



COMUNE DI ARADEO

(PROVINCIA DI LECCE)

PIANO COMUNALE DI RACCOLTA DIFFERENZIATA

(P.C.R.D.)

COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

“Programma Operativo FESR 2007-2013 – PPA dell’Asse II - Linea di intervento 2.5. Azione 2.5.1, sottoazione b) - Procedura negoziale per la presentazione di proposte d’interventi per il potenziamento dei servizi di raccolta nei comuni attraverso l’introduzione di metodi innovativi di raccolta differenziata “integrata””.

Ottobre 2014

Redatto da:
Ing. Salvatore DONADEI

SOMMARIO

1	PREMESSA	4
2	OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA	5
3	ORGANI FORMATIVI (SCUOLE ELEMENTARI, MEDIE, SUPERIORI)	6
4	UTENZE DOMESTICHE RESIDENZIALI.....	9
5	UTENZE DOMESTICHE NON RESIDENZIALI.....	12
6	UTENZE NON DOMESTICHE	14
7	UTENZE ATTIVITÀ STAGIONALI.....	15
8	RIEPILOGO STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	16
9	SCHEDE STRUMENTI DI COMUNICAZIONE.....	17
10	MODELLO DI DISTRIBUZIONE DEI CONTENITORI.....	22
11	PROPOSTA CREATIVA	26
12	BUDGET PER L'ATTUAZIONE DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE E COMUNICAZIONE	27

**CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE DELL'UTENZA
COMUNE DI ARADEO**

PIANO DI COMUNICAZIONE

Slogan pubblicitario:

"ARADEO si parte e la DIFFERENZA si vede!"

**Campagna di sensibilizzazione alla Raccolta Differenziata dei rifiuti urbani nel
Comune di Aradeo**



1 Premessa

Il problema rifiuti è, fra le emergenze ambientali, una delle più complesse perché necessita di soluzioni integrate e articolate, ma al tempo stesso tempestive e irrimandabili, coinvolge da una lato governo e gestione dell'ambiente e, dall'altro i comportamenti quotidiani dei singoli cittadini e costringe, in definitiva a confrontarci con gli effetti più indesiderabili dell'attuale modello di sviluppo della nostra società.

Per questi motivi è indispensabile che ad un intervento delle amministrazioni pubbliche orientato nel senso di una gestione integrata del problema si accompagnino azioni informative, formative ed educative che mirino a rendere compatibili e condivise le scelte politiche territoriali.

La sensibilizzazione dell'opinione pubblica, per una corretta partecipazione dei cittadini al servizio di raccolta differenziata, è considerata ormai da tutti come fondamentale per il raggiungimento di qualsivoglia sforzo organizzativo e gestionale al fine di incrementare la raccolta differenziata dei rifiuti urbani.

Il Piano di Comunicazione rappresenta lo strumento di programmazione della campagna di sensibilizzazione, informazione e formazione degli utenti che verrà condotta per tutto il periodo di assegnazione della commessa.

Si cercherà pertanto di creare una **sinergia tra Comune, scuola, nuclei familiari, associazioni, esercizi commerciali ed imprese** in tema di educazione civico-ambientale e di sensibilizzazione alla corretta raccolta differenziata dei rifiuti.

Con questo slogan l'Amministrazione comunale di **Aradeo**, ora più che mai attenta alle tematiche di tutela ambientale e di salvaguardia della salute dei cittadini, dà il via ad un progetto basilare per la creazione di una nuova consapevolezza cittadina ai sani principi di rispetto dell'ambiente.

Valutata la tipologia di utenze presenti sul territorio estremamente differenziate in termini di sensibilità, di caratteristiche e di interessi, per rendere più efficace l'azione di comunicazione e massimizzare la partecipazione dell'utenza, sono stati individuati 5 target di riferimento. Il piano è quindi suddiviso in 5 sezioni corrispondenti ai target di progetto:

1. Organi formativi
2. Utenze domestiche residenziali
3. Utenze domestiche non residenziali
4. Utenze non domestiche
5. Utenze attività stagionali

In ogni sezione vengono descritte le strategie di comunicazione dedicate al target di riferimento.

Ogni sezione è strutturata nel modo seguente:

- descrizione della **strategia** di comunicazione;
- definizione dei **messaggi** oggetto delle attività di comunicazione;
- schede descrittive degli **strumenti** di comunicazione adottati.

2 Obiettivi della campagna

Gli obiettivi della comunicazione sono individuati sulla base dell'esigenza di promuovere al massimo la cultura della raccolta differenziata e soprattutto di sviluppare la consapevolezza ed un coinvolgimento attivo e reciproco della cittadinanza tutta. I messaggi rappresentano la traduzione degli obiettivi strategici in specifiche informazioni, mirate alla risoluzione delle criticità e diversificate nell'oggetto e nella forma per sfruttare al meglio le potenzialità dei diversi strumenti di comunicazione individuati (es. volantini, brochure, newsletter, articoli, conferenze, seminari, forum, web). Il linguaggio e le tecniche di comunicazione sono concepiti sulla base dei seguenti elementi:

- target della comunicazione;
- tipologia di informazione;
- strumento utilizzato per la comunicazione.

Gli **obiettivi della campagna di comunicazione** sono i seguenti:

- **sensibilizzare la cittadinanza ed informare** i portatori di interesse sul ciclo di gestione dei rifiuti urbani
- **aumentare la consapevolezza dell'importanza dello stile di vita** e del contributo attivo nella gestione efficiente dei rifiuti
- **portare la cittadinanza ad una piena conoscenza delle regole da rispettare** per rendere fluido ed efficace il processo di smaltimento dei rifiuti.
- **stimolare al massimo la partecipazione** della cittadinanza attuando un percorso di informazione degli insegnanti e degli alunni delle scuole, attraverso una serie di iniziative dirette a coinvolgere nella conoscenza e nell'attività di raccolta differenziata tutti gli alunni - e per essi le loro famiglie - affrontando le tematiche della raccolta differenziata e dell'igiene urbano per sviluppare una cultura di sostenibilità ambientale e sensibilizzare le famiglie attraverso le voci e i modelli adottati dai più piccoli.
- **rendere consapevoli i diversi portatori di interesse** della propria capacità di influenza e delle modalità per esprimerla tramite le azioni quotidiane

Per ogni strumento viene elaborata una Scheda che contiene le seguenti informazioni:

- descrizione delle caratteristiche dello strumento di comunicazione e delle modalità di attuazione
- quantificazione dei traguardi perseguiti dall'azione di comunicazione
- indicazione del messaggio rivolto ai destinatari dell'azione
- indicazione dei destinatari della comunicazione raggiunti dallo specifico strumento, eventualmente suddivisi per categorie
- tempi di preparazione e frequenza di attuazione dell'azione
- monitoraggio tramite indicatori dei risultati raggiunti

La campagna, di fatto, oltre che rafforzare la conoscenza e la sensibilizzazione dei singoli target, è mirata a divenire anche una sede di dialogo e confronto tra i target stessi, per abbattere le barriere informative creando frequenti momenti di dialogo e di confronto sul tema dell'igiene urbana e della raccolta differenziata sul territorio.

