

PLASTIC FREE

GORI

# Abstract

Il documento descrive la campagna di comunicazione lanciata da GORI volta alla promozione del *Plastic Free*.

L'obiettivo della campagna è quello di diffondere uno stile di vita sostenibile, promuovendo una rete relazionale interconnessa tra cittadini, amministrazione ed azienda di pubblico servizio: **ispirare fiducia** in sé stessi e negli altri, creando un equilibrio dinamico che coinvolge l'intera collettività. Il circuito virtuoso nasce e si sviluppa sul paradigma promosso nell'ottobre 2018 dal Ministero dell'Ambiente che, nel tempo, si è diffuso coinvolgendo istituzioni, imprese e realtà locali.

Oggi, essere *Plastic Free* vuol dire contribuire concretamente alla nascita di una nuova era: stabile, sostenibile e non "usa e getta". Al fine di consolidare la filosofia *Plastic Free* nella mente delle persone, il progetto, partito nel 2019, prevede molteplici azioni protratte nel tempo, fino ad arrivare al 2022. In particolare l'obiettivo di GORI è raggiungere con azioni concrete tutti i comuni serviti.

La campagna è stata definita attraverso un programma di comunicazione integrata, con l'obiettivo di sensibilizzare e connettere in modo diretto più interlocutori.

Sono indicate, di seguito, le principali fasi del progetto:

1. definizione del **manifesto** dei valori *Plastic Free* di GORI;
2. azione di **comunicazione interna** strutturata in due fasi: distribuzione di un kit ai dipendenti e prima edizione del *Family Fun Day*;
3. azione di **comunicazione esterna** presso le amministrazioni e le scuole del territorio servito.

# PLASTIC FREE

# PLASTIC FREE

## Indice

- 04 Strategie interconnesse  
per una rete di fiducia
- 05 1.1 Il progetto di comunicazione visiva.
- 09 1.2 Le relazioni pubbliche: la chiave della  
collaborazione.
- 10 Diventare Plastic Free:  
la comunicazione interna
- 11 2.1 Buone pratiche dall'interno.  
Il manifesto ed il kit per i dipendenti.
- 16 2.2 *Family Fun Day*. Un evento per la condivisione  
dell'approccio *Plastic Free*.
- 18 Diffondere il Plastic Free:  
la comunicazione esterna
- 19 3.1 GORI e i comuni.  
Insieme per il *Plastic Free*.
- 20 3.2 GORI e le scuole.  
Sviluppare l'eco-sensibilità nei piccoli.

# PLASTICFREE

## Strategie interconnesse per una rete di fiducia



Divulgare la cultura del #plasticfree in altre realtà pubbliche o private

Sostituire, nei distributori di bevande calde, i bicchieri di plastica con quelli di carta e le paline di plastica per girare il caffè, con quelle di legno

Promuovere, attraverso corsi di aggiornamento ed iniziative interne, la riduzione dell'equipaggiamento da plastica tra dipendenti

GORI

# PLASTIC FREE

## 1.1 Il progetto di comunicazione visiva

Il **progetto grafico** riassume in elementi visivi la filosofia *Plastic Free*, volta a promuovere il progressivo abbandono della plastica in favore di nuovi stili di vita fondati su logiche *bio-ispirate*, capaci di riequilibrare le esigenze dell'uomo con i ritmi della natura.

La **chiave visivo/linguistica** si basa su elementi tipografici lineari che, lontani dall'organica fluidità della natura, progressivamente si frammentano fino a dissolversi nel nulla, simulando la volontà di azzeramento della plastica. Il testo è sottoposto a un processo di dissolvimento in itinere, volto a sminuzzare i caratteri fino a rendere le parole illeggibili con l'auspicio che, in un immediato futuro, il messaggio *Plastic Free* non sia più necessario.

*Deep blue* è il colore scelto per lo sfondo del manifesto, richiamando i punti più profondi dei mari e degli oceani in cui si insidiano le ormai troppe e tossiche isole di plastica.

