



## **Consorzio Biorepack on air con “I Buttadentro”, una campagna integrata dedicata ai benefici di una raccolta dell’umido corretta. Firma Connexia.**

*Il brand di marketing e comunicazione della MarTech company Retex firma strategia e concept creativo della campagna multichannel 2024 del Consorzio della bioplastica compostabile.*

Milano, 12 giugno 2024 – **Biorepack**, il primo sistema consortile europeo di responsabilità estesa del produttore (EPR) dedicato agli imballaggi in bioplastica compostabile, torna in comunicazione con *“I Buttadentro”*, la **campagna integrata per TV, radio, stampa, social, digital e cinema**. A firmare il progetto è il team creativo di **Connexia**, il brand di marketing e comunicazione di **Retex**, che ha curato **strategia, creatività e pianificazione media della campagna**.

On air dal 9 al 29 giugno 2024 con una **multisoggetto** formata da **tre spot da 15”** sui canali televisivi di RAI, Mediaset, CairoRCS Media, SKY e Discovery Plus, *“I Buttadentro”* arricchisce la già significativa pianificazione TV con uno **spot in formato 30”** sulle frequenze radiofoniche del Gruppo Editoriale GEDI e di CNR Media, uno speciale **spot in formato 15” cinema**, che precederà le proiezioni dell’atteso film **Inside Out 2** in tutte le sale UCI Cinema e The Space d’Italia, uno **spot video di 15”** sulle piattaforme **Google e Meta** e una **pagina adv**, che apparirà per i prossimi mesi sui maggiori **periodici e quotidiani nazionali cartacei**.

Il Consorzio Biorepack torna, dunque, sui principali media italiani per continuare a **diffondere** presso tutti i cittadini la **conoscenza** dei materiali in bioplastica compostabile certificati e **promuoverne** la modalità di utilizzo e di **corretto conferimento**. Biorepack si fa inoltre promotore del legame virtuoso tra una **corretta raccolta dell’umido** e la **produzione di compost**, risorsa importantissima per la



rigenerazione del suolo. Ed è proprio la **qualità della raccolta dell'umido** il core dello **storytelling della campagna 2024**, interamente sviluppata attorno al *moment of truth*, ossia l'istante di massima indecisione che si trovano a vivere spesso le persone quando sono in procinto di conferire i rifiuti nella raccolta differenziata domestica. A enfatizzare l'importanza di operare una selezione scrupolosa di cosa dovrebbe entrare o meno nel bidoncino dell'umido, **due personaggi iconici** e memorabili, i **Buttadentro**, figure che impongono una scrupolosissima selezione, proprio come farebbero dei buttafuori all'ingresso di un locale.

L'idea creativa de *"I Buttadentro"* nasce proprio per celebrare l'importanza di fare una raccolta dell'umido il più accurata possibile. Il bidoncino diventa, allora, un posto così «esclusivo» che **selezionare attentamente cosa può entrarvi e cosa no diviene importantissimo**. Ecco perché i protagonisti della creatività sono **due buttafuori** – o meglio – **due buttadentro**, pronti a sorvegliare l'ingresso del bidoncino e a farvi entrare solo ciò che è adatto a trasformarsi in compost, come gli avanzi di cucina e gli imballaggi in bioplastica compostabile certificati.

**Non tutti i materiali, infatti, hanno il privilegio di diventare nutrimento per la Terra.**

*"Fin dalla sua nascita, il nostro Consorzio ha considerato le attività di comunicazione e sensibilizzazione dei cittadini tra i propri obiettivi fondanti. – commenta il **Presidente di Biorepack, Marco Versari** – Le bioplastiche compostabili sono materiali innovativi, ed è quindi importante aiutare i cittadini a capire come riconoscerle e il perché devono essere conferite insieme all'umido domestico. Il percorso educativo è certo ancora impegnativo: molte persone continuano a conferire nella raccolta dell'umido materiali non compostabili (MNC), tra cui plastica, vetro e metallo, che complicano le attività degli impianti di compostaggio, limitando la crescita del tasso di riciclo e di generazione di compost. Ma siamo certi che questa campagna multisoggetto e multicanale rappresenterà un nuovo, importante tassello per raggiungere il maggior*



