

IL PRESIDENTE
Ing. Raffaele Rosa
PROGETTAMBIENTE S.C.
Sede Legale: Via S. Rosa, 4
00197 Roma (RM) (PZ)

20 Marzo 2014



Vibo Valentia

Comune di

Luogo espletamento servizi:

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

RELAZIONE D

“APPALTO SERVIZIO DI IGIENE AMBIENTALE”

Oggetto:



COMUNE DI VIBO VALENTIA
PER
PROGETTAMBIENTE S.C.



RELAZIONE D

CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

In merito alle iniziative di sensibilizzazione, si fa presente, per una corretta lettura e interpretazione del documento, che gli elementi introdotti, rispetto alle sole campagne a fini d'informazione e sensibilizzazione, rappresentano i fattori caratterizzanti della strategia dell'intero progetto, in quanto mirano a precostituire i presupposti e le condizioni per il successo delle campagne stesse.

Ciò significa che non si propongono attività di natura univoca, promosse da un soggetto nei confronti di altri soggetti, bensì attività *binivoche*, in virtù delle quali il promotore instaura contatti con il suo pubblico, ascoltandone le necessità e le indicazioni per poi avviare i propri programmi il più presto possibile, aderenti alla realtà ed in grado di essere sostenuti grazie al consenso ed alla partecipazione.

In proposito è opportuno evidenziare che l'avvalersi di indagini conoscitive, all'inizio del programma, e di specifiche verifiche al termine di ogni periodo operativo (base annua), permetterà di conoscere e analizzare tutta una serie di fattori, in virtù dei quali sarà possibile, e con facilità, introdurre accorgimenti di perfezionamento della pianificazione iniziale. Motivo per il quale i mezzi successivamente indicati sono da intendersi indicativi e suscettibili di variazioni determinate dalle verifiche annuali.

Oltre a ciò, allo scopo di far meglio comprendere nella sua interezza la strategia del presente programma, si porta un esempio in merito ad altri vantaggi che si intendono raggiungere. La tradizionale esposizione di locandine nei pubblici esercizi, risulterà certamente più facile ed efficace, se, preventivamente al contatto del personale preposto all'esposizione delle locandine con i gestori degli esercizi si saranno avviate specifiche relazioni e richieste di collaborazione nei confronti di questi ultimi.

Non solo. Risultati ancora maggiori si potranno ottenere cercando l'assenso delle relative organizzazioni e associazioni di categoria, le prime (e forse le uniche) che si potrebbero far carico di informare e stimolare gli associati. Di conseguenza, sulla base di quanto esposto, si può ipotizzare la possibilità di affissione per il periodo realmente voluto, di un maggior numero di locandine e in posizioni più favorevoli rispetto a quanto si potrebbe ottenere applicando i normali canoni e procedure.

Questo risultato è ottenibile solo tramite **attività di relazioni esterne e di promozione**. Se a queste aggiungiamo un'adeguata **attività di formazione** i riscontri potranno essere ancora migliori. Inoltre considerato che il promotore delle diverse iniziative sarà il Comune, la Progettambiente intende proporre anche azioni di informazioni e formazione nei confronti del personale dell'Amministrazione Comunale ed esattamente:

- ✘ informazione rivolta a tutto il personale comunale (comunicazione interna) in merito alle diverse soluzioni tecniche e gestionali adottate;
- ✘ formazione nei confronti di quanti ricoprono ruoli attivi in confronto dei cittadini (uffici tecnici, sportelli al pubblico, ecc..).

In questo modo si vogliono superare quelle problematiche negative, fin troppo diffuse, che si originano nel momento in cui il personale, e segnatamente quello di contatto, è all'oscuro o non ha elementi sufficienti per valutare e comprendere adeguatamente i programmi dell'organismo per il quale lavora.

Per tutti l'obiettivo sarà quello di trovare la strada giusta per ogni rifiuto.



MODALITA' TECNICO-OPERATIVE

In un progetto integrato di servizi ambientali, un ruolo fondamentale riveste la campagna di comunicazione ai cittadini, che deve essere mirata al raggiungimento degli obiettivi prefissati dall'Amministrazione Comunale e dalla Società operante sul territorio.

Un programma di raccolta differenziata ha successo non solo quando si raggiungono gli obiettivi quantitativi prefissati, bensì quando, insieme alla quantità, si ottiene la necessaria qualità dei materiali raccolti.

Non è banale ricordare che "si raccoglie per evitare di mandare a discarica", ma si evita di mandare a discarica se ciò che si raccoglie è effettivamente riciclabile. Insomma, le RD debbono fornire materiali effettivamente riciclabili dal mercato utilizzatore. Il rapporto fra RD e riciclo effettivo passa attraverso la qualità.

In questo senso la qualità è funzione diretta della correttezza con la quale si separano all'origine i diversi materiali.

Pertanto, il successo di qualsiasi iniziativa di raccolta differenziata, nel senso di cui sopra, non può prescindere dall'adesione dei cittadini tutti, e più in generale di tutte le utenze produttrici di rifiuti alle quali il programma si rivolge: la raccolta differenziata è un classico caso di "servizio", alla cui realizzazione concorrono in maniera determinante coloro ai quali il servizio è rivolto.

I cittadini, pertanto, e le diverse categorie coinvolte, devono essere **CORRESPONSABILIZZATI, SENSIBILIZZATI, MOBILITATI**, e questo è un problema di **COMUNICAZIONE**. Non si tratta soltanto di far passare delle informazioni, di rispettare obblighi istituzionali o di legge, ma di ottenere che i cittadini, da semplici utenti di un servizio, ne divengano **PROTAGONISTI ATTIVI**: allora è chiaro che la comunicazione non riveste un carattere puramente tattico, strumentale, ma diviene una fondamentale componente della strategia d'impresa. Ecco perché si deve dedicare uno spazio di assoluta evidenza a questa voce, assegnandole il ruolo di "strumento" per la progettazione e gestione del sistema al pari degli altri. La **COMUNICAZIONE** relativa alla **RACCOLTA DIFFERENZIATA** non può e non deve operare in maniera episodica, casuale, ma deve porsi come un essenziale atto di gestione, perfettamente integrato rispetto alle altre modalità di comunicazione dell'azienda, e perfettamente integrato con le strategie specifiche in tema di raccolta differenziata. Inoltre:

"A SERVIZIO PERMANENTE, COMUNICAZIONE PERMANENTE"

Essendo la comunicazione, innanzitutto, capacità di interloquire fra erogatore del servizio e fruitore del servizio stesso, deve dunque essere impostata secondo logiche che privilegiano

- LA CHIAREZZA
- LA CONTINUITÀ
- L'EFFICACIA

relativa, in un'ottica di medio e lungo periodo. Occorre superare le ripartizioni tra **COMUNICAZIONE ESTERNA, COMUNICAZIONE INTERNA E RELAZIONI ESTERNE**, per acquisire il concetto di **COMUNICAZIONE INTEGRATA**.

In particolare, la comunicazione dovrà essere rivolta ad un target più vasto possibile, ma con mezzi e linguaggi variabili in funzione del singolo destinatario, con l'**obiettivo** di:

- spiegare le motivazioni che inducono ad attivare o potenziare o variare servizi di raccolta differenziata;
- di informare in ordine alle corrette modalità di effettuazione della raccolta;
- di fornire ampie assicurazioni sull'effettivo riciclaggio dei materiali separati;
- di sottolineare i vantaggi, **economici ed ecologici**, che ne derivano.