3 Organi formativi (scuole elementari, medie, superiori)

Strategia di comunicazione

La strategia operativa di comunicazione suggerita è tipicamente "a cascata" in modo da realizzare una creazione graduale e diffusa del consenso e della partecipazione attiva dei cittadini: elemento fondamentale ed indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi di raccolta differenziata che ci si è posti.

L'intento è quello di attivare un processo che porti non solo, alla sensibilizzazione ed alla informazione dei futuri cittadini (bambini ed adolescenti) ma anche, delle famiglie nel loro insieme e della comunità locale in genere sul tema dei rifiuti e della tutela dell'ambiente.

Coinvolgendo tutti gli organi formativi di **Aradeo** lo scopo è di attivare un percorso di informazione degli insegnanti e degli alunni delle scuole elementari, medie e superiori, attraverso una serie di iniziative dirette a coinvolgere nella conoscenza e nell'attività di raccolta differenziata tutti gli alunni - e per essi le loro famiglie - delle scuole. La strategia è quella di elaborare delle azioni pratiche che coinvolgano gli utenti nella adozione delle buone pratiche per ottenere il miglior risultato nella raccolta differenziata. Tali azioni hanno lo scopo di fornire gli strumenti concettuali, didattico - educativi, metodologici ed operativi, per affrontare e diffondere conoscenze ed azioni relative alle problematiche connesse al settore dello smaltimento dei rifiuti urbani e di prevenzione dell'inquinamento, assumendo un ruolo pro-attivo nel coinvolgimento della realtà extra-scolastica. Questo coinvolgimento sarà organizzato per step successivi al fine di rendere l'intera azione di sensibilizzazione maggiormente rispondente alle specifiche necessità della realtà locale.

Verrà effettuata una valutazione di concerto con l'A.C. nella selezione nell'identificazione delle scuole sulle quali attivare questo processo.

Messaggi principali della comunicazione

1. Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita
2. I gesti quotidiani che rendono la nostra città più vivibile e rispettano la bellezza del nostro pianeta
3. Il valore del recupero come opportunità

Pianificazione delle attività

Le attività vengono programmate attraverso la tabella seguente:

INIZIATIVA	MESSAGGIO	STRUMENTO	CONTENUTO	MODALITA' OPERATIVA	FREQUENZA / DURATA PREVISTA
"Perché mi differenzio" foto-dibattito Questa iniziativa ha lo scopo di portare all'attenzione delle scuole e delle famiglie l'importanza	<ul style="list-style-type: none">- Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita.- Perché è importante prendere coscienza delle gravi conseguenze	Incontri e seminari preliminari tra gli allievi ed esperti che risponderanno alle domande e sull'impatto ambientale dei rifiuti spiegando con semplicità.	Foto ed immagini il cui soggetto è attinente all'impatto dei rifiuti indifferenziati sull'ambiente e sull'igiene urbano.	Le famiglie, gli insegnanti e gli alunni vengono coinvolti in un processo attivo di presa di coscienza portando in aula ed a casa il tema e mettendolo al centro dell'attenzione che, in questo	L'iniziativa prevede un processo che parte dalla fase di preparazione degli incontri, di azione pratica e di raccolta delle fotografie e di esposizione delle foto alle famiglie. La durata totale

della raccolta differenziata utilizzando la fotografia e gli incontri con gli esperti	che può avere una mancanza di attenzione nella gestione dei rifiuti	Mostra fotografica nelle scuole elementari e medie.		modo, diventa argomento di discussione e di azione.	dell'iniziativa nella totalità delle sue fasi è di 3 mesi.
"Come mi differenzio" Questa iniziativa ha lo scopo di assegnare ai bambini il ruolo di sensibilizzare e di controllare l'operato degli adulti in famiglia come garanzia di controllo e di successo.	- I gesti quotidiani che rendono la nostra città più vivibile e rispettano la bellezza del nostro pianeta - Perché sono io il protagonista e posso agire per cambiare	Raduno dell'eco-scout presentazione del processo di gestione dei rifiuti con immagini ed animazioni da parte di un esperto e con il supporto degli insegnanti	Divulga le informazioni su quali sono le regole da seguire per facilitare la raccolta differenziata da parte dei cittadini come parte indispensabile per il buon successo della raccolta. Le azioni / gli strumenti da utilizzare /orari da rispettare e modalità in generale	Definizione di incontri didattico-ludici che stimolino la curiosità e la comprensione del tema e dell'operatività ai bambini e per loro conto alle famiglie	1 incontro per ciascuna scuola, programmati nel corso dei primi 3 mesi dell'attuazione del progetto.
In cosa mi differenzio Questa iniziativa ha come obiettivo mettere in evidenza la seconda vita dei rifiuti che se correttamente raccolti seguono un processo che li porta ad il riutilizzo ed alla trasformazione	Il valore del recupero come opportunità. "Mi differenzio, mi trasformo, mi ritrovo" Il rifiuto, lo scarto diventa protagonista di mille vite, rappresenta un'opportunità di risparmio e diventa una risorsa per nuovi oggetti.	RICICLO LAB il laboratorio del riciclo. Organizzazione di un laboratorio artistico durante il quale ogni alunno potrà scegliere cosa riciclare e cosa far rivivere per poi organizzare una mostra fotografica degli oggetti creati e coinvolgere le famiglie.	Per la realizzazione della mostra che si terrà nelle singole scuole sarà necessario allegare ad ogni foto una scheda informativa del materiale utilizzato per la realizzazione dell'oggetto.	Le famiglie, gli insegnanti e gli alunni vengono coinvolti in un processo attivo di presa di coscienza portando in aula ed a casa il tema del recupero e della trasformazione dei rifiuti attraverso la ricerca dei materiali, la realizzazione dell'oggetto e nella fase di visita della mostra.	L'iniziativa viene riproposta 2 volte durante l'anno per mantenere alta l'attenzione sul tema e per mostrare le mille opportunità di recupero e di trasformazione

ALTRE INIZIATIVE

- **lezioni e percorsi formativi specifici adeguati alle singole fasce di età dei bambini e dei ragazzi in tutte le scuole del Comune di Aradeo per creare una nuova generazione con principi ispirati al rispetto della natura**
- **distribuzione di materiale didattico per una corretta raccolta differenziata dei rifiuti ad es: eco-glossario "dove lo metto?"**;
- **ogni classe sarà dotata di un contenitore con quattro comparti di colore diverso per la raccolta differenziata di carta, plastica, vetro e metallo**;

