

VareseNews

“Ficcatelo in tasca” ecco il movimento ecosostenibile che fa la guerra ai rifiuti

Pubblicato: Mercoledì 4 Novembre 2015



E' l'immagine di una mano che impugna un boomerang a fare da testimonial alla pubblicità del movimento contro i rifiuti lasciati per strada **“Ficcatelo in tasca”**.

Una figura capace di catturare l'attenzione dell'utente per condurlo verso un'unica via che si fa paladina dell'ambiente: non gettare rifiuti in giro, perché prima o poi torneranno da te, inquineranno anche te.

Basta cercare “un cavolo di cestino” come cita lo slogan.

“Ficcatelo in tasca” è un progetto non a scopo di lucro che investe su di un messaggio: nessuno toglierà mai il rifiuto dalla strada al posto nostro; ci vorranno migliaia di anni prima che venga smaltito dalla Terra.

Ecco alcuni dati interessanti che risalgono al non lontano 2009: “Nel nostro Paese vengono prodotti **ogni anno 32,4 milioni di tonnellate di rifiuti urbani**, 550 chili pro-capite” ha confermato uno studio realizzato dal gruppo Veolia (con Philippe Chalmin dell'Università Parigi-Dauphine) insieme all'Università Bocconi. Dati Istat più recenti (2012) ci parlano invece di **590,5 kg di rifiuti urbani pro-capite annui**.

E naturalmente non tutta la spazzatura, finisce nel cestino!

“Ficcatelo in tasca” al fine di promuovere l’educazione ambientale sa anche essere originale nel suo genere. E lo fa, per esempio, stimolando il suo pubblico all’acquisto di alcuni porta **mozziconi** di sigarette, tascabili. Perché partire dal mozzicone? **Perché impiega due anni per degradarsi.**

E’ tanto? No, se si pensa ai 100 o a i 1000 anni di un sacchetto o di una bottiglia di plastica. O a un pannolino usa e getta che verrà smaltito in 500 anni. O ancora ai 10 o 100 anni di una lattina di alluminio.

L’ente è protagonista di diverse iniziative, e lo fa avvalendosi anche della sua [pagina Facebook](#) tramite la mission “**Scatta il rifiuto**”. Della serie “facciamo vedere a chi inquina che il suo rifiuto è sempre lì dove lo ha buttato e che nessuno lo toglierà”.

La compagnia, inoltre, per creare una maggiore rete di interazione e un migliore feedback col proprio pubblico propone degli inviti speciali che suggeriscono come diventare un “ficcatovery doc”.

Come? Scrivendo a un indirizzo di posta elettronica: **ficcatelointasca@gmail.com.**

di [SC](#)