Tutto ciò dovrà servire di stimolo per i cittadini di Vibo Valentia, con l'obiettivo di ottenere il massimo consenso, in termini di partecipazione e collaborazione, sia per una corretta gestione del servizio di raccolta, sia nel momento in cui dovessero rendersi necessarie modifiche al servizio stesso, anche in seguito a segnalazione degli utenti. Come si è detto, la comunicazione dovrà, quindi, rivolgersi ad una fascia di utenza quanto più vasta possibile; pertanto occorrerà segmentare il target di riferimento in una serie di pubblici, tutti con un ruolo nel sistema di raccolta differenziata, anche se ciascuno con i propri obiettivi specifici:

- **i produttori di rifiuti** innanzitutto, ma non vanno dimenticati altri pubblici che concorrono, o possono concorrere, al buon esito del progetto;
- **i giovani** in età scolare o ai teen-agers, visti non tanto come produttori di rifiuti ma come portatori di opinione, come casse di risonanza;
- **gli amministratori di condomini** ed al ruolo determinante che essi possono assumere nell'organizzazione dei servizi;
- **le associazioni ambientaliste**, ma anche alle altre forme di associazionismo (il cui coinvolgimento sarà fondamentale anche nella gestione dell'ECOISOLA) che possono essere mobilitate affinché a loro volta possano contribuire alla mobilitazione dei cittadini;

- **le Istituzioni ed il mondo produttivo** ed a ciò che queste categorie possono dare, sotto forma di partecipazione, di coinvolgimento, di semplice consenso o anche di sponsorizzazione;
- **la stampa**, il cui ruolo determinante non sfugge a nessuno;
- **il personale dell'azienda** che effettua il servizio di raccolta differenziata, o a quello dell'azienda, e che rappresenta evidentemente la principale, e a volte la sola, **front line** nei riguardi dei cittadini;
- **il pubblico impiego**, rappresentato in questo caso dagli impiegati dell'Amministrazione comunale che ogni giorno si imbattono nelle problematiche cittadine e sono a contatto con gli utenti;
- **comunità parrocchiali**, che ogni giorno sono a contatto con i giovani, gli adulti e gli anziani, e possono mediante il loro coinvolgimento sociale, incentivare alla sensibilizzazione ambientale;
- **gli insegnanti**, affinché possano trasmettere durante le lezioni nell'intero anno scolastico il messaggio ambientale, mediante piccoli temi e esercitazioni in classe o recite finali ecc...

La comunicazione potrebbe apparire così una faccenda piuttosto complicata, anche perché ad ognuno dei **pubblici** ricordati occorre parlare in relazione agli specifici obiettivi, con i mezzi più adeguati ed un linguaggio comprensibile, in una logica di integrazione e di interlocuzione.

Tuttavia, come si è già detto, un programma di raccolta differenziata deve essere adeguatamente supportato da una significativa attività di comunicazione: la progettazione dei servizi integrati per il Comune di Vibo Valentia ha infatti previsto in modo puntuale un **Piano di Comunicazione coerente con l'intero progetto dei servizi**.

Allo scopo di fornire alcuni essenziali elementi di conoscenza e gestione sulla cui base è stato predisposto il suddetto Piano della Comunicazione, si elencano di seguito le principali operazioni a sostegno della raccolta differenziata:

azioni di "direct marketing": con questo titolo si intendono operazioni di comunicazione che agiscono direttamente sui destinatari, senza alcuna intermediazione, come ad esempio la **DISTRIBUZIONE DI PIEGHEVOLI** o di altro materiale informativo, in forma diretta ai singoli target. Questo strumento è tra i principali, e tra i più efficaci, quando si debbano fornire **"istruzioni per l'uso"** (cosa dividere, dove mettere le diverse frazioni di rifiuto e così via) ed assume in tal caso sovente la forma di **"pro-memoria"**, **"breviari"**, in considerazione del supporto (di norma cartaceo, ma di carta RICICLATA) questa forma di comunicazione si presta

bene anche alla diffusione di messaggi di tipo istituzionale, volti ad accrescere la visibilità aziendale;

✓ **azioni di "direct relation"**: con questo titolo si intende la programmazione di tutte quelle iniziative e/o eventi attraverso i quali è possibile iniziare e mantenere una relazione diretta, una interlocuzione diretta fra l'impresa (o l'ente) che organizza logicamente la RD e chi è chiamato a svolgere la separazione delle frazioni da raccogliere;

✓ **affissione stradale**: ha il prevalente scopo di richiamare l'attenzione; in considerazione dei brevissimi tempi di esposizione al messaggio, **non si presta assolutamente a fornire istruzioni**, a impartire disposizioni (fatte salve le ordinanze sindacali) ma, appunto, a colpire l'occhio, ad **ATTRARRE L'ATTENZIONE** dei passanti su temi che devono essere necessariamente generali, evocativi, di suggestione: è intuitivo come il loro linguaggio debba essere del tutto diverso da quello dei pieghevoli citati più sopra, anche se dal punto di vista grafico può (e deve, in una logica di integrazione) richiamarli;

✓ **comunicazione tabellare**: con questo termine si intende uno spazio a pagamento su periodici o quotidiani, attraverso il quale vengono veicolati i messaggi; l'annuncio tende a focalizzarsi sul testo, anche se la parte principale è costituita dal "titolo", che ha il compito di indurre il lettore a proseguire nella lettura del testo;

✓ **comunicazione radiotelevisiva**: è indubbio che si intendono esclusivamente le emittenti locali, poiché le emittenti nazionali non sono compatibili con una comunicazione che deve operare in ambiti territoriali limitati; è poi chiaro che non è una comunicazione di tipo pubblicitario, in senso classico: questi mezzi vanno utilizzati per parlare in forma molto diretta ai cittadini, per esempio attraverso trasmissioni di servizio, che forniscono informazioni, chiarimenti, spiegazioni, che rispondano a domande o a segnalazioni in merito a eventuali disservizi... o anche attraverso interviste, testimonianze, eccetera;

✓ **conferenze stampa**: lo scopo è quello di stabilire buone relazioni con gli organi di stampa, che possono svolgere un ruolo di grande rilievo nel sostenere, o viceversa nell'ostacolare il governo locale, al quale è fatto carico di attivare la raccolta differenziata; la stampa è fondamentale supporto per la ricerca del consenso e per la costruzione di un buon livello di visibilità;

✓ **convegni, seminari:** la funzione informativa in questo caso va di pari passo con la creazione della credibilità dell'ente proponente; esperti di fama vengono chiamati ad avvalorare, in contesti istituzionalmente riconosciuti, le scelte strategiche di chi deve gestire le attività specifiche;

✓ **programmi specifici per le scuole:** si è già anticipato il ruolo di **casse di risonanza** che possono esercitare i giovani e i giovanissimi nel processo di trasformazione che si impone a fronte di un importante programma di salvaguardia ambientale che contiene aspetti culturali fortemente innovativi;

✓ **comunicazione interna:** si è già detto del ruolo del personale come esecutore del servizio ma anche come *front line* aziendale nei confronti dei cittadini; i mezzi sono innumerevoli, e vanno dalla newsletter ai circoli di qualità, dalle presentazioni ai seminari interni, dai corsi di formazione alle attività sociali e così via;

✓ **numero verde:** è un classico strumento di contatto con la cittadinanza, che crea quel flusso di comunicazione a due vie spesso essenziale per stimolare la funzione d'ascolto dei bisogni degli utenti; può essere una integrazione, dedicata alla sola raccolta differenziata, che tanta diffusione stanno avendo a livello degli enti pubblici locali;

✓ **coinvolgimento diretto:** sotto questa voce si vuole ricordare la necessità di avere rapporti privilegiati con tutti gli *opinion leaders* cittadini, con le **associazioni del volontariato, ambientaliste**, con le rappresentanze sindacali, dell'industria, del commercio e dell'artigianato: questo coinvolgimento va attivato sin dalle prime battute, per mettere a punto un meccanismo partecipativo a vasto raggio, per poter procedere senza troppi impedimenti e per attivare azioni autonome: nelle Associazioni di categoria, movimenti d'opinione, *passa parola* e così via.

Ciò che bisogna sottolineare, è l'assoluta necessità che, attorno al **Progetto di raccolta differenziata**, debba essere creato un forte momento comunicazionale, tale da attivare tutte le risorse disponibili e mantenerle successivamente **SOTTO TENSIONE**, secondo le logiche che si è cercato di sintetizzare. Il **successo delle iniziative da intraprendere conforta ampiamente sulle possibilità del sistema di reagire agli stimoli**, senza dimenticare che, alle spalle di un progetto di raccolta differenziata ci sono sempre, necessariamente, un ente pubblico che l'ha deciso (il Comune, e per esso il Sindaco, l'Assessore) ed una azienda, pubblica o privata, che l'ha messo in atto: è dunque fondamentale che il piano della

comunicazione tenga ben presente questo punto, che vuole dire anche tenere conto della visibilità, della **CREDIBILITÀ DEI PROPONENTI**.

