

## COMUNICATO STAMPA

### La raccolta differenziata è un gioco di squadra: AMIU e CONAI lanciano la campagna 2026 che unisce sport, persone e territori nel Comune di Genova

Genova, 18 febbraio 2026 – La raccolta differenziata non è solo una buona abitudine quotidiana: è un gesto collettivo, fatto di scelte condivise, partecipazione e senso di appartenenza, e deve diventare un gesto concreto e costante.

Da questa visione nasce la nuova campagna di comunicazione 2026 AMIU Genova e CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi), presentata oggi a Palazzo Tursi alla presenza della sindaca Silvia Salis, dell'assessora all'ambiente Silvia Pericu, Paolo Macchi e Roberto Spera rispettivamente presidente e direttore generale AMIU Genova e Fabio Costarella, vicedirettore generale CONAI, pensata per accompagnare, incentivare e aumentare la raccolta dei materiali differenziabili in città e rafforzare il legame tra cittadini, spazi urbani e comunità locali.

«La raccolta differenziata è uno dei gesti più semplici e concreti con cui possiamo prenderci cura di Genova. Significa rispetto per gli spazi comuni, per le persone che li vivono e per chi ogni giorno lavora per garantire servizi efficienti - dichiara la **sindaca di Genova, Silvia Salis** – come nello sport, anche nella cura della città i risultati arrivano quando ciascuno fa la propria parte, conosce le regole e le rispetta: conferire correttamente è un gioco di squadra fatto di attenzione, rispetto del prossimo e costanza. Ringrazio chi ha pensato e realizzato questa campagna, molto accattivante e coinvolgente. Ho dedicato la mia vita allo sport e ho potuto sperimentare in prima persona quanto, per ottenere risultati, continuo la forza di volontà e il senso del collettivo. Anche per questo, non posso che sostenere una campagna nata per parlare a tutte e tutti con un linguaggio chiaro e diretto. Una città più pulita e ordinata nasce anche dalle scelte quotidiane dei cittadini che la abitano. Sono certa che lavorando di squadra potremo recuperare la strada perduta e raggiungere grandi risultati».

Il concept scelto parla un linguaggio universale e inclusivo: quello dello sport di squadra. Non l'agonismo, ma la collaborazione. Non la performance individuale, ma il risultato comune. In campo ci sono persone di tutte le età e provenienze: sportivi e semplici appassionati, giovani e meno giovani. Tutti chiamati a "giocare il proprio ruolo" per una Genova più sostenibile.

«La sensibilizzazione e la promozione della cultura del riuso e della raccolta differenziata è una battaglia di civiltà che ogni cittadina e cittadino deve sentire come propria, sapendo che, proprio come nello sport, ognuno è chiamato a fare la propria parte per arrivare all'obiettivo finale – dichiara **l'assessora all'Ambiente, Silvia Pericu** – ringrazio AMIU Genova e CONAI, gli sportivi che 'ci hanno messo la faccia', i creativi che hanno realizzato questa campagna che siamo certi possa cogliere nel segno con messaggi semplici, ma molto diretti, rivolti a tutte le età. La raccolta differenziata, con il conferimento corretto dei materiali, è un gesto semplice che può e deve diventare un'attività di tutte e tutti, ogni giorno, con benefici per tutta la città, oggi e soprattutto per il nostro domani».

La campagna, ideata da TWOW, agenzia di marketing integrato genovese, attraversa simbolicamente e fisicamente la città, coinvolgendo impianti sportivi, società sportive e atleti a tutti i livelli dal ponente al levante della città valorizzando il territorio come campo di gioco condiviso. Le immagini raccontano una Genova reale e plurale, dove la raccolta differenziata diventa un gesto naturale, riconoscibile, accessibile a tutti.

Sottolinea **Paolo Macchi, presidente AMIU Genova**: «Questa campagna racconta una visione chiara: la raccolta differenziata come gesto condiviso, semplice per tutte e tutti. È così che si costruisce un territorio più curato e comunità responsabili. AMIU, insieme a CONAI con i suoi consorzi e all'Amministrazione comunale, sceglie di parlare a Genova in modo inclusivo, puntando sulla partecipazione come chiave del cambiamento».

Accanto alla dimensione valoriale, la campagna affianca una forte componente informativa sul come fare la raccolta differenziata, oltre che raccontare e ricordare il servizio AMIU nelle strade e nei quartieri cittadini.

Aggiunge **Roberto Spera, direttore generale AMIU Genova**: «Accanto al messaggio della campagna, c'è il lavoro quotidiano: servizi sul territorio, informazioni chiare, presenza nei quartieri. Questa campagna serve anche a spiegare come fare bene la raccolta differenziata e cosa c'è dietro ogni gesto. È un impegno concreto che funziona solo se organizzazione e collaborazione vanno nella stessa direzione: serve sempre di più un nuovo patto sociale».

Un racconto coordinato che unisce creatività e servizio, con materiali semplici, riconoscibili e diffusi capillarmente sul territorio, anche grazie all'integrazione con i canali digitali.

«Sarà una grande sfida anche per CONAI, così come per i Consorzi Ricrea, CiAl, Comieco, Rilegno, Corepla, Biorepack e Coreve. - conclude **Fabio Costarella, vicedirettore generale CONAI** - Crediamo che l'impegno politico dell'amministrazione su questi temi e la gestione del servizio tramite AMIU siano la chiave per rendere la raccolta differenziata più efficace. Con questa campagna vogliamo ribadire un principio fondamentale: ogni gesto conta, ed è importante informare costantemente il consumatore sulla corretta gestione degli imballaggi a fine vita. È essenziale che ogni cittadino sia consapevole del valore ambientale ed economico che hanno i pack se entrano nel ciclo virtuoso dell'economia circolare. E, in questo, parlare il linguaggio dello sport significa parlare di impegno condiviso, rispetto delle regole e senso di appartenenza».

Fondamentale anche il coinvolgimento del tessuto locale, che diventa parte attiva del progetto, rafforzando l'idea di una città che lavora insieme per migliorare la qualità urbana e ambientale.

“La raccolta differenziata è un gioco di squadra” non è solo un claim, ma una dichiarazione di metodo: una campagna che parla a tutta la città, senza giudicare, senza escludere, costruendo fiducia e partecipazione. Perché il cambiamento funziona davvero solo quando è condiviso.