

Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai

Servizi di raccolta trasporto, conferimento e gestione dei rifiuti solidi urbani, servizi complementari e attinenti



PROGETTISTA:

Ing. Massimiliano Mereu

R.U.P.:

Ing. Gaetano Meloni

ELABORATO:
RELAZIONE RIGUARDANTE LA
CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

APPROVAZIONE:

DATA:

Febbraio 2017

REVISIONE:

02

I

Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai

*Gestione integrata dei rifiuti urbani e assimilati e servizi complementari nel territorio della Comunità
Relazione illustrativa della campagna di sensibilizzazione*

Indice generale

PREMESSA.....	2
ANALISI DEL TERRITORIO.....	4
DESTINATARI.....	5
MODALITA' DI ESECUZIONE DELLA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE.....	7

PREMESSA

Il presente elaborato vuol farsi carico di illustrare i contenuti della campagna di sensibilizzazione informazione dell'utenza, sia essa domestica che non, interessata dal servizio di raccolta differenziata nell'ambito territoriale degli undici Comuni aderenti alla Comunità Montana del Gennargentu Mandrolisai.

La **strategia informativa** riveste un ruolo cardine nella gestione integrata dei rifiuti.

Solitamente il coinvolgimento dei cittadini non viene considerato nell'ambito della gestione dei rifiuti urbani di fondamentale rilevanza e gli viene attribuito, invece, un'importanza marginale ed episodica, senza mai calcolarne il potenziale ritorno in termini economici e ambientali. Talvolta oltretutto, una sbagliata strategia informativa, crea nel cittadino confusione e ostruzionismo.

L'esperienza maturata negli anni nell'ambito delle problematiche connesse con la gestione dei rifiuti ed i notevoli successi ottenuti grazie ai metodi di comunicazione adottati, hanno dimostrato infatti, come la partecipazione attiva dei cittadini dipenda essenzialmente dalla continuità nel tempo e dall'efficacia dei sistemi di informazione e di sensibilizzazione adottati.

I cittadini, utenti e consumatori quotidiani di risorse, utilizzano materiali che faranno diventare a fine vita rifiuti. L'unica strada percorribile per evitare di ricorrere all'uso di discariche o termovalorizzatori è quella di puntare al riutilizzo, alla riduzione dei rifiuti stessi, grazie ad uno stile di vita maggiormente attento, puntando all'educazione e consapevolezza di una raccolta differenziata con il riciclaggio dei rifiuti prodotti come obiettivo finale.

Incivilire ad uno stile di vita misurato, attento, rispettoso dell'ambiente è un percorso che presume impegno e duro lavoro.

I propositi che ci siamo prestabiliti sono quelli di intervenire fin dalla più giovane età, per educare impartendo comportamenti responsabili, in grado di salvaguardare l'ambiente, che resterà eredità destinata proprio alle nuove generazioni.

La complessità della tematica dei rifiuti, richiede un metodo educativo rivoluzionario e sinergico tra conoscenze, comportamenti e valori presenti nella vita quotidiana, un sistema innovativo che prevede di usare influenza e carisma, dando un apporto radicato, che coinvolga tutte le generazioni.

I risultati ottenibili sono molteplici:

- Acquisire la consapevolezza che le risorse, i beni, sono limitati e possono esaurirsi.
- Acquisire la consapevolezza che le tecnologie utilizzate nel quotidiano, comportano costi all'ambientale, oltre che di natura economica.
- Comprendere la possibilità di avere un ruolo, nel processo di salvaguardia, modificando le metodologie di consumo, pensando ai rifiuti come risorse recuperabili.

Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai

*Gestione integrata dei rifiuti urbani e assimilati e servizi complementari nel territorio della Comunità
Relazione illustrativa della campagna di sensibilizzazione*

- Comprendere il concetto positivo di rifiuto, essere attori principali della cultura del riciclo.
- Responsabilizzare sull'idea che il recupero e il riciclo dei rifiuti sia l'unica strada possibile per la soluzione del problema, proponendo modelli di comportamento riguardoso nei confronti dell'ambiente, partendo dalla consapevolezza di dover tutelare in primis, la propria città.
- trasmettere mediante i giovani, veicolo portante, sino alle loro famiglie, il senso di responsabilità verso l'ambiente.

ANALISI DEL TERRITORIO

L'opera di comunicazione nasce da un'accurata analisi di contesto, realizzata attraverso la raccolta di dati ed informazioni:

- Analisi e consapevolezza del territorio dal punto di vista quantitativo e qualitativo, le dinamiche economiche locali, la strutturazione sociale della comunità, le abitudini ricorrenti degli stili di vita dei cittadini, le importanti caratteristiche apprese dai dati forniti dei quantitativi e tipologie dei rifiuti prodotti;
- Esame sulla necessità di informazione all'utenza, comprensione e aspettative in merito all'argomento "gestione rifiuti" da parte dei differenti target;

La metodologia d'azione proposta, è volta dunque ad un servizio qualitativo in grado di migliorare le percentuali di raccolta differenziata e la qualità del materiale riciclabile.

DESTINATARI

Una scrupolosa analisi del Target non si limita alle famiglie ed alle generazioni più giovani ma deve estendersi a tutte le realtà dell'ambito sociale.