Un ente pubblico o un'azienda che dimostrassero quotidianamente la loro incapacità a svolgere altri compiti di istituto, ad esempio lo spazzamento delle strade, sarebbero poco credibili nel momento in cui proponessero progetti ambiziosi di raccolta differenziata, con il coinvolgimento di tutta la popolazione; **la credibilità si costruisce giorno dopo giorno**, con le azioni e non con le dichiarazioni. Questo non significa che l'ente pubblico, o l'azienda, in crisi evidente di credibilità, poco o male "visibile", debba apertisticamente rinunciare a realizzare un buon progetto di raccolta differenziata, peraltro oggi non più "facoltativo", ma reso obbligatorio dalla normativa: significa, invece, che gli sforzi che dovranno essere prodotti saranno ben maggiori rispetto ad una situazione di azienda riconosciuta in quanto depositaria o "produttrice" di un elevato valore aggiunto. Nella progettazione dei servizi in oggetto sono stati **presi in debita considerazione tutti i "pubblici" ai quali si richiede di fornire un contributo alla raccolta differenziata**.

In merito agli investimenti, si deve considerare che i costi dei differenti mezzi prescelti sono estremamente variabili: una "campagna" basata su mezzi di comunicazione di massa quali l'affissione, la stampa nazionale o la televisione oltre a costi molto elevati, risulta sostanzialmente inefficace nei confronti di particolari "target", poco o per nulla sensibili a questa tipologia di mezzi di comunicazione (ad esempio i giovani in età scolare); per contro, i target (locali) a cui mira il nostro progetto sono "toccati" solo, o prevalentemente, con il ricorso a mezzi di costo molto contenuto o addirittura nullo quali le conferenze, in certa misura, i convegni o le attività di comunicazione interna.

Nel caso di Vibo Valentia, trattandosi di una comunità medio-piccola (composta da piccole località differenti vedi Piscopio, Vibona, Vena ecc), si trarranno i maggiori benefici da una comunicazione locale, incentrata su incontri diretti con il singolo cittadino, che in questo modo sarà messo in condizione di comprendere le singole azioni che l'azienda intende attuare nel suo comune, e su una mirata sensibilizzazione nelle scuole presenti sul territorio. Riassumendo, l'attività di comunicazione deve essere intesa come fattore indispensabile in una strategia integrata e coordinata con la pianificazione tecnico territoriale. Il progetto di comunicazione comprende, le seguenti fasi tecniche:

1. **Indicazioni sulla conoscenza del territorio**, delle dinamiche socioeconomiche, della strutturazione della comunità, delle abitudini e stili di vita (la comunicazione deve nascere dalla conoscenza del territorio);
2. **Obiettivi e target della comunicazione**, individuati sulla base della peculiarità del territorio interessato, ai quali assegnare le priorità comunicative;

3. **Individuazione delle strategie** e degli strumenti di comunicazione in relazione agli obiettivi ed ai target da raggiungere;
4. **Indicazione dei contenuti** dei messaggi;
5. **Indicazioni sui tempi** di realizzazione in relazione alle tempistiche di attivazione dei tempi di raccolta;
6. **Analisi dei costi** distinta per ciascuna attività prevista nel progetto.

Rispetto ai contenuti è indispensabile che siano indicati:

- **la tipologia dei nuovi servizi** erogati e le modalità di utilizzo di tali servizi (informazione)
- **le motivazioni** alla base delle azioni che vengono richieste ai cittadini (sensibilizzazione).

Secondo quanto emerso da una recente indagine a livello nazionale dei cittadini/utenti è cresciuta, rispetto al passato, **la consapevolezza del rifiuto come risorsa**. I cittadini hanno precise esigenze di informazione riguardo a cosa differenziare e come differenziare, e vogliono motivazioni specifiche per il proprio impegno:

- a. **sapere quali danni ambientali** si possono evitare con la raccolta differenziata (rifiuto come risorsa e riduzione delle discariche);
- b. **conoscere la destinazione** e il futuro dei rifiuti che vengono differenziati;
- c. **avere delle prospettive economiche** (riduzione o mancati aumenti della tassa rifiuti).

Quindi, la campagna deve avere un effetto mirato sulla sensibilità del singolo cittadino, e proprio per questo, bisogna considerare che per una migliore efficacia dei sistemi di comunicazione proposti (brochures, volantini o altro), consegnati direttamente al cittadino, deve essere sempre presente **e riconoscibile il LOGO**:

- **del Comune**,
- **dell'impresa che effettua il servizio;**
- **della Provincia e/o della Regione;**

Ciò contribuisce a dare maggiore visibilità, risalto ed uniformità alla campagna locale, rafforzando il senso di una partecipazione collettiva alla soluzione di un problema generale, e certifica l'insieme dell'attività svolta sul territorio valorizzando l'attività di coordinamento.

COINVOLGIMENTO ED OBIETTIVI

Annualmente, la società consegnerà al Comune il programma delle iniziative complete che intende svolgere durante tutto il periodo; tale attività promozionale sarà concordata nei contenuti e nei messaggi con l'amministrazione stessa.

Le impostazioni "open legis", pur essendo una base imprescindibile, non bastano. Anche l'informazione capillare, multimediale e ricorsiva è uno strumento di cui non si può fare a meno. Lo stesso si può dire per l'educazione ambientale nelle scuole.

IL COINVOLGIMENTO, però, è qualcosa di più: esso implica un dialogo fra cittadino e personale del servizio di nettezza urbana; comporta una decisione, liberamente presa, di aderire ad un programma di raccolta differenziata; significa essere partecipi della vita del rifiuto dal momento in cui nasce fino al momento in cui viene eliminato.

Le forme, pur nella varietà delle storie, sono riconducibili a due modelli:

- **quello diretto**, nel quale l'amministrazione locale si assume tutto l'impegno di comunicare con i cittadini;
- **quello mediato**, nel quale vi sono figure sociali (ecovolontari, professionisti, spazzini di quartiere) incaricate di fare da tramite.

Il coinvolgimento, però, non si realizza in uno spazio vuoto: esso è condizionato dall'assetto territoriale e dalle scelte politiche. Non contano solo i sistemi di raccolta, ma soprattutto l'informazione e la sensibilizzazione del cittadino ai problemi di gestione dei rifiuti.

Tutto il **PROGETTO DI COMUNICAZIONE** per l'avvio del nuovo sistema di gestione dei rifiuti nel Comune di Vibo Valentia, ha come obiettivo fondamentale da un lato la **ricerca della concertazione** con la cittadinanza sulle scelte fatte, dall'altro, un'**attività mirata di assistenza e formazione** capillare di ogni singolo cittadino e delle utenze commerciali rispetto a un'attività di semplice informazione e promozione.

Per questo, l'impresa svilupperà una campagna informativa, che prevede il coinvolgimento diretto della cittadinanza e delle utenze commerciali attraverso l'utilizzo di molteplici forme di comunicazione che prevedono semplici manifesti, brochures, volantini esplicativi, note informative dirette a specifiche utenze, manifestazioni pubbliche, corsi informativi nelle scuole, link specifico collegato al sito web della società (www.progettambiente.it/vibovalentia).

LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE: UN DIRITTO DEL CITTADINO

Si è ampiamente discusso precedentemente, sul ruolo importante della comunicazione ambientale, per promuovere comportamenti a favore della tutela dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile, che si realizza grazie a campagne di comunicazione integrata che costruiscono una positiva adesione ai modelli di riferimento sul medio e sul lungo termine per favorire la gestione e la tutela del territorio.

Trattandosi di messaggi che coinvolgono l'agire delle persone, evidenziano i vantaggi che l'assunzione di un determinato comportamento può garantire, incoraggiando la modifica di abitudini spesso consolidate.