- *gara didattica a premio. A fine anno la classe di ogni scuola che avrà raccolto il maggior quantitativo di carta, plastica, vetro e metallo, verrà premiata con materiale didattico per gli alunni e con la piantumazione nei cortili delle scuole di alcuni alberi;*
- *attività di laboratorio: attivazione di laboratori creativi affinché il "rifiuto" non sia solo rifiuto, ma soprattutto valorizzato per ricreare una ricchezza con tutte le frazioni utilizzabili, in un ciclo virtuoso che sia anche la sintesi di una nuova civiltà sostenibile. Dai laboratori d'arte, laboratori artigiani, laboratori di costruzione biciclette e sketeboard, laboratori di spettacolo e teatro...*
- *visite guidate agli impianti di smaltimento e trattamento dei rifiuti in collaborazione con associazione ambientale. Un'operazione per dimostrare come vengono effettivamente trattati e riciclati i materiali da rifiuto.*

4 Utenze domestiche residenziali

Strategia di comunicazione

Il target delle “utenze domestiche residenziali” sarà già, in maniera indiretta ed in parte, sensibilizzato attraverso le iniziative rivolte agli organi formativi e agli alunni di scuole elementari e medie. Inoltre sarà oggetto di strategia di comunicazione dedicata in quanto rappresenta la parte più consistente e strategica dell’utenza. La strategia di comunicazione adottata sarà anche in questo caso quella del coinvolgimento attraverso incontri pubblici organizzati di concerto con l’A.C. creando sul territorio l’aspettativa del cambiamento dovuto all’arrivo della raccolta differenziata e puntando sull’estrema semplicità unita all’impegno che questo cambiamento porterà con sé.

Messaggi principali della comunicazione

1. Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita
2. I gesti quotidiani che rendono la nostra città più vivibile e rispettano la bellezza del nostro pianeta
3. Il valore del recupero come opportunità

Pianificazione delle attività

Le attività vengono programmate attraverso la tabella seguente:

INIZIATIVA	MESSAGGIO	STRUMENTO	CONTENUTO	MODALITA' OPERATIVA	FREQUENZA / DURATA PREVISTA
Conferenza stampa	Presentare le iniziative a supporto del progetto e divulgarle sugli organi di stampa e di informazione locale	Comunicati stampa Conferenza stampa	Modalità di organizzazione delle attività Informazioni alla cittadinanza Programma delle iniziative di sensibilizzazione	Convocare la conferenza ed invitare gli organi di stampa della zona Inviare i comunicati stampa via mail agli organi di informazione locali	Al momento del lancio dell’attività

Io faccio la differenza	Ognuno di noi è responsabile, attraverso le proprie azioni quotidiane del miglioramento della situazione del pianeta. Le piccole scelte sono alla base del risultato.	Locandine Brochure Guida alla raccolta, calendario di raccolta ed eco-glossario	Informazione alla cittadinanza delle modalità operative che la raccolta differenziata comporta. Regole da seguire, mappa delle isole ecologiche, modalità e strumenti da utilizzare per ottenere il massimo risultato	Stampa di 50 locandine da posizionare nei punti strategici Stampa di 8000 copie di brochure, calendario di raccolta ed eco-glossario Distribuzione a tappeto nelle cassette delle poste Posizionamento nei luoghi di maggiore passaggio/bar/esercizi commerciali/farmacie/comune/chiese	Al lancio della campagna e nelle giornate della raccolta.
Giornata della Differenziata manifestazione aperta a tutta la cittadinanza, organizzati in concerto con l'A.C. con esposizione dei materiali prodotti, distribuzione dei manifesti/ brochure	Dare informazioni su come verrà effettuata la raccolta sulle modalità, sui materiali che verranno distribuiti e sugli obiettivi. Nelle giornate della differenziata che saranno successive al lancio del progetto di raccolta differenziata sarà possibile comunicare alla cittadinanza i risultati ottenuti	Manifestazione pubblica	Banchetti espositivi dei materiali di divulgazione, poster e brochure. Animazioni sul tema della responsabilità ambientale. Presenza di hostess e di esperti che possano mettersi a disposizione della cittadinanza per rispondere alle domande ed alla richiesta di informazioni	Distribuzione di brochure "io faccio la differenza". Consegna dei riconoscimenti degli.	4 giornate organizzate nell'arco del periodo di fornitura del servizio
RICICLO LAB in vetrina	Il valore del recupero come opportunità, scoprire le mille vite dello scarto	Esposizione nelle vetrine dei negozi e nelle realtà commerciali del territorio	Mantenere alta l'attenzione sul tema e continuare a fere in modo che se ne parli nella	Vota il riciclo. Ogni oggetto posizionato in vetrina rimarrà esposto per 2 mesi e verrà	4 mostre durante l'anno

			comunità suscitando curiosità ed interesse sul recupero e sulla raccolta	contraddistinto con un numero. La cittadinanza potrà votare in occasione della Giornata della Differenziata durante la quale sarà predisposto un desk dedicato La vetrina ed il relativo oggetto più votati verranno premiati un attestato di merito	
Sito web informativo e divulgativo con collegamento al sito del comune	Aprire un filo diretto con la cittadinanza che potrà scaricare direttamente dal web tutto il materiale informativo, chiedere informazioni e fare domande	Sito web	Notizie/materiale informativo/aggiornamenti sui temi della sostenibilità e della raccolta differenziata	Realizzazione del sito	Al momento del lancio dell'attività ed aggiornamenti mensili
Newsletter in formato elettronico conterrà le informazioni relative agli incontri ed alle iniziative che verranno proposte per sensibilizzare la cittadinanza	Aggiornamento delle informazioni relative alle iniziative del progetto	Newsletter in formato elettronico	Informazioni alla cittadinanza	Stesura del programma e definizione delle date dell'invio.	1 al mese con gli appuntamenti del periodo

5 Utenze domestiche non residenziali

Strategia di comunicazione

Il target delle "utenze domestiche non residenziali" considera l'afflusso turistico e stagionale dal quale le **campagne/contrade di Aradeo** è caratterizzata. Questo pubblico è altrettanto strategico e va sensibilizzato utilizzando strumenti differenziati ed una campagna di comunicazione intensificata in alcuni precisi momenti dell'anno. La strategia di comunicazione adottata sarà anche in questo caso quella del coinvolgimento attraverso incontri pubblici organizzati di concerto con l'A.C. ed affiancando i messaggi della raccolta differenziata a quelli dell'amore verso il territorio. Si studierà in concerto con il calendario eventi turistici programmati sul territorio, l'opportunità della sensibilizzazione le iniziative turistico/culturali previste nel periodo. In questo modo sarà possibile ottimizzare gli strumenti di comunicazione sottolineando e coinvolgendo anche i non residenti ad un'azione ed alla partecipazione attiva nell'ottenere il massimo risultato dal processo di implementazione e di attuazione della raccolta differenziata.