Definito il concept grafico è stato disegnato il **manifesto**, intersecando i valori definiti dall'azienda negli interstizi lasciati liberi dal dissolvimento del testo. Il risultato finale è stato un manifesto basato sul continuum tra forma visiva e messaggio, integrando i valori con la forma estetica, poiché è nel rispetto di quei principi che cambieremo l'aspetto del nostro paesaggio antropizzato.

### I **valori** di GORI:

- 1.** aggiornare costantemente le *best practices* in tema di inquinamento e sostenibilità;
- 2.** applicare la regola delle *4R*: Riduci, Riutilizza, Ricicla e Recupera;
- 3.** eliminare la vendita di bottiglie di plastica e di prodotti con imballaggio eccessivo dai distributori;
- 4.** cessare l'utilizzo di oggetti in plastica monouso come bicchieri, cucchiaini, posate e piatti;
- 5.** installare ulteriori erogatori di acqua alla spina allacciati alla rete idrica;
- 6.** fornire ai dipendenti una borraccia personalizzata per il consumo di bevande fredde o calde;
- 7.** sostituire nei distributori di bevande calde, i bicchieri di plastica con quelli di carta e le paline di plastica per girare il caffè, con quelle di legno;
- 8.** divulgare la cultura del #PlasticFree in altre realtà pubbliche o private;
- 9.** promuovere, attraverso corsi di aggiornamento ed iniziative interne, la riduzione dell'inquinamento da plastica tra i dipendenti;
- 10.** evitare l'utilizzo della plastica monouso durante eventi aziendali e/o riunioni.

# PLASTIC FREE

# PLASTIC FREE

# PLASTIC FREE

## GORI CON LE SUE PERSONE SI IMPEGNA A:

Aggiornare costantemente le best practices in tema di inquinamento e sostenibilità

Applicare la regola delle 4 R: riduci, riutilizza, ricicla, recupera

Divulgare la cultura del #PlasticFree in altre realtà pubbliche o private

Eliminare la vendita di bottiglie di plastica e di prodotti con imballaggio eccessivo dai distributori

Cessare l'utilizzo di oggetti in plastica monouso come bicchieri, cucchiaini, posate e piatti

Installare ulteriori erogatori di acqua alla spina allacciati alla rete idrica

Fornire ai dipendenti una borraccia personalizzata per il consumo di bevande fredde o calde

Sostituire, nei distributori di bevande calde, i bicchieri di plastica con quelli di carta e le paline di plastica per girare il caffè, con quelle di legno

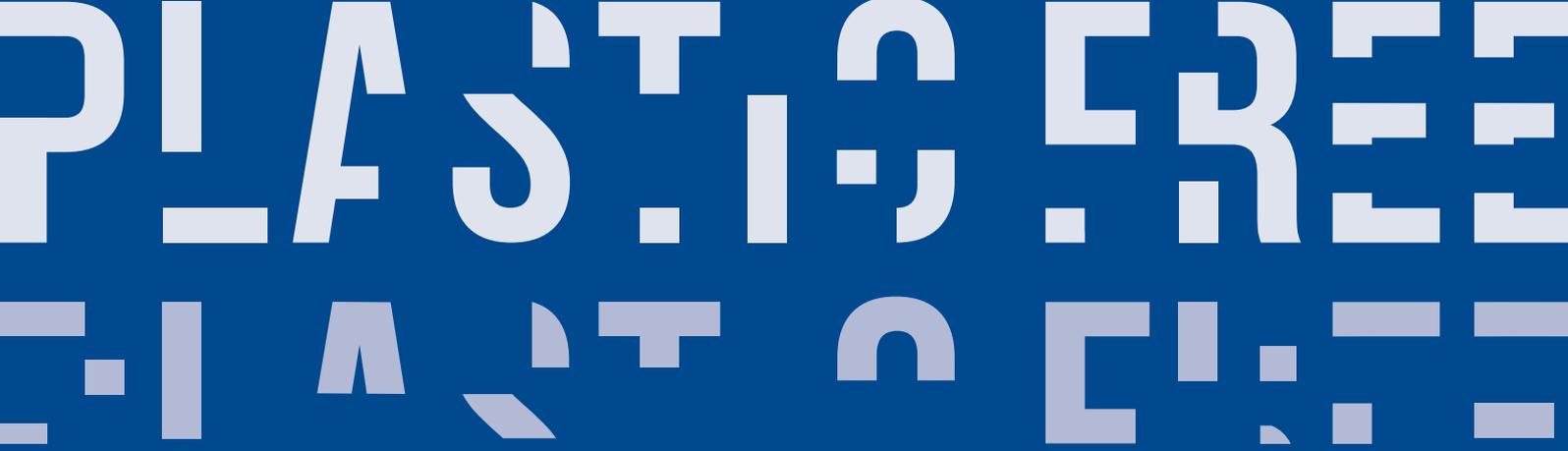
Promuovere, attraverso corsi di aggiornamento ed iniziative interne, la riduzione dell'inquinamento da plastica tra i dipendenti

