

Ambiente

Silea guarda al futuro

L'INTERVISTA PIETRO ANTONIO D'ALEMA. Il direttore generale di Silea traccia le prossime strategie per proseguire nello sviluppo della società

«PRONTI A GUARDARE FUORI PROVINCIA PER CRESCERE ANCORA»

MARTA COLOMBO

Il 2025 segna un traguardo importante per Silea: i trent'anni dalla trasformazione da consorzio a società per azioni.

In questo contesto, l'azienda non si limita a festeggiare il suo passato, ma punta al futuro con progetti di espansione che riguardano non solo la crescita del fatturato, ma anche l'innovazione tecnologica e il rafforzamento del legame con il territorio.

A parlare di questi temi Pietro Antonio D'Alema, direttore generale di Silea.

Direttore D'Alema, Silea sta vivendo un momento di grande sviluppo, non solo a livello territoriale, ma anche nel rafforzamento dei suoi servizi. Qual è stato il percorso che ha portato la società a crescere così tanto in questi trent'anni, e quali sfide vede per il futuro? Silea è cresciuta grazie all'impegno e alla coesione dei suoi azionisti locali e alla capacità di rispondere in modo efficace alle diverse necessità del territorio. Abbiamo un fatturato che ha superato i 70 milioni e siamo una delle realtà più efficienti in Lombardia per quanto riguarda la raccolta differenziata. La sfida ora è proseguire su questa strada, alzando ulteriormente gli standard, anche con l'espansione e la crescita verso le province confinanti, su indicazione dei Comuni.



La presidente di Silea Francesca Rota e il direttore generale Pietro Antonio D'Alema

■ «Consolidare la nostra esperienza sul territorio ed estenderla alle aree vicine»

Il 14 aprile l'assemblea straordinaria di Silea Spa darà il via a un aumento del capitale sociale riservato a nuovi soci. L'espansione territoriale è un obiettivo prioritario. Come si inserisce questo piano di crescita nell'ambito della vostra visione a lungo termine?

Il nostro piano di espansione è legato alla volontà di consolidare la nostra esperienza sul territorio, ma anche di esten-

derla alle aree limitrofe. Stiamo infatti avviando un percorso che coinvolge i territori vicini, sempre con l'obiettivo di mantenere il nostro legame con il Lecchese. La nostra forza risiede nel nostro DNA pubblico, con i Comuni come azionisti, e questo ci permette di agire con un forte senso di comunità. Con il tempo, abbiamo visto che questa visione ci ha

permesso di crescere in modo sostenibile.

Quali sono i progetti più significativi che Silea ha messo in atto per migliorare i servizi e favorire la crescita della raccolta differenziata?

Abbiamo avviato una serie di innovazioni, dalla misurazione puntuale della raccolta al sacco rosso, che ha avuto un impatto significativo, a progetti legati alla tecnologia, come i distributori automatici di sacchetti e i sistemi di accesso controllato nelle postazioni di raccolta. Il nostro obiettivo è non solo aumentare la quantità di raccolta differenziata, ma soprattutto migliorarne la qualità, garantendo che i materiali raccolti siano davvero riciclabili.

La sensibilizzazione dei cittadini è una parte fondamentale di questo processo. Come sono cambiati i comportamenti del territorio in risposta alle iniziative portate avanti da Silea?

I dati parlano chiaro: siamo al terzo posto in Lombardia per la raccolta differenziata, con oltre il 78% di differenziata raccolta, rispetto al 70% di cinque anni fa. Questo è un risultato straordinario, soprattutto considerando che siamo già partiti da percentuali molto alte. La sfida ora è continuare a crescere, anche quando i margini di miglioramento si fanno più difficili. E i cittadini stanno rispondendo positivamente: la consapevolezza sul tema del riciclo è aumentata e il nostro ruolo è stato quello di creare le condizioni per rendere possibile questo salto di qualità.

Come vi sentite rispetto al riconoscimento ottenuto con il premio Top utility award 2025?

Il premio è un ulteriore riconoscimento del nostro impegno e della qualità del lavoro che stiamo facendo. Questo trentennale è un'occasione per fare un bilancio, ma anche per guardare al futuro. Con oltre 60 progetti finanziati grazie al Pnrr, per un valore di circa 20 milioni di euro, possiamo dire che Silea sta crescendo in modo solido e con grandi prospettive.

Come si inserisce la nuova campagna di comunicazione in questo quadro di espansione?

Questa campagna, che coincide con il nostro trentennale, non è tanto un atto celebrativo, quanto una riflessione su quanto abbiamo costruito e su come possiamo continuare a crescere. Non abbiamo voluto mettere Silea in primo piano, bensì esaltare i piccoli gesti quotidiani che ognuno di noi può compiere per preservare l'ambiente. L'idea era quella di valorizzare i luoghi che ci circondano, in un'ottica che possa abbracciare sia i cittadini che i turisti, senza dimenticare la nostra missione di gestire i rifiuti in modo sempre più efficiente.