Messaggi principali della comunicazione

1. Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita
2. I gesti quotidiani che rendono il territorio più vivibile e rispettano la bellezza del nostro pianeta
3. Il valore del recupero come opportunità

Pianificazione delle attività

Le attività vengono programmate attraverso la tabella seguente:

INIZIATIVA	MESSAGGIO	STRUMENTO	CONTENUTO	MODALITA' OPERATIVA	FREQUENZA / DURATA PREVISTA
Se ami ARADEO differenzia... L'ambiente ha bisogno di cura, anche in vacanza ci differenziamo	Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita Fai la tua parte e contribuisci attivamente ad attuare la raccolta differenziata	Tutti gli strumenti di divulgazione sul programma turistico/culturale del territorio. (siti internet di promozione turistica/ sito del comune/ uffici informazione/ agenzie immobiliari)	Informazioni sulle pratiche da seguire per contribuire al processo di differenziazione dei rifiuti	Monitoraggio delle iniziative in programma per il periodo di alta stagione e concordare con gli enti di divulgazione una campagna di coomarketing per veicolare i messaggi sulla differenziata in abbinamento con il programma eventi.	Segue il programma eventi del territorio.
Anche io faccio la differenza	Ognuno di noi è responsabile, attraverso le proprie azioni quotidiane del miglioramento della situazione del pianeta. Le piccole scelte sono alla base del risultato.	Locandine rivolte ai non residenti	Informazione ai non residenti delle modalità operative che la raccolta differenziata comporta.	Stampa di 30 locandine da posizionare presso gli stabilimenti balneari/strutture recettive/locali	Intensificata durante i periodi di alta stagione, da dare in dotazione alle agenzie immobiliari che si occupano della gestione delle residenze estive.

Desk della differenziata In concerto con l'A.C. durante gli eventi previsti dal calendario turistico e nei punti nevralgici della città sarà predisposto un desk con l'esposizione dei materiali prodotti, distribuzione dei manifesti/ Brochure.	Dare informazioni su come verrà effettuata la raccolta, sulle modalità, sui materiali che verranno distribuiti e sugli obiettivi.	Manifestazione pubblica	Banchetti espositivi dei materiali di divulgazione, poster e brochure. Animazioni sul tema della responsabilità ambientale. Presenza di hostess e di esperti che possano mettersi a disposizione della cittadinanza per rispondere alle domande ed alla richiesta di informazioni	Distribuzione di brochure "io faccio la differenza"	In occasione di tutti gli eventi principali previsti dal calendario turistico/culturale
Affissioni "Quando essere separati... è un vero piacere"	Campagna di affissioni concentrata nel periodo di massima affluenza dei turisti per coinvolgere anche i non residenti nell'azione concreta e nella partecipazione	Affissioni	Informazioni ai non residenti	In concerto con l'organo competente della tassa delle affissioni in base alle strutture disponibili sul territorio	Concentrato nei mesi di luglio agosto.

6 Utenze non domestiche

Strategia di comunicazione

Il target delle “utenze non domestiche” sarà già, in maniera indiretta ed in parte, sensibilizzato attraverso le iniziative rivolte agli organi formativi e agli alunni di scuole elementari e medie e dalle iniziative rivolte alle utenze domestiche. Questo target, che comprende gli esercenti in genere, i commercianti, le aziende e gli artigiani, dovrà necessariamente essere oggetto di strategia di comunicazione dedicata in quanto rappresenta la parte dell’utenza più delicata e resistente all’azione di sensibilizzazione. La strategia di comunicazione adottata sarà, in questo caso, quella del coinvolgimento e della consapevolezza dell’utilità della raccolta differenziata anche come opportunità di ottimizzazione delle risorse, di risparmio economico e di apprezzamento da parte dei clienti. Per raggiungere questo target si utilizzeranno strumenti più tecnici ed informativi puntando sull’estrema semplicità unita all’impegno che l’adozione della raccolta differenziata porterà con sé.

Messaggi principali della comunicazione

1. Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita
2. I gesti quotidiani che rendono la nostra città più vivibile e rispettano la bellezza del nostro pianeta
3. Il valore del recupero come opportunità

Pianificazione delle attività

Le attività vengono programmate attraverso la tabella seguente:

INIZIATIVA	MESSAGGIO	STRUMENTO	CONTENUTO	MODALITA' OPERATIVA	FREQUENZA / DURATA PREVISTA
Le linee guida della differenziata + calendario seminari	Informazioni tecniche e pratiche su come affrontare la raccolta differenziata Perché la differenziata è un'opportunità e non un peso.	Opuscolo informativo	Modalità di organizzazione delle attività. Informazioni specifiche per gli esercenti, particolare attenzione ai rifiuti speciali ed alle loro modalità di gestione	Distribuzione a tappeto a tutte le utenze non domestiche 600	Al momento del lancio dell'attività.

7 Utenze attività stagionali

Strategia di comunicazione

Il target delle “utenze attività stagionali” si riferisce alle attività specificatamente turistiche, stabilimenti balneari o attività ricettive attive solo durante la stagione turistica. Questo pubblico sarà già, in maniera indiretta ed in parte, sensibilizzato attraverso il coinvolgimento nelle iniziative rivolte alle utenze non residenti e proprio per questo riteniamo che sia strategico dedicare una comunicazione specifica. Sempre nella logica del coinvolgimento verrà data particolare attenzione all'organizzazione di incontri pubblici organizzati di concerto con l'A.C. mettendo a fuoco l'incidenza del turismo e delle attività stagionali sul benessere del territorio e creando dei meccanismi premianti che portino anche le utenze delle attività stagionali ad attuare in maniera efficace il loro contributo per la cittadinanza tutta.

Messaggi principali della comunicazione

1. Perché la raccolta differenziata è indispensabile per migliorare la nostra vita
2. I gesti quotidiani che rendono la nostra città più vivibile e rispettano la bellezza del nostro pianeta
3. Il valore del recupero come opportunità

Pianificazione delle attività

Le attività vengono programmate attraverso la tabella seguente:

INIZIATIVA	MESSAGGIO	STRUMENTO	CONTENUTO	MODALITA' OPERATIVA	FREQUENZA / DURATA PREVISTA
Conferenza stampa	Presentare le iniziative a supporto del progetto e divulgarle sugli organi di stampa e di informazione locale nel periodo immediatamente precedente all'inizio della stagione	Comunicati stampa Conferenza stampa	Modalità di organizzazione delle attività Informazioni alla cittadinanza Programma delle iniziative di sensibilizzazione	Convocare la conferenza ed invitare gli organi di stampa della zona Inviare i comunicati stampa via mail agli organi di informazione locali	Nella fase di preparazione dell'attività della stagione turistica
Incontro seminario	Turismo e territorio. Sensibilizzazione all'amore per il territorio come chiave per lo sviluppo turistico. La raccolta differenziata come forma di amore del territorio.	Seminario informativo	Ognuno di noi è parte attiva in un sistema di rispetto del territorio che vede, nel mettere in pratica le regole della raccolta differenziata, un elemento fondamentale.	Invitare tutte le utenze delle attività stagionali.	1 incontro nella fase di preparazione dell'attività della stagione turistica.

