spostando il focus sugli utenti e il loro ruolo nel tenere un comportamento virtuoso ed integrando le campagne già messe in atto per migliorare e porre attenzione alla QUALITÀ della raccolta differenziata oltre alla quantità della stessa.

IL TARGET

Il principale target della campagna di comunicazione saranno gli utenti compresi in tutte le fasce di età che vanno dai giovani agli adulti e agli anziani di tutto il bacino con particolare concentrazione nelle aree dove si segnalano maggiori criticità.

LOCALIZZAZIONE E CONCENTRAZIONE

Per massimizzare gli effetti e coprire il maggior numero di utenti sul territorio del bacino Acea prevenendo comportamenti scorretti anche laddove non vi siano criticità evidenti, si utilizzeranno strumenti di comunicazione generalista locale (settimanali e giornali online) per diffondere una campagna di comunicazione che estenda l'effetto a tutto il bacino. Per le aree territoriali dove si è riscontrata maggior criticità verrà attuato all'uopo un piano specifico volto a concentrare la forza d'azione adottando ulteriori mezzi di comunicazione individuali che incrementino la potenza e la penetrazione dei messaggi anche alla popolazione più refrattaria al comportamento civile e alle tematiche ambientali.

STRUMENTI

- **REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI ADVERTISING** con taglio pubblicitario informativo studiata da pubblicitari per fare comprendere il valore economico del fare bene e di qualità la differenziata per contenere i costi. Tale campagna avrà come oggetto un contest tra i Comuni del Territorio di Acea Pinerolese Industriale, che stimoli la proattività del target della campagna comunicativa ed il Comune che avrà raggiunto il risultato migliore verrà premiato con l'installazione di giochi inclusivi, presso un'area definita dal Comune stesso.
- **SOCIAL MEDIA** Declinazione pubblicitaria social della campagna di advertising sopra
- Azioni di media relations e ufficio stampa limitate a aggiornare e dare visibilità sui risultati e miglioramenti della raccolta come incentivo a fare bene la raccolta differenziata e "premiare" indirettamente chi fa bene la raccolta differenziata.

Azioni specifiche nelle aree di maggiore criticità circoscritta e comportamenti scorretti

- Manifesti e affissione come strumento di ulteriore penetrazione pubblicitaria informativa solo nelle aree dove si evidenziano le criticità (affissioni comunali)