L'informazione e la comunicazione rappresentano una risorsa preziosa per raggiungere simili, irrinunciabili obiettivi: ascoltare i cittadini per conoscerne i bisogni, favorire la partecipazione quali protagonisti delle scelte in materia ambiente, rappresenta allo stesso tempo "un diritto per il cittadino" ed un dovere per l'amministrazione.

L'ambiente riguarda tutti e nessun sistema di gestione ottimale dei servizi può essere realizzato senza il dovuto coinvolgimento della comunità locale. La legge 349/86, poi, prevede il diritto d'accesso del cittadino all'informazione in campo ambientale, dando maggiore sostanza all'istituto del diritto di accesso già introdotto in via generale con riferimento ad ogni settore dell'attività amministrativa dalla legge 241/90. Perché la comunicazione sia davvero efficace è necessario che si arrivi ad un linguaggio comprensibile e condiviso tra gli operatori ecologici, la cittadinanza e gli amministratori. Trattare l'ambiente significa affrontare un argomento "DI TUTTI", che richiede un linguaggio chiaro e immediatamente fruibile dal pubblico.

Non si può rischiare di parlare solo agli addetti ai lavori o viceversa di "romanzare" la notizia allontanandoci dai canoni di "normali cittadini" a cui la comunicazione è rivolta. Il tema sull'ambiente deve costituire un patrimonio comune per offrire ai cittadini una corretta informazione.

Informare per rispettare l'ambiente.

Informare è un diritto del cittadino.

LA CAMPAGNA INFORMATIVA

Le scelte legate alle iniziative informative sono state dettate dalle particolarità che distinguono il comune di Vibo Valentia.

I mezzi comunicativi devono, infatti, collocarsi in un contesto paesaggistico particolare e devono rivolgersi non solo alle utenze residenti, ma anche ai proprietari di negozi, esercizi, laboratori artigianali, scuole etc.. Un ruolo importante ricopre l'aspetto grafico del materiale informativo; attraverso l'uso di colori e immagini si è cercato da un lato di catturare l'interesse dell'utente, dall'altro di rendere la comunicazione più diretta e chiara, dal messaggio più immediato. La scelta di utilizzare motivi accattivanti e spiritosi permette di collocare la raccolta differenziata come una tra le attività quotidiane da tenere a memoria, come fare la spesa o andare ad un appuntamento.

Il messaggio che si intende trasmettere è che la raccolta differenziata non è un avvenimento occasionale messo in atto dall'Amministrazione Comunale, ma un vero e proprio atto di organizzazione domestica. D'altra parte, proprio il fatto che lo si identifichi come abitudine, sottolinea come tenere dei comportamenti rispettosi dell'ambiente possa essere semplice. La linea grafica colorata e simpatica mantiene comunque nei colori e nel formato l'eleganza che ha consentito di coordinare tutti i materiali da realizzare, compresi quelli adatti per le affissioni nei luoghi pubblici. I mezzi utilizzati si dividono in due grandi categorie:

- **quelli informativi**, che contengono cioè informazioni pratiche sulla raccolta differenziata;
- **quelli promozionali**, che pubblicizzano l'evento e invitano alla lettura degli altri materiali.

In una prima fase si darà largo spazio ai secondi: a partire dalle due settimane precedenti l'avvio del nuovo sistema, su tutto il territorio del comune di Vibo Valentia saranno affissi manifesti e locandine il cui messaggio fondamentale sarà

"INIZIA LA NUOVA RACCOLTA DIFFERENZIATA"

I materiali con le informazioni di servizio, ossia le "istruzioni per differenziare" del nuovo sistema, intitolato

"GUIDA ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA DEI RIFIUTI PER UN FUTURO MIGLIORE" verranno consegnati durante la fase di distribuzione dei kit famiglia (presso 2 postazioni del comune), fornendo inoltre ulteriori informazioni utili sulla corretta gestione dei rifiuti; in questo modo gli addetti potranno dare spiegazioni alle utenze con il supporto di questi depliant, valorizzando la funzione.

Accompagna tale brochure, il simpatico:

"DIZIONARIO DEI RIFIUTI"

un vero dizionario contenente le principali tipologie di rifiuto prodotte con l'indicazione corretta della tipologia di appartenenza/conferimento (da scaricare sul sito internet della scoaietà). Tale iniziativa, coinvolgerà anche le singole attività commerciali (supermercati di zona, alberghi, agriturismo, piccole botteghe artigianali, bar ecc), fornendo loro utili consigli per effettuare al meglio la raccolta differenziata, in particolare degli imballaggi in carta e cartone, vetro, plastica e organico.

Di seguito si riporta la tabella esplicativa dei materiali che saranno distribuiti e/o messi a disposizione sul sito internet della società alla cittadinanza in fase preventiva, e successiva all'avvio della raccolta differenziata:

Strumento di comunicazione	Frequenza di distribuzione	Target	n. copie
Brochure "Guida alla raccolta differenziata dei rifiuti" Guida pratica illustrata per una corretta gestione della raccolta differenziata	Inizio servizio	UtENZE domestiche e non domestiche	Scaricabile dal sito internet
Brochure "Guida alla raccolta Porta a Porta" State comodi, con la raccolta Porta a Porta i rifiuti ve li ritiriamo noi	Inizio servizio	UtENZE domestiche e non domestiche	3.500
Brochure "ABecedario dei rifiuti" Dizionario pratico dei principali rifiuti con indicazione sulle modalità di smaltimento	Inizio servizio	UtENZE domestiche e non domestiche	Scaricabile dal sito internet
Brochure e lettera presentazione del servizio "Vibo Valentia ha un nuovo sistema integrato di raccolta e gestione dei rifiuti urbani" Lettera di presentazione sui servizi e Brochures con illustrati i materiali che si possono riciclare	Inizio servizio	UtENZE domestiche e non domestiche	5.500
Brochure "E' arrivata nel tuo comune la raccolta differenziata Porta a Porta" Brochure rivolta alle scuole	Inizio servizio e fase successiva	UtENZE scolastiche	Scaricabile dal sito internet
Calendario di raccolta settimanale In formato plastificato comodo da	Inizio servizio	UtENZE domestiche e non domestiche	5.500

			conservare e/o posizionare sugli elettrodomestici.
Scaricabile dal sito internet	UtENZE domestiche e non domestiche	Inizio servizio	Brochures "Manuale pratico per il compostaggio domestico" Come far nascere fiori dai rifiuti organici
Presenza n° 2 esperti	UtENZE domestiche e non domestiche	1 volta/anno	Incontro pubblico "su modalità di raccolta dei rifiuti"
Presenza n° 2 esperti	Tutte le utenze scolastiche presenti	1 volta/anno	Incontro nelle scuole "La corretta gestione dei rifiuti: la raccolta "porta a porta"
Sito internet dedicato	UtENZE domestiche e non domestiche		Web link : www.progettambiente/vibovalentia.it

Un altro elemento fondamentale per il Sistema della Comunicazione sarà altresì rappresentato dall'**ECOISOLA (o ecocentro o centro di raccolta)**. Il centro di raccolta può quindi sicuramente favorire lo sviluppo di politiche e modelli locali atti al raggiungimento degli obiettivi di legge; inoltre il Centro ha un certo valore aggiunto, in termini di contenuto informativo, in quanto esso:

- **EDUCA** perché chiede agli utenti di assumere un comportamento consapevole, ecologicamente corretto, non elusivo verso un problema; per questo motivo è utile al radicamento di una cultura del territorio non dissipativa (il rifiuto può non essere tale, può non essere spreco; il rifiuto è uno dei 'prodotti' della città, e la corretta gestione del ciclo dei rifiuti aiuta nella 'manutenzione' della città).
- **COMUNICA** perché si può conoscere cosa e quanto vi entra e vi esce. Per questo motivo è utile alla gestione complessiva dei servizi di raccolta dei rifiuti e alla promozione di un sistema competitivo di gestione dei servizi.

REALIZZAZIONI

Come evidenziato precedentemente, l'informazione è uno strumento indispensabile all'attività di gestione dei servizi e pertanto l'interesse principale dell'impresa è stato quello di produrre una serie di documenti informativi, che verranno consegnati alle famiglie per meglio far comprendere i problemi legati a una corretta gestione dei rifiuti, con lo scopo principale di ottimizzare le risorse e contribuire a migliorare il nostro ambiente.

Le funzioni principali riguardano pertanto obiettivi (che si intendono raggiungere) e target (utenze). Di cui:

OBIETTIVI

Gli obiettivi da perseguire nella programmazione della campagna sono:

Relazioni esterne	<input checked="" type="checkbox"/>	Creare rapporti utili alle strategie prescelte
Promozioni	<input checked="" type="checkbox"/>	Generare condizioni idonee per le iniziative programmate
Formazione	<input checked="" type="checkbox"/>	Fornire adeguata istruzione ai soggetti che possono influenzare/concorrere al conseguimento dei risultati fissati
Comunicazione	<input checked="" type="checkbox"/>	Favorire l'attenzione
	<input checked="" type="checkbox"/>	Diffondere nozioni sui temi proposti
	<input checked="" type="checkbox"/>	Sollecitare la partecipazione (positiva) all'espletamento dei servizi
	<input checked="" type="checkbox"/>	Promuovere la crescita di una reale coscienza ecologica
Verifiche	<input checked="" type="checkbox"/>	Controllare il rapporto obiettivi/risultati

TARGET

Il target si sviluppa secondo i seguenti aspetti:

Indagini conoscitive presso	
Popolazione	X
Scuola	X
Relazioni esterne con	
Imprese	X
Organismi di rappresentanza	X
Promozioni presso	
Organismi pubblici	X
Associazioni	X
Società sportive	X
Grandi aziende	X
Strutture culturali	X
Parrocchie	X
Formazione del	
Personale comunale	X
Personale della scuola (docenti)	X
Comunicazione alla:	
Popolazione	X
Scuola	X
Operatori economici	X
Mass media	X
Verifiche presso	
Popolazione	X
Scuola	X
Operatori economici	X
Mass media	X

Le varie realizzazioni che la società intende distribuire su Vibo Valentia sono le seguenti (sono riportate delle bozze illustrative che saranno successivamente caratterizzate per il comune di Vibo Valentia in comune accordo con l'Amministrazione Comunale di Vibo Valentia):

1. GUIDA ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA DEI RIFIUTI



Comune di VIBO VALENTIA



Comune di VIBO VALENTIA

CON LA RACCOLTA DIFFERENZIATA TI PRENDI CURA DEL TUO FUTURO

CARO CITTADINO

È ormai conclamato che il rifiuto può essere una risorsa solo se i cittadini si impegnano nella separazione dei materiali per rendere possibile il riciclaggio ed il trattamento della materia prima in una scala di priorità che vede il recupero di energia (sia termica che elettrica) come momento complementare alle raccolte differenziate ed orientato all'interazione in economia.

Obiettivo di questa pubblicazione è diffondere tra Voi cittadini l'importanza ambientale che le raccolte differenziate rivestono nella società per uno sviluppo armonico della stessa minimizzando l'impatto sul territorio ed il ritorno allo strumento della discarica.

L'obiettivo principale che noi tutti abbiamo (Impresa, Amministrazione, Comune, Cittadini), è quello di aumentare la percentuale di raccolta differenziata cittadina di materie rifiute in discarica che oltre a inquinare l'ambiente, sono un vero e proprio "Peso" economico per le casse comunali.

Inoltre differenziare è un bene per tutto il territorio e per il recupero delle materie oggetto di determinati materiali.

Nello specifico siamo organizzando sul vostro territorio un servizio a Voi più vicino che privilegia le raccolte differenziate sul modo di rifiuto prodotto (percentuale del 50/60% di raccolta differenziata sul totale di rifiuti prodotti). Obiettivo che porterà ad una riduzione del ritorno alla discarica come strumento principale di gestione del ciclo dei rifiuti.

È inabbinatamente un grande investimento che il territorio farà nei prossimi anni lasciando e condividendo con Voi e per Voi tutti.

IO PENSO DIFFERENTE

IO SONO RESPONSABILE

IO AMMILO IL FUTURO

GUIDA ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA DEI RIFIUTI

Guida pratica illustrata per una corretta gestione della raccolta differenziata



Comune di VIBO VALENTIA



Comune di VIBO VALENTIA

Grazie

per la collaborazione

800.58.97.32

Numero Verde

La campagna di sensibilizzazione promossa dalla Provincia di Vibo Valentia in collaborazione con l'Amministrazione Comunale di Vibo Valentia

La guida, indirizzata a tutte le utenze del territorio, contiene una serie di informazioni utili sulle tipologie di materiali che è possibile recuperare, sul risparmio in termini ambientali riferito alle risorse primarie, sul nuovo riuso che è possibile ottenere ecc.

Di facile lettura, contiene inoltre anche delle simpatiche illustrazioni che incuriosiscono le utenze.

2. GUIDA ALLA RACCOLTA PORTA A PORTA DEI RIFIUTI

RACCOLTA DIFFERENZIATA: RECUPERIAMO RISORSE, MIGLIORIAMO L'AMBIENTE

CARGO CITTADINO

La raccolta differenziata è un esercizio per tutta la famiglia. Non ha nessuna controindicazione, anzi fa bene a tutti: alla comunità, a chi lo pratica e alla qualità dell'ambiente. Da oggi il Comune di Tursi in collaborazione con la ProgettAmbiente e i Consorzi Nazionali, ma soprattutto con il tuo aiuto, migliora la qualità della vita e dell'Ambiente in cui ogni giorno viviamo.

CON LA RACCOLTA DIFFERENZIATA INSIEME ALL'AMBIENTE VINCI ANCHE TU!!!

GUIDA ALLA RACCOLTA PORTA A PORTA

Stare comodi, con la raccolta Porta a Porta i rifiuti ve li ritiriamo noi

ProgettAmbiente

Comune di Tursi

E' un pratico manuale su come effettuare al meglio la separazione dei rifiuti, e alcune curiosità sulle varie tipologie di materiali.

La guida riporta per ogni tipologia di rifiuto, cosa è possibile conferire, cosa non, e le modalità di conferimento con il calendario di raccolta.

3. ABCEC DARIO DEI RIFIUTI

Grazie per la collaborazione

800.58.97.32

Comune di TERNI

ProgettAmbiente S.C. per Comune di Vibo Valentia

ABCEDARIO DEI RIFIUTI

IO PENSO DIFFERENTE
IO SONO RESPONSABILE
IO SONO IL FUTURO

Dizionario pratico dei principali rifiuti con indicazione sulle modalità di smaltimento.

E' ormai conclamato che il rifiuto può essere una risorsa solo se i cittadini si impegnano nella separazione dei materiali per rendere possibile il riciclaggio ed il riutilizzo delle materie prime in una scala di priorità che vede il recupero di energia (in termini che rifletta) come momento complementare alle raccolte differenziate ed alternative all'interimento in discarica.

Obiettivo di questa pubblicazione è diffondere tra Voi cittadini l'importanza ambientale che le raccolte differenziate rivestono nella società per territorio ed il ricorso allo sfruttamento della discarica.

L'obiettivo principale che noi tutti abbiamo (Impresa, Amministrazione, Comune, Cittadini), è quello di aumentare la percentuale di raccolta differenziata evitando rifiuti in discarica che oltre a inquinare l'ambiente, sono un vero e proprio "Peno" economico per le casse comunali.

Inoltre differenziare è un bene per tutto il territorio e per il recupero delle energie; approfitterete, dalle materie riciclate, come dai rifiuti, a possibile ottenere nuovi materiali, risparmiando risorse importanti per il nostro pianeta oggetto di deterioramenti ambientali.

Nello specifico stiamo organizzando sul vostro territorio un servizio a Voi più vicino che privilegia la raccolta differenziata e consente di raggiungere la percentuale del 50/60% di raccolta differenziata sul totale di rifiuti prodotti.

Obiettivo che porterà ad una riduzione del ricorso alla discarica come strumento principale di gestione del ciclo dei rifiuti.

E' indubbiamente un grande investimento che il territorio farà nei prossimi anni in termini ambientali, economici, organizzativi ed è una risorsa che vogliamo lanciare e condividere con Voi e per Voi tutti.

800.58.97.32

Comune di TERNI

ProgettAmbiente S.C. per Comune di Vibo Valentia

800.58.97.32

Comune di TERNI

ProgettAmbiente S.C. per Comune di Vibo Valentia

800.58.97.32

Comune di TERNI

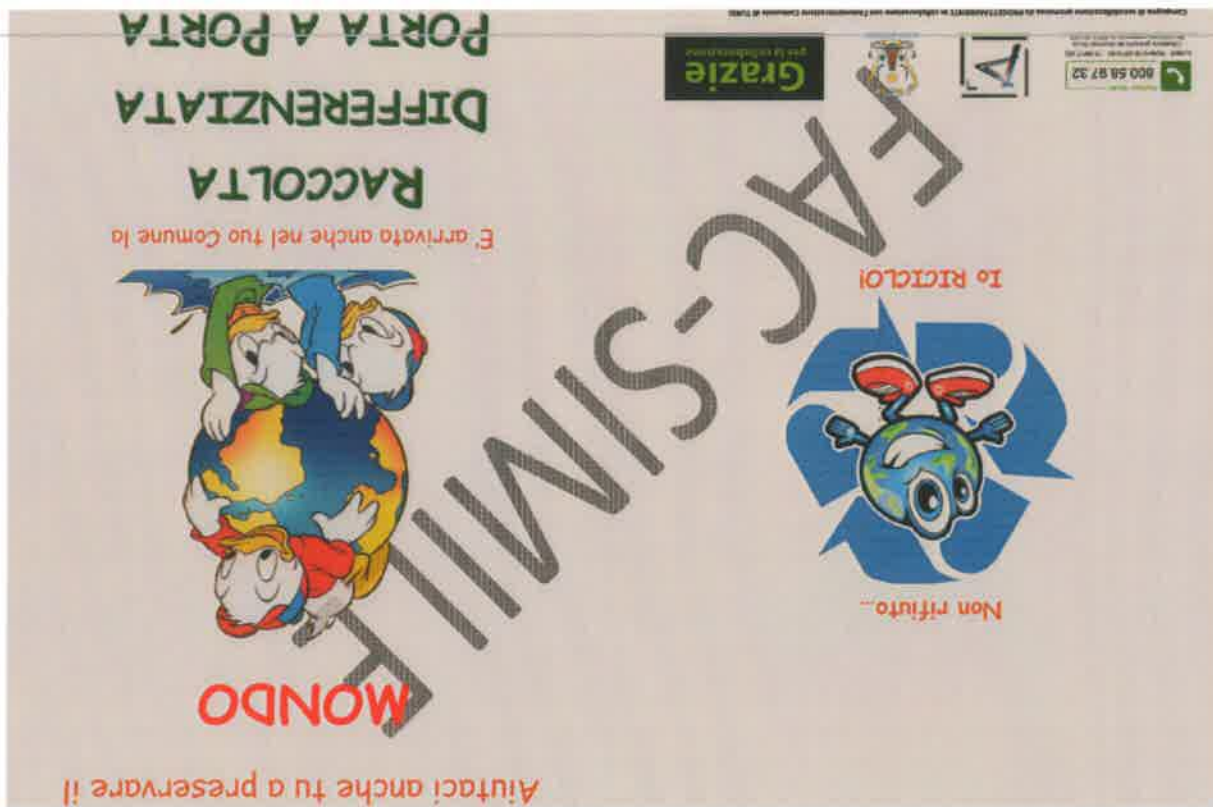
ProgettAmbiente S.C. per Comune di Vibo Valentia

Manuale illustrativo che ha lo scopo di indicare per ogni rifiuto, la corretta collocazione, ovvero il corretto smaltimento/recupero del rifiuto.

Infatti, in ordine alfabetico, vengono riportati quasi tutti i rifiuti presenti nell'ambiente domestico e/o lavorativo, e l'utente è in grado di orientarsi facilmente sulla corretta collocazione dello stesso.

La semplicità e la vivacità della grafica rendono, inoltre, accessibile la consultazione anche a bambini in età scolare che possono divertirsi a scuola o con i genitori a trovare la giusta collocazione dei rifiuti.

4. BROCHURES ILLUSTRATIVA "RACCOLTA DIFFERENZIATA PORTA A PORTA"



Le scuole e quindi le "piccole" utenze, come riportato precedentemente, sono il motore trainante del progetto di raccolta. Rappresentano il presente e il futuro della raccolta differenziata poiché, trasferiscono ai propri genitori le informazioni corrette sulla raccolta differenziata, e rappresentano il futuro nei processi di raccolta.

Tramite questa piccola brochures illustrativa (che verrà consegnata durante gli incontri con la scolaresca), con l'aiuto di simpatici personaggi, anche i più piccoli potranno entrare in contatto, in modo semplice e divertente con il mondo della differenziata, comprendendo l'importanza di una corretta separazione dei rifiuti sia in termini ambientali che economici.

Per ogni tipologia viene indicato cosa è possibile conferire e cosa non è possibile conferire, curiosità sui materiali e sul rifiuto inteso come RISORSA.

5. BROCHURES – MATERIALE PRATICO PER IL COMPOSTAGGIO DOMESTICO



Il compostaggio domestico, proposto per le utenze "rurali", ha lo scopo di incentivare la popolazione ad effettuare questa semplice pratica dell'autoproduzione di compost pregiato da utilizzare come fertilizzante dei propri terreni.

Contiene al suo interno, tutte le metodologie operative, curiosità, tecniche e risorse per far nascere fiori dai rifiuti. In collaborazione con l'A.T.O. rifiuti, in particolare con la responsabile della formazione sul compostaggio, verrà organizzato un incontro con la popolazione e illustrato il funzionamento del "Composter domestico", utile per coloro che vogliono realizzare in proprio il compostaggio e utilizzare l'humus come fertilizzante per il proprio terreno. Questa importante iniziativa, permette non solo di ridurre drasticamente i conferimenti in discarica (circa il 38-40% in meno), ma di sensibilizzare la popolazione sull'importanza del riciclaggio domestico dei rifiuti organici, necessari infine per una salutare concimazione dei propri terreni o anche dei piccoli orticelli domestici.

6. CALENDARIO PLASTIFICATO "PORTA A PORTA"

CALENDARIO RACCOLTA "PORTA A PORTA"
Centro Abitato

Lunedì	ORGANICO	CARTA	ORGANICO	Venerdì	ORGANICO
Martedì	Venerdì	Martedì	Venerdì	Sabato	Venerdì
Mercoledì	Sabato	Mercoledì	Sabato	Sabato	Sabato
Giovedì	Sabato	Giovedì	Sabato	Sabato	Sabato
Venerdì	Sabato	Venerdì	Sabato	Sabato	Sabato
Sabato	Sabato	Sabato	Sabato	Sabato	Sabato

Il sacchetto contenente la frazione specifica deve essere lasciato esternamente all'abitazione dalle ore 23.00 ed entro le ore 7.00 a.m.
 Nelle seguenti festività non si effettua il servizio di raccolta:
 1 Gennaio / 6 Gennaio / 25 Aprile / 1 Maggio / 2 Giugno / 1 Novembre / 8 Dicembre / 25 Dicembre / Tutte le Domeniche
 NUMERO VERDE 800.58.97.32
 (Dal Lunedì al Venerdì dalle ore 9.00-13.00 / 15.00-17.00 da telefono fisso)

Il calendario plastificato, è lo strumento indispensabile per le utenze al fine di conferire giornalmente i rifiuti in modo corretto.
 Il formato "piccolo e maneggevole" consente alle utenze di posizionarlo su qualsiasi elettrodomestico ed è un "promemoria" utilissimo.

7. ALTRI MANIFESTI E BROCHURES

Durante lo svolgimento del servizio, di comune accordo con l'Amministrazione Comunale, verranno realizzati nuovi manifesti e brochures al fine di migliorare il servizio di raccolta. Tali saranno scaricabili direttamente dal sito internet nella sezione DOWNLOAD destinata al Comune di Vibo Valentia pertanto facilmente visionabili.

