Comune di **Nuoro**

Servizio Integrato
di Gestione dei Rifiuti Urbani
e di Igiene Urbana

Piano Industriale della nuova società inhouse



Allegato - 2

PIANO DI COMUNICAZIONE E START UP

VERSIONE 25 GIUGNO 2018

INDICE

1 Campagna di Comunicazione integrata 3
1.1 Introduzione 3
1.2 Strategia ed obiettivi 3
1.3 Target 6

2 Attività precedenti l'avvio del servizio e fase transitoria 8
2.1 Sintesi azioni mirate 8
2.2 Attività di censimento delle utenze domestiche, condominiali e non domestiche 8
2.3 Interviste alle utenze commerciali 13
2.4 Assemblea pubblica di lancio e conferenza stampa di presentazione 13
2.5 Incontri di formazione 13
2.6 Azioni di informazione diretta 14
2.7 Supporto nella consegna dei kit per la raccolta 16
2.8 Materiali informativi rivolti alle utenze distribuiti tramite cassettaggio postale 16

3 Media plan 18
3.1 Materiali e strumenti informativi 18
3.2 Materiali e strumenti informativi aggiuntivi 18
3.3 Educazione Ambientale nelle scuole 19
3.4 Ecosportello 20
3.5 Attività post-avvio / Misurazione efficacia dell'iniziativa 20
3.6 Monitoraggio dei conferimenti 21
3.7 Utilizzo di strumenti tecnologici e innovativi: attivazione servizi web e App Junker (o similare), il Dizionario dei Rifiuti 21
3.8 Sito web 22



1 Campagna di Comunicazione integrata

1.1 Introduzione

Il seguente documento mira alla pianificazione delle azioni di comunicazione e startup propedeutiche all'implementazione del servizio di raccolta rifiuti e di igiene urbana da parte della nuova azienda inhouse. Il Comune di Nuoro presenta zone con nuclei abitativi di tipo condominiale a media-alta densità di presenza, un centro storico e un'area vasta con case sparse.

L'obiettivo è quello di coinvolgere tutti i diversi soggetti responsabili, gli organi amministrativi, il gestore del servizio, gli addetti alla raccolta e i cittadini, per introdurre un cambiamento pratico delle abitudini e determinare una piccola rivoluzione culturale, necessaria all'introduzione del nuovo modello di tariffazione puntuale (obiettivo entro 30 mesi dall'affidamento del servizio).

Un piano di attività calibrato per tutti gli attori coinvolti è fondamentale per il raggiungimento dei risultati di buona gestione e di massimizzazione della qualità delle raccolte differenziate degli imballaggi e dei altri materiali, obiettivo che il Comune di Nuoro e la normativa in essere auspicano di raggiungere.

Con la pianificazione degli interventi di comunicazione si intende sia sensibilizzare ed essere di supporto all'utenza (attraverso mezzi di comunicazione tradizionali, educazione e formazione nelle scuole, assemblee pubbliche, gazebo informativi, ecc.) sia spiegare e divulgare tutti gli aspetti afferenti l'avvio del servizio (tempi, luoghi, riferimenti normativi e amministrativi, comportamenti da seguire, etc.).

Al fine di raggiungere tutta la popolazione si dovrà prevedere:

- La messa in opera delle principali azioni per una comunicazione diretta cittadino-gestore: numero verde, ecosportello, centro servizi;
- La messa in opera di un piano di comunicazione integrata che focalizzi l'attenzione sui servizi offerti ed in particolare quei servizi in cui il coinvolgimento dell'utente è determinante come, ad esempio, le iniziative relative alla riduzione dei rifiuti e all'autocompostaggio;
- Un accompagnamento nella fase di start-up mirato a rispettare il cronoprogramma di avvio, coinvolgere la cittadinanza, verificare e risolvere istanze e segnalazioni e più in generale ridurre le criticità che dovessero presentarsi in fase di messa a regime del modello.

1.2 Strategia ed obiettivi

Il nuovo servizio di raccolta differenziata prevede la **conferma del sistema esistente**, **con il sistema porta a porta per tutte le principali frazioni di rifiuto** (organico, carta e cartone, plastica, vetro/metalli, secco residuo) sia per le utenze domestiche che non

domestiche. Il Piano di gestione prevede particolare pianificazione per le caratteristiche urbanistiche e architettoniche del Comune di Nuoro **che variano a seconda della zona di riferimento e necessitano di interventi specifici adeguati al tipo di utenza o criticità prevalente**.