8 Riepilogo strumenti di comunicazione

Per le attività di comunicazione si prevede l'utilizzo dei seguenti strumenti:

- *Conferenza Stampa (2)*
- *Incontri e seminari (4)*
- *Mostra fotografica (1 nelle diverse scuole)*
- *Manifestazione pubblica Giornata della Differenziata (2)*
- *Manifestazione pubblica Riciclo lab in vetrina (2)*
- *Locandine Giornata della Differenziata (50)*
- *Brochure Guida alla Raccolta (5500 residenti e non residenti)*
- *Calendario di raccolta (5500 residenti e non residenti)*
- *Eco-glossario (5500 residenti e non residenti)*
- *Sito web (1 con aggiornamenti mensili)*
- *Newsletter elettronica (12)*
- *Partnership con materiale di promozione turistica ed eventi (sinergia)*
- *Affissioni periodo estivo (in base alle strutture esterne, esistenti in loco)*
- *Opuscolo informativo utenze non domestiche (400)*
- *Manifestazioni pubbliche desk informativo stagionale (3 eventi più salienti)*

9 Schede strumenti di comunicazione

CONFERENZA STAMPA	
Descrizione	Incontro con gli organi di informazione del territorio per presentare il progetto ed annunciare il calendario ed il programma delle iniziative di sensibilizzazione alla cittadinanza.
Traguardo	Coinvolgimento di tutti gli organi di stampa della zona
Messaggio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calendario e momenti salienti dell'implementazione della raccolta differenziata 2. Presentazione degli strumenti di informazione e di comunicazione 3. Presentazione del sito internet a disposizione della cittadinanza 4. Presentazione del programma delle iniziative di sensibilizzazione
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio
Destinatari	Organi di informazione e cittadinanza tutta
Periodicità	All'inizio dell'attività / annuale all'inizio della stagione estiva
Monitoraggio	Numero degli articoli pubblicati, numero dei partecipanti, traffico generato sul sito web.

INCONTRI E SEMINARI	
Descrizione	Incontri informativi e formativi differenziati a seconda del target
Traguardo	Coinvolgimento dei pubblici di riferimento
Messaggio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentazione dell'iniziativa e dibattito differenziato per tipologia di incontro e seminario
Soggetto responsabile	L'A.C. di concerto con le direzioni didattiche ed il gestore del servizio
Destinatari	Scolaresche, corpo docente, famiglie, utenze non domestiche, utenze non domestiche stagionali
Periodicità	Durante l'arco dell'anno 4 incontri
Monitoraggio	Numero del materiale sviluppato dalle iniziative relative agli organi formativi. Partecipazione agli incontri, Partecipazione delle famiglie, Partecipazione delle utenze non domestiche e di quelle stagionali. Traffico sul sito

MOSTRA FOTOGRAFICA	
Descrizione	Concorso fotografico sul degrado causato dall'impatto ambientale dei rifiuti non gestiti
Traguardo	Coinvolgimento degli alunni, delle insegnanti e delle famiglie sui temi definiti, stimolare il dibattito e la consapevolezza sull'urgenza e sulla necessità di agire.
Messaggio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perché è necessario attivarsi in prima persona ed impegnarsi per attuare la raccolta differenziata 2. Conseguenze di una gestione inconsapevole dei rifiuti 3. Perché serve ridurre la quantità dei rifiuti per il bene del pianeta

Soggetto responsabile	L'A.C. di concerto con le direzioni didattiche ed il gestore del servizio
Destinatari	Scolaresche, corpo docente, famiglie
Periodicità	Annuale (durata di 3 mesi per tutto il processo di realizzazione delle foto, selezione e realizzazione della mostra all'interno delle relative scuole)
Monitoraggio	Numero di foto esposte, espositori della mostra, attenzione degli organi di informazione all'iniziativa, traffico sul sito

MANIFESTAZIONE PUBBLICA – Giornata della Differenziata	
Descrizione	Giornata di formazione ed informazione dedicata alla raccolta differenziata, la cittadinanza è invitata nella piazza principale del paese a raccogliere informazioni, sono presenti desk informativi, hostess ed esperti per dare la corretta informazione ai cittadini sulle attività da svolgere e sui risultati man mano raggiunti. C'è la possibilità di votare la vetrina RICICLO LAB e viene celebrata la premiazione e l'assegnazione del premio.
Traguardo	Coinvolgimento della cittadinanza tutta
Messaggio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perché la raccolta differenziata è importante 2. Perché ogni cittadino è importante per ottenere i risultati attesi 3. I benefici ed il risparmio che si ottengono con la raccolta differenziata.
Soggetto responsabile	L'A.C. di concerto con le direzioni didattiche ed il gestore del servizio
Destinatari	Cittadinanza tutta
Periodicità	Durante l'arco dell'anno 2 incontri
Monitoraggio	Partecipazione della cittadinanza

MANIFESTAZIONE PUBBLICA – Riciclo Lab in vetrina	
Descrizione	Nelle vetrine dei vari esercizi commerciali della città vengono posizionati i lavori degli studenti realizzati durante il laboratorio del riciclo.
Traguardo	Coinvolgimento della cittadinanza tutta
Messaggio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il valore del recupero come opportunità, scoprire le mille vite dello scarto
Soggetto responsabile	L'A.C. di concerto con le direzioni didattiche, i commercianti ed il gestore del servizio
Destinatari	Cittadinanza tutta
Periodicità	Durante l'arco dell'anno 2 mostre
Monitoraggio	Numero di votanti, Partecipazione della cittadinanza

LOCANDINA Giornata del Differenziata	
Descrizione	Locandina informativa per promuovere le Giornate del Riciclo ed informare la cittadinanza sulla data, sul luogo e sui contenuti della giornata

Traguardo	Stampare 50 locandine per ogni Giornata della Differenziata
Messaggio	1. Giornata della Differenziata
Soggetto responsabile	L'A.C. di concerto con gli esercizi commerciali ed il gestore del servizio
Destinatari	Cittadinanza tutta
Periodicità	Annuale (30 giorni di esposizione prima di ogni giornata)
Monitoraggio	Numero di votanti, Partecipazione della cittadinanza

BROCHURE – Guida alla Raccolta – calendario dei servizi – eco-glossario	
Descrizione	Opuscolo informativo contenente tutte le informazioni su come trattare i rifiuti, su quali contenitori utilizzare, sulle modalità e l'organizzazione della distribuzione e dei contenitori – calendario dei servizi – Eco-glossario
Traguardo	Stampare 8000 opuscoli/calendario dei servizi/eco-glossario
Messaggio	1. Tutto quello che devo sapere per contribuire efficacemente al successo della raccolta differenziata
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio (per la distribuzione)
Destinatari	Utenza residente
Periodicità	Alla partenza del progetto e con cadenza annuale
Monitoraggio	Numero di brochure distribuite

SITO WEB	
Descrizione	Sito web dedicato all'iniziativa dove vengono pubblicate tutte le attività, è possibile scaricare il materiale, attingere informazioni e porgere domande.
Traguardo	Attivazione di un canale privilegiato, diretto e costante con la cittadinanza
Messaggio	1. Le regole, le informazioni e le iniziative di sensibilizzazione sulla raccolta differenziata e sull'igiene urbano
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio (per la gestione ed aggiornamento del sito)
Destinatari	Cittadinanza tutta
Periodicità	Per tutta la durata dell'appalto
Monitoraggio	Numero di accessi al sito, mail e richieste che giungono

NEWSLETTER formato elettronico	
Descrizione	Le newsletter in formato elettronico conterranno le informazioni relative agli incontri formativi ed informativi, alle iniziative tutte, alle giornate del riciclo. Inoltre la newsletter potrà essere utilizzata per informare la cittadinanza sui risultati ottenuti.
Traguardo	Invio informatico della newsletter agli iscritti al sito del comune ed ai nuovi iscritti che progressivamente si iscriveranno sul sito dedicato.
Messaggio	1. Aggiornamento delle informazioni relative alle iniziative del progetto
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio
Destinatari	Cittadinanza tutta
Periodicità	12 newsletter nell'arco dell'anno
Monitoraggio	Traffico generato sul sito, partecipazione alle iniziative ed agli incontri.

PARTNERSHIP CON L'AZIONE DI PROMOZIONE TURISTICA	
Descrizione	Integrare al materiale di promozione turistica, al calendario eventi, agli strumenti di comunicazione dedicati alla promozione turistica, il messaggio della raccolta differenziata.
Traguardo	Divulgare attraverso gli eventi e le iniziative turistiche l'informazione dell'importanza della raccolta differenziata.
Messaggio	1. Se ami ARADEO differenzia
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio e di concerto con gli organi di promozione turistica
Destinatari	Utenza residente e non residente
Periodicità	Nella fase preparatoria di ogni stagione estiva
Monitoraggio	Numero di iniziative e di eventi coinvolti nel progetto

OPUSCOLO INFORMATIVO – Utenze non domestiche	
Descrizione	Opuscolo informativo contenente tutte le informazioni su come trattare i rifiuti, e sull'utilità dell'esercente e dell'azienda nel seguire le regole del conferimento rifiuti.
Traguardo	Stampare 600 opuscoli
Messaggio	1. Tutto quello che devo sapere per contribuire efficacemente al successo della raccolta differenziata 2. Perché mi conviene
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio (per la distribuzione)
Destinatari	Utenza non domestica
Periodicità	Alla partenza del progetto e con cadenza annuale
Monitoraggio	Numero di brochure distribuite

MANIFESTAZIONE PUBBLICA – Desk informativo stagionale	
Descrizione	In concomitanza con i 3 eventi del calendario estivo più rilevanti vengono posizionati dei desk informativi a disposizione della cittadinanza per divulgare ed informare sull'opportunità e sulla necessità di conferire i rifiuti seguendo le regole.
Traguardo	Presenza dei desk in manifestazione di ampio interesse
Messaggio	1. Chi ama il territorio differenzia
Soggetto responsabile	Amministrazione Comunale unitamente al gestore del servizio (per la distribuzione) di concerto con l'ente di promozione turistica
Destinatari	Cittadinanza tutta
Periodicità	3 eventi/anno, i più rilevanti della stagione.
Monitoraggio	Partecipazione della cittadinanza e distribuzione del materiale informativo

10 Modello di distribuzione dei contenitori

Modello di distribuzione di contenitori

Nel presente paragrafo si sintetizzerà il **sistema di distribuzione e di affidamento dei contenitori all'utenza**, nell'avvio del servizio. Questo momento, molto importante, **determina da solo il gradimento** del sistema di raccolta porta a porta presso la popolazione di un comune.

Sbagliare avvio, infatti, significa **mettere in discussione la credibilità del messaggio** che con il nuovo sistema si vuole fare passare. Per cui, il proponente intende porre la massima attenzione a **questa fase, più volte percorsa nei comuni in cui già gestisce** la raccolta porta a porta. In queste esperienze, infatti, si è colto che il momento dell'avvio è **IL MOMENTO di interfaccia Ditta/Comune – Utenza** per eccellenza. In questo momento è necessario dimostrare ottima organizzazione e il **massimo della cortesia e pazienza**. La **partecipazione** al nuovo sistema, e la **qualità dei materiali** conferiti, **dipende dalla comunicazione** che si riesce a far passare.

Ragion per cui è necessario **evitare distribuzioni di massa**, in punti concentrati, in quanto nel caos le informazioni passano di bocca in bocca modificandosi e peggiorando nella qualità dei contenuti.

Sommario del sistema di distribuzione ed affidamento contenitori

Di seguito è riportato il sommario delle attività da porre in essere al fine di dare un corretto avvio al servizio:

- 1) suddivisione del territorio in **zone omogenee**
- 2) individuazione di **punti di comunicazione** (piazze, larghi, sale, etc.) per zona, per la realizzazione di giornate di informazione
- 3) reperimento presso ufficio TARSU dei **soggetti tassati**
- 4) costruzione **data base** degli aventi diritto ai contenitori per zona
- 5) attività di **distribuzione porta a porta** con addetti formati per la comunicazione ed addetto di supporto per la movimentazione
- 6) rilevazione dei **numeri civici non contenuti** nel data base TARSU: comunicazione al comune per gli accertamenti di ufficio (**rilevazione evasione**)
- 7) memorizzazione delle **utenze TARSU non reperite** nella distribuzione
- 8) **comunicazione** all'utenza non reperita, di **luoghi, giorni ed orari** in cui trovare disponibile gli **addetti** alla distribuzione e comunicazione
- 9) passaggio finale, sempre per zona, e prima dell'avvio del servizio, per **controlli a campione sul grado di comprensione** delle modalità di conferimento (materiali - contenitori – giorni - orari), ed eventuale ripasso di addetti all'informazione in caso di esito negativo del controllo

1 Suddivisione del territorio in zone omogenee: in prima battuta si è deciso di prendere come riferimento le **zone (quartieri) riportate nel progetto** a base d'asta proposto dal comune. E' intendimento del proponente, in fase esecutiva, **valutare insieme all'Amministrazione Comunale il ridimensionamento** di tali zone laddove ci si renda conto che, rispetto alla metodologia proposta, sia più utile ricorrere a zone di dimensioni più ridotte.

