

UN SACCO GIUSTO!

| | |
|-----------------------------------|--|
| ENTE ORGANIZZATORE | GELSIA AMBIENTE – www.gelsiambiente.it |
| COMUNI COINVOLTI | Besana in Brianza Bovisio Masciago Cesano Maderno Cusano Milanino Desio Seregno Triuggio Varedo |
| TOTALE ABITANTI PROGETTO | 200.000 |
| DENOMINAZIONE DEL PROGETTO | Campagna di comunicazione per l'introduzione della nuova modalità di raccolta dei rifiuti tramite sacchi muniti di Tag RFID, finalizzato all'incremento e al miglioramento delle frazioni differenziate. |
| DURATA | 90 giorni + 30 giorni |
| RIFERIMENTI | Direttore Generale: Ing. Antonio Capozza |

Sommario

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | INTRODUZIONE | 3 |
| 1.1 | ABSTRACT | 3 |
| 1.2 | LA SOCIETÀ GELSIA AMBIENTE | 3 |
| 1.2.1 | CERTIFICAZIONI | 3 |
| 2 | LA GESTIONE SMART DEI RIFIUTI – LA TECNOLOGIA RFID | 4 |
| 2.1 | LA SPERIMENTAZIONE DI SEVESO – PRIMI RISULTATI | 5 |
| 3 | INQUADRAMENTO GENERALE DEL TERRITORIO COINVOLTO NEL PROGETTO | 6 |
| 3.1 | LA RACCOLTA DIFFERENZIATA | 7 |
| 3.2 | CONVENZIONI CONAI | 8 |
| 4 | PIANO DI GESTIONE DEI RIFIUTI – INTRODUZIONE NUOVA MODALITÀ DI RACCOLTA | 8 |
| 5 | LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE RFID | 9 |
| 5.1 | OBIETTIVI | 9 |
| 5.2 | OBIETTIVI SPECIFICI | 10 |
| 5.3 | TARGET | 10 |
| 6 | IL MESSAGGIO E L’IMMAGINE | 10 |
| 6.1 | CONCEPT | 11 |
| 6.1.1 | IMMAGINE DI SFONDO | 11 |
| 6.1.2 | IL SACCO-PALLONCINO | 12 |
| 6.1.3 | SLOGAN: “UN SACCO GIUSTO” | 12 |
| 6.1.4 | LA DECLINAZIONE DELL’IMMAGINE NEL MATERIALE IN DISTRIBUZIONE | 12 |
| 7 | STRUMENTI E ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE | 13 |
| 7.1 | PORTALE WEB TECNOLOGICO, INNOVATIVO E INTELLIGENTE NELLA COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI | 15 |
| 7.1.1 | FUNZIONALITÀ DEL PORTALE WEB | 16 |
| 8 | CRONOPROGRAMMA OPERATIVO | 16 |
| 8.1 | CRONOPROGRAMMA OPERATIVO DELLE PROSSIME AZIONI | 17 |
| 9 | VALUTAZIONE ECONOMICA | 18 |
| 10 | MODALITÀ DI MISURAZIONE DEI RISULTATI – PIANO DI VALUTAZIONE | 19 |
| 10.1 | OBIETTIVI | 19 |
| 10.2 | METODO DI VALUTAZIONE – INDICATORI | 19 |
| 11 | CONCLUSIONI | 20 |

1 INTRODUZIONE

1.1 ABSTRACT

Dopo una prima sperimentazione sul Comune di Seveso, raggiungendo ottimi risultati in termini quali-quantitativi, Gelsia Ambiente ha deciso di attivare e promuovere la raccolta del secco indifferenziato tramite il sacchetto dotato di tecnologia RFID, su altri otto Comuni della Provincia di Monza e della Brianza e Milano, per un totale di circa 200.000 abitanti.

Nei prossimi mesi si provvederà alla distribuzione di un kit di sacchi dotati di un chip elettronico con un codice abbinato ad ogni utenza per cui, una volta esposti e caricati sui mezzi dotati di un sistema di registrazione, sarà possibile rilevare la quantità di rifiuto effettivamente prodotta da ogni cittadino. L'introduzione del nuovo sacco consente di ridurre la produzione dell'indifferenziato a favore dell'incremento delle percentuali di raccolta differenziata, aprendo contestualmente le porte al sistema di tariffazione puntuale.

Il progetto prevede una massiccia campagna di comunicazione e sensibilizzazione che punta all'informazione e al coinvolgimento di tutti gli attori attivi nel processo di cambiamento, dai portatori di interesse territoriali (stakeholders), alla totalità dei cittadini-utenti, avviando dinamiche di ascolto e confronto, di sensibilizzazione, informazione ed educazione ambientale.

1.2 LA SOCIETÀ GELSIA AMBIENTE

Gelsia Ambiente è la Società del Gruppo AEB-Gelsia attiva nel campo dei servizi ambientali, ovvero nella gestione del ciclo integrato dei rifiuti compresa la gestione delle isole ecologiche, l'igiene del suolo, il trattamento/smaltimento dei rifiuti, nonché l'educazione e la comunicazione ambientale.

La Società, come l'intero Gruppo, rappresenta una realtà industriale ben radicata nel tessuto sociale ed economico della Brianza, in cui opera a servizio di 25 Amministrazioni Comunali, lavorando per circa 450 mila abitanti e migliaia di imprese industriali. La Società, ad oggi, può contare su una forza lavoro di circa 300 dipendenti, dei quali oltre 250 operanti direttamente nelle attività di raccolta rifiuti e igiene dell'abitato.

Gelsia Ambiente è impegnata quotidianamente ad ascoltare le esigenze dei propri Soci, delle aziende e dei cittadini, a confrontarsi con loro e a fornire informazioni aggiornate sui servizi e sui comportamenti ambientali virtuosi.

Il Gruppo cui fa parte Gelsia Ambiente, opera dal 1910 nel settore dei servizi di pubblica utilità: fornitura e distribuzione gas metano, energia elettrica, settore ambientale, illuminazione pubblica, gestione farmacie.

1.2.1 CERTIFICAZIONI

La Società Gelsia Ambiente è in possesso delle seguenti certificazioni:

- UNI EN ISO 9001:2008
- UNI EN ISO 14001:2004
- BS OHSAS 18001:2007

e sta lavorando per ottenere nelle prossime settimane la certificazione ISO 39001.