La strategia informativa poggia quindi le sue basi sulla realizzazione di elementi di **comunicazione integrata** dove al pari dei classici vettori cartacei (lettere, pieghevoli, manifesti, ecc.) si associano contatti diretti con i cittadini e lo sfruttamento delle nuove tecnologie di comunicazione e relazione.

Si prevedono quindi:

- Interventi tipici delle campagne informative con vettori classici e materiali di visibilità (brochure, manifesti, locandine, striscioni, espositori, etc.);
- Incontri pubblici rivolti alla cittadinanza, alle attività commerciali e a temi specifici (compostaggio domestico);
- Contatti diretti nelle fasi di analisi territoriale e consegna kit attraverso la formazione degli operatori addetti e attraverso il centro servizi e l'ecosportello;
- Programmi di formazione interna rivolti al personale;
- Educazione ambientale nelle scuole elementari, medie e superiori, compresa la formazione degli insegnanti;
- Campagne di sensibilizzazione collaterali (campagna per la riduzione dei rifiuti e per la promozione del compostaggio domestico);
- Mailing con distribuzione/cassettaggio postale;
- App per smartphone;
- Sito web completo associato alla pagina istituzionale del Comune;
- Attività di ufficio stampa e relazioni pubbliche;
- Monitoraggio e valutazione dei risultati con elementi di customer satisfaction;
- Misure per la massimizzazione delle raccolte differenziate presso gli uffici pubblici.

Le finalità fondamentali della presente campagna di comunicazione sono le seguenti:

- Incentivare il riciclaggio e il recupero di materia prima, sviluppando la raccolta differenziata dei rifiuti da imballaggio e promuovendo l’utilizzazione di materiali riciclati da parte dei cittadini e dell'Ente pubblico;
- Ridurre il flusso dei rifiuti da imballaggio destinati allo smaltimento finale attraverso la promozione del riutilizzo;
- Incentivare buone prassi come il compostaggio domestico e il riuso;

- Anticipare ed accompagnare l'attivazione dei servizi comunicando le novità rispetto al passato;
- Coniugare le attività di comunicazione con quelle di raccolta di dati sul territorio (numero di utenze, disposizione dei contenitori, utenze residenti e fluttuanti ecc.) e monitorare il servizio;
- Coinvolgere in modo attivo i cittadini, le utenze commerciali e i decisori pubblici nel cambiamento di comportamento legato all'introduzione dei nuovi servizi;
- Istituire un dialogo continuo tra cittadini, Pubblica Amministrazione e ditta incaricata della raccolta in merito alle problematiche inerenti i rifiuti;
- Aumentare la consapevolezza dei cittadini in merito al valore sociale, economico e ambientale della proprie scelte in materia di acquisto e di corretto smaltimento dei rifiuti;
- Ridurre la quantità di rifiuti indifferenziati (secco residuale), attraverso la riduzione dell'acquisto di imballaggi, l'aumento della raccolta differenziata e la promozione del compostaggio domestico;
- Ottimizzare gli strumenti comunicativi già esistenti (sito web comunale, ufficio stampa, URP, etc.);
- Coinvolgere il mondo scolastico incrementando la consapevolezza, l'informazione e la partecipazione in relazione al sistema di raccolta differenziata in atto;
- Costruire il percorso verso la Tariffazione Puntuale.

Gli obiettivi operativi specifici che si pone il Comune di Nuoro sono:

- Aumentare la raccolta differenziata tramite l'affinamento dell'attuale raccolta domiciliare (obiettivo dell'80%);
- Migliorare la qualità dei rifiuti differenziati attraverso il monitoraggio del servizio e il corretto conferimento degli utenti a seguito di interventi di formazione e coordinamento con gli Eco-vigili (corpo di Polizia Municipale) e un gruppo di Eco-volontari composto da volontari, associazioni, comitati cittadini;
- Ottimizzare il dimensionamento delle attrezzature necessarie con una ricognizione territoriale volta a individuare l'effettiva presenza di utenze sul territorio e le eventuali criticità, permettendo una migliore organizzazione delle successive fasi di consegna dei contenitori;
- Migliorare la fornitura di dotazioni specifiche per le utenze non domestiche attraverso il censimento delle stesse e la successiva consegna dei contenitori;
- Raggiungere tutta la cittadinanza interessata attraverso una campagna di comunicazione integrata.

Si specifica che le attività di comunicazione riguardano **tutti i materiali oggetto di raccolta differenziata** e in particolare:

- Carta e cartone
- Imballaggi in Cartone
- Imballaggi in Plastica
- Imballaggi in Vetro
- Imballaggi in Alluminio
- Imballaggi in Acciaio
- Imballaggi in Legno
- Frazione umida
- RAEE

1.3 Target

La campagna di comunicazione, sia nella fase di start-up dei nuovi servizi che nella fase di mantenimento/gratificazione, è rivolta a tutte le utenze (nuclei familiari, esercizi commerciali, proprietari di seconde case non residenti) destinatarie dei servizi di raccolta differenziata domiciliare nel Comune di Nuoro, quantificate complessivamente in **circa 18.500 unità**. Nella predisposizione degli strumenti di comunicazione si è tenuto conto delle ulteriori segmentazioni del target di riferimento:

- Utenze domestiche (UD)
- Utenze non domestiche (UND)
- Scuole
- Uffici pubblici
- Stakeholders (associazioni di categoria, comitati di cittadini, ecc.)

Le utenze domestiche interessate sono così riassumibili:

Prospetto Utenze Domestiche	**2018**
D01 - 1 componente	**5.761**
D02 - 2 componenti	**3.966**
D03 - 3 componenti	**3.130**
D04 - 4 componenti	**2.428**
D05 - 5 componenti	**630**
D06 - 6 e oltre componenti	**205**
Totale complessivo UD	**16.120**

Le utenze non domestiche interessate sono così riassumibili:

Prospetto Utenze Non Domestiche	2018
1 Musei, biblioteche, scuole, assicurazioni, luoghi di culto, università	**89**
2 Cinematografi e teatri	**3**
3 Autorimesse e magazzini senza alcuna vendita diretta	**124**
4 Campeggi, distributori carburanti, impianti sportivi	**17**
6 Esposizioni, autosaloni	**35**
7 Alberghi con ristorante	**5**
8 Alberghi senza ristorante	**8**
9 Case di cura e riposo	**3**
10 Ospedali	**3**
11 Uffici, agenzie, studi professionali	**692**
12 Banche ed istituti di credito	**16**
13 Negozi di abbigliamento, calzature, librerie, ferramenta, e altri beni durevoli	**399**
14 Edicola, farmacia, tabaccaio, plurilicenze	**56**
15 Negozi particolari quali filatelia, tende e tessuti, tappeti, capelli e ombrelli, antiquariato	**28**
16 Banchi di mercato beni durevoli	**4**
17 Attività artigianali tipo botteghe: parrucchiere, barbiere, estetista	**90**
18 Attività artigianali tipo botteghe: falegname, idraulico, fabbro, elettricista	**92**
19 Carrozzeria, autofficina, elettrauto	**84**
20 Attività industriali con capannoni di produzione	**98**
21 Attività artigianali di produzione di beni specifici	**94**
22 Ristoranti, trattorie, osterie, pizzerie, pub	**77**
23 Mense, birrerie, amburgherie	**9**
24 Bar, caffè, pasticceria	**158**
25 Supermercato, pane e pasta, macelleria, salumi e formaggi, generi alimentari	**84**
26 Plurilicenze alimentari e/o miste	**19**
27 Ortofrutta, pescherie, fiori e piante, pizza al taglio	**38**
29 Banchi di mercato di genere alimentare	**1**
30 Discoteche, night club	**2**
TOTALE UND	**2.328**

2 Attività precedenti l'avvio del servizio e fase transitoria

2.1 Sintesi azioni mirate

Le attività di avvio del servizio prevedono azioni mirate da realizzarsi precedentemente al cambiamento delle modalità gestionali con avvio di operatività della nuova azienda inhouse. Tale fase, cruciale per la riuscita del progetto, richiede una serie di azioni coordinate:

- Censimento utenze
- Interviste alle utenze commerciali
- Assemblea pubblica e conferenza stampa
- Incontri di formazione interna rivolti ai principali stakeholder e agli amministratori per incrementare il livello di condivisione di obiettivi e metodologia
- Azioni di informazione diretta
- Supporto nella consegna domiciliare dei kit per la raccolta
- Supporto nella consegna domiciliare dei contenitori carrellati per le attività commerciali
- Mailing domiciliare alle utenze

2.2 Attività di censimento delle utenze domestiche, condominiali e non domestiche

Obiettivi

Ai fini di un corretto avvio di operatività della nuova azienda inhouse, tanto più in contesti urbanistici complessi come quello del territorio del Comune di Nuoro, l'attività di censimento e verifica delle utenze riveste un ruolo strategico. **Questa fase è necessaria per avviare il servizio riducendo i margini di errore relativi sia al dimensionamento delle attrezzature da acquistare, sia all'ottimizzazione delle attività di consegna dei contenitori all'utenza**, incrementando la coerenza del ruolo TARI e, più in generale, mitigando le occasioni di conflitto dovute all'avvio del servizio domiciliare.

Le caratteristiche delle utenze, in particolar modo dei condomini e delle attività commerciali, come lo **spazio disponibile, il tipo di produzione e l'accessibilità, incidono infatti sulla quantità e tipologia dei contenitori necessari e sull'organizzazione del servizio**.

Senza una preventiva analisi e un riscontro fattuale aumenta il rischio di prevedere attrezzature sovra o sottodimensionate e di rallentare notevolmente la fase di avvio per l'emergere di istanze individuali di cui non si è a conoscenza.

I ruoli TARI, infatti, forniscono codici, indirizzi, superficie tassata, categoria, ma non forniscono informazioni importantissime per determinare il tipo di contenitori da assegnare (kit domiciliare per la raccolta a singolo utente oppure contenitori condominiali), dove collocarli, se la pertinenza privata possiede spazi idonei ad ospitare i contenitori condominiali e se l'accesso a tali spazi è libero.

L'obiettivo previsto dal censimento delle utenze è quello di fornire alla nuova azienda ed al Comune:

- Correttezza delle informazioni anagrafiche relative alle utenze;
- Verifica del numero utenze effettivamente presenti sul territorio e, per le utenze non domestiche, loro tipologia classificata secondo le categorie di cui al D.P.R. n°158/99;
- Individuazione puntuale delle volumetrie e dei posizionamenti con analisi delle eventuali criticità di tipo logistico;
- **Aggiornamento del ruolo TARI con emersione delle "utenze nascoste" e confronto con altri database;**
- Individuazione di un referente unico per la successiva consegna dei contenitori;
- Verifica delle condizioni per l'attivazione del Compostaggio Domestico;
- Costruzione di un database unico;
- Informazione diretta alla cittadinanza circa le modalità di svolgimento del servizio.

Modalità di gestione delle attività di censimento

L'attività di censimento si sviluppa in diverse fasi di azione:

a) Attività Preliminari

b) Indagine del Territorio

c) Raccolta e Analisi Dati

Attività Preliminari

Le Attività preliminari comprendono:

- Analisi del Progetto Tecnico per la gestione dei servizi
- Acquisizione Database TARI
- Verifica e aggiornamento moduli
- Incontri preliminari con Amministratori Condominiali
- Formazione operatori di indagine

Analisi del Progetto Tecnico per la gestione dei servizi

L'Analisi del progetto tecnico prevede di verificare tramite incontri tra Comune e Azienda inhouse le dotazioni di contenitori, la loro collocazione, i margini di flessibilità rispetto alle volumetrie e ai posizionamenti, il cronoprogramma di avviamento del servizio. Lo studio del progetto fornirà, quindi, le basi per la formazione degli operatori, il corretto utilizzo delle schede di indagine e le conseguenti valutazioni circa volumetrie e posizionamento dei contenitori.

Acquisizione Database TARI

L'acquisizione del database del ruolo TARI permette una verifica preliminare del dimensionamento. Il database dovrà essere rielaborato al fine di integrarlo con le informazioni provenienti dalle schede di indagine.

Verifica e aggiornamento moduli

In accordo con l'azienda, dovranno essere aggiornati i moduli d'indagine sulla base dei campi utili all'aggiornamento del database e dei risultati che si prevede di raggiungere.

Incontri preliminari con Associazioni di Categoria e Amministratori Condominiali

Prima dell'avvio delle attività di rilievo sul territorio sarebbe utile effettuare incontri specifici con la categoria degli Amministratori Condominiali e con le altre Associazioni di Categoria per le attività produttive, al fine di illustrare le attività che saranno svolte e spiegarne le motivazioni.

Formazione operatori di indagine

Tutti gli operatori adibiti alle attività di censimento dovranno essere adeguatamente formati, per poter raccogliere le informazioni necessarie con un ridotto margine di errore e poter rispondere alle eventuali istanze delle utenze, illustrando l'utilizzo dei contenitori e il funzionamento dei nuovi servizi di raccolta, nonché il corretto modo per separare i rifiuti.

Indagine del territorio

Le attività di indagine territoriale dovranno essere svolte secondo le modalità che seguono:

Verifiche puntuali sul territorio – piani di lavoro

Gli addetti al censimento dovranno essere organizzati e coordinati al fine di rispettare un piano di lavoro e uno stradario precedentemente definiti per l'ottimizzazione dei circuiti di indagine.

Gli operatori potranno utilizzare strumenti come moduli di indagine e database TARI per confrontare i dati in possesso dell'Ente con quelli effettivamente presenti sul territorio.

Rilievo e concertazione con le singole utenze con analisi delle eventuali criticità

Le indagini territoriali, al fine di individuare le volumetrie dei contenitori e lo spazio per allocare le dotazioni, riguarderanno tutti gli immobili:

- Utenze domestiche non condominiali (stabili con 1 - 6 unità abitative) tramite: controllo dell'esistenza dell'utenza, conteggio delle unità abitative presenti, verifica dell'eventuale presenza di Amministratore Condominiale, valutazione degli spazi di pertinenza disponibili, verifica presenza di spazi verdi per il compostaggio domestico - segnalazione difformità rispetto al database esistente;
- Utenze domestiche condominiali (stabili con 7 o più unità abitative): controllo dell'esistenza dell'utenza, conteggio delle unità abitative presenti, identificazione dell'Amministratore Condominiale e verifica congiunta degli spazi di pertinenza disponibili - segnalazione difformità rispetto al database esistente;
- Utenze non domestiche: controllo dell'esistenza dell'utenza, valutazione del potenziale produttivo, verifica degli spazi di pertinenza per contenitori - segnalazione difformità rispetto al database esistente.

Oltre alle casistiche considerate, si rileva che in genere occorre considerare un margine di errore dei database derivante da utenze non domestiche che hanno cessato l'attività o non ancora registrate, utenze civili sovrapposte per una doppia registrazione tra ruolo TARI e anagrafe, utenze non registrate nel ruolo TARI. In questi casi si procederà alla segnalazione agli uffici competenti attraverso l'aggiornamento dei database.

In tale ambito rientrano anche le utenze particolarmente difficili che richiedono un secondo intervento (condomini o particolari utenze non domestiche), per verificarne l'occupazione del suolo pubblico o per convincerli della necessità di dotarsi dell'attrezzatura necessaria, o, nel caso di utenze non domestiche, richiedono un sopralluogo specifico per esigenze particolari (difficoltà nello stabilire il margine tra rifiuto assimilato e non, quantità di materiale prodotto, ecc.).

Gli addetti al censimento dovranno ricevere opportuna formazione, nonché assistenza tecnica, per far fronte alle diverse casistiche considerate. In ogni caso gli operatori saranno tenuti alla valutazione della potenziale produzione specifica di ogni utenza non domestica o condominiale.

Per alcune tipologie di utenze o in particolar modo per le aree a scarsa densità abitativa, i rilievi possono essere effettuati anche con sistemi GPS-GIS, che possono geo-referenziare ogni singolo utente e/o ogni singola postazione di contenitori stradali.

Raccolta e Analisi Dati

I dati rilevati nello svolgimento dell'indagine dovranno essere raccolti attraverso schede di sintesi organizzate differentemente tra utenze domestiche e non domestiche:

UTENZE DOMESTICHE

a. Circoscrizione, zona, quartiere di riferimento
b. Numero scheda identificativo dell'utenza
c. Codice via
d. Indirizzo dell'utenza
e. Numero civico (Bis, Int, Let, Numero secondario)
f. Numero di unità abitative
g. Nominativo e riferimenti del referente o amministratore nel caso di stabili condominiali
h. Eventuali informazioni disponibili circa le caratteristiche proprie dell'utenza (accessi carrai, barriere architettoniche, presenza di cancelli o sbarre, ecc.)
i. Verifica delle condizioni per il compostaggio domestico
j. Volumetrie necessarie, posizionamento, altri dati previsti dalle schede di indagine

UTENZE NON DOMESTICHE

a. Circoscrizione, zona, quartiere di riferimento
b. Numero scheda identificativo dell'utenza
c. Codice via
d. Indirizzo dell'utenza
e. Numero civico (Bis, Int, Let, Numero secondario)
f. Ragione sociale e nominativo dell'utenza (da confermare)
g. Categoria TARI dell'utenza
h. Individuazione referenti per la successiva consegna dei contenitori
i. Volumetrie, posizionamento, altri dati previsti dalle schede di indagine

2.3 Interviste alle utenze commerciali

Le interviste permettono di raccogliere dati e valutare importanti osservazioni e suggerimenti utili per un'ottimale organizzazione dei nuovi servizi, poiché le modalità di raccolta sono personalizzate anche in base alla caratterizzazione dell'attività e alle particolarità urbanistiche e architettoniche del territorio. Solo in tal modo si potranno fornire contenitori adeguati, sia nella volumetria che in tipologia e quantità, alle reali esigenze dell'utenza ed all'effettiva disponibilità di spazi idonei.

Le utenze non domestiche, principali produttori di rifiuti da imballaggio, sono così coinvolte sin dall'inizio come interlocutori privilegiati, dato che le interviste rappresentano ulteriore occasione per descrivere come funzioneranno i nuovi servizi e individuare in maniera personalizzata le migliori modalità di svolgimento degli stessi.

2.4 Assemblea pubblica di lancio e conferenza stampa di presentazione

La comunicazione dell'avvio della campagna di comunicazione e la pubblicizzazione di tutte le iniziative collegate saranno presentate ai media in una conferenza stampa di presentazione ufficiale dell'avvio delle attività. In quell'occasione, aperta anche ai cittadini, è previsto il lancio e la presentazione del progetto di raccolta differenziata (conferma del porta a porta), alla presenza di mass media, esperti, amministratori locali e provinciali, rappresentanti di associazioni, del mondo della scuola e del volontariato.

Questa azione darà particolare risalto e visibilità ai nuovi servizi. Nell'ambito dell'assemblea pubblica, inoltre, saranno mostrati per la prima volta i materiali informativi della nuova campagna di comunicazione.

2.5 Incontri di formazione

Nel periodo precedente l'avvio dei nuovi servizi, sarà necessario realizzare incontri di formazione e informazione destinati agli amministratori comunali, al personale comunale e agli operatori addetti alla raccolta dei rifiuti. Gli incontri potranno indicativamente essere suddivisi come segue:

- Amministratori comunali
- Personale uffici comunali
- Personale polizia municipale
- Operatori del gestore del servizio
- Incontro con animatori territoriali/volontari

Formazione		
Incontri con Amministratori	nr	2
Incontri con dipendenti comunali	nr	2
Incontri con Vigili urbani	nr	2
Incontri con operatori igiene urbana	nr	2
Formazione animatori territoriali	nr	3

I temi degli incontri saranno i seguenti:

- Gestione sostenibile del ciclo dei rifiuti;
- Metodi di raccolta rifiuti con particolare riferimento a quelli che verranno avviati nel territorio;
- Normativa e buone pratiche ambientali all'interno degli uffici pubblici: il **GPP** (*Green Public Procurement*) ex D.M. 203/2003;
- Buone pratiche negli uffici pubblici;
- Le motivazioni della raccolta differenziata domiciliare;
- L'innovazione culturale del servizio di raccolta differenziata;
- Cenni di tecniche di relazioni pubbliche e *customer care;*
- Compostaggio domestico;
- Presentazione e soluzione delle casistiche standard e delle possibili situazioni problematiche;
- Tecniche di comunicazione pubblica (strumenti di comunicazione online/offline, cenni di marketing territoriale, comunicazione interpersonale);
- *Case-histories*.

2.6 Azioni di informazione diretta

Contemporaneamente all'attività di formazione interna sopra descritta e alla produzione e stampa dei materiali informativi, vedrà l'avvio una serie di azioni di informazione diretta per illustrare le modalità del cambiamento, aprire un dibattito costruttivo per coinvolgere la collettività nelle azioni sostenibili promosse, approfondire le problematiche del territorio attraverso dibattiti di gruppo e avviare un processo di gestione dei conflitti che generalmente si presentano durante l'avvio di servizi domiciliari.

Si prevede di effettuare nella fase di start-up un totale di **14 incontri** dedicati alla cittadinanza, alle utenze non domestiche, all'associazionismo e stakeholder locali, al compostaggio domