agenda 2030

12: consumo e produzione responsabili

12.5: entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo,e il riutilizzo.

A5

andrea covacci
andrea cundari
eleonora de luca
lucia maria emilia ferrari
elena zucchetti

SPESA ALLA SPINA

un modo più sostenibile di fare la spesa.

LO SPRECO DI IMBALLAGGI

Ogni anno nel mondo vengono prodotte circa 4 tonnellate di rifiuti, ovvero circa 650 kg per abitante.

Tra i principali materiali che ogni giorno vengono gettati, vi è una gran quantità di carta e plastica.

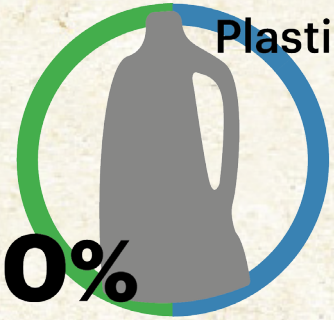
4 t

rifiuti totali

rifiuti annui/persona

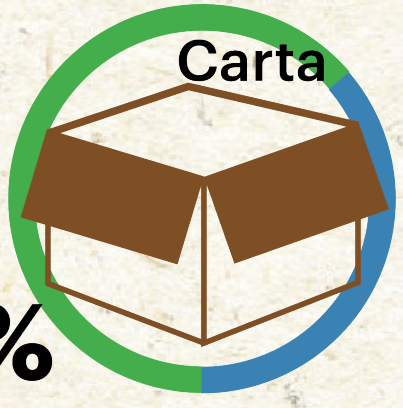
Per quanto riguarda il cartaceo, carta e cartone da imballaggio rappresentano il 35% dei consumi;

Per la plastica, gli imballaggi costituiscono una percentuale addirittura superiore al 50%.



50%

di imballaggi



35%

di imballaggi

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

Entrambi i materiali possono essere riciclati, ed è bene che ogni cittadino si impegni nella raccolta differenziata, ma dare nuova vita ai rifiuti è un processo che - oltre a ovvi vantaggi - presenta alcuni problemi:

Logistici

Lo spostamento e il trasporto dei materiali fino alle aziende di riciclaggio.

Economici

Il costo dei trasporti e del riciclaggio dei materiali.

Tecnologici

I metodi di riciclaggio che offrono un miglior sfruttamento dei materiali.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

SOLUZIONE :
SPESA ALLA SPINA!

Per ridurre il problema dei rifiuti abbiamo pensato che un gesto semplice, fatto da chiunque nella quotidianità, potesse avere un gran potenziale: **la spesa.**
Chiunque nella propria vita si trova prima o poi ad acquistare nei supermercati o nei piccoli negozi.
Ed è proprio su queste piccole realtà che ci siamo focalizzati, perchè sono ormai alcuni anni che hanno preso piede nelle città questi piccoli negozi (familiari o in catena) in cui è possibile acquistare alla spina.

- Una **modalità semplice:** il prodotto è venduto sfuso, è il cliente che arriva in negozio portando il proprio contenitore da far riempire.

- Si **riducono gli sprechi:** si acquista direttamente la quantità di cibo necessaria, scongiurando così lo spreco di cibo che scadrà e verrà buttato.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

- Si **riducono i rifiuti:** l'utilizzo da parte dei clienti dello stesso contenitori porta ad una diminuzione del packaging necessario per distribuire il prodotto, e di conseguenza vi sarà una diminuzione di carta e plastica buttati. Inoltre grazie a degli accordi coi fornitori, questi negozi forniscono anche beni imbottigliati (come shampoo e olio) ma in **contenitori di vetro** (dalla vita eterna).
Il cliente lo riporterà vuoto al negozio che procederà a rispedirlo ai fornitori che lo riempiranno e rimetteranno in commercio, ancora e ancora.

- Si riduce **l'impatto ambientale:** non sempre la raccolta differenziata è fatta correttamente, e se fatta i processi di riciclo della carta e della plastica sono comunque dannosi per l'ambiente. Inoltre allungano solamente la vita dei materiali, che non possono essere riciclati per sempre.

- Varietà dei prodotti: una modalità iniziata per distribuire latte, acqua e detersivi, si è ormai estesa a vari prodotti secchi (pasta, riso, cereali, legumi, ecc...), altri vendibili sfusi (olio, aceto, thè, spezie, frutta secca ecc...) e per la cura personale (saponette, cosmetici, shampoo, ecc...).

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

Secondo il piano per la riduzione dei rifiuti, se il **2,5% della popolazione lombarda** acquistasse detersivi alla spina, ogni anno:

47 milioni di kilowattora di energia elettrica verrebbero risparmiati.

4 milioni di chili di anidride carbonica sarebbero immessi in meno nell'aria.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

17,7 milioni di metri cubi d'acqua
non verrebbero risparmiati.

Senza la tradizionale confezione,
inoltre, la merce vanterebbe
prezzi inferiori dal 20 al 70%.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

NEGOZI ALLA SPINA GIÀ ESISTENTI

Aumentano sempre più i negozi e i supermercati in cui è possibile fare la spesa alla spina.

Oltre a negozi specializzati alla spina (catene come *Negozio Leggero*, *Effecorta*, *Ari Ecoidee* e molti altri), diversi supermercati stanno dedicando dei reparti a questa alternativa (*Auchan*, *Crai*, *Coop*, *Simply SMA*, ecc...).

Distributori alla spina di latte.

Distributori alla spina di detersivo.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

OBIETTIVI DI MARKETING

Obiettivo di questo progetto è portare a conoscenza più persone possibili di questa metodologia di spesa, spronarle ad usufruirne e aumentare - come effetto secondario - la vendita di prodotti alla spina da parte di supermercati e aziende e riducendo così la quantità complessiva di imballaggi.

Riposizionamento

Realizzazione di interventi per cambiare nei consumatori la percezione di questa modalità d'acquisto già esistente.

Change Behaviour

- Modo di fare la spesa (consumatori)
- Modalità di distribuzione (produttori e negozi)

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

PRODOTTO/BRAND SERVIZIO/AREA

Vision

Riduzione dei consumi e razionalizzazione del mercato.

Mission

- Promuovere negozi alla spina
- Promuovere la vendita in contenitori “*bulk*”

MERCATO E CONTESTO

Vision

Offrire una nuova visione di mercato GDO.

Mission

Relazionarsi a grandi supermercati.

COMPETITORS

Plus

- Distributori
  costi più bassi, maggior volume di trasporto, meno sistemi di conservazione lungo il percorso, altro...
- Prezzo

Minus

- Non tutti i prodotti sono venibili alla spina
- Meno pubblicità visiva
- Meno fiducia nella conservazione

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

ANALISI SWOT

strenghts

- Economicità
- Riduzione dei rifiuti
- Prodotti di qualità
- Favorire le realtà locali
- Ridurre l'inquinamento
- Riduzione degli sprechi

weaknesses

- Conservazione
- Poco impatto visivo

threats

- Praticità
- Scetticismo

opportunities

- Diminuire i rifiuti
- Diminuire lo spreco dei materiali da imballaggio

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

PERSONAS

Nome: Rebecca
Età: 21
Professione: studentessa universitaria alla Statale Milano
Città: Milano
Interessi: viaggiare, leggere, musica.

"Essendo una studentessa fuori sede e dovendo sostenere molte spese tra affitto, tasse universitarie e bollette, quando vado al supermercato cerco sempre i prodotti più economici o in offerta, cercando però di rinunciare il meno possibile alla qualità."

Nome: Giovanni
Età: 45
Professione: docente di inglese presso una scuola media di Pavia
Città: Certosa
Interessi: viaggiare, sport, informatica, letteratura inglese.

"La situazione in cui si trova il nostro pianeta è spaventosa e peggiora di giorno in giorno, Basti pensare ai rifiuti: ne produciamo diverse tonnellate ogni anno, molte delle quali sarebbero evitabili semplicemente modificando in parte il nostro stile di vita."

Nome: Luisa
Età: 51
Professione: casalinga
Città: Roma
Interessi: letteratura, arte, riciclo creativo e decupage.

"Ai miei figli insegno l'importanza della raccolta differenziata, ma sento che questo non basta.
Nel mio piccolo cerco di produrre meno rifiuti possibili, anche attraverso il riciclo creativo: l'utilizzo di diversi materiali di scarto per produrre oggetti utili o decorativi. Cerco sempre nuovi metodi per fare la mia parte nel mio piccolo e lasciare così un mondo migliore ai miei figli."

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Sensibilizzare sugli sprechi.

Proporre un nuovo metodo di distribuzione.

Convincere a cambiare idea.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

TONO DI VOCE

Professionale e realista,
ma anche positivo e propositivo.

INSIGHT

Attraverso dei **paragoni** vogliamo informare sul maggior peso fisico e morale (di impatto ambientale) che si ha facendo la spesa tradizionale al posto della spesa alla spina.

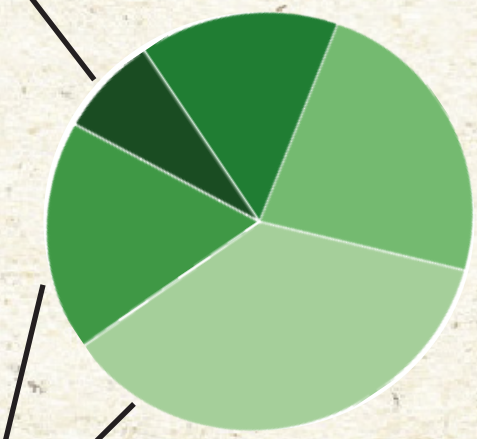
membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

SONDAGGIO*

quanto ne sai sulla spesa alla spina?

*su un campione di 252 persone

Solo 8% del campione totale considera il packaging fondamentale.



La maggior parte degli intervistati lo considera comunque mediamente importante.

Il 67% degli interessati alla vendita di prodotti sfusi è del Nord Italia.

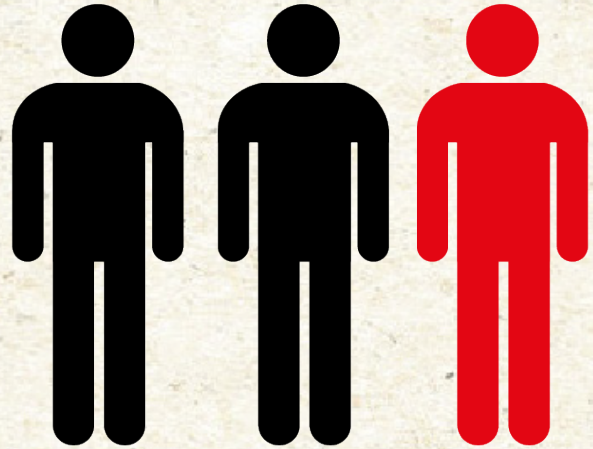
il restante
Sud:11,9% Centro:16,7% Estero:4,4%

Il 42% degli intervistati non sa che lo smaltimento dei rifiuti d'imballo influisce fino al 30% sul costo di un prodotto.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

“chi conosce la spesa alla spina?”

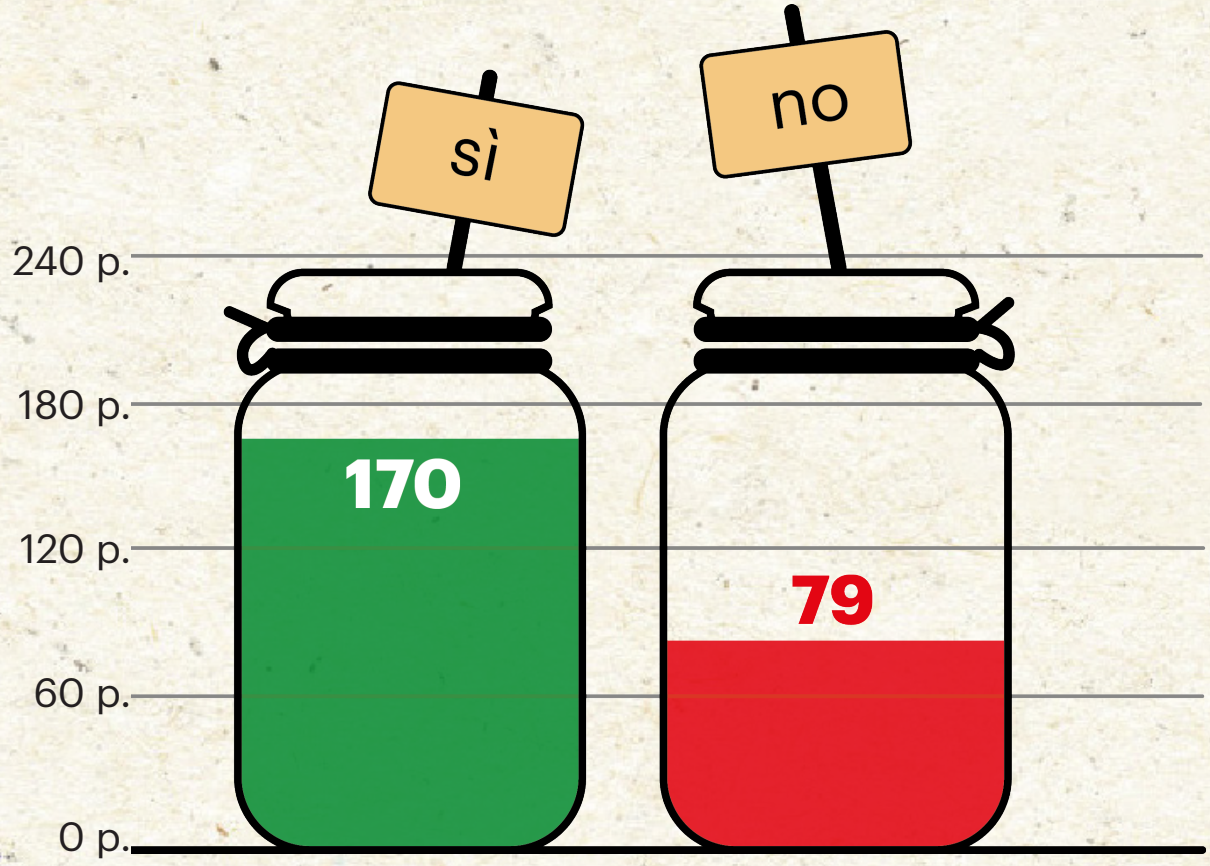


1 persona su 3

Non conosce questa modalità di distribuzione...

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti



...o non sa dove può recarsi per sfruttare questo servizio.

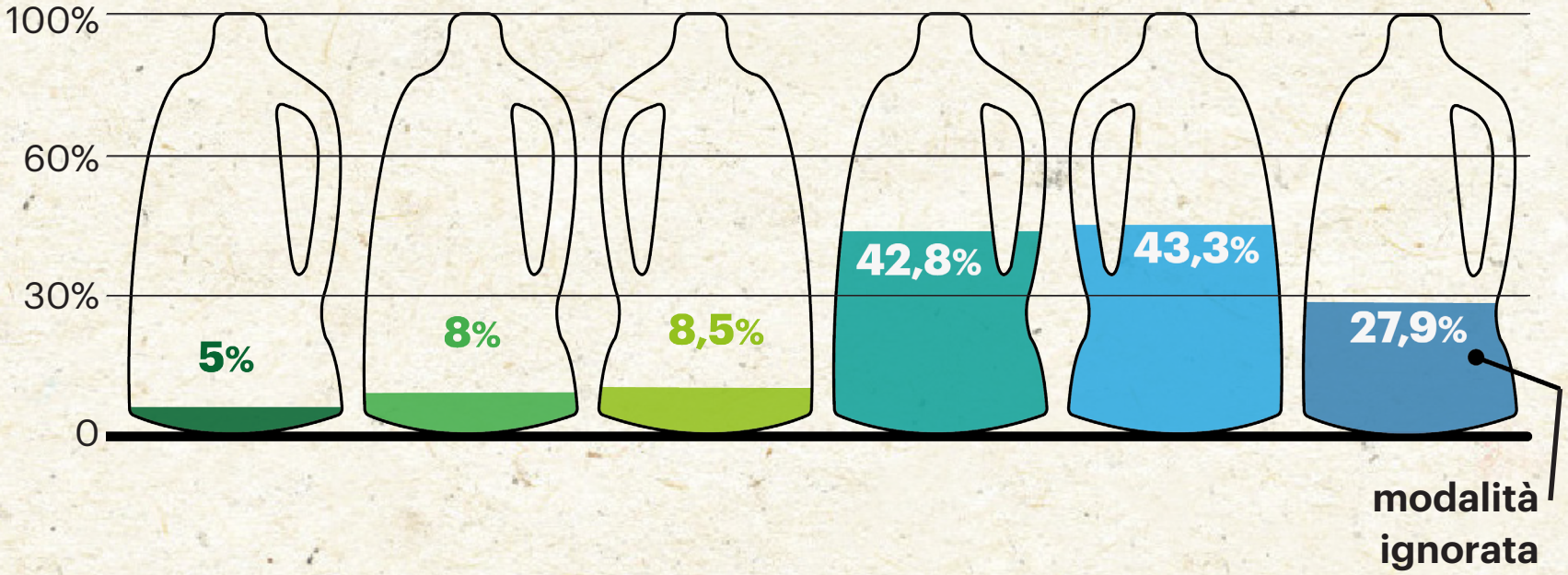
gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