Evitare l'utilizzo della plastica monouso durante eventi aziendali e/o riunioni

# Strategie Interconnesse

per un ecosistema  
in equilibrio





## 1.2 Le relazioni pubbliche: la chiave della collaborazione

La creazione di un effettivo **valore condiviso** passa attraverso la diffusione diretta di esempi virtuosi, con lo scopo di lavorare direttamente sulle sensibilità e le azioni degli interlocutori. Fondare i dialoghi su un paradigma di **fiducia reciproca** significa facilitare le comunicazioni e determinare un sentimento di sana collaborazione. In questo caso, la **responsabilità sociale d'impresa** è lo strumento perfetto per la creazione di una rete fondata sulla fiducia, perché attraverso le sue azioni può coinvolgere gli interlocutori a più livelli ed incanalarli verso un'attiva presa di coscienza. GORI, per queste ragioni, non ha solamente aderito al *Plastic Free* ma si è fatta ambasciatrice di questo messaggio presso tutti i comuni del territorio servito. La premessa, infatti, è stata quella di sensibilizzare innanzitutto le proprie persone, così da diventare esempio vivente di uno stile di vita in armonia con l'ambiente circostante. La rete di **relazioni istituzionali** su cui poggia, in quanto azienda di pubblico servizio, è stata il mezzo perfetto per coinvolgere i suoi interlocutori e sviluppare un'azione comune volta alla co-creazione di valore.

Il **messaggio** è stato veicolato attraverso i classici canali di comunicazione online e offline per la promozione dell'immagine di GORI, mentre l'**azione** *Plastic Free* è stata orientata verso i nodi sociali più influenti del territorio: le amministrazioni comunali e le scuole. La campagna *Plastic Free* è stata, innanzitutto, un'occasione per rafforzare il rapporto con le comunità locali, trasmettendo i valori di fiducia e sostenibilità.

# PLASTIC FREE

## PLASTIC FREE

**Diventare Plastic Free:  
la comunicazione  
interna**



## 2.1 Buone pratiche per l'interno Il manifesto e il kit per i dipendenti

Per favorire la diffusione del messaggio tra tutte le sue persone, GORI ha definito e pubblicato il proprio manifesto *Plastic Free*. Il **manifesto** è stato presentato e sottoscritto dai vertici aziendali, nell'ambito di una conferenza stampa svoltasi presso la sede della società. La volontà di lottare, insieme, contro l'utilizzo delle plastiche monouso diventa ufficialmente un valore sostanziale di GORI e di tutte le sue persone.

Alla pubblicazione del manifesto ha fatto seguito il dialogo con i fornitori per l'eliminazione delle plastiche dai distributori automatici di cibo e bevande.

Il passo successivo è stato quello di donare a tutti i dipendenti un **kit** costituito da sacca, borraccia nominativa, spilla, magnete e manifesto tascabile. Le risorse umane, in questo modo, hanno sentito la fiducia che l'azienda ha riposto nei loro riguardi rendendoli responsabili dell'intero ecosistema e portatori di una pratica virtuosa.

# PLASTIC FREE

PLASTIC FREE

PLASTIC FREE

## GORI CON LE SUE PERSONE SI IMPEGNA A:

Aggiornare costantemente le best practices in tema di inquinamento e sostenibilità

Applicare la regola delle 4 R: riduci, riutilizza, ricicla, recupera

Divulgare la cultura del #PlasticFree in altre realtà pubbliche o private

Eliminare la vendita di bottiglie di plastica e di prodotti con imballaggio eccessivo dai distributori

Cessare l'utilizzo di oggetti in plastica monouso come bicchieri, cucchiaini, posate e piatti

Installare ulteriori erogatori di acqua alla spina allacciati alla rete idrica

Fornire ai dipendenti una borraccia personalizzata per il consumo di bevande fredde o calde

Sostituire, nei distributori di bevande calde, i bicchieri di plastica con quelli di carta e le paline di plastica per girare il caffè, con quelle di legno

Promuovere, attraverso corsi di aggiornamento ed iniziative interne, la riduzione dell'inquinamento da plastica tra i dipendenti

Evitare l'utilizzo della plastica monouso durante eventi aziendali e/o riunioni

GORI



# Kit

## Borraccina personalizzata



# Kit

Bicchieri

Plastic Free



# PLASTIC FREE

## 2.2 Family Fun Day

Un evento per la  
condivisione  
dell'approccio  
Plastic Free



Il *Plastic Free*, come inteso da GORI, doveva prendere vita e coinvolgere tutti in modo creativo. Poche settimane dopo il lancio della campagna è arrivata la prima edizione del **Family Fun Day**: primo evento GORI dall'impronta puramente *Plastic Free*. Il concept grafico si trasforma e si adatta al linguaggio dei bambini, diventando giocoso e colorato. I frammenti mutano, evolvendosi in mattoncini su cui poggia un futuro fatto di armonioso equilibrio tra la società e l'ambiente.

# PLASTIC FREE

## 2.2



Appena arrivati presso il Parco sul mare di Villa Favorita (Ercolano), i bambini, hanno dovuto oltrepassare il *plastic detector* ed abbandonare tutti gli oggetti di plastica in favore di un **kit** pensato per l'evento composto da sacca, borraccina, t-shirt e calamita.

I **dipendenti** hanno potuto giocare all'aria aperta con i propri figli all'insegna della sostenibilità, vivendo insieme un'esperienza gioiosa e di ritorno alla natura. Il tutto si è concluso con una divertentissima caccia al tesoro, durante la quale i bambini sono stati messi alla prova con enigmi e giochi di squadra fondati sui valori della fiducia e della responsabilità verso il nostro ecosistema.

# PLASTIC FREE

## Diffondere il Plastic Free: la comunicazione esterna

### PLASTIC FREE

#### CON LE SUE PERSONE SI IMPEGNA

A:

10. Aggiornare costantemente le best practices in tema di inquinamento e sostenibilità

9. Farei sensibilizzati del programma di Plastic Free con altre realtà pubbliche e private

8. Promuovere, attraverso canali di aggiornamento sia ad iniziative interne, la riduzione dell'impiego di plastica tra i dipendenti

7. Eliminare la vendita di bottiglia di plastica e di packaging con imballaggio eccessivo nei distributori

6. Promuovere, attraverso canali di aggiornamento sia ad iniziative interne, la riduzione dell'impiego di plastica tra i dipendenti