Sul sito inoltre, a cadenza mensile saranno illustrati i risultati della raccolta differenziata con l'indicazione delle percentuali raggruppate per ogni singolo rifiuto.

PROGRAMMA SCOLASTICO

Il programma nelle scuole elementari e medie inferiori sarà svolto mediante un'attività didattica della durata di tre mesi circa, guidata da AUSILI - EDUTAINMENT – progettati proprio per i ragazzi. Il carattere del percorso didattico è fondamentalmente ispirato al gioco, piuttosto che alla lezione o al passivo trasferimento di nozioni, prevedendo un coinvolgimento attivo dei ragazzi.

L'attività didattica si concluderà con:

- l'ideazione, da parte delle classi, di un testo per una rappresentazione teatrale sul tema del riciclaggio dei rifiuti;
- la realizzazione di manufatti utilizzando materiali riciclati;
- la realizzazione di un presepe da esporre nella sala comunale durante il periodo natalizio;

La migliore sceneggiatura sarà premiata e realmente rappresentata in una giornata conclusiva realizzata in un istituto di Vibo Valentia, in cui saranno invitate tutte le scolaresche delle scuole elementari e delle scuole medie inferiori.

Inoltre l'impresa ha pensato di istituire nelle scuole elementari, un gioco a premi intitolato **"VINCERE DIFFERENZIANDO"**.

In collaborazione con la responsabile dell'A.T.O. rifiuti, che insieme a un rappresentante dell'impresa coadiuverà gli interventi di formazione e sensibilizzazione nelle scuole, saranno proposti dei piccoli esercizi da completare entro la fine dell'anno scolastico (facendo presente il progetto ai docenti delle scuole), con fantasmi premi per i più meritevoli messi a disposizione dall'A.T.O. rifiuti e dalla società. Più che esercizi sono dei semplici giochi, atti a stimolare i più piccoli e incuriosire i grandi.

Lo scopo del gioco è abbastanza semplice: ogni alunno riceverà dall'impresa un piccolo modellino cartaceo intestato, riportante le tipologie vetro, carta, plastica, alluminio.

Ogni giorno o, quando lo si riterrà più opportuno, ogni alunno può conferire i diversi materiali che ha differenziato in casa; tali verranno pesati e scritti sul modellino cartaceo. Allo scadere di ogni mese, i primi tre alunni che avranno ottenuto il peso maggiore di "differenziato", riceveranno piccoli premi in oggetti riciclati, tipo l'orsetto "Plastic" (un simpatico orsetto in plastica riciclata molto divertente), il vetro colorato per ingrandimenti (le varie colorazioni del vetro esaltano alcuni colori mentre ingrandiscono gli oggetti), la lampadina in alluminio (una piccola lampadina tascabile che si illumina agitando tra le mani), il binocolo **fluorescente** (realizzato mediante il riciclo di plastica, vetro e alluminio, che consente di ingrandire oggetti a distanza fino a 4 volte) **la scatola magica** (realizzata mediante il riciclo

di plastica e legno, che consente di fare piccole magie grazie agli spazi interni della scatola stessa) e tanti altri premi ottenuti grazie alla raccolta differenziata.

Altra azione che verrà proposta alle scolaresche di età maggiore, è la di redazione di un tema, un'illustrazione, un'immagine, un logo, sul tema della raccolta differenziata. Tutte le opere realizzate, verranno affisse (per esempio in occasione della festa patronale) in stand appositamente allestiti lungo le strade del centro urbano, o in teatri, cinema ecc.

È provato infatti che la partecipazione attiva nella realizzazione di illustrazioni, opere, loghi, è il tramite ideale per incentivare i ragazzi all'approccio verso un tema di così grande importanza come quello ambientale. Inoltre consente loro, mediante le applicazioni pratiche, di comprendere facilmente i passaggi fondamentali per una corretta raccolta differenziata.

Schede percorso didattico

Sono schede appositamente redatte da tecnici della Progettambiente contenenti dati, suggerimenti informativi e tempistica circa le attività proposte. Le schede saranno consegnate esclusivamente ai docenti in una apposita riunione.

Tempi previsti

La distribuzione dei materiali illustrativi, precedentemente proposti, sarà effettuata contemporaneamente alla consegna del Kit domestico necessario alla corretta separazione dei rifiuti.

Presso un locale individuato dalla stazione appaltante (a Vibo Valentia Centro e Vibo Valentia Marina), per circa 20/30 giorni all'anno, un dipendente della società distribuirà l'occorrenza per la raccolta differenziata e contestualmente illustrerà le modalità di corretta separazione e gestione dei rifiuti.

Con questa modalità di distribuzione di sacchetti e brochures, si ha un diretto contatto con la popolazione e uno screening intero del territorio, che consente alla cittadinanza di avere spiegazioni particolareggiate sui servizi e sulle modalità di conferimento dei rifiuti, e di risolvere problematiche generali non superabili diversamente.

È possibile il coinvolgimento diretto di gruppi di volontari atti sul territorio al fine di valorizzare maggiormente il sistema di raccolta differenziata prevista sul territorio.

CONCLUSIONI

Obiettivo primario del progetto è quello di informare i cittadini di Vibo Valentia sul corretto comportamento che si deve osservare nelle operazioni di conferimento delle varie frazioni dei R.U., vista anche la volontà di raggiungere ottimi valori di raccolta differenziata. Comportamento portato a massimizzare le quantità e la qualità dei rifiuti da conferire in modo differenziato, con l'obiettivo di ridurre la presenza di rifiuti pericolosi, alla luce anche delle nuove metodologie di conferimento che gli utenti sono chiamati a rispettare, sviluppando la loro "buona" coscienza ecologica e introducendo il concetto di pre-reciclaggio.

Sarà nostra cura, nelle fasi di elaborazione grafica e metodologica di sviluppo dell'intero progetto, procedere in stretto contatto con il Comune di Vibo Valentia al fine di raggiungere tutti gli obiettivi prefissati.

Ogni attività presentata verrà riposta con le relative bozze grafiche.

L'impresa è in tal senso attrezzata per la realizzazione di tutti i materiali, divulgativi e didattici, di composizione, di elaborazione redattiva e informatica ed è dotata di operatori specializzati per gli incontri pubblici e scolastici.

Infine si allegano:

BOZZE DI BROCHURES, MANIFESTI, VOLANTINI

(tali saranno discusse, migliorate e/o sostituite di comune accordo con l'Amministrazione Comunale)

GESTIONE DEL RAPPORTO CON L'UTENZA

Nell'ambito dei servizi di igiene ambientale, il rapporto utenza-impresa è fondamentale per la corretta e buona riuscita di tutti i servizi da espletare sul territorio.

La nostra società, come ogni azienda impegnata nell'erogazione di un servizio di particolare interesse pubblico, ritiene fondamentale curare il rapporto con i cittadini, in modo da garantire un efficace sistema informativo e relazionale con i propri utenti per migliorare gli standard di qualità dell'attività che svolge.

Pertanto a complemento del servizio di informazione e sensibilizzazione viene istituito il servizio di rapporto con l'utenza, mediante una serie di azioni volte al miglioramento dei servizi da espletare sul territorio.

MODALITA' TECNICO-OPERATIVE PER LO SVOLGIMENTO DEL SERVIZIO

La società si impegna a:

- ⊕ coinvolgere nella programmazione delle proprie attività le associazioni di categoria e le associazioni degli utenti e quelle a carattere ambientale che operano nel territorio comunale in modo gratuito;
- ⊕ informare costantemente gli utenti sulle caratteristiche dei servizi resi e sulle modalità della loro prestazione;
- ⊕ garantire un efficace sistema di contatto con gli utenti;
- ⊕ effettuare adeguate ed efficaci campagne di sensibilizzazione;
- ⊕ svolgere periodiche indagini sulla qualità dei servizi erogati e percepiti (indagini di customer satisfaction).

La gestione del rapporto con le utenze rappresenta il servizio che gestisce tutte le comunicazioni tra l'impresa e le utenze (domestiche e non) del Comune di Vibo Valentia, relativamente a:

- Richieste di informazioni;
- Richieste di esecuzione di specifici servizi (esempio ingombranti);
- Segnalazione di disservizi.

