

Modus riciclandi, la guerra ai rifiuti è cominciata

Pubblicato: Lunedì 24 Settembre 2012



Quattro azioni per dichiarare guerra ai rifiuti tramite la loro diminuzione o il riutilizzo: è l'obiettivo di **Modus Riciclandi**, il Piano Integrato Transfrontaliero (P.I.T.) che da oggi parte con una campagna di sensibilizzazione per informare i cittadini. **La Provincia di Varese, che coordina il progetto**, fa sapere che per dare grande visibilità al PIT attiverà a partire da oggi, 24 settembre, una serie di azioni di informazione e sensibilizzazione attraverso un primo lancio della campagna pubblicitaria.

Il PIT Rifiuti, cofinanziato da contributi U.E. e nazionali gestiti da Regione Lombardia – coordinato dall'ente di Villa Recalcati – è condiviso da Italia e Svizzera per il triennio 2011-2013 e da una rete di partner pubblici e privati.

La campagna è stata studiata per identificare il PIT nel suo insieme e nel contempo per esprimere con immediatezza l'immagine coordinata delle varie linee di attività che lo compongono.

I soggetti sono quattro, uno per ognuno delle linee strategiche del PIT: il riuso creativo dei materiali di scarto aziendale (ReMida), l'educazione alla sostenibilità ambientale (Rifiutigli Insubrici), le strategie per contrastare il fenomeno dell'abbandono dei rifiuti (Insubria Pulizia Sconfinata) e il consumo critico attraverso la riduzione degli imballaggi e l'acquisto responsabile (Negozio Sostenibile).

La campagna pubblicitaria prevede a partire da oggi:

l'affissione statica di manifesti di vari formati in tutti i Comuni della Provincia di Varese e nelle principali stazioni delle Ferrovie Nord e Ferrovie dello Stato;

l'affissione dinamica di manifesti sulle autolinee urbane della città di Varese;

la pubblicazione sui maggiori quotidiani locali cartacei e online;

la distribuzione di volantini e locandine pubblicitari nei luoghi pubblici maggiormente frequentati

(uffici comunali, biblioteche, ambulatori di medici di base, etc.).

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it