2 Individuazione di punti di comunicazione (piazze, larghi, scuole, etc.): i punti di comunicazione sono il **baricentro del sistema di informazione e sensibilizzazione**. Per ogni zona saranno individuati **uno o più punti**, da proporre all'Amministrazione Comunale, dove verrà effettuata la prima comunicazione, ma anche la successiva per tenere costante l'attenzione della popolazione. La scelta **dei punti per zona verrà concordato con l'Amministrazione Comunale**, sulla base di opportune valutazioni. In questi punti verranno fatte delle **giornate di informazione** con

l'ausilio di **gazebo** e di attrezzature in grado di **attirare l'attenzione della popolazione**. In sintesi, **si informerà** sul futuro passaggio al sistema di raccolta porta a porta, esponendo tutti i contenitori necessari alla raccolta, elencando i materiali da inserire per ogni contenitore e distribuendo il materiale informativo sui **tempi della successiva distribuzione presso ogni singola utenza**. Oltre a ciò si prenderanno le prenotazioni delle utenze domestiche relative alle **volumetrie** delle attrezzature (**25/35 lt, 40/60 lt e 120/360 lt**) offerte dal proponente. Questo primo momento, quindi, servirà per fare parlare la popolazione dell'avvio del nuovo servizio, con i primi rudimenti di informazione.

3 Reperimento dei ruoli TARSU presso ufficio competente: al fine di attivare una **distribuzione dei contenitori rispondente al ruolo TARSU**, ma con il conseguente vantaggio di **reperire eventuali evasori**, il proponente farà richiesta all'Amministrazione dell'anagrafica dei ruoli. Tale anagrafica verrà trattata secondo le norme sulla sicurezza della privacy, nominando un responsabile dei dati interno al proponente.

4 Costruzione data base aventi diritto ai contenitori: il ruolo TARSU verrà tradotto in un data base aziendale utile per successive attività.

5 Attività di distribuzione porta a porta dei contenitori: questa attività risulta di vitale importanza per avviare con successo la raccolta porta a porta. In ragione di ciò, sulla base della propria esperienza, il proponente intende organizzare la distribuzione con la seguente squadra tipo: **n. 1 automezzo con cassone e pedana idraulica**, per il trasporto e la distribuzione dei contenitori; **n. 1 autista/addetto alla movimentazione** dei contenitori; **n. 2 addetti all'informazione e sensibilizzazione**; **materiale informativo** come da campagna di comunicazione e sensibilizzazione. Il numero di squadre verrà concordato con l'Amministrazione Comunale sulla base del tempo in cui la stessa voglia condurre tale distribuzione e dare effettivo inizio al servizio, **comunque nei tempi previsti dal capitolato**. Gli addetti alla distribuzione verranno selezionati tra **giovani di ARADEO** anche appartenenti ad **Associazioni**. Tale organizzazione consente **innumerevoli vantaggi**: **contatto umano** diretto informatori – utenza; **informazione ad hoc** a seconda del grado di cultura e/o dell'età dell'utenza; rilevazione delle utenze non comprese nel data base TARSU e quindi potenziali evasori (**recupero evasione**); percezione di un **servizio a domicilio** da parte **dell'Amministrazione Comunale** e quindi percezione del contatto con la stessa. Le utenze, una volta ricevuti i contenitori, le buste e il materiale informativo, dovranno **firmare un modulo** che servirà al proponente e all'Amministrazione Comunale per certificare la consegna.

6 Rilevazione dei numeri civici non contenuti nel data base TARSU: le utenze non presenti nel data base TARSU riceveranno ugualmente l'attrezzatura ed il materiale informativo, ma il **modulo da loro firmato verrà immediatamente sottoposto all'attenzione dell'Amministrazione Comunale** per i successivi provvedimenti di competenza. Per esperienza diretta, la fase della distribuzione, così come proposta, consente un discreto recupero dell'evasione che determina di fatto un **abbattimento del costo percepito dall'utenza TARSU conosciuta**.

7 Memorizzazione utenze non reperite nella prima distribuzione: le utenze che non dovessero essere trovate presso il proprio domicilio, verranno memorizzate nel data base in modo da organizzare il successivo passaggio di consegna.

8 Comunicazione all'utenza non reperita, in fase di prima distribuzione, del punto di ritiro delle attrezzature: le utenze non reperite al primo passaggio riceveranno un **biglietto** (che verrà messo sotto l'uscio della porta e/o nella buca delle lettere) per un successivo appuntamento di consegna. Il biglietto, quindi, conterrà un messaggio che informerà sull'imminente passaggio al sistema di raccolta porta a porta, sull'attività di distribuzione dei contenitori avvenuta in quel giorno, e **informerà che sarà possibile ritirare l'attrezzatura** ed il materiale informativo in un dato giorno

presso la Sede Aziendale. Saranno forniti anche il numero verde, i numeri di Telefono e di Fax degli uffici di ARADEO, in modo da consentire verifiche e richieste di chiarimento da parte dell'utenza, o per prenotare il ritiro presso Sede Aziendale.

9 Questionari a campione sul grado di comprensione dell'utenza: al fine di **monitorare il livello di comprensione** dell'utenza circa il nuovo sistema di raccolta (rifiuti da abbinare a contenitori, giorni e orari di conferimento), verranno fatte delle **visite a campione** presso l'utenza per somministrare dei **questionari sul nuovo servizio**. Tali questionari consentiranno al proponente di valutare il livello di comprensione dell'utenza, al fine di programmare eventuali **supplementi di comunicazione** a domicilio e/o di zona.

Sommario del sistema di rifornimento dei contenitori danneggiati/smarriti

Di seguito è riportato il sommario delle attività da porre in essere al fine di dare continuità al servizio:

- 1) creazione di un **magazzino** con una **scorta sempre disponibile (3% scorta totale)**
- 2) suddivisione del territorio in **zone omogenee**
- 3) individuazione di **punti di comunicazione/incontro** (piazze, larghi, sale, Centro Comunale di Raccolta, etc.) per zona, per la realizzazione di giornate di consegna/informazione
- 4) **giornate di consegna** dei contenitori danneggiati/smarriti
- 5) apertura al pubblico della **sede aziendale** in giorni ed orari settimanali prestabiliti
- 6) **consegna a domicilio** per anziani soli, allettati ed i diversamente abili

1 Creazione di un magazzino con scorta sempre disponibile: presso la **sede aziendale** verrà predisposto un locale come **magazzino**, al fine di avere una **scorta sempre pronta**. Sarà disponibile una scorta pari al **3%** delle forniture dei contenitori. In questo modo, anche se su prenotazione come si vedrà più innanzi, l'utenza potrà avere una **disponibilità di contenitori costante**.

2 Suddivisione del territorio in zone omogenee: in prima battuta si è deciso di prendere come riferimento le **zone (quartieri)**. In fase esecutiva, si **valuterà il ridimensionamento** di tali zone laddove ci si renda conto che, rispetto alla metodologia proposta, sia più utile ricorrere a zone di dimensioni più ridotte.

3 Individuazione di punti di comunicazione (piazze, larghi, scuole, etc.): i punti di comunicazione sono il **baricentro del sistema di informazione e sensibilizzazione**, ma anche del sistema di **rifornimento**. Per ogni zona saranno individuati **uno o più punti**, da proporre all'Amministrazione Comunale, che funzioneranno sia come punti di comunicazione ma anche come **punti di rifornimento**. La scelta dei punti per zona verrà concordato con l'Amministrazione Comunale, sulla base di opportune valutazioni.

Un **punto di comunicazione permanente** sarà **Il Centro Comunale di Raccolta**.

4 Giornate di consegna dei contenitori danneggiati: nei punti di comunicazione sopra riportati, in giornate fissate di concerto con l'Amministrazione Comunale (in ogni caso con **frequenza minima annuale**), si farà la **consegna** dei contenitori danneggiati/smarriti. Gli addetti alla consegna verranno selezionati tra **giovani di ARADEO**, anche appartenenti ad **Associazioni**. Sulla scorta del data base costruito in fase di prima di distribuzione, e sulla base dei risultati della raccolta differenziata, monitorati attraverso la strumentazione di cui disporranno gli automezzi e le attrezzature, sarà possibile fare il **punto della situazione di ogni utenza** che verrà al punto di comunicazione a ritirare e/o a sostituire i contenitori.

Infatti, ad ogni utenza verrà **comunicato il risultato di raccolta differenziata raggiunto** e, se ci

sono delle segnalazioni durante la fase di raccolta, verranno **comunicati eventuali errati conferimenti**, oltre che istruzioni per evitare il ripetersi in futuro.

Presso il punto di comunicazione, quindi, ad inizio giornata verrà allocata una certa dotazione di buste e di contenitori (in proporzione alle utenze della zona), che sarà prontamente integrabile nel corso della giornata, da un addetto con automezzo che, se necessario, muoverà dalla sede aziendale verso il punto di comunicazione per portare altro materiale.

In occasione di queste giornate, infine, sarà **disponibile anche del materiale informativo** sulla corretta differenziazione dei rifiuti.

5 Apertura al pubblico della sede aziendale in giorni ed orari prestabiliti: oltre al rifornimento minimo annuale presso i punti di comunicazione, per l'utenza sarà **possibile accedere alla sede aziendale**, dove naturalmente sono presenti le riserve di contenitori. Non sarà, però, un accesso indiscriminato alla sede aziendale, e ciò per ovvie ragioni di sicurezza.

Infatti, al fine di non fare interferire l'accesso del pubblico con le operazioni dei mezzi in sede, **ogni utente dovrà concordare** con l'addetto alla distribuzione **la giornata e l'orario** per passare a ritirare i contenitori.

I canali per prenotare il ritiro saranno il **numero verde**, il numero del centro servizi, il **numero di fax della sede di ARADEO**, ed il **sito web** (tramite apposito modulo).

6 Consegna a domicilio per anziani soli, allettati ed i diversamente abili: le **categorie particolarmente svantaggiate** presenti sul territorio avranno un trattamento di grande riguardo, e del tutto personalizzato. Presso gli **uffici dei servizi sociali** saranno disponibili dei moduli di prenotazione dei contenitori danneggiati. Oltre che presso tali uffici si potrà effettuare la prenotazione del materiale **anche a mezzo fax e a mezzo sito web** dell'Azienda. Alla richiesta fatta fuori dal contesto degli uffici servizi sociali (fax e web aziendale) dovrà essere allegata **idonea documentazione** comprovante lo stato di difficoltà, infermità e diversa abilità.

La richiesta dovrà contenere il **consenso alla consegna a domicilio**, oltre che una **preventiva autorizzazione dei servizi sociali**. A seguito della trasmissione della opportuna documentazione, che verrà concordata nei dettagli con l'Amministrazione Comunale, gli addetti del proponente provvederanno a **recapitare** i contenitori **nelle giornate e negli orari concordati** con le utenze interessate.

7 Denuncia di smarrimento o furto dei contenitori: al fine di poter ricevere dal proponente un nuovo contenitore, l'utenza dovrà preventivamente aver compilato un modulo di **denuncia di smarrimento o furto** che troverà presso i locali uffici di **Polizia Municipale**. L'utenza, quindi, dovrà presentarsi presso il punto di distribuzione con la copia della denuncia sulla quale deve essere stati apposti il timbro dell'Ufficio di Polizia Municipale, con il numero di protocollo ed la firma.

11 Proposta creativa



Esempi di proposte creative



Quando essere separati
è un vero piacere



Esempi di proposte creative

12 Budget per l'attuazione della campagna di sensibilizzazione e comunicazione

Di seguito si riporta il budget necessario per l'attuazione della campagna di sensibilizzazione e comunicazione. Le risorse finanziarie avranno capienza nelle somme riconosciute dalla Regione Puglia (pari ad € **101.328,68**) a seguito della partecipazione alla *"Procedura negoziale per la presentazione di proposte di interventi per il potenziamento dei servizi di raccolta nei Comuni attraverso l'introduzione di metodi innovativi di raccolta differenziata "integrata" - "Programma Operativo FESR 2007-2013 – PPA dell'Asse II – Linea di intervento 2.5, azione 2.5.1, sottoazione b.*

INIZIATIVA	€/ANNO
Conferenza Stampa	€ 0,00
Incontri e seminari	€ 411,60
Manifestazione pubblica Giornata della Differenziata	€ 800,00
Manifestazione pubblica Riciclo lab in vetrina	€ 300,00
Ideazione grafica	€ 3.500,00
Locandine Giornata della Differenziata	€ 1.500,00
Affissioni	€ 1.500,00
Brochure Guida alla Raccolta	€ 4.000,00
Calendario dei servizi	€ 4.500,00
Eco-glossario	€ 3.500,00
Sito web	€ 1.800,00
Newsletter elettronica	€ 500,00
Opuscolo informativo utenze non domestiche	€ 2.000,00
Totale campagna di comunicazione e sensibilizzazione (comp. IVA 22%)	€ 24.311,60