"perchè non compri alla spina?"

Non si preferisce la spesa alla spina soprattutto per questioni di abitudine o scomodità.

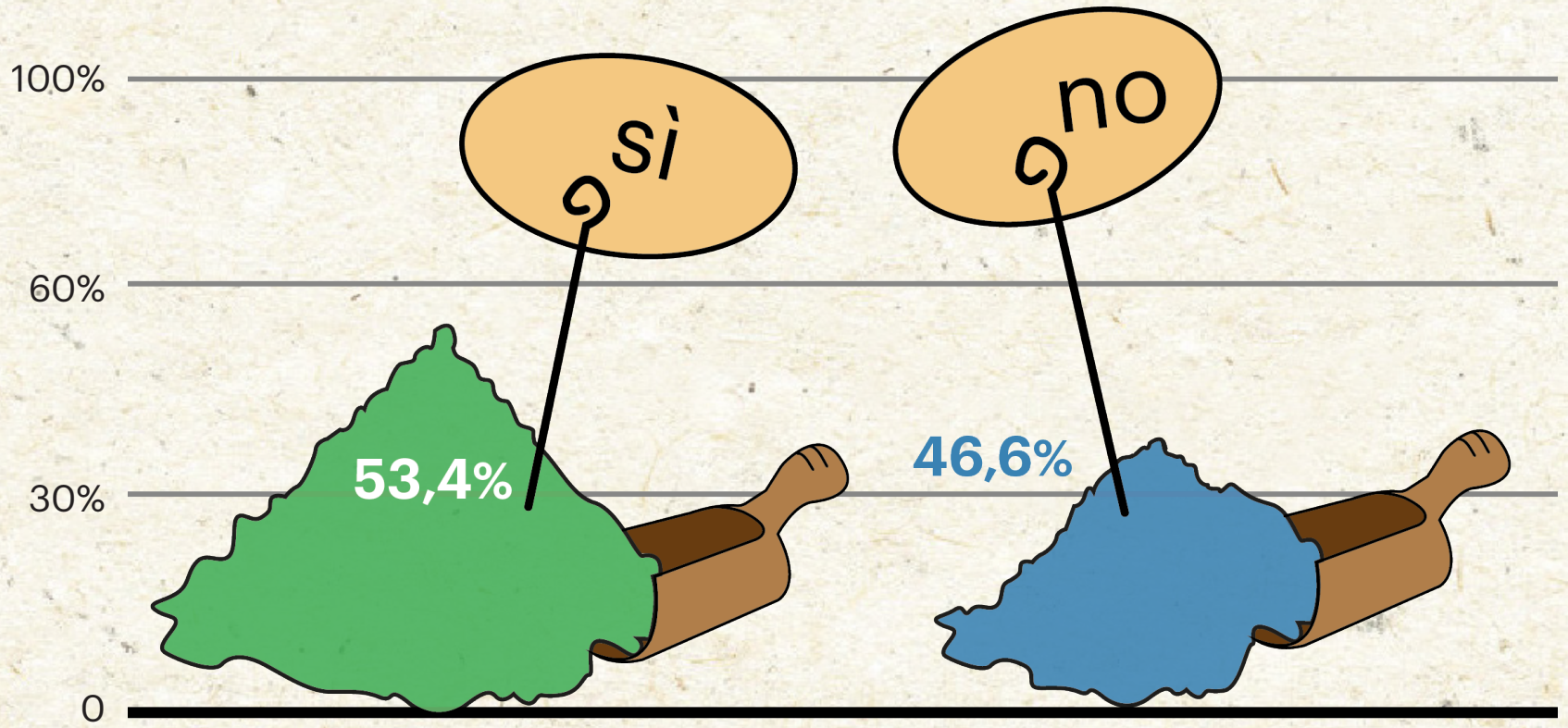
Migliorando il servizio e rendendolo più accessibile ne usufruirebbero più consumatori.



gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

“sai quanto influisce il packaging sul costo del prodotto?”



Solo circa la metà del campione considerato è a conoscenza di quanto influisca il costo del packaging sul prodotto finale.

Il costo può variare dal 20% al 70%.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

VANTAGGI ECONOMICI

Spesa con il packaging

IPERMERCATO
p.za Packaging, 3
Altolà (MO)

	EURO
PASTA 1Kg	1,60
CEREALI 1Kg	6,20
LEGUMI 1Kg	2,60
SHAMPOO 500mL	7,00
TOTALE €	**17,40**

Spesa alla spina

SPINAMANIA
via Packaging, 10
Campodimele (LT)

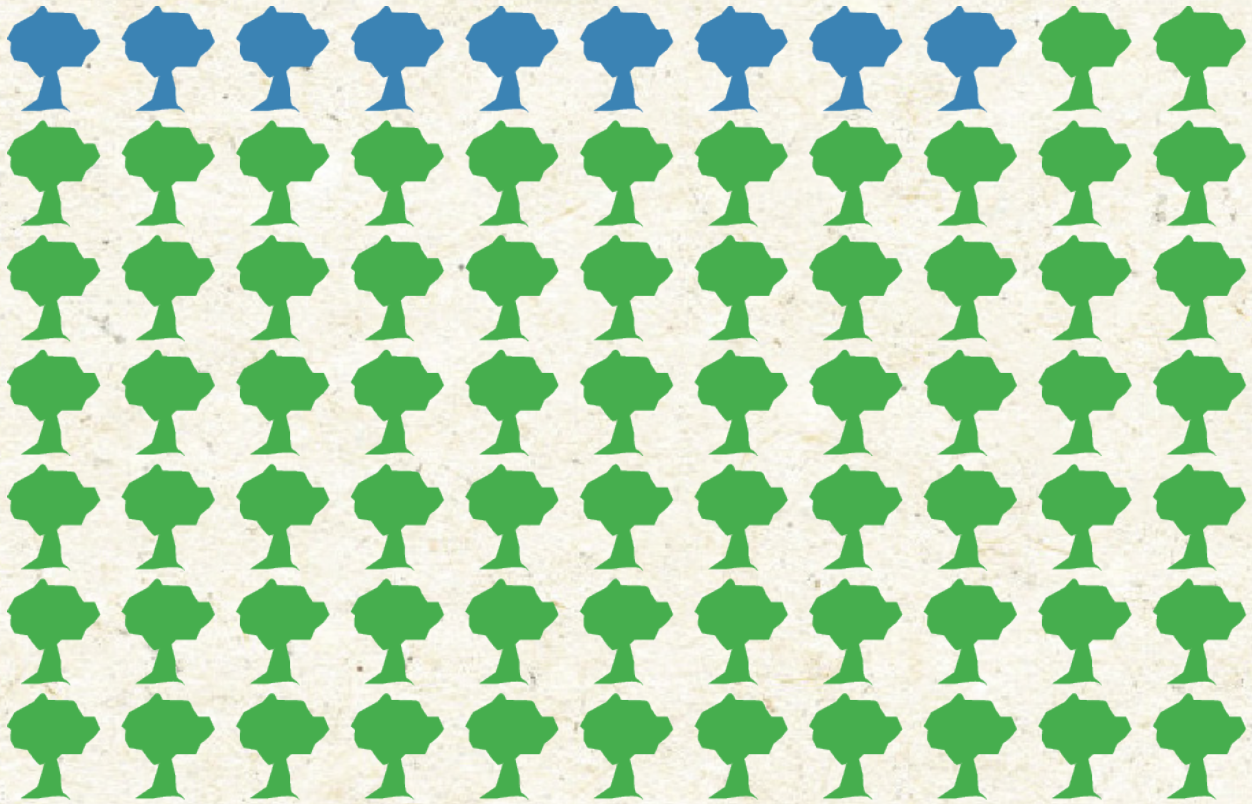
	EURO
PASTA 1Kg	1,20
CEREALI 1Kg	4,00
LEGUMI 1Kg	1,60
SHAMPOO 500mL	4,60
TOTALE €	**11,40**

