

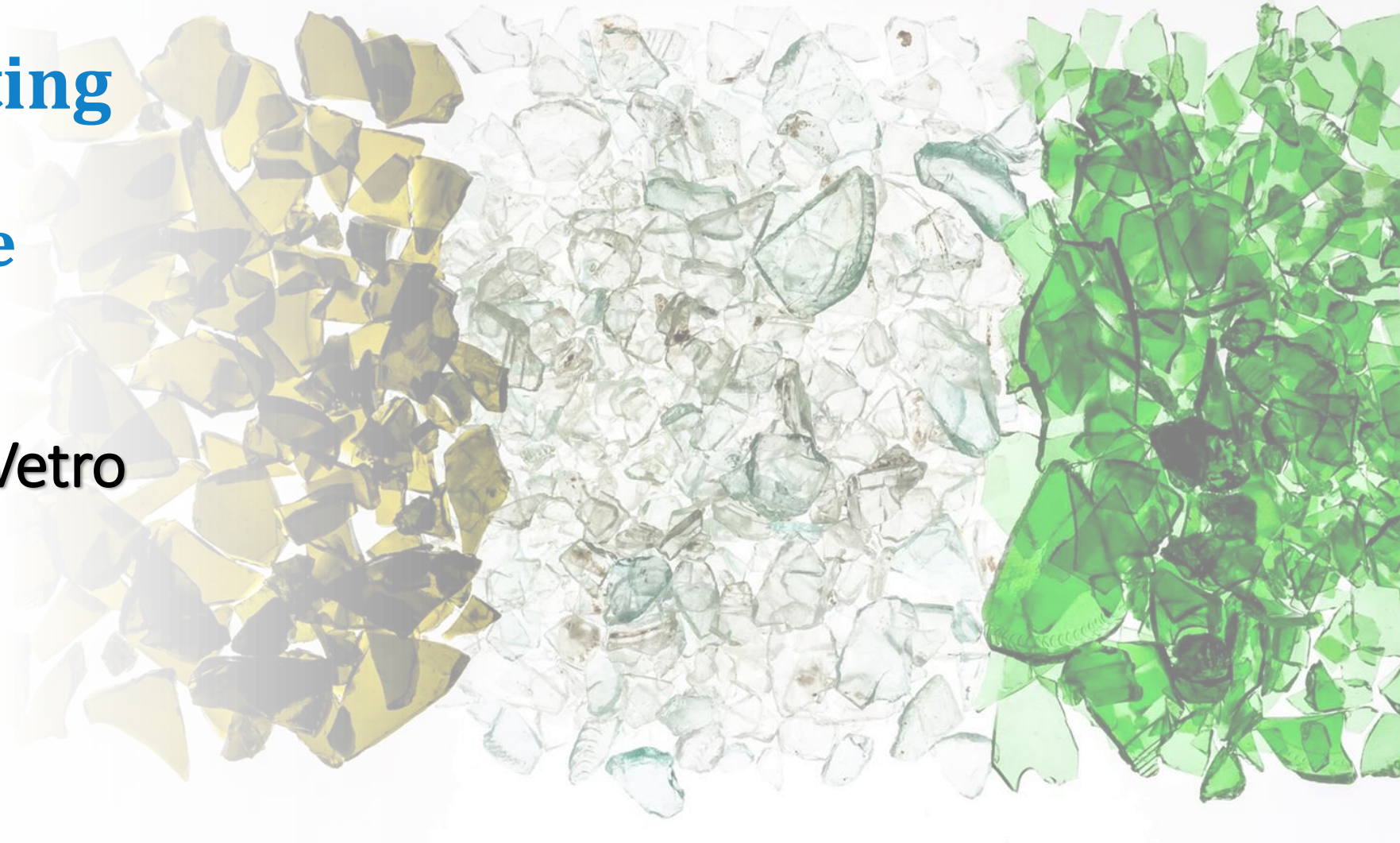
# PREMIO Marketing SIM XXXVI edizione

Il caso

**CoReVe**

**Consorzio Recupero Vetro**

Ingaggiare i cittadini  
per un corretto  
riciclo del vetro



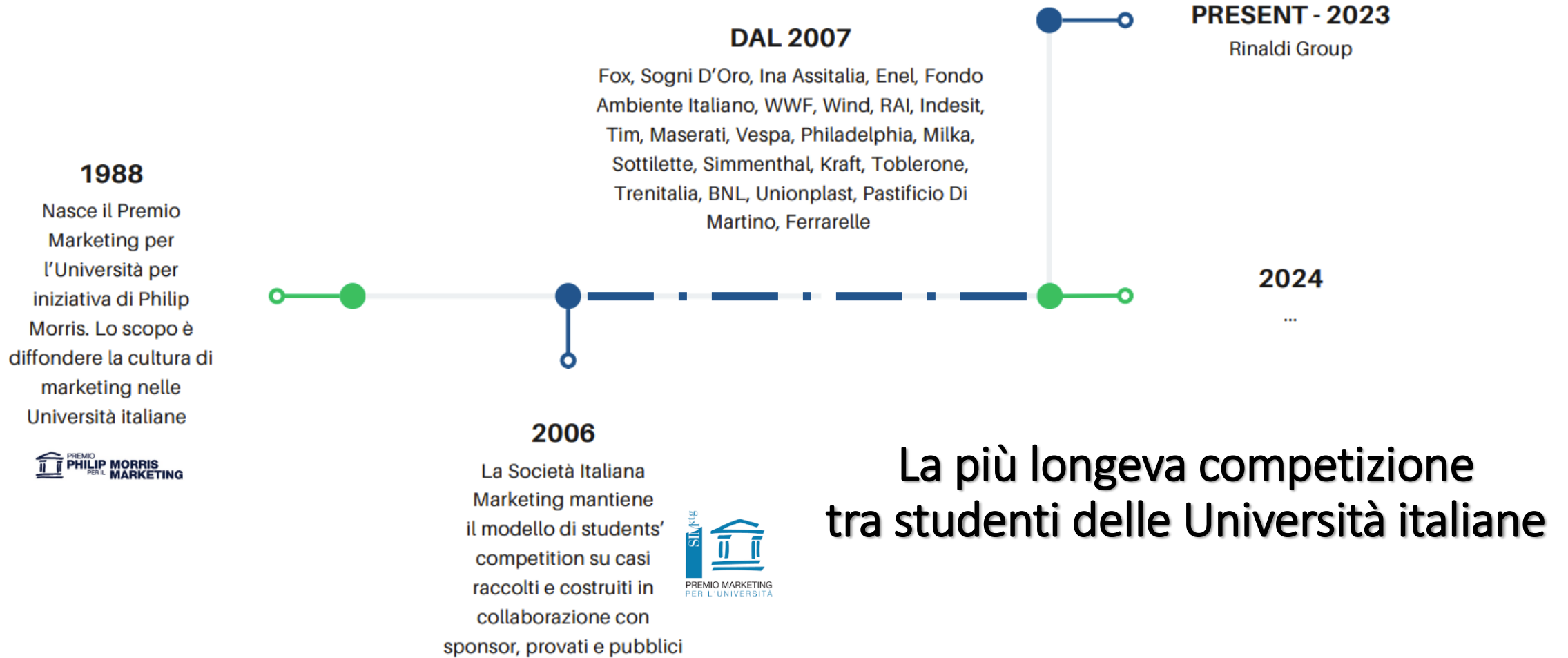
# AGENDA

- Il Premio Marketing
- CoReVe – Il Consorzio
- Il mercato del vetro riciclato
- Le sfide della raccolta del vetro
- La comunicazione CoReVe: comunicazione di sensibilizzazione e di servizio
- La sfida 2024

# PREMIO Marketing SIM Una storia di successo



# Il Premio Marketing: una storia di successo



# IL CASO CoReVe



# AGENDA

- Il Premio Marketing
- **CoReVe – Il Consorzio**
- Il mercato del vetro riciclato
- Le sfide della raccolta del vetro
- La comunicazione CoReVe: comunicazione di sensibilizzazione e di servizio
- La sfida 2024

# CoReVe – Il Consorzio

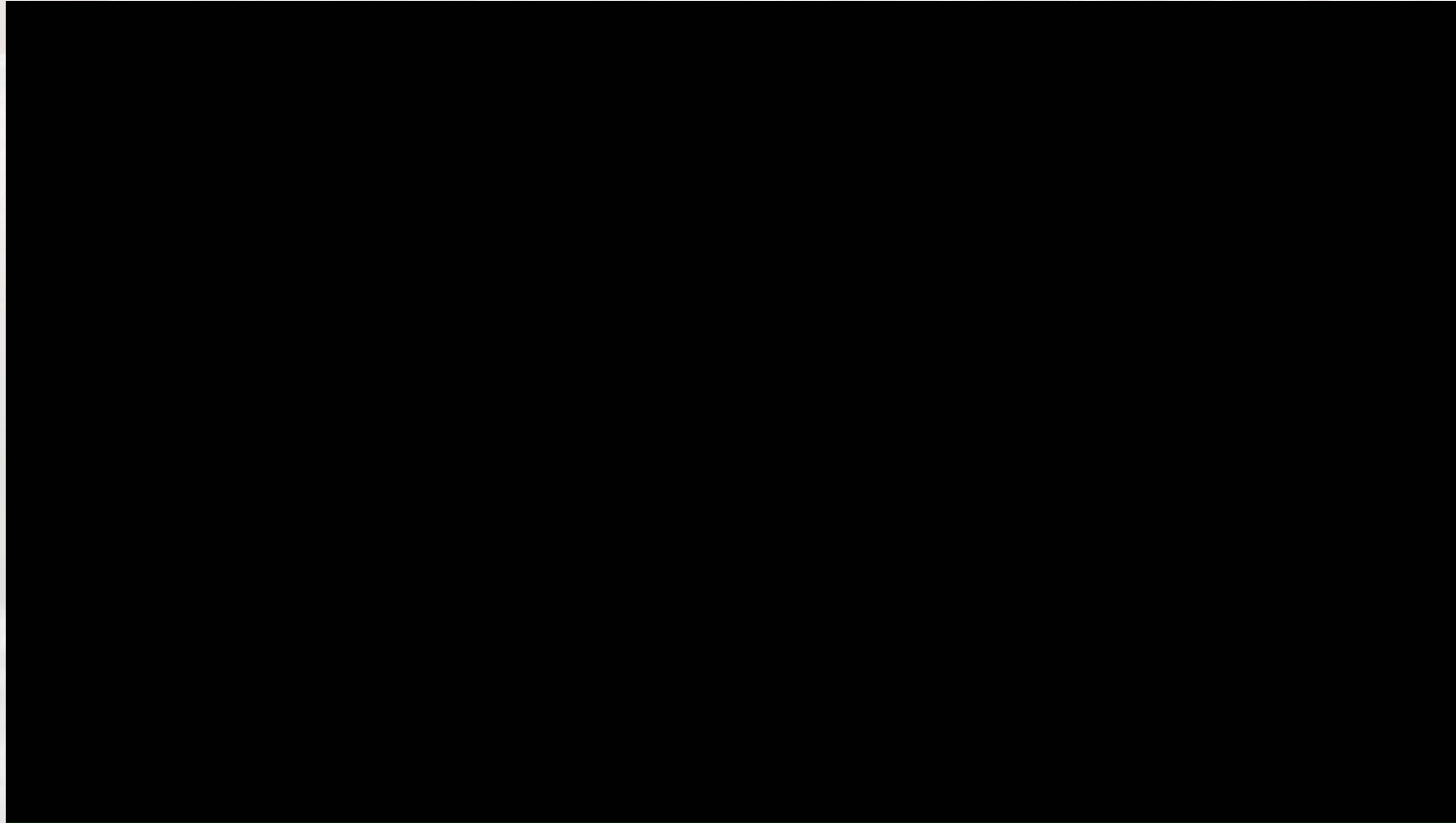
- CoReVe è il Consorzio nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero dei rifiuti di imballaggio in vetro prodotti sul territorio nazionale
- Il Consorzio, istituito per attuazione del decreto Ronchi nel 1997, opera all'interno del sistema CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi), e non ha fini di lucro
- CoReVe opera per garantire una corretta ed efficace gestione ambientale dei rifiuti di imballaggio in vetro a fine vita e per il raggiungimento degli obiettivi di riciclo fissati dal legislatore
- Il Consorzio sottoscrive con i Comuni o con i loro Gestori delegati, convenzioni che disciplinano le modalità di ritiro e i corrispettivi economici da riconoscere loro per i maggiori oneri che comporta la raccolta differenziata del vetro rispetto a quella indifferenziata