*numero di Italiani e contrastare così disinformazione e fake news”.*

*“Siamo davvero soddisfatti di poter dare il nostro contributo strategico e creativo alla diffusione di una sempre maggior consapevolezza ambientale. – dichiara **Massimiliano Trisolino, Managing Partner** di **Connexia** – Per la campagna di comunicazione 2024 de “I Buttadentro”, abbiamo scelto di supportare nuovamente gli obiettivi educational del Consorzio Biorepack attraverso un concept creativo multisoggetto che, oltre a sottolineare l’importanza di adottare la bioplastica compostabile come materiale alternativo per uso alimentare, dedica i due nuovi spot TV a due degli MNC purtroppo comuni nella raccolta dell’umido: plastica e metalli. A trarre beneficio da una sempre maggior consapevolezza è tutta la comunità e contribuire alla diffusione di buone pratiche quotidiane è un obiettivo che, come Società Benefit, condividiamo con il Consorzio e siamo orgogliosi di poter sostenere”.*

#### **GUARDA I TRE SPOT:**

Soggetto TV 1: <https://youtu.be/MZiRrEto4jl>

Soggetto TV 2: <https://youtu.be/bON6VPibv-s>

Soggetto TV 3: <https://youtu.be/WOvEdszF-Lc>

Soggetto Cinema: <https://youtu.be/BdMneMNUUKo>

#### **Credits**

**Agenzia: Connexia, A Retex brand**

Executive Creative Director – Adriano Aricò

Creative Director – Anna Vasta

Senior Copywriter – Miriam Zaccagni

Senior Art Director – Enzo Girardi

Account Supervisor – Filippo Di Lella

Executive Account – Francesca Perico

Media Director – Paola Luzzi

Media Strategist – Stefania Pozzoni

Account Executive – Eloise Bellati

#### **CdP: Black Mamba**

Executive Producer – Stefano Monticelli

Producer – Virginia Magnelli



Regista - Miguel Usandivaras  
DOP - Emanuele Zarlenga  
Scenografia - Luca Vitetta  
Costumi - Simona Marchini  
Casting - Barbara Foti@Wanted  
Montatore - Marcello Sanna  
Colorist - Alessio Zanardi  
Online - Alessandro Sanna  
Sound - EraZero  
Fotografo - Marco Bertani

### Connexia

Connexia è creatività.

È pensiero data-driven.

È eccellenza nella gestione dei media.

Ed è innovazione tecnologica

Ma non solo. Il brand di comunicazione e marketing di Retex è soprattutto passione, impegno etico, trasparenza, responsabilità sociale di impresa.

È un team multiculturale e multidisciplinare: professionisti capaci di costruire e raccontare valori di brand, ma anche di guidare processi di trasformazione digitale.

Pensiamo e sviluppiamo idee che possono vivere su tutti i canali, senza nessun timore di essere misurati sull'efficacia di ogni campagna.

Aspettatevi di lavorare, con noi, in modo nuovo: insieme, per davvero, attraverso processi di co-creation continui e sperimentazione orientata agli obiettivi di business e comunicazione. [www.connexia.com](http://www.connexia.com)

### RETEX

*Redefine the meaning of Retail:* con questa mission, Retex è la società che affianca i brand nelle iniziative di trasformazione digitale e innovazione unendo tecnologia, creatività e dati. Nata nel 2010, da sempre attenta alle tematiche di responsabilità sociale e oggi Società Benefit, Retex è guidata dalla passione e dalle competenze di più di 600 talenti, provenienti da 32 nazioni, per ispirare e accelerare il cambiamento nel mondo dei brand e del Retail.

[www.retex.com](http://www.retex.com)

### Biorepack

Biorepack è il Consorzio nazionale per il riciclo organico degli imballaggi in plastica biodegradabile e compostabile, settore che rappresenta all'interno del sistema CONAI.

Si occupa della gestione a fine vita degli [imballaggi in bioplastica](#) compostabile [certificati EN 13432](#) (e delle frazioni similari) conferiti nel circuito di raccolta differenziata e di riciclo della frazione organica dei rifiuti urbani (umido).

Istituito nel 2018, il Consorzio è senza scopo di lucro, opera su tutto il territorio nazionale, nel rispetto dei principi dell'economia circolare e della bioeconomia, e rappresenta il primo schema EPR (Responsabilità Estesa del Produttore) a operare in Europa nel settore degli imballaggi in bioplastica compostabile. Il suo campo di operatività – la filiera dell'umido domestico – è una novità assoluta anche nell'ambito del sistema CONAI. [biorepack.org](http://biorepack.org)