Nella determinazione del progetto, porgeremo particolare attenzione ai seguenti punti fondamentali:

- Famiglie e quindi anziani, lavoratori, giovani coppie, famiglie numerose..., ognuno di questi soggetti ha esigenze particolari e recepisce diversamente le informazioni. La regola vuole che si tari l'informazione fondamentale (p.e. modalità del servizio) sul livello di comprensione più semplice, prevedendo poi degli approfondimenti opzionali per chi ha più tempo, voglia e strumenti per andare oltre.
- Scuole, di ogni ordine e grado, sono la palestra in cui si formano le nuove generazioni, sempre più sensibili ai temi di ambiente e sostenibilità e rappresentano un canale preferenziale per raggiungere le famiglie. La comunicazione portata a casa da bambini e ragazzi sotto forma di esperienza ludica ed interattiva fa molto più presa sugli adulti di mille volantini. Attuando diverse proposte, progetti d'informazione, didattica e comunicazione gli studenti saranno chiamati a partecipare durante gli anni scolastici a seminari, concorsi, progetti eco- sostenibili, ludici e laboratori artistici di Garbage Art, e altri, volti a insegnare la manualità e la creatività, in un era in cui tutto è affidato all'elettronica;
- Attori istituzionali, lo stesso Comune, è un soggetto che può contribuire a diffondere i messaggi della campagna e ad ottimizzare la realizzazione degli interventi previsti. In questo senso anche la comunicazione istituzionale ha l'obiettivo di razionalizzare gli sforzi facendo sinergia.
- Operatori economici, sono grandi e piccoli produttori di rifiuti, e come tali sono serviti con modalità specifiche che devono essere comunicate con strumenti personalizzati. Sono poi un punto di contatto prezioso con cittadini e con i turisti, e quindi devono essere coinvolti in modo fattivo nella diffusione dei messaggi della campagna.

Obiettivi del Progetto

- generare un messaggio di accessibilità, ovvero la scelta di migliorare la qualità della vita con dei semplici cambi di abitudine;
- accrescere presso l'opinione pubblica l'"attrattiva sociale" dell'Amministrazione Comunale e del gestore del servizio;
- incoraggiare attraverso la metodologia di sensibilizzazione e informazione, novità imminenti e le ulteriori attività annesse ai progetti del nuovo servizio;
- ridurre la quantità totale di rifiuto prodotto, attraverso l'educazione al consumo consapevole, al non

Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai

*Gestione integrata dei rifiuti urbani e assimilati e servizi complementari nel territorio della Comunità
Relazione illustrativa della campagna di sensibilizzazione*

spreco e al riuso, alla riduzione degli imballaggi. In tal modo limitare il prelievo di risorse ed energie non rinnovabili dall'ambiente;

- ridurre gli impatti ambientali delle attività umane sull'ambiente, preservando gli equilibri naturali e salvaguardando il territorio;
- migliorare le performance di raccolta differenziata e ridurre la quantità di rifiuto smaltito in discarica o incenerito;
- trasmettere il concetto di legalità legata alla trasparenza della comunicazione sulla gestione corretta del ciclo dei rifiuti.

MODALITA' DI ESECUZIONE DELLA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

La buona riuscita di un servizio di raccolta integrata non può prescindere dalla fattiva collaborazione dei cittadini nell'eseguire tutte le indicazioni loro fornite per il corretto utilizzo di mezzi, attrezzature e più in generale del servizio messo a disposizione.

A questo scopo l'organizzazione di una campagna di sensibilizzazione si configura come un intervento di fondamentale importanza affinché tutto il servizio sia proficuo e dia reale contributo alla gestione ambientalmente corretta della problematica dei rifiuti.

I requisiti minimali della campagna di sensibilizzazione ed informazione devono prevedere i seguenti aspetti:

1. predisposizione di un piccolo opuscolo contenente le necessarie informazioni sui vantaggi economici ed ambientali delle raccolte differenziate, le informazioni sul corretto utilizzo delle attrezzature (bio-bidoni, contenitori stradali) e sui comportamenti da seguire per sfruttare al massimo le potenzialità del servizio ; dovranno essere contenute inoltre le informazioni di dettaglio sull'organizzazione del servizio con particolare riferimento a:
 - orari e frequenze dei servizi;
 - modalità di conferimento dei rifiuti;
 - punti diffusi di conferimento per R.U.P.;
 - modalità per usufruire del servizio di ritiro ingombranti;
 - modalità con cui segnalare inconveniente, anomalie ecc.

Gli opuscoli dovranno essere stampati e distribuiti nel numero di copie sufficiente a raggiungere tutte le utenze servite.

2. Si dovrà prevedere la stampa e la distribuzione a tutte le utenze di un calendario stampato su cartoncino in formato A3 già utilizzato negli anni scorsi e gradito all'utenza, in cui sarà precisata la/le giornata/e dedicata/e per la raccolta domiciliare delle varie frazioni merceologiche, nonché le informazioni utili per la fruizione di tutti i servizi di igiene urbana; la prima distribuzione del calendario sarà effettuata entro 15 gg dalla fine dell'anno solare precedente.
3. Creare e gestire la comunicazione tramite il web, sia tramite il sito istituzionale della Comunità Montana che tramite i social network (ad esempio Facebook, Twitter)