## CoReVe – Il Consorzio

- Nel 2022 CoReVe ha riconosciuto alle amministrazioni italiane circa 111 milioni di Euro (+11% rispetto all'anno precedente)
- Le attività di CoReVe coinvolgono oltre il 97% della popolazione italiana e più di 7.500 Comuni beneficiano delle iniziative realizzate del consorzio
- Tra le principali attività del Consorzio rientrano le attività di informazione e formazione rivolte a cittadini, imprese e istituzioni locali al fine di sensibilizzarli sul tema della corretta raccolta e del conseguente riciclo del vetro



# CoReVe – Il Consorzio



# AGENDA

- Il Premio Marketing
- CoReVe – Il Consorzio
- **Il mercato del vetro riciclato**
- Le sfide della raccolta del vetro
- La comunicazione CoReVe: comunicazione di sensibilizzazione e di servizio
- La sfida 2024

# Il vetro

Il vetro è un materiale riciclabile al 100% e può rinascere infinite volte

Quali peculiarità lo rendono unico?

- Inerzia chimica
- Isolamento del prodotto contenuto
- Igiene del prodotto
- Trasparenza



# Il vetro

Il vetro è un materiale riciclabile al 100% e può rinascere infinite volte

Quali peculiarità lo rendono unico?

- Inerzia chimica
- Isolamento del prodotto contenuto
- Igiene del prodotto
- Trasparenza

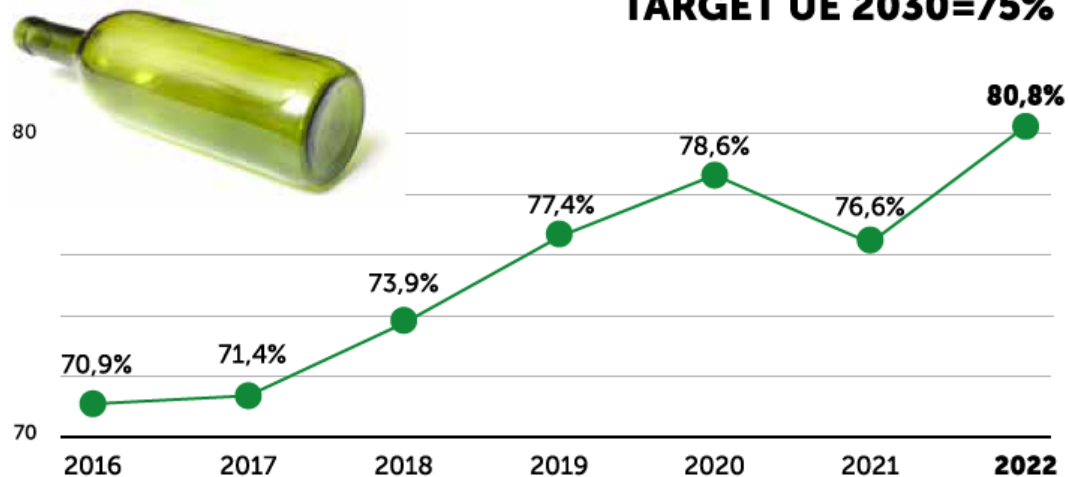
Il vetro è un **materiale immortale** che può costituire una risorsa perché se correttamente raccolto e riciclato può diventare una **Materia Prima Seconda (MPS)** idonea a produrre nuovi imballaggi



# Dalla produzione al riciclo: i numeri del vetro in Italia

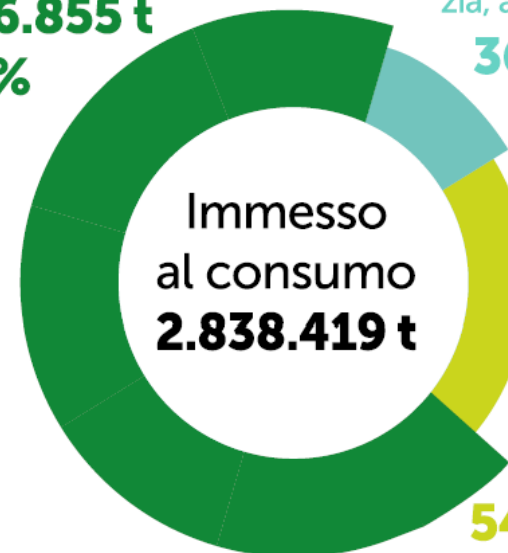
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Imnesso al consumo (kt)	2.384	2.430	2.570	2.678	2.725	<b>2.850</b>	<b>2.838</b>
Riciclato (kt)	1.688	1.769	1.886	2.069	2.143	<b>2.183</b>	<b>2.293</b>
Tasso di Riciclo (%)	70,9%	71,4%	73,9%	77,4%	78,6%	<b>76,6%</b>	<b>80,8%</b>

**TARGET UE 2030=75%**



Riciclo in vetreria:  
**2.256.855 t**  
**79,5%**

Riciclo in ceramica, edilizia, altri comparti vetrari:  
**36.502 t**  
**1,3%**

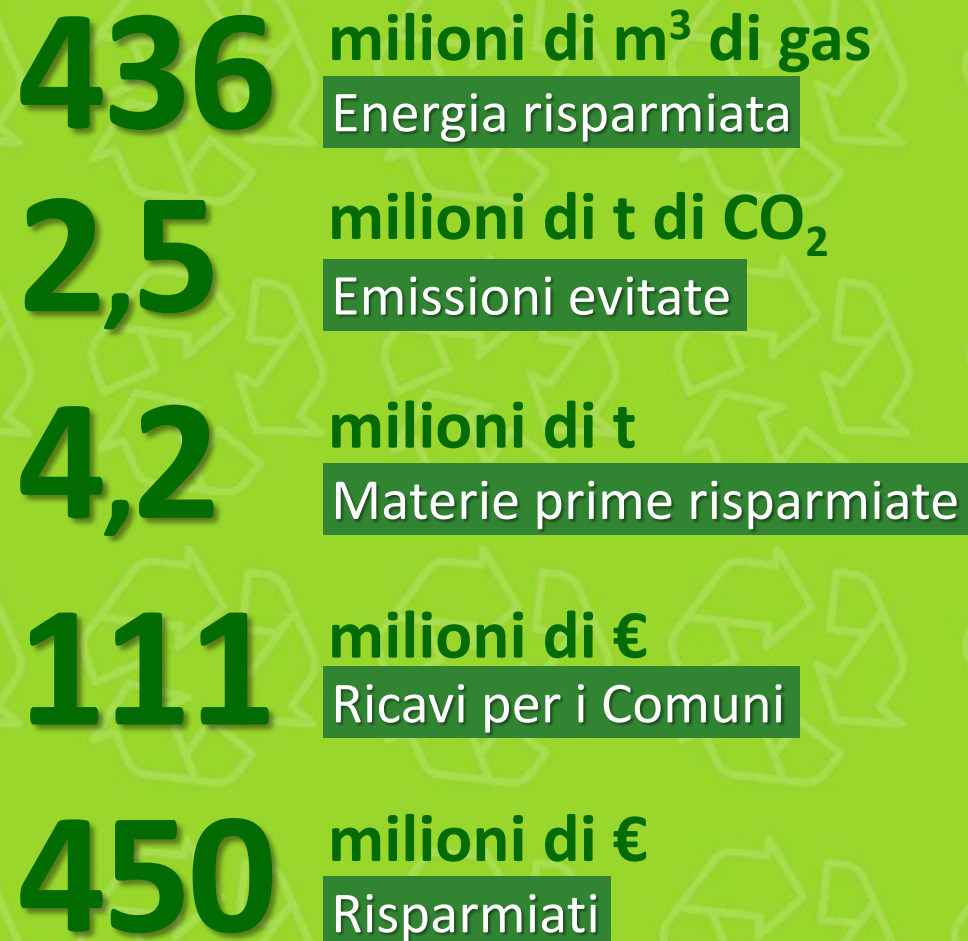


Smaltimento (scarti e mancata raccolta):  
**545.063 t**  
**19,2%**

Totale  $\frac{2.293.356 \text{ t}}{2.838.419 \text{ t}} = 80,8\%$   
2021=76,6%

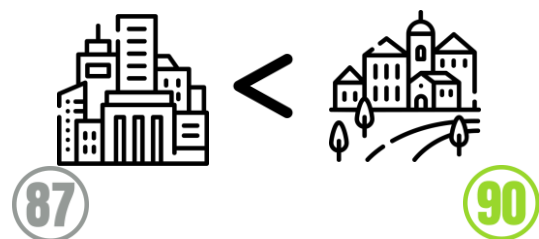
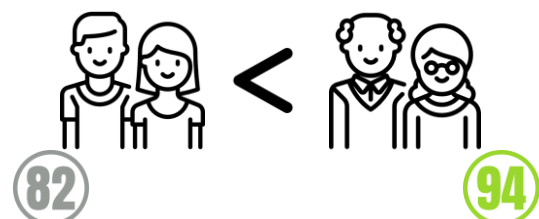
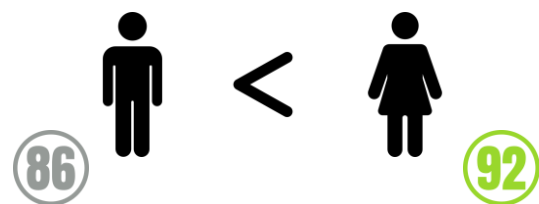
# Benefici ambientali ed economici del riciclo

- Nell'ultimo anno ogni italiano ha riciclato 42,6 kg di vetro (+1,6 kg rispetto al 2021)
- Il quantitativo di vetro destinato alla discarica è stato ridotto di 100.000 tonnellate
- Il risparmio economico è incrementato di 18 milioni di euro, mentre i benefici in termini di riduzione dei consumi di gas sono incrementati di circa 7 milioni di m<sup>3</sup>



# Benefici ambientali ed economici del riciclo

9 italiani su 10 fanno la raccolta del vetro, ma con delle peculiarità:



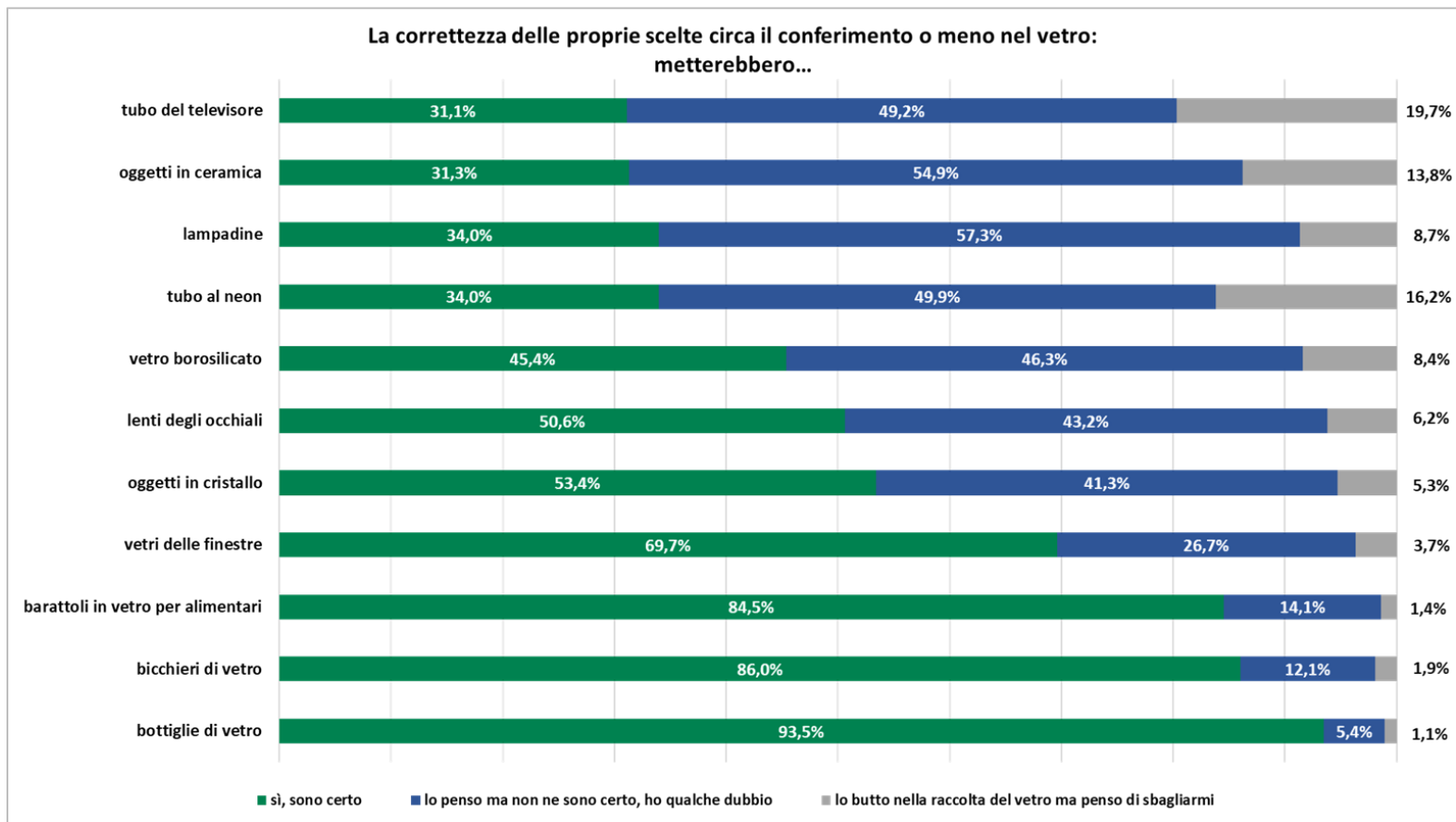
Lo sviluppo della raccolta differenziata del vetro da imballaggio rappresenta un'importante occasione per la crescita economica

Per essere colta, occorre un coinvolgimento sempre più attivo e partecipativo degli *stakeholder*



# Benefici ambientali ed economici del riciclo

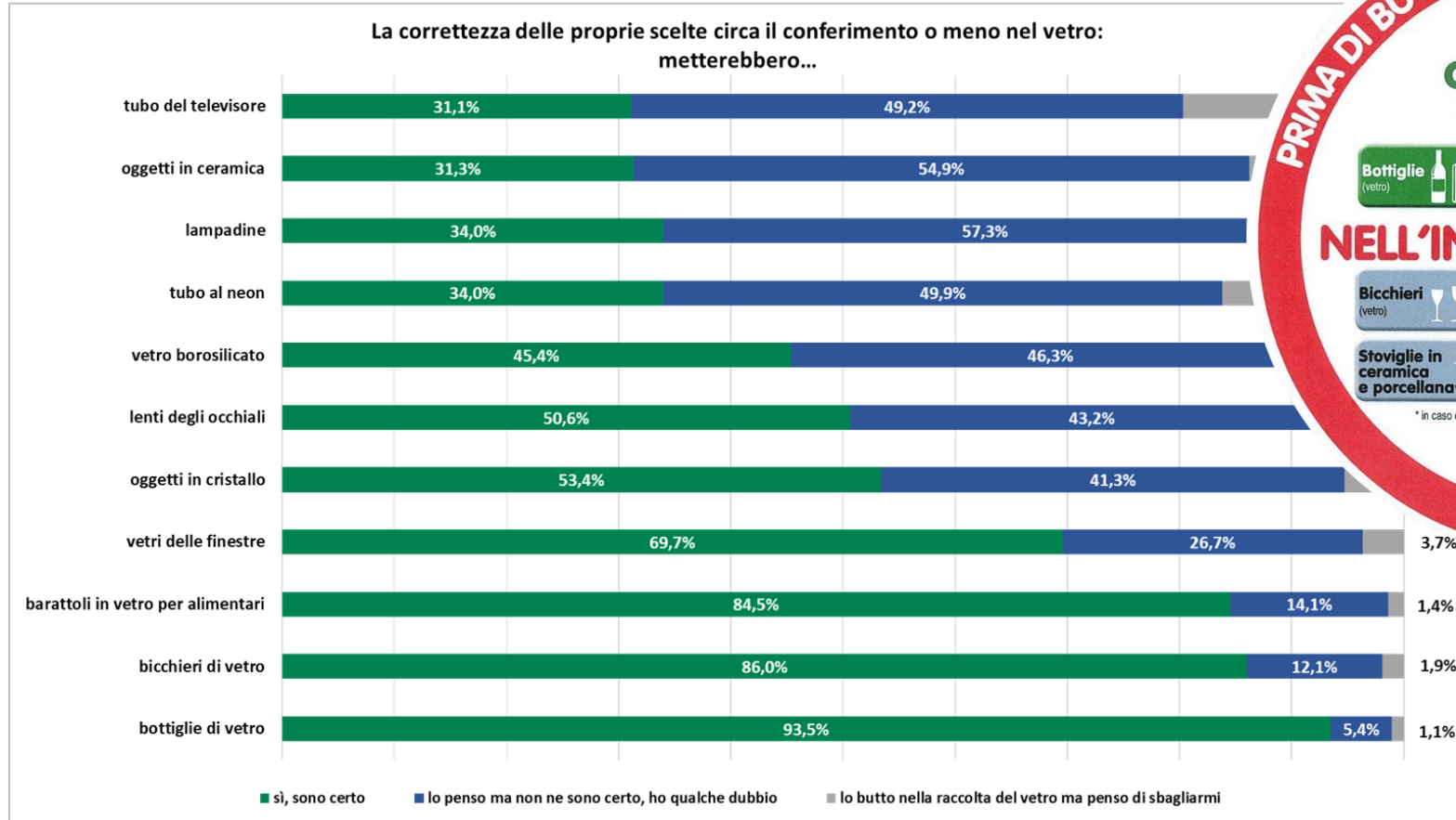
Ancora molti errori dovuti a erronee conoscenze:





# Benefici ambientali ed economici del riciclo

Ancora molti errori dovuti a erronee conoscenze:



**PRIMA DI BUTTARE, BUTTA L'OCCHIO QUI!**

**In questo contenitore SOLO:**

- Bottiglie (vetro)
- Vasetti (vetro)

**NELL'INDIFFERENZIATO:**

- Bicchieri (vetro)
- Cristallo (bicchieri e altri oggetti)
- Stoviglie in ceramica e porcellana
- Vetroceramiche e pirofile

\* In caso di grossi quantitativi, conferirli presso la piattaforma comunale

CoReVe CONSORZIO RECUPERO VETRO ANCI

# Benefici ambientali ed economici del riciclo

Ancora molti errori dovuti a erronee conoscenze: **i falsi amici**

**Ceramica**



**Cristallo**



**Vetro borosilicato**



**Solo bottiglie e vasetti**



# AGENDA

- Il Premio Marketing
- CoReVe – Il Consorzio
- Il mercato del vetro riciclato
- **Le sfide della raccolta del vetro**
- La comunicazione CoReVe: comunicazione di sensibilizzazione e di servizio
- La sfida 2024

# La raccolta del vetro

Diverse modalità per un unico obiettivo

## Modalità di raccolta



Campane  
stradali



Porta  
a porta

## Materiale



Monomateriale  
Solo vetro



Multimateriale  
Es. vetro-metallo

*In alcuni Comuni la raccolta del vetro è fatta per colore*



# AGENDA

- Il Premio Marketing
- CoReVe – Il Consorzio
- Il mercato del vetro riciclato
- Le sfide della raccolta del vetro
- **La comunicazione CoReVe: comunicazione di sensibilizzazione e di servizio**
- La sfida 2024

# La comunicazione CoReVe

2 macro-tipologie:

- **Attività di servizio**  
attività e progetti rivolti prevalentemente alle comunità locali, alle Amministrazioni pubbliche e alle imprese
- **Attività di sensibilizzazione**  
attività e progetti rivolti a tutti i cittadini per accrescerne la consapevolezza in merito all'importanza di una corretta raccolta differenziata degli imballaggi in vetro

VETRO

O

FALSO

???



# La comunicazione CoReVe

Attività di servizio

Bandi in collaborazione con ANCI

**122** progetti ammessi

**351** comuni coinvolti

**7.089.330** abitanti coinvolti

**9.500.000** di euro di valore totali dei progetti

**7.000.000** di euro di cofinanziamenti

LOGO  
COMUNE

LOGO  
AZIENDA

Campagna finanziata dal Bando Anci-CoReVe



**STASERA  
MI BUTTI...**

ma nel contenitore **GIUSTO!**



Grazie  
al riciclo  
del vetro

**436** mln di m<sup>3</sup>  
di gas risparmiati

**2,5** mln di t  
di CO<sub>2</sub> evitate

**4,2** mln di t  
di rifiuti e prime  
riparazioni evitate

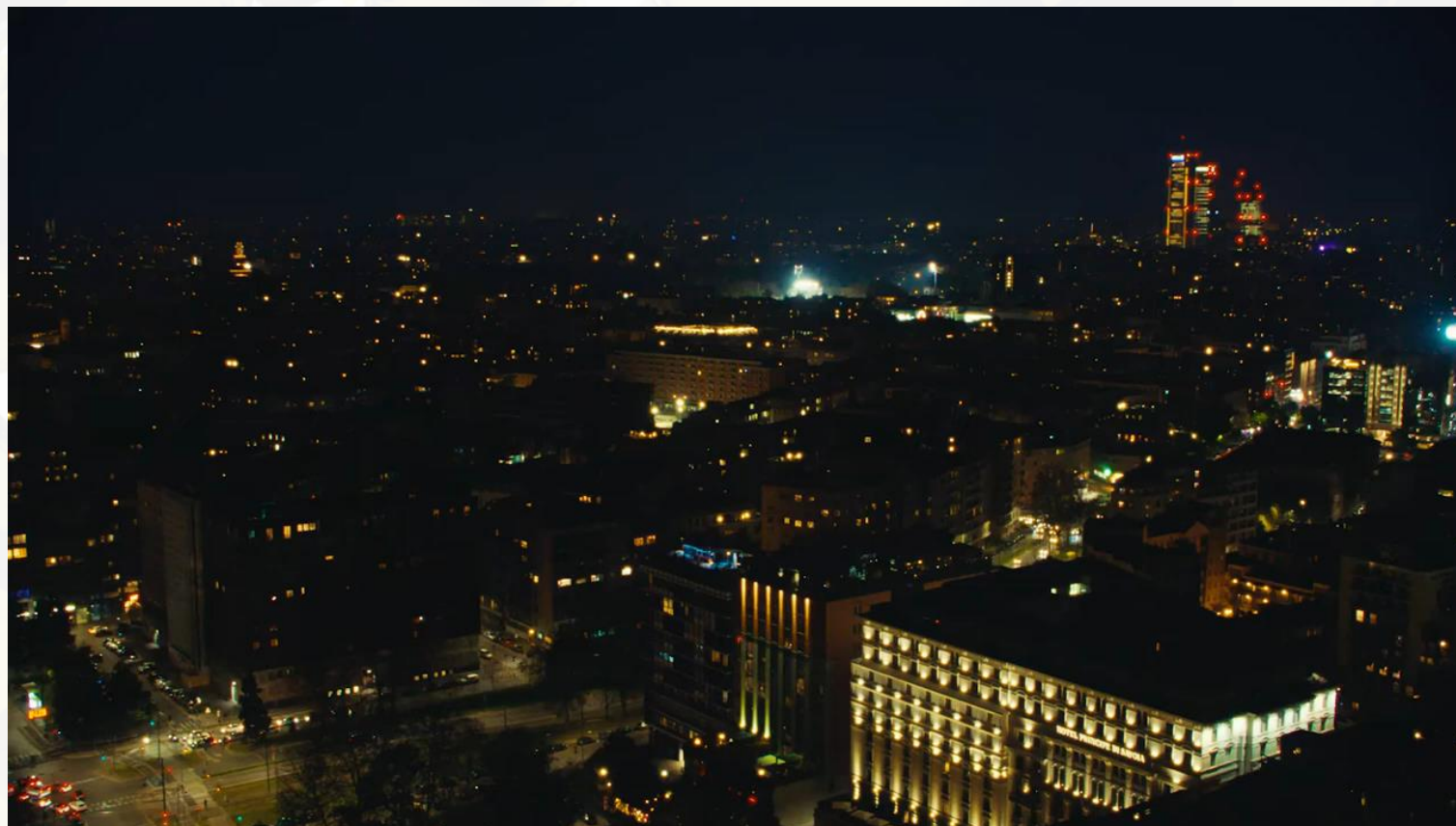
**Il vetro è immortale.**  
Se lo raccogli correttamente  
può essere riciclato all'infinito!



PREMIO MARKETING  
PER L'UNIVERSITÀ

# La comunicazione CoReVe

Attività di sensibilizzazione





# La comunicazione CoReVe

Attività di sensibilizzazione



# La comunicazione CoReVe

## Attività di sensibilizzazione



LO SAI CHE IL **VETRO** È IMMORTALE?  
RICICLANDOLO CORRETTAMENTE CI GUADAGNI TU E L'AMBIENTE

- 3,9 MILIONI DI TONNELLATE DI MATERIE PRIME RISPARMIATE  
FINO A DUE VOLTE IL VALORE PER COLLECCO
- 412 MILIONI DI M<sup>3</sup> DI GAS RISPARMIATI  
PARI AL CONSUMO MEDIO ANNUO DI UNA CITTÀ PIÙ GRANDE DI MILANO  
DATI DELL'ANNO 2021
- +102 MILIONI DI EURO PER I COMUNI  
CORRISPETTIVI PAGATI NEL 2021
- 2,4 MILIONI DI TONNELLATE DI CO<sub>2</sub> EVITATE  
DATI DELL'ANNO 2021

JULIA FELIX  
MILANO 2023  
FROM GLASS COMES GLASS  
COMES GLASS  
COMES GLASS  
COMES GLASS



IL NOSTRO OBIETTIVO? MIGLIORARCI SEMPRE DI PIÙ. CONTINUA A FARE BENE LA RACCOLTA DIFFERENZIATA SEGUENDO POCHIE E SEMPLICI REGOLE:

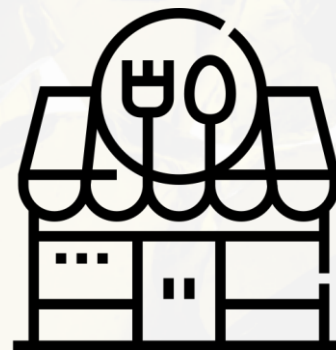
1. DIVIETI SEMPRE IL VETRO DA CRISTALLI, CERAMICA E DAGLI ALTRI "FALSI AMICI"
2. RICORDATI DI TORNARE IL TAPPO DA SOTTILISSE E VIVETTI
3. NON METTARE IL SACCHETTO DI PLASTICA NEL VETRO. SEPARALO SEMPRE

Scopri di più su [www.coreve.it](http://www.coreve.it) e seguici su



# La comunicazione CoReVe

## Focus Ho.Re.Ca



- Il circuito Ho.Re.Ca produce grandi quantità di rifiuti in vetro, superiore a 2,5 volte quella delle utenze domestiche
- Dal 2016 CoReVe ha avviato una serie di programmi dedicati al circuito Ho.Re.Ca
- Non solo materiali di comunicazione e gadget, ma coinvolgimento attivo degli operatori della raccolta che diventano principale punto di riferimento per gli esercenti

**SEI  
DI COCCIO?  
IL VETRO  
È UN'ALTRA  
COSA.**

Ci sono selezioni davvero importanti.  
Il Vetro.

Anche un solo frammento di ceramica, vetroceramica e porcellana può compromettere il riciclo di un intero cassonetto di vetro. Per questo, è importante distinguerli e portarli alla stazione ecologica, oppure, se in frantumi, inserirli tra i rifiuti indifferenziati.

Per differenziare i rifiuti in maniera rapida e corretta scarica l'app Junker raccolta differenziata.

Informati su [coreve.it](http://coreve.it)  
oppure su [irenambiente.it](http://irenambiente.it)

# AGENDA

- Il Premio Marketing
- CoReVe – Il Consorzio
- Il mercato del vetro riciclato
- Le sfide della raccolta del vetro
- La comunicazione CoReVe: comunicazione di sensibilizzazione e di servizio
- **La sfida 2024**



## La sfida 2024

- L'impegno profuso fino ad oggi da CoReVe ha permesso al nostro Paese di raggiungere importanti risultati nel processo di raccolta e di avvio al riciclo di questo materiale, ma non basta...
- È necessario informare i cittadini, gli esercenti Ho.Re.Ca e i loro dipendenti per accrescere la loro consapevolezza e il loro engagement nei confronti di una corretta raccolta differenziata del vetro al fine di migliorarne la qualità per il bene della società

# La sfida 2024

Vestendo i panni del Marketing Team di CoReVe, ogni squadra dovrà:

1. Analizzare il mercato della raccolta differenziata del vetro da imballaggio
2. Segmentare il mercato e individuare il target “consumer” e il target “business” di riferimento
3. Elaborare un piano di comunicazione biennale per raggiungere l’obiettivo della sfida 2024, identificando anche approcci innovativi ai target prescelti
4. Definire tutti gli aspetti strategici e operativi necessari per concretizzare la propria idea



# La sfida 2024

Area geografica	Italia & zone della movida e/o centri storici
Target 1	Cittadini
Target 2	Ho.Re.Ca
Timing	24 mesi
Leva di marketing	Comunicazione
Budget	2.000.000 euro all'anno (*)

(\*) Si potrà immaginare ogni tipo di attività TV ma non dovranno essere allocate quote del budget per la realizzazione e la messa in onda



# La sfida 2024

Area geografica

Italia & zone della movida  
e/o centri storici

Target 1

Cittadini

## Target “consumer”

Sia intero territorio nazionale, sia un contesto locale a scelta.  
Per il territorio nazionale, la variabile critica sono le corrette regole del riciclo; per il contesto locale, le squadre dovranno selezionare una zona della movida e/o centro storico con l'obiettivo di ridurre l'abbandono degli imballaggi in vetro



# La sfida 2024

Area geografica

Italia & zone della movida  
e/o centri storici

Target 1

Cittadini

Target 2

Ho.Re.Ca

## Target “business”

Alle squadre è richiesto di predisporre un piano rivolto ai gestori dei locali pubblici delle città in cui risiedono, realizzando analisi locali sul campo ed elaborando una strategia che contenga soluzioni concrete che possano essere replicate su scala nazionale per migliorare la qualità della raccolta del vetro, contribuendo a ridurre la presenza di “falsi amici” e quindi lo scarto