2 LA GESTIONE SMART DEI RIFIUTI – LA TECNOLOGIA RFID

Per *Radio-Frequency IDentification* (RFID) si intende quella tecnologia, che ad oggi sta prendendo sempre più piede nella quotidianità, in grado di identificare e/o memorizzare informazioni e dati attraverso particolari etichette elettroniche, chiamate *tag* e di rispondere all'interrogazione a distanza da parte di appositi apparati fissi o portatili, chiamati *reader*.



L'applicazione da parte di Gelsia Ambiente della tecnologia RFID all'interno del proprio ciclo dei rifiuti, nasce dalla consapevolezza che il 60% di rifiuto contenuto nel sacco grigio è composto ancora da materiale differenziabile (Figura 1).



Figura 1 – Analisi merceologiche del sacco grigio

La gestione smart consiste nell'apposizione del tag, cioè un piccolo chip, al sacchetto adibito alla raccolta del secco indifferenziato, e nell'identificazione, in modo univoco, dell'oggetto con l'utente cui è associato il servizio.

I mezzi adibiti alla raccolta (Figura 2), dotati di sistemi reader, nel momento in cui l'operatore carica il sacco regolarmente esposto secondo calendario, rilevano il codice e trasferiscono i dati ad un software centrale, che elabora la quantità di rifiuto effettivamente prodotta da ogni cittadino.

In questo modo è possibile effettuare una contabilizzazione puntuale basata sui quantitativi effettivamente prodotti dalle singole utenze.



Figura 2 – Sistema RFID

Gli obiettivi dell'utilizzo delle capacità prestazionali di questa tecnologia sono bidirezionali: da una parte è possibile raccogliere dati precisi di raccolta, che aprono la strada al calcolo della tariffa puntuale, dall'altra si incoraggiano gli utenti a comportamenti virtuosi, ottenendo una diminuzione dei quantitativi di indifferenziato a favore di una maggiore attenzione alla differenziazione degli scarti.

2.1 LA SPERIMENTAZIONE DI SEVESO – PRIMI RISULTATI

La sperimentazione del sacco RFID a Seveso ha portato ad eclatanti risultati, con una diminuzione del secco non riciclabile prodotto di circa il 50% e un aumento della percentuale di differenziata del 15%, con un +14% per carta/cartone, + 41% per il sacco giallo multi-leggero (plastica, acciaio, alluminio), + 26% per l'organico (umido), numeri che nel loro insieme documentano l'incremento della percentuale di raccolta differenziata, che va così a sfiorare la soglia dell' 80%, superando brillantemente i termini previsti dalla normativa vigente (D.Lgs 152/2006 e s.m.i.).

L'11 febbraio 2015 si è tenuta una conferenza stampa in Regione Lombardia, al Grattacielo Pirelli, alla presenza dell'Assessore Regionale all'Ambiente Claudia Maria Terzi, i Sindaci dei Comuni di Seveso, Seregno e altri Comuni Brianzoli per presentare i risultati del lavoro svolto a Seveso.

L'evento ha avuto un grande eco mediatico (Figura 3), con servizi ed articoli su 26 giornali e riviste del settore.



Figura 3 – Rassegna stampa

3 INQUADRAMENTO GENERALE DEL TERRITORIO COINVOLTO NEL PROGETTO

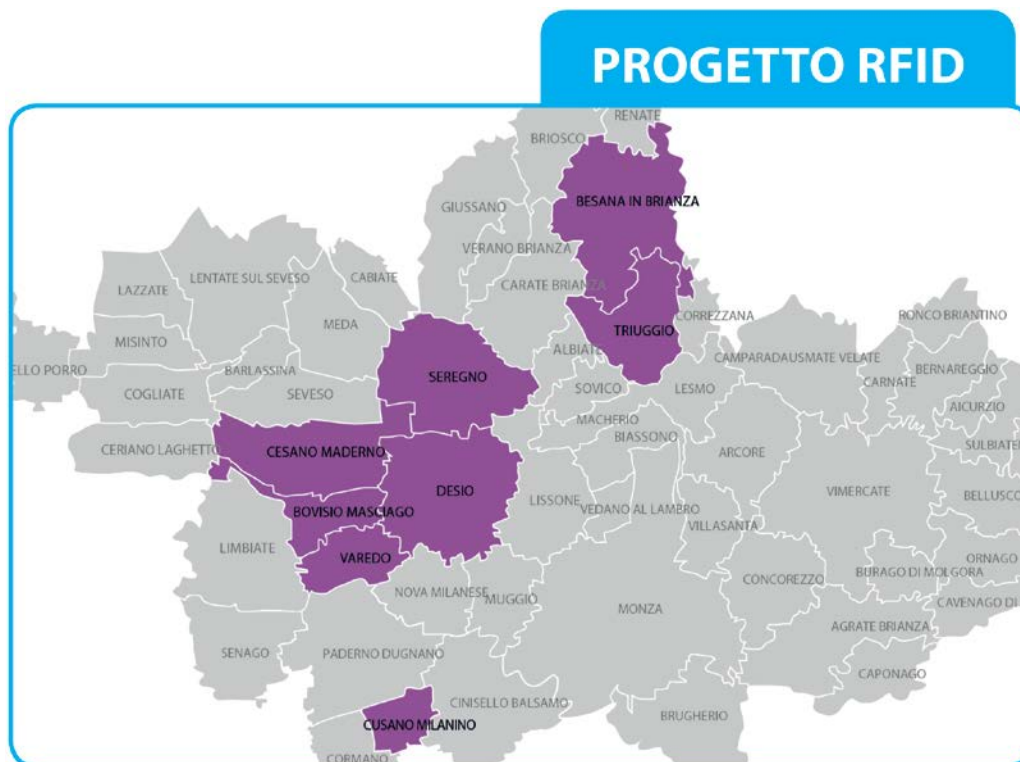


Figura 4 – Planimetria Comuni RFID

I Comuni interessati dall'introduzione della nuova modalità di raccolta e dalla massiva campagna di comunicazione sono (Figura 4):

- Seregno,
- Bovisio Masciago,
- Varedo,
- Besana In Brianza,
- Cusano Milanino,
- Triuggio,
- Desio,
- Cesano Maderno.

Il territorio prevalentemente pianeggiante, occupa un'area geografica della Lombardia, a nord di Milano, che si estende nella Provincia di Monza e della Brianza e nella Provincia di Milano, per un totale di 77 Km².