5. Cessare l'utilizzo di oggetti in plastica monouso come bicchieri, cucchiaini, posate e piatti

4. Installare utereni erogatori di acqua alla spina attaccati alla rete idrica

3. Fornire ai dipendenti una borraccia personalizzata per il consumo di bevande fredde o calde

2. Non utilizzare plastica monouso durante eventi aziendali e/o riunioni

# PLASTIC FREE

## 3.1 GORI e i comuni Insieme per il Plastic Free

*Plastic Free* è una vera e propria “campagna”, perché rappresenta un ciclo di operazioni riconducibili tutte ad un’unica strategia. Un buon esempio non può restare chiuso in quattro mura: deve fuoriuscire. I **74 comuni** serviti rappresentano il primo nodo della rete esterna a GORI, in quanto interlocutori diretti e privilegiati. Un programma di esportazione del *Plastic Free* doveva necessariamente partire da lì. Già in fase di *stakeholder engagement*, finalizzato alla costruzione del *Bilancio di Sostenibilità*, era stata chiesta ai sindaci la possibilità di collaborare nella lotta alla plastica monouso.

Con l’avvio della campagna è stata inviata loro una comunicazione diretta dell’Amministratore Delegato, nella quale veniva illustrato l’intero progetto *Plastic Free*, strutturato per le scuole del territorio. Propedeutica all’avvio del progetto è stata, infatti, l’adesione dell’amministrazione comunale alla politica promossa dal Ministero dell’Ambiente. I sindaci, in questo modo, hanno dovuto dare un segnale forte alla propria cittadinanza schierandosi contro l’utilizzo delle plastiche e dando il buon esempio alle altre realtà presenti sul territorio. Dal punto di vista relazionale, la promozione di una politica dal forte impatto sostenibile ha permesso a GORI di rinforzare, e talvolta ricostruire, un dialogo con molte amministrazioni locali del territorio servito. La tematica porta con sé una forte carica valoriale, fondata sulla fiduciosa collaborazione che deve connettere gli enti locali.

## 3.2 GORI e le scuole

# Sviluppare l'eco-sostenibilità nei piccoli

Dal momento in cui il comune si dichiara *Plastic Free*, GORI, come prima azione, regala una borraccina a ciascun bambino della scuola primaria. La **borraccina**, dal punto di vista mediatico, è il simbolo della lotta alle plastiche monouso e rappresenta la fiducia che il bambino deve avere nel proprio ruolo.

La consegna avviene attraverso un evento istituzionale che coinvolge tutte le scuole del comune servito, il sindaco ed i vertici di GORI. L'organizzazione dell'evento è un momento rilevante di dialogo con i rappresentanti della scuola con cui, attraverso la promozione di un messaggio volto alla sostenibilità ed al rispetto dell'ambiente, stringere collaborazioni sinergiche e durature.

La consegna delle borraccine rappresenta il primo step di un rapporto che andrà man mano consolidandosi con le successive azioni messe in campo.

Sempre all'interno della campagna *Plastic Free*, è previsto poi il lancio di una piattaforma per insegnanti ed alunni, da cui potranno essere scaricati materiali informativi e prenotare visite guidate presso le sorgenti e gli impianti gestiti da GORI.

La nascita di una **fiducia reciproca** può permettere alla rete relazionale di crescere e rinforzarsi, mantenendo un dialogo costante e collaborando in vista di un valore condiviso: vivere armoniosamente in un ecosistema sostenibile ed interconnesso.

# 16 comuni

che già hanno aderito all'iniziativa

## 16.960

---

borraccine distribuite

**2100**

---

Pompei

**1350**

---

Poggiomarino

**520**

---

San Sebastiano

**1200**

---

Nocera Superiore

**400**

---

Meta

**2300**

---

Torre Annunziata

**150**

---

Casamarciano

**500**

---

Roccarainola

**240**

---

San Paolo Bel Sito

**2000**

---

Somma Vesuviana

**760**

---

Sorrento

**240**

---

Massa di Somma

**1450**

---

Pagani

**2200**

---

Ercolano

**1150**

---

Vico Equense

**400**

---

Corbara

---

Quantitativo di borraccine distribuite per comune

# Borraccina per bambini



GORI