Quest'anno, dunque, la campagna si distingue da quella dell'anno precedente, che era più incentrata sulla raccolta differenziata. Cosa ha motivato questo cambiamento di approccio?

Nel 2024 avevamo focalizzato l'attenzione sulla raccolta differenziata, un tema sempre attuale, ma quest'anno abbiamo deciso di fare un passo in più. Siamo ormai un'azienda che ha superato i 70 milioni di fatturato, e quindi le modalità di lavoro si sono evolute. Volevamo proporre qualcosa di nuovo, non solo un'operazione di marketing, ma una vera e propria riflessione sul nostro territorio e sulle risorse che dobbiamo proteggere.

Concludendo, quali sono le prossime sfide per Silea nei prossimi anni?

La sfida è quella di continuare a crescere, ma sempre mantenendo il nostro forte legame con il territorio. La dimensione è diventata un fattore importante per garantire la sostenibilità dei servizi e la qualità dell'ambiente. Ma la nostra missione resta quella di essere un'azienda che risponde alle esigenze delle comunità, operando con trasparenza e responsabilità. L'obiettivo è sempre lo stesso: un futuro più sostenibile, dove ogni gesto civico fa la differenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La sostenibilità come gesto estetico Una campagna per i trent'anni

Iniziativa

L'impegno dell'azienda per l'ambiente raccontato alla comunità non convenzionalmente

Con l'annuncio della nuova campagna "La bellezza è nel gesto", Silea S.p.A. si lancia in un'iniziativa che va oltre la comunicazione istituzionale, cercando di raccontare in modo originale l'impegno quotidiano dell'azienda per l'ambiente. Attraverso gesti quotidiani che riguardano la raccolta differenziata e il rispetto per il decoro urbano, la campagna celebra la bellezza del nostro territorio e sottolinea l'importanza di ciascun piccolo atto responsabile. Con l'obiettivo di sensibilizzare e stimolare il senso di appartenenza dei cittadini, Silea punta a trasformare la sostenibilità in un gesto estetico e coinvolgente, che sa parlare alla comunità e ai turisti.

Protagonisti della campagna sono personaggi di spicco nel mondo dell'arte e dello spettacolo, che si esibiscono in contesti iconici della provincia di Lecco. La campagna si articola attraverso una serie di scatti fotografici, spot, video e manifesti, veicolati su diverse piattaforme multimediali. Il tutto si inserisce nel contesto del trentennale della società, che ha visto il passaggio dal "Consorzio intercomunale per l'eliminazione dei rifiuti solidi" alla sua trasformazione in Società per Azioni, a partire dal 1995. Oggi, Silea gestisce il ciclo integrato dei rifiuti in 87 Comuni delle province di



Un'immagine della campagna

Lecco, Como e Bergamo, con un impegno continuo verso la sostenibilità e la circolarità.

I luoghi scelti per la campagna rappresentano alcuni dei luoghi più significativi della provincia di Lecco. Il centro storico di Lecco, Morterone, Montevicchia e Varenna sono i quattro punti focali, ciascuno simbolo di un aspetto particolare del territorio. La scelta di questi luoghi non è casuale: ogni area riflette una dimensione diversa della realtà locale, dalle frazioni rurali di Morterone alla passeggiata lungo-lago di Varenna, passando per la vivacità cittadina di Lecco e l'autenticità di Montevicchia.

Francesca Rota, presidente di Silea, commenta: «La campagna non è solo un omaggio estetico, ma una vera e propria riflessione sul ruolo che ciascuno di noi può avere nella tutela del proprio ambiente. La sensibilità al bello, infatti, è una leva potente per contrastare l'inciviltà. La nostra missione è stimolare il senso di appartenenza e responsabilità, per una cura collettiva e quotidiana del nostro patri-

monio naturale e culturale».

L'elemento centrale della campagna è il gesto quotidiano, che diventa espressione di una cultura della sostenibilità. Le immagini catturano il movimento, la danza, la musica e l'arte, ma tutte raccontano la stessa storia: l'importanza di prendersi cura dell'ambiente, di fare la propria parte in modo concreto e costante. Ogni scatto testimonia la bellezza di questi gesti, rendendo chiara la connessione tra la cura per l'ambiente e il miglioramento della qualità della vita collettiva.

Gli ambasciatori scelti per la campagna sono personaggi noti in ambito sportivo e artistico, che incarnano il valore del movimento, dell'arte e dell'impegno. Viola Sella, campionessa della Nazionale di ginnastica ritmica, Matteo Gavazzi, membro del corpo di ballo del Teatro alla Scala, la modella Anel Yemel e la violoncellista Federica Castro sono i volti scelti per rappresentare l'armonia e la bellezza del gesto, declinati nel rispetto dell'ambiente.