La popolazione complessiva è di circa 200.000 abitanti, per una densità abitativa media di circa 2'600 abitanti per Km².

Due sono i corsi d'acqua principali: il Seveso e il Lambro, che si inseriscono nei centri urbanizzati creando un intreccio tra aree urbane e aree naturali di cui il Parco delle Groane, del Grugnotorto-Villoresi e il Parco della Valle del Lambro, sono solo alcuni esempi.

Il territorio è interessato da monumenti e architetture religiose di notevole pregio storico, come il Santuario di Santa Valeria a Seregno, la Parrocchiale dei SS. Pietro, Marcellino e Erasmo e la Cappella Madonna della neve di Besana Brianza, la Parrocchia di S. Antonino Martire di Triuggio, il Santuario della Madonna della Cintura a Cusano Milanino, la Chiesa dei SS. Pietro e Paolo di Varedo, la Chiesa di S.

Pancrazio di Bovisio Masciago, la Basilica dei Santi Siro e Materno di Desio e la Chiesa di S. Stefano di Cesano Maderno.

Di particolare importanza sono le ville gentilizie, una magnificenza di case e di giardini commissionati dalle grandi famiglie nobiliari passate, come il complesso di Villa Cusani, Tittoni, Traversi a Desio, la Villa Bagatti Valsecchi di Varedo, il complesso di Villa Andreoli, Cagnoni, Dozio e la Villa Prinetti Miotti Filippini di Besana in Brianza, la Villa Taverna di Canonica Lambro di Triuggio, la Villa Odescalchi di Seregno, la Villa Agnesi Mariani, Radice Fossati di Bovisio Masciago, il complesso di Palazzo Arese Borromeo a Cesano Maderno e Palazzo Manriquez, Omodei di Cusano Milanino.

3.1 LA RACCOLTA DIFFERENZIATA

Nei Comuni interessati dal progetto, la raccolta dei rifiuti a domicilio è organizzata nel modo seguente (Tabella 1):

| | CARTA E CARTONE | MULTIM. LEGGERO | MULTIM. PESANTE | PLASTICA | VETRO | VETRO E LATTINE | UMIDO | INDIFFERENZIATO | % RD 2014 (dato O.R.S.O.) |
|-------------------|--------------------|-------------------|------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------------|
| Seregno | P/P* Settimanale | | P/P* Settimanale | | P/P* Settimanale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 59,7 |
| Bovisio Masciago | P/P* Settimanale | P/P* Settimanale | | | P/P* Settimanale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 65,5 |
| Varedo | P/P* Settimanale | P/P* Settimanale | | | P/P* Settimanale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 60,8 |
| Besana in Brianza | P/P* Quindicinale | P/P* Quindicinale | | | P/P* Quindicinale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 64,5 |
| Cusano Milanino | P/P* Bisettimanale | | | P/P* Bisettimanale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Bisettimanale | P/P* Bisettimanale | 67,5 |
| Triuggio | P/P* Quindicinale | P/P* Quindicinale | | | P/P* Settimanale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 62,9 |
| Desio | P/P* Settimanale | P/P* Settimanale | | | P/P* Settimanale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 58,5 |
| Cesano Maderno | P/P* Quindicinale | P/P* Quindicinale | | | P/P* Quindicinale | | P/P* Bisettimanale | P/P* Settimanale | 61,1 |

*P/P: raccolta porta a porta

Tabella 1 – Dettaglio raccolta differenziata

Gelsia Ambiente effettua la raccolta monomateriale dei rifiuti di imballaggio a base cellulosa e dei rifiuti di imballaggio in vetro, privilegia la raccolta del multimateriale "leggero" (imballaggi in plastica, acciaio e alluminio) ed effettua la raccolta degli imballaggi in legno presso le Isole Ecologiche dei Comuni gestiti.

La percentuale media di raccolta differenziata è di 62,6 %.

3.2 CONVENZIONI CONAI

| COMUNI | COREPLA | COMIECO | CIAL | RICREA | COREVE | RILEGNO |
|-------------------|---------|---------------|------|--------|--------|---------|
| BESANA IN BRIANZA | X | POLIACCOPIATI | X | X | X | X |
| BOVISIO MASCIAGO | X | POLIACCOPIATI | X | X | X | X |
| CESANO MADERNO | X | POLIACCOPIATI | X | X | X | X |
| DESIO | X | POLIACCOPIATI | X | X | X | X |
| SEREGNO | X | X | X | X | X | X |
| CUSANO M.NO | X | | | | X | X |
| TRIUGGIO | X | | X | X | X | X |
| VAREDO | X | POLIACCOPIATI | X | X | X | X |

Tabella 2 – Prospetto delle convenzioni CONAI sottoscritte da ciascun Comune

4 PIANO DI GESTIONE DEI RIFIUTI – INTRODUZIONE NUOVA MODALITA' DI RACCOLTA

I Comuni di Besana in Brianza, Bovisio Masciago, Cesano Maderno, Desio, Seregno, Cusano Milanino, Triuggio e Varedo, hanno approvato mediante Delibere dei rispettivi Consigli Comunali, dei Contratti di Servizio per la gestione dei servizi di igiene ambientale comprensivi di un capitolato speciale prestazionale, in cui viene dettagliatamente descritto il piano di gestione dei rifiuti a seguito dell'introduzione della nuova modalità di raccolta.

La raccolta delle differenti frazioni di rifiuto (differenziate e indifferenziate) sarà effettuata con revisione delle zone di raccolta e dei relativi calendari di esposizione da parte dell'utenza. Le nuove zone di raccolta, oltre a riequilibrare i carichi di produzione del rifiuto e l'ampiezza delle attuali zone, permetteranno agli utenti di razionalizzare l'esposizione del rifiuto, compattando le giornate secondo calendari più snelli.

Le raccolte domiciliari differenziate saranno effettuate, a seconda delle differenti frazioni di rifiuto, con l'utilizzo di appositi sacchi o contenitori consegnati agli utenti ed eseguite con frequenze prestabilite, così come definito dal contratto.