Risparmio del:
15% legumi
30% detersivi
70% detergenti

Facendo sempre la spesa alla spina in una famiglia media si arriverebbe a risparmiare **fino ad 800€ annui**.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti



Per la produzione degli imballaggi si abbattono circa **9 alberi annui/persona*.**

*su 650 Kg annui di rifiuti calcolati a persona.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

TOGLITI UN PESO

campagna di sensibilizzazione.

STORYBOARD:
prima idea

Già dalla prima idea abbiamo deciso che avremmo girato uno spot fondato su un paragone semplice, basato su un gesto comune e quotidiano quale la spesa.
Di seguito una prima bozza dello storyboard dello spot.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

CONCEPT DELLO SPOT

La spesa, una semplice azione quotidiana di tutti.

Volendo mettere in luce le differenze tra la spesa alla spina e la spesa tradizionale, abbiamo optato per un video in cui si alternano e affiancano scene delle stesse, in modo da rendere visivamente più immediato e semplice il paragone.

L'alternanza è sempre incentrata sull'acquisto nelle due modalità del prodotto di uguale natura, quindi detersivo/pasta/cereali sfusi e confezionati.

Inoltre, per una facile identificazione della scelta preferibile, i colori risultano più cupi nelle scene della spesa tradizionale, in modo da far risultare più accese e allegre le scene di spesa alla spina.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

L'idea della leggerezza dovuta alla tipologia di spesa, è così accentuata dai colori, ma soprattutto dalla simbologia introdotta negli ultimi secondi del video.

La ragazza che fa la spesa alla spina è leggera, sorridente e ha al braccio un palloncino che richiama al mondo, un mondo pulito e migliore.

Il ragazzo, che acquista invece la spesa tradizionale, è triste, appesantito dai sacchetti e da una palla al piede, anch'essa raffigurante un mondo, ma sporco, ammaccato e inquinato.

Questo richiama il peso non solo fisico della spesa impacchettata, ma anche dell'impatto ambientale e morale che essa comporta.

TOGLITI UN PESO
scegli la spesa alla spina.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

AFFISSIONI

Considerando di voler mantenere l'idea del peso fisico e morale che si ha facendo la spesa, abbiamo realizzato un ipotetico manifesto.

La bilancia è il simbolo per antonomasia del peso, e i piatti sono quasi allineati, in modo da mantenere un certo dubbio sulla risposta corretta alla domanda posta e su cui l'osservatore è portato a riflettere.

Avendo specificato che la quantità della pasta sia la stessa (1kg), si instaura il dubbio nell'osservatore che la differenza di peso derivi proprio dalla confezione.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

UNCONVENTIONAL

Ipotizzando un approccio con il pubblico che sia meno tradizionale e più partecipativo, abbiamo deciso di scendere in piazza.

Catturando l'attenzione con la domanda tranello: ***"Pesa di più 1 kg di pasta confezionata o 1 kg di pasta alla spina?"*** abbiamo registrato delle interviste e informato chi si fermava a parlare o anche solo chi si fermava brevemente.

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

Tra chi era in partenza più informato e chi meno, siamo riusciti a raggiungere un discreto numero della popolazione milanese.

Grazie alle fantastiche magliette abbiamo inoltre ipotizzato il possibile lancio sui social (es. instagram) dell'iniziativa, attraverso un hashtag:

#toglitiunpeso

gruppo: A5

membri: Andrea Covacci, Andrea Cundari, Eleonora De Luca, Lucia Maria Emilia Ferrrari, Elena Zucchetti

AGENDA ONU 2030
PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE
OBIETTIVO #12:

12.5: entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo, e il riutilizzo.

PUBBLICITA' PROGRESSO

FONDAZIONE PER LA COMUNICAZIONE SOCIALE