La società, ha già attivo un **NUMERO VERDE** operativo dal

Lunedì al Venerdì dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 15.30 alle 17.00

che sarà immediatamente a disposizione degli utenti del comune di Vibo Valentia. Attraverso il **NUMERO VERDE**, gli utenti potranno usufruire del servizio di messaggia per presentare reclami, per segnalare eventuali disservizi o richieste di intervento per il conferimento di ingenti quantitativi di rifiuti ingombranti (svuotamento di locali, solai, appartamenti, etc.) o infine, per segnalare la presenza di rifiuti abbandonati. Sempre tramite il numero verde gratuito, ogni cittadino potrà prenotare gratuitamente il ritiro presso la propria abitazione di qualsiasi tipo di ingombrante o rifiuto elettronico da dismettere.

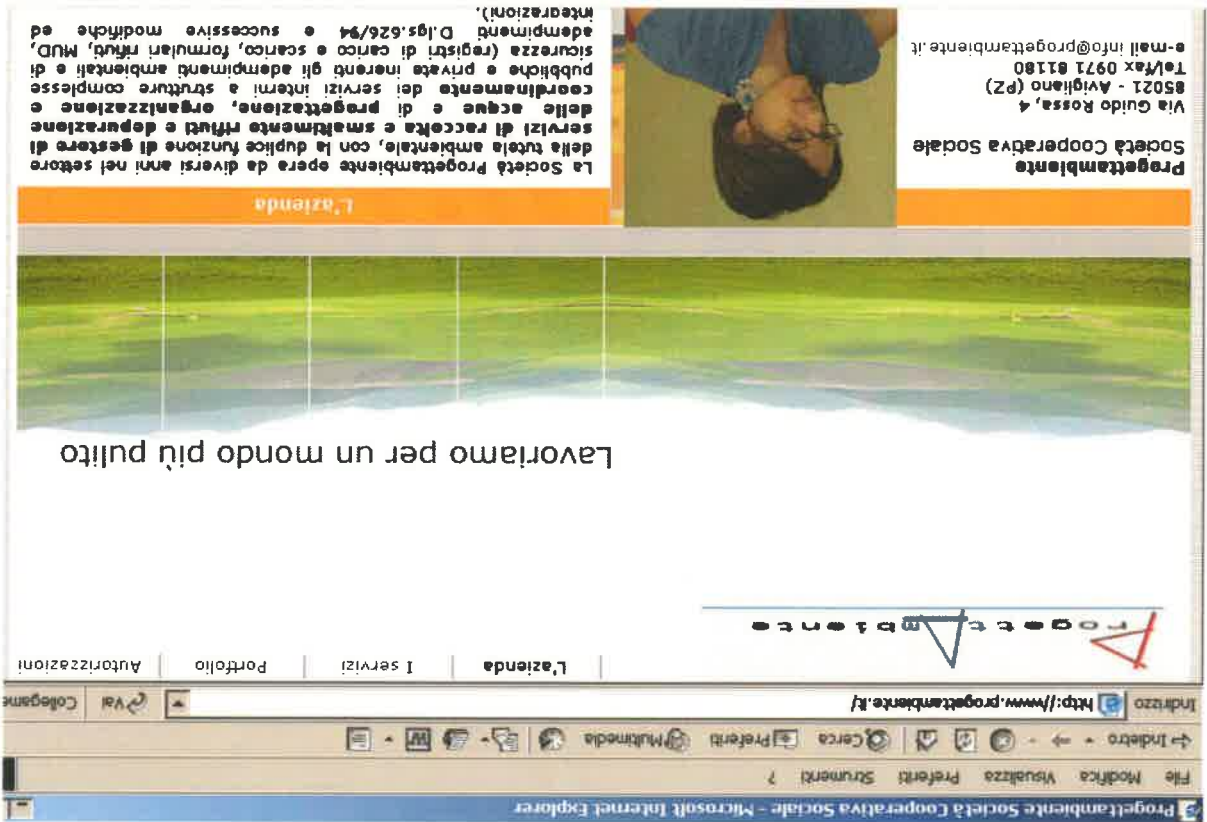
Le funzioni previste sono :

- **Risposte a richieste di informazioni sui servizi resi dall'impresa;**
- **Programmazione dei servizi a chiamata attraverso la comunicazione della data e orario dell'intervento;**
- **In caso di disservizi gli stessi sono comunicati immediatamente alle unità operative per l'esecuzione degli interventi richiesti.**



E' inoltre attivo (e sarà utilizzato dalle utenze nella fase iniziale o quando ne riterranno utile) un numero telefonico/fax per chiamare o inviare segnalazioni scritte **0971.81180**, attivo **24/24 per 365 giorni all'anno**.

Progettambiente ha attivato l'indirizzo di e-mail info@progettambiente.it attraverso il quale il Cittadino-utente potrà inviare eventuali suggerimenti e comunicazioni, inoltrare richieste scritte, foto per eventuali segnalazioni ecc, mentre sul sito Internet, www.progettambiente/vibovalentia.it si potrà accedere per acquisire le informazioni di carattere generale relative ai servizi (modalità di conferimento dei rifiuti, orari, giorni di raccolta, etc.), per conoscere come e dove rivolgersi per qualsiasi esigenza relativa al servizio di igiene urbana, scaricare gratuitamente brochures illustrative, conoscere manifestazioni/incontri organizzati dalla società sui temi ambientali e tanto altro ancora.



Sia nel caso del servizio telefonico che per le comunicazioni via e-mail, Progettambiente intende garantire un servizio di risposta che varia da un minimo di 24 ore ad un massimo di 36, dove, in questo lasso di tempo verranno immediatamente risolti i problemi segnalati o fornite le puntuali indicazioni sulle possibilità di soluzione dei problemi e sui tempi prevedibili. A completamento dell'ottimizzazione del rapporto diretto Cittadino-utente/Società gestrice, la società ha attivato un sistema interno di gestione delle segnalazioni pervenute tramite numero verde e indirizzo e-mail per esaminare la fenomenologia dei reclami, i tempi di risposta ed analizzare, infine, i risultati del relativo monitoraggio. Un riguardo particolare, infine, è dedicato ai giovanissimi utenti, attraverso una serie di iniziative che coinvolgeranno le scuole primarie e secondarie cittadine e l'organizzazione di manifestazioni a premio incentrate sulle tematiche ambientali ed i servizi di igiene urbana.

GESTIONE DEI RECLAMI

A fronte di ogni reclamo scritto la società si impegna a riferire all'Utente l'esito degli accertamenti compiuti entro:

- tempo massimo di risposta = 2 giorni di calendario consecutivi dalla presentazione del reclamo per risposte di media complessità (informazioni, reclami, variazioni, ecc...) che non comportano sopralluogo;
- tempo massimo di risposta = 3-4 giorni di calendario consecutivi dal ricevimento nei casi più complessi che comportano sopralluogo, salvo casi eccezionali per i quali si provvederà comunque ad una prima comunicazione informativa che, fissando nuove scadenze, definisca i termini del problema.

Riguardo alla data di ricevimento del reclamo farà fede la data di protocollo aziendale.

VALUTAZIONE DEL GRADO DI SODDISFAZIONE DELL'UTENTE

Il grado di soddisfazione degli utenti in merito alla qualità del servizio reso viene rilevato attraverso apposite indagini periodiche, mirate a conoscere le esigenze dell'utente su alcuni aspetti specifici del servizio, e condotte attraverso le modalità seguenti:

- interviste telefoniche;
- questionari on-line sul sito www.progettambiente.it;
- incontri pubblici;

Sulla base delle opinioni raccolte, sviluppa progetti ed iniziative coerenti con i risultati derivati dalle indagini, ed inoltre si impegna a recepire i suggerimenti dei clienti e a valorizzare i reclami, conducendo un'analisi delle loro possibili cause, al fine di migliorare la qualità dei servizi erogati. Il nostro motto:

Progettambiente a servizio dell'Ambiente.
Progettambiente a servizio dell'Utente.