La raccolta della frazione secca non riciclabile verrà effettuata con l'utilizzo di sacchi dotati di tag RFID per l'identificazione univoca dei sacchi conferiti da parte dell'utente e l'introduzione della nuova modalità di raccolta consta delle seguenti fasi:

1. Campagna di comunicazione sui Comuni interessati,
2. fornitura dei sacchi dotati di Tag RFID,
3. distribuzione dei sacchi alle utenze,
4. fornitura e messa a punto di un sistema di lettura dei conferimenti e trasmissione dati da posizionare sui mezzi,
5. fornitura e messa a punto di un sistema automatico di distribuzione sacchi (distributore) per le forniture successive alla prima distribuzione,
6. concessione della licenza d'uso del sistema software per la modulazione della Tariffa puntuale,
7. immissione nel sistema delle anagrafiche degli utenti dei Comuni interessati,
8. formazione del personale di Gelsia Ambiente per la funzionalità di tutto il sistema, dall'associazione sacco-utente alla bolletta,

9. assistenza e manutenzioni per la totale funzionalità del sistema per quanto riguarda le attrezzature, l'hardware e il sistema software.

Le raccolte del rifiuto saranno eseguite secondo il calendario indicato in ogni contratto, con inizio alle ore 06.00 e sino ad ultimazione delle operazioni, comunque non oltre le ore 12.30. I rifiuti saranno conferiti da parte delle utenze a bordo strada dopo le ore 19.30 del giorno antecedente la raccolta e prima delle ore 06.00 del giorno dedicato.

I rifiuti saranno conferiti da parte delle utenze per mezzo di sacchi a perdere, chiusi, o in alcuni casi concordati con l'Amministrazione Comunale, mediante l'utilizzo di propri cassonetti in plastica di volume variabile, fino ad un massimo di 1.700 lt., i quali dovranno essere realizzati secondo le norme e con attacchi DIN 30700 e UNI 9260 e, se posti all'esterno della proprietà o su aree pubbliche o ad uso pubblico, dovranno avere la segnaletica rifrangente prevista dal Ministero dei LL.PP.. Il sacco, ben chiuso, e/o il cassonetto dovranno essere posizionati a bordo strada in corrispondenza con l'accesso a servizio degli stabili. In presenza di contenitori o sacchi con rifiuti non conformi alle tipologie da raccogliere, Gelsia Ambiente non raccoglierà i rifiuti provvedendo all'immediata segnalazione all'Amministrazione Comunale e all'utenza interessata, applicando al contenitore o sacco apposito adesivo di non conformità.

Dall'applicazione dell'avviso, il contenitore sarà considerato rifiuto non conforme e la Società provvederà a ritirarlo come tale nel turno successivo di raccolta. In caso di necessità di verifica del contenuto dei sacchi o cassonetti, Gelsia Ambiente metterà a disposizione un addetto appositamente addestrato. Il servizio di raccolta non è previsto nei seguenti giorni: 1 gennaio, 25 aprile, 1 maggio, 15 agosto e 25 dicembre di ogni anno.

Si allega la planimetria delle zone di raccolta degli otto Comuni interessati dal progetto di comunicazione "un sacco giusto".

5 LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE RFID

«L'ambiente è un bene collettivo, patrimonio di tutta l'umanità e responsabilità di tutti. Chi ne possiede una parte è solo per amministrarla a beneficio di tutti». (95) Lettera Enciclica Laudato si' del Santo Padre Francesco.

5.1 OBIETTIVI

Il presente progetto comunicativo e di coinvolgimento territoriale ad ampio raggio, punta a raggiungere i seguenti obiettivi:

- Coinvolgere in modo attivo tutti i cittadini e le utenze non domestiche nel progetto di comunicazione sulla raccolta differenziata e la riduzione dei rifiuti, portandoli a conoscenza delle variazioni del servizio e dell'introduzione del sistema RFID;
- Istituire un dialogo diretto tra cittadini, Amministrazione pubblica e Gelsia Ambiente relativamente alle tematiche inerenti i rifiuti;
- Consapevolizzare ed educare la cittadinanza in merito al valore sociale, economico e ambientale del cambiamento in atto, secondo il principio della responsabilità condivisa e fornendo motivazioni forti e durevoli.
- Capillarizzare l'informazione e ottimizzare la gestione integrata dei rifiuti.

5.2 OBIETTIVI SPECIFICI

Il progetto mira a:

- Ridurre la quantità di rifiuti prodotti inducendo all’attenzione nella fase di acquisto delle merci;
- Aumentare la raccolta differenziata (Figura 5);
- Fornire informazioni chiare e univoche relativamente alla corretta differenziazione, migliorando la qualità dei materiali raccolti;
- Consapevolizzare la cittadinanza in merito al principio comunitario “chi inquina paga”.



Figura 5- Obiettivo

5.3 TARGET

La segmentazione dei diversi pubblici di riferimento della campagna di comunicazione sono:

Target primario:

- UtENZE domestiche e non domestiche,
- Popolazione scolastica,
- Stakeholder locali (associazioni di categoria, comitati cittadini...),
- Media, provinciali e regionali, stampa specializzata.

Target secondario:

- Partner del progetto, vale a dire le Istituzioni: gli Amministratori dei Comuni coinvolti e i tecnici degli uffici,
- Operatori ecologici della Società Gelsia Ambiente.

6 IL MESSAGGIO E L’IMMAGINE

Per comunicare il cambiamento in atto, Gelsia Ambiente propone una linea grafica comune, personalizzabile nel materiale in diffusione, opportunamente adattata ai diversi contesti territoriali.

La comunicazione viene resa ufficiale dalla presenza, su tutti i materiali stampati e non, del logo dei Comuni interessati e dal logo e immagine coordinata della Società.

L’immagine identificativa della campagna (Figura 6) e lo slogan legati alla distribuzione del nuovo sacco RFID sono i seguenti:



Figura 6 – Immagine della campagna

6.1 CONCEPT

Il concept che sta alla base della campagna vuole mescolare l'aspetto innovativo dell'introduzione del nuovo sacco con tecnologia RFID all'idea dei benefici concreti che la nuova raccolta porterà sull'Ambiente, sul territorio e sulle tasche dei cittadini.

Di seguito i tre elementi scelti.

6.1.1 IMMAGINE DI SFONDO

L'immagine di sfondo scelta per la campagna è una fotografia del Bosco delle Querce di Seveso e proviene dall'Archivio "Famiglia Volpi".

La scelta dell'immagine è rappresentativa ed è stata selezionata per la sua forte valenza ambientale.

