

## L'Acsel vuole fare un "Salto di qualità"

Alessio Ciacci: "Sono molte le novità di questa nuova campagna di comunicazione"

# RACCOLTA DIFFERENZIATA FACCIAMO UN SALTO DI QUALITÀ



INFORMAZIONE AZIENDALE 28 APRILE 2016

**S.AMBROGIO** – Al via la campagna di comunicazione e sensibilizzazione sulla raccolta differenziata 2016. Parte ufficialmente la nuova campagna di comunicazione e sensibilizzazione la raccolta differenziata di Acsel Spa che prevede numerose attività ed iniziative che coinvolgeranno i cittadini, le utenze non domestiche, i turisti, le scuole.

L'immagine e lo slogan adottati invitano a fare il "Salto di qualità": si sono raggiunti infatti in questi anni buoni risultati di raccolta differenziata ma è necessario, continuare a crescere e porre attenzione anche alla qualità dei materiali che si inseriscono nei contenitori evitando così la presenza di impurità e permettendo di ricevere maggiori contributi per la raccolta differenziata. La strategia adottata prevede la capillarità ed incisività dell'informazione, strumenti informativi semplici e riconoscibili su ogni materiale che verrà realizzato. Le attività sono suddivise in tre principali aree di intervento: contatto diretto con l'utenza, educazione ambientale e campagna di comunicazione generale. "Sono molte le novità di questa nuova campagna di comunicazione – afferma il Presidente di Acsel Spa **Alessio Ciacci**. – La prima è un percorso di coinvolgimento per la realizzazione della campagna dei comuni che sono stati coinvolti in una partecipata assise a questo dedicata. La seconda è stato il coinvolgimento attivo dei Consorzi di filiera del riciclo dei vari materiali che hanno partecipato sia nei contenuti, sia economicamente, alla realizzazione della campagna che coinvolgerà attivamente tutte le utenze della Valle di Susa". L'immagine e lo slogan adottati invitano a fare il "Salto di qualità": si sono raggiunti infatti in questi anni buoni risultati di raccolta differenziata ma è necessario, continuare a crescere e porre attenzione anche alla qualità dei materiali che si inseriscono nei contenitori evitando così la presenza di impurità e permettendo di ricevere maggiori contributi per la raccolta differenziata.

La strategia adottata prevede la capillarità ed incisività dell'informazione, strumenti informativi semplici e riconoscibili su ogni materiale che verrà realizzato. Le attività sono suddivise in tre principali aree di intervento: contatto diretto con l'utenza, educazione ambientale e campagna di comunicazione generale.