Infatti, il bosco è nato sul territorio maggiormente inquinato da sostanze tossiche dopo l'incidente del 1976 alla fabbrica farmaceutica ICMESSA di Meda. La necessaria opera di bonifica comportò la demolizione dei fabbricati esistenti e l'asportazione dei terreni superficiali. Nel 1983, dopo anni di dibattiti, fu approvato il progetto per la realizzazione di un bosco sull'area interamente bonificata. I lavori ambientali e forestali iniziarono nel 1984 e si conclusero nel 1986 con la messa a dimora di circa 5.000 piante arboree e 6.000 arbustive.

Vent'anni dopo, il parco già comprendeva un patrimonio quadruplo rispetto all'impianto iniziale: con il tempo la colonizzazione dell'avifauna, in principio difficile da ottenere per l'origine artificiale del bosco, è diventata capillare e si è passati dalle 18 specie del 1990 alle attuali 49: all'interno del parco urbano si

inserisce un bosco a evoluzione spontanea, con un ricco sottobosco dove si possono incontrare e scoprire differenti specie.

Dal dicembre del 2006 il Bosco delle Querce è diventato parco naturale regionale.

6.1.2 IL SACCO-PALLONCINO

All'interno dell'immagine del parco, è stata sovrapposta quella di due sacchi per i rifiuti che richiamano la nuova raccolta ma, invece di essere i soliti contenitori che si raccolgono su strada, questi sacchi sono rappresentati in modalità "palloncini volanti".

L'idea del palloncino sta a significare un sacco più leggero, sia perché dovrebbe contenere meno rifiuti, a causa di una maggiore attenzione, da parte dei cittadini, alla produzione e al riciclo del materiale indifferenziato, sia perché ha l'obiettivo di rendere graficamente l'alleggerimento della tassa rifiuti, che può trasformarsi in tariffa puntuale, premiando economicamente i comportamenti più virtuosi.

I sacchi volanti, inseriti all'interno della fotografia del Bosco delle Querce, si integrano totalmente a formare un paesaggio bucolico di piacevole visualizzazione.

6.1.3 SLOGAN: "UN SACCO GIUSTO"

"Un sacco giusto" è il semplice elemento verbale che accompagna la campagna ed è stato scelto per la chiarezza e l'immediatezza del messaggio comunicativo intrinseco.

Il pay off, sintetico ed efficace, enfatizza la correttezza delle scelte intraprese sia a livello decisionale, da parte degli Amministratori locali, sia da parte dei cittadini, che si vedono consapevolizzati e incentivati a comportamenti virtuosi e sostenibili, a favore dell'Ambiente e del Territorio che li circonda.

6.1.4 LA DECLINAZIONE DELL'IMMAGINE NEL MATERIALE IN DISTRIBUZIONE

La linea grafica adottata viene riprodotta su tutto il materiale in distribuzione, così come meglio descritto negli strumenti della campagna (Figura 7).



Figura 7 – Declinazione dell'immagine nel materiale in distribuzione

7 STRUMENTI E ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Si elencano di seguito le attività del progetto di comunicazione che saranno effettuate sul territorio intercomunale (Tabella 3):

| | |
|---------------------------------------|--|
| STRUMENTO 1 | Definizione della grafica della campagna |
| DEFINIZIONE | Definizione dei focus comunicativi e creazione del nome, del logo e dell'immagine della campagna. Realizzazione grafica del materiale da produrre nelle diverse declinazioni. |
| OBIETTIVO | Creare un visual chiaro e riconoscibile, veicolando le informazioni e valorizzando l'obiettivo dell'intero progetto. |
| STRUMENTO 2 | Gruppo di lavoro |
| DEFINIZIONE | Formazione del gruppo di lavoro del progetto (personale Gelsia Ambiente + Amministratori locali + tecnici comunali), kick-off meeting e check list con distribuzione delle funzioni e competenze. |
| OBIETTIVO | Coinvolgimento di tutti i soggetti interessati dal progetto, per ottenere la massima partecipazione e permettere l'individuazione coerente delle attività. Analizzare contesti e bisogni territoriali. Individuazione alla fonte di possibili punti deboli e criticità della campagna. |
| STRUMENTO 3 | Formazione del personale |
| DEFINIZIONE | Formazione del personale coinvolto, operatori ecologici, informatori addetti alla distribuzione. |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 1 incontro di 2 ore con 180 operatori 1 incontro di 4 ore con 30 informatori addetti alla distribuzione e soggetti coinvolti nella campagna di comunicazione. |
| OBIETTIVO | Diffusione di informazioni puntuali e unitarie, formazione. |
| STRUMENTO 4 | Mailing – lettera + folder |
| DEFINIZIONE | Realizzazione, imbustamento e consegna di: <ul style="list-style-type: none"> - Lettera informativa e motivazionale personalizzata secondo le necessità dei Comuni serviti con l'indicazione degli appuntamenti in programma e dei riferimenti (numeri di telefono e e-mail dedicata). - Pieghevole informativo, contenente le informazioni precise relative alle raccolte differenziate e al cambiamento in atto. |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 100.000 copie personalizzate per ogni Comune con incasellamento a tutti gli utenti domestici e non domestici. |
| OBIETTIVO | Informare la cittadinanza e capillarizzare l'informazione Diffusione del visual e dell'immagine coordinata della campagna. |
| STRUMENTO 5 | Distribuzione dei sacchi e informazione agli utenti |
| DEFINIZIONE | Fornitura di informazioni precise relative al cambiamento in atto, contestualmente alla distribuzione dei sacchi RFID. La consegna sarà puntuale e la durata delle consegne varia da 1 mese per i Comuni più piccoli a 2 mesi per quelli più grandi. |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 100.000 kit contenenti 20 sacchi dotati di Tag RFID per la raccolta rifiuti. |
| OBIETTIVO | Fornire informazioni contestuali al cambiamento di modalità di raccolta. |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|-------------------|----------------------------|------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------|-----------------|--------------------------|
| STRUMENTO 6 | Manifesti – locandine - totem | | | | | | | | |
| DEFINIZIONE | Studio e realizzazione di manifesti informativi e di locandine che saranno affissi e consegnati negli spazi comunali, nei punti di interesse pubblico e di cultura e nei locali pubblici. | | | | | | | | |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 800 manifesti 3000 locandine 40 Totem roll up | | | | | | | | |
| OBIETTIVO | Visibilità e capillarità dell'informazione. | | | | | | | | |
| STRUMENTO 7 | Personalizzazione delle card per utenze non domestiche | | | | | | | | |
| DEFINIZIONE | Studio e realizzazione della personalizzazione delle card destinate agli utenti del servizio non idonei all'utilizzo della Carta Regionale dei Servizi, (Utenze non domestiche e proprietari di più immobili). | | | | | | | | |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 15000 card | | | | | | | | |
| OBIETTIVO | Diffusione dei messaggi contestualmente all'avvio della campagna. | | | | | | | | |
| STRUMENTO 8 | Personalizzazione dei distributori automatici | | | | | | | | |
| DEFINIZIONE | Studio e realizzazione della personalizzazione dei distributori automatici adibiti alla fornitura dei sacchi successivamente alla prima distribuzione. | | | | | | | | |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 19 distributori | | | | | | | | |
| OBIETTIVO | Diffusione del messaggio e creazione di un punto informativo stabile per la cittadinanza. | | | | | | | | |
| STRUMENTO 9 | Incontri pubblici one-to-many | | | | | | | | |
| DEFINIZIONE | Organizzazione di incontri pubblici serali destinati al confronto aperto con gli utenti, per spiegare il cambiamento in atto e le politiche condivise. Gli incontri saranno svolti prima dell'avvio del nuovo servizio e successivamente entro il 30 giugno 2017. | | | | | | | | |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | Gli incontri previsti (della durata di 2 ore) sono: <table border="1" data-bbox="678 1276 1428 1355"> <tbody> <tr> <td>Seregno: 4</td> <td>Bovisio Masciago: 3</td> <td>Varedo: 3</td> <td>Besana Brianza: 3</td> </tr> <tr> <td>Cusano M.no: 2</td> <td>Triuggio: 2</td> <td>Desio: 4</td> <td>Cesano Maderno: 3</td> </tr> </tbody> </table> | Seregno: 4 | Bovisio Masciago: 3 | Varedo: 3 | Besana Brianza: 3 | Cusano M.no: 2 | Triuggio: 2 | Desio: 4 | Cesano Maderno: 3 |
| Seregno: 4 | Bovisio Masciago: 3 | Varedo: 3 | Besana Brianza: 3 | | | | | | |
| Cusano M.no: 2 | Triuggio: 2 | Desio: 4 | Cesano Maderno: 3 | | | | | | |
| OBIETTIVO | Informazione e comunicazione, ascolto e confronto. | | | | | | | | |
| STRUMENTO 10 | Punti informativi e di sensibilizzazione | | | | | | | | |
| DEFINIZIONE | Individuazione delle aree a maggior passaggio e frequentazione, delle giornate a maggior afflusso, installazione di punti informativi a disposizione per tutti gli stakeholders. | | | | | | | | |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | I punti informativi che saranno installati (1 giornata) sono così suddivisi: <table border="1" data-bbox="678 1668 1436 1747"> <tbody> <tr> <td>Seregno: 10</td> <td>Bovisio Masciago: 6</td> <td>Varedo: 6</td> <td>Besana Brianza: 6</td> </tr> <tr> <td>Cusano M.no: 6</td> <td>Triuggio: 4</td> <td>Desio: 10</td> <td>Cesano Maderno: 10</td> </tr> </tbody> </table> | Seregno: 10 | Bovisio Masciago: 6 | Varedo: 6 | Besana Brianza: 6 | Cusano M.no: 6 | Triuggio: 4 | Desio: 10 | Cesano Maderno: 10 |
| Seregno: 10 | Bovisio Masciago: 6 | Varedo: 6 | Besana Brianza: 6 | | | | | | |
| Cusano M.no: 6 | Triuggio: 4 | Desio: 10 | Cesano Maderno: 10 | | | | | | |
| OBIETTIVO | Creare momenti di confronto e contatto con i cittadini del territorio fornendo tutte le informazioni necessarie per la buona riuscita del progetto. Invito alla partecipazione attiva alla campagna di comunicazione. | | | | | | | | |

| | |
|---------------------------------------|--|
| STRUMENTO 11 | Scuole – distribuzione dedicata alle scuole primarie e secondarie di primo grado |
| DEFINIZIONE | Preparazione e distribuzione di materiale dedicato alle scuole – manifesti e pieghevoli informativi. |
| QUANTIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' | 200 manifesti 15.000 pieghevoli |
| OBIETTIVO | Educazione ambientale ai bambini e diffusione della cultura ambientale. |

La distribuzione del materiale informativo nelle scuole, è collegata ad un progetto di educazione ambientale che si sviluppa su un totale di 25 Comuni del Territorio e che si focalizza sulla formazione e l'approfondimento della cultura ambientale negli alunni delle scuole elementari. L'aspetto principale è costituito dall'intervento in aula, che consta in due ore di lezione sul tema dei rifiuti (1 ora di teoria + 1 ora di laboratorio), tarando il livello di formazione sulla base del differente grado di preparazione dei ragazzi.

Unitamente alla lezione viene organizzato un concorso sul tema dei rifiuti, che prevede una premiazione finale all'interno di un evento organizzato per tutti i partecipanti.

Il piano educativo, sui Comuni interessati dalla nuova modalità di raccolta, viene implementato con un focus mirato a fornire tutte le informazioni necessarie alla buona riuscita del progetto.

| | |
|-----------------------------------|--|
| STRUMENTO 12 | Media e siti internet |
| DEFINIZIONE | Presenza di un ufficio stampa professionale: realizzazione e diffusione di comunicati stampa sui canali informativi a disposizione |
| CANALI DELLA DISTRIBUZIONE | Siti internet istituzionali Media locali e nazionali Canali informativi Social network a disposizione |
| OBIETTIVO | Far conoscere gli obiettivi e le attività del progetto Amplificare la portata comunicativa della campagna |

| | |
|---------------------|---|
| STRUMENTO 13 | Conferenze stampa |
| DEFINIZIONE | Organizzazione di una conferenza stampa prima dell'avvio del progetto e una a 6 mesi dall'avvio del ritiro del nuovo sacco RFID |
| OBIETTIVO | Diffusione dell'informazione, presenza sul territorio e condivisione dei risultati. |

Tabella 3 – Strumenti della campagna di comunicazione

7.1 PORTALE WEB TECNOLOGICO, INNOVATIVO E INTELLIGENTE NELLA COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI

Unitamente all'introduzione della nuova modalità di raccolta, verrà attivato un innovativo portale web consultabile su due livelli: una sezione per i Comuni e una sezione per le utenze domestiche e non domestiche.

La sezione per i Comuni, fruibile sia dalla Società che dal singolo Comune servito, sarà visibile e utilizzabile per la gestione di tutti i dati necessari per consentire di integrare i dati raccolti ed eventualmente calibrare la tariffa.

La sezione dedicata alle utenze domestiche e non domestiche, consentirà sia la consultazione da parte dell'utente dei dati riguardanti la propria utenza, sia di inviare mediante moduli, variazioni al Comune o a Gelsia Ambiente riguardo alla propria posizione contributiva.

7.1.1 FUNZIONALITÀ DEL PORTALE WEB

- Registrazione manuale o automatica e invio mail con password;
- Profilo Utente;
- Visualizzazione, in un intervallo temporale selezionabile da parte dell'utente, del numero totale di sacchetti ritirati con la distribuzione e conferiti;
- Visualizzazione, in un intervallo temporale, dei singoli ritiri e conferimenti di sacchi;
- Grafico ritiri e conferimenti in un intervallo dato;
- Archivio bollette;
- Eventuale pagamento online;
- Modifica dati catastali;
- Dichiarazione di inizio, cessazione o variazione dell'occupazione.

L'utente avrà altresì la possibilità di inviare una mail di testo per un massimo di 250 caratteri e di allegare file documenti formato pdf.

8 CRONOPROGRAMMA OPERATIVO

8.1 CRONOPROGRAMMA OPERATIVO DELLE PROSSIME AZIONI

CRONOPROGRAMMA CAMPAGNA RFID

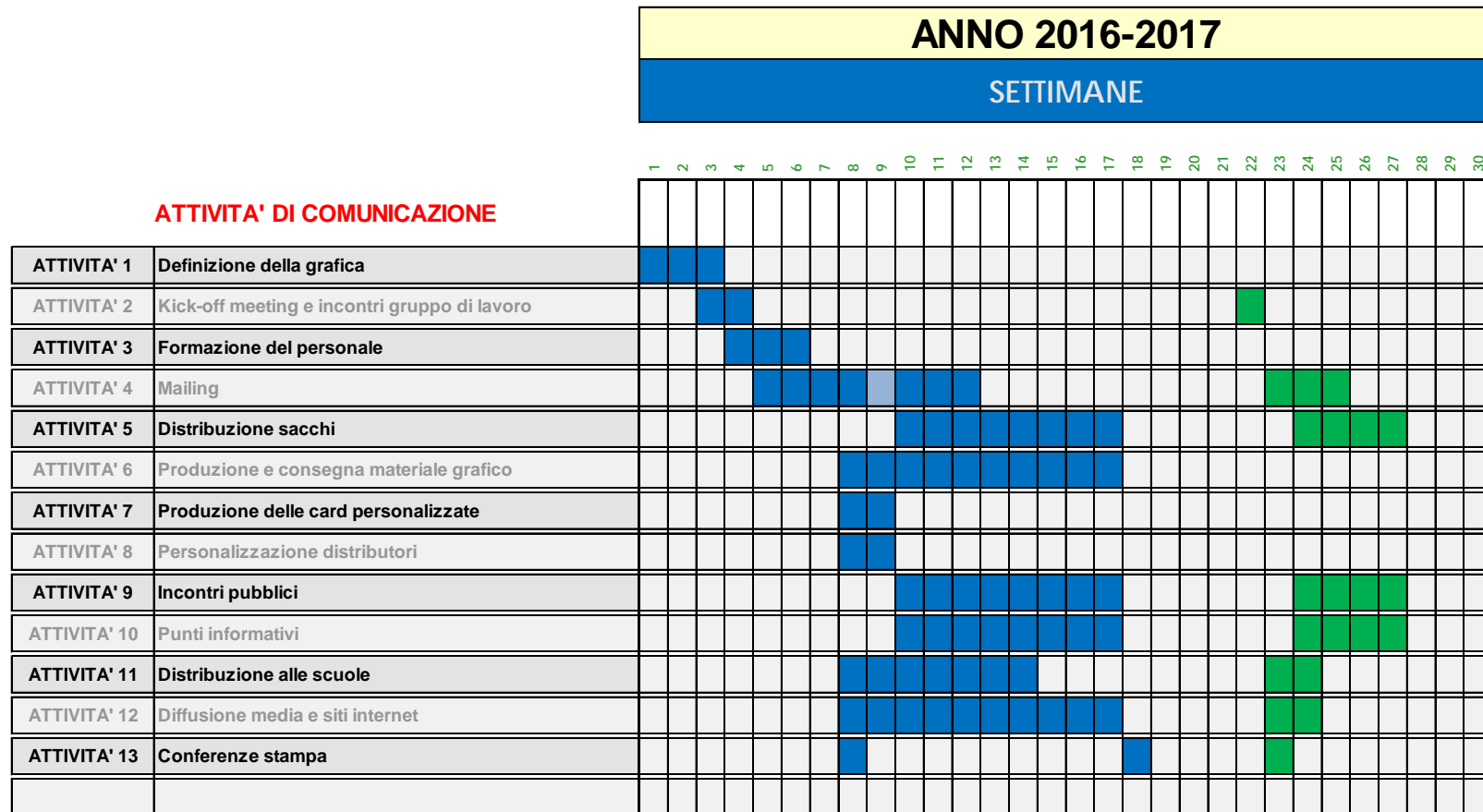


Tabella 4 - Cronoprogramma

9 VALUTAZIONE ECONOMICA

Nella tabella seguente (Tabella 8) vengono riportati i costi della campagna previsti a budget, stimati sulla base di quanto già effettivamente speso in fase di sperimentazione sul Comune di Seveso e di quanto previsto nel Capitolato tecnico di gara indetta da Gelsia Ambiente per l'acquisizione dell'intero pacchetto per la dotazione del sistema di misurazione del rifiuto prodotto tramite tag RFID, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale 5 Serie Speciale - Contratti Pubblici n.92 del 7-8-2015.

Si precisa peraltro che Gelsia Ambiente dispone dei fondi necessari per coprire l'intero valore complessivo del presente progetto di comunicazione (100%).

| ATTIVITA' | SPECIFICHE | COSTO (IVA ESCLUSA) |
|------------------------|---|-------------------------|
| Progetto grafico | Ideazione del logo, dello slogan e dell'immagine coordinata della campagna di comunicazione + adattamento della linea grafica al materiale di stampa | € 5.000 |
| Costi di stampa | 100.000 mailing di: - buste 11x23 cm con doppia finestra – stampa 1+0 - lettera A4 – stampa 4+0 con 8 cambiamenti di soggetto - folder A4 3 ante con perforazione per stacco coupon – stampa 4+4 | € 80.000 |
| | 1000 manifesti 70x100 colori 4+0 con 8 cambiamenti di soggetto | € 3.000 |
| | 3000 locandine formato A3 4+0 con 8 cambiamenti di soggetto | € 3.000 |
| | 40 totem roll up con 8 cambiamenti di soggetto | € 5.000 |
| | Ulteriori 15000 Pieghevoli 3 ante con 8 cambiamenti di soggetto | € 2.000 |
| | Personalizzazione 15.000 card | € 3.000 |
| | Personalizzazione 19 distributori | € 9.000 |
| | Materiale per infopoint | 6 Gazebo personalizzati |
| | Allestimento gazebo | € 5.000 |
| Costi di distribuzione | Postalizzazione e recapito 100.000 lettere | € 30.000 |
| Materiale vario | | € 3.000 |
| Totale | | € 151.000,00 |

Figura 3 – Valutazione economica

N.B. Si precisa che, ai sensi dell'Art.3 del Bando, i predetti costi non contemplano le spese per il personale e per l'acquisto di contenitori dedicati alla raccolta differenziata.

10 MODALITÀ DI MISURAZIONE DEI RISULTATI – PIANO DI VALUTAZIONE

10.1 OBIETTIVI

Gelsia Ambiente vuole monitorare i cambiamenti nei comportamenti degli utenti coinvolti nel progetto e per questo motivo ha individuato alcuni indicatori significativi alla misurazione dell'andamento dell'attività di comunicazione e del raggiungimento di risultati a livello quantitativo.

I risultati, insieme a tutta la documentazione raccolta, servirà per la stesura di un dossier messo a disposizione dei canali comunicativi pubblici e diffuso in occasione di convegni istituzionali, professionali e scientifici e/o su riviste specializzate, in analogia con quanto già fatto rispetto ai risultati della sperimentazione condotta nel Comune di Seveso (Paragrafo 2.1 e 8.1)

10.2 METODO DI VALUTAZIONE – INDICATORI

Gli indicatori individuati sono suddivisi in due tabelle (Tabella 5 – Tabella 6). Nella prima tabella vengono considerati gli indicatori propri della campagna di comunicazione, analizzando gli strumenti utilizzati e comparandone l'effettiva capillarità e diffusione. L'obiettivo è la misurazione dell'incremento della conoscenza/sensibilità verso il tema del recupero e del riciclaggio.

| INDICATORI | SOTTOINDICATORI | Valore |
|---|--|--------|
| I ₁ Formazione del personale | I _{1a} Persone coinvolte nella formazione | |
| | I _{1b} Ore dedicate alla formazione | |
| I ₂ Siti web | I _{2a} Pagine pubblicate sui siti web | |
| | I _{2b} News pubblicate sui siti web | |
| I ₃ Presenza sui quotidiani e sulle riviste di settore | I _{3a} Comunicati stampa prodotti | |
| | I _{3b} Articoli pubblicati | |
| I ₅ Materiali distribuiti rispetto ai prodotti | I _{5a} Percentuale locandine consegnate rispetto al prodotto | |
| | I _{5b} Percentuale manifesti consegnati rispetto al prodotto | |
| | I _{5c} Percentuale lettere consegnate rispetto al prodotto | |
| | I _{5d} Percentuale pieghevoli consegnati rispetto al prodotto | |
| I ₆ Incontri serali | I _{6a} Incontri organizzati rispetto ai previsti | |
| | I _{6b} Numero totale partecipanti agli incontri serali | |
| I ₇ Infopoint | I _{7a} Numero di Infopoint organizzati rispetto ai previsti | |
| | I _{7b} Numero di visitatori | |
| I ₈ Copertura scuole | I _{8a} Percentuale manifesti consegnati rispetto al prodotto | |
| | I _{8b} Percentuale pieghevoli consegnati rispetto al prodotto | |

Tabella 5 – Indicatori dell'incremento della conoscenza/sensibilità verso il tema del recupero e del riciclaggio

La seconda tabella considera l'andamento delle raccolte in base ai quantitativi raccolti e avviati a recupero e misura i risultati conseguiti in termini di miglioramento quali/quantitativo della raccolta dei rifiuti di imballaggio a fronte di una maggiore attenzione nella differenziazione degli scarti.

La misurazione dei valori avviene tramite la registrazione quotidiana dei quantitativi raccolti attraverso i FIR (formulari di identificazione dei rifiuti) e mediante le analisi merceologiche riferite ai controlli determinati dall'accordo ANCI-CONAI.

| INDICATORI | U.M. | t ₀ | t ₁ | Variazione percentuale |
|--|------|----------------|----------------|------------------------|
| I ₉ Percentuale di raccolta differenziata | % | | | |
| I ₁₀ Variazione mensile dei quantitativi di raccolta della plastica | Ton | | | |
| I ₁₁ Variazione mensile dei quantitativi di raccolta carta e cartone | Ton | | | |
| I ₁₂ Variazione mensile dei quantitativi di raccolta del vetro | Ton | | | |
| I ₁₃ Variazione mensile dei quantitativi di raccolta dell'alluminio | Ton | | | |
| I ₁₄ Variazione mensile dei quantitativi di raccolta dell'acciaio | Ton | | | |
| I ₁₅ Variazione mensile dei quantitativi di raccolta del legno in Piattaforma | Ton | | | |

t₀: valore iniziale medio 2014-2015

t₁: valore calcolato a distanza di 6 mesi dall'inizio della campagna

Tabella 6 – Indicatori di miglioramento quali/quantitativo della raccolta dei rifiuti di imballaggio

Gelsia Ambiente si impegna a comunicare al CONAI i risultati conseguiti in termini di miglioramento quali/quantitativo della raccolta dei rifiuti di imballaggio e di incremento della conoscenza/sensibilità verso il tema del recupero e del riciclaggio.

11 CONCLUSIONI

Gelsia Ambiente crede nell'importanza della comunicazione per ottenere i migliori risultati in termini di Ecosostenibilità e tutela dell'Ambiente. Questo progetto promuove e orienta la popolazione verso stili di vita e di consumo più consoni alla disponibilità delle risorse e, al contempo, contribuisce a stimolare la partecipazione e il coinvolgimento dei cittadini in modo che possano essere messi nelle condizioni di valutare le prestazioni delle Amministrazioni e di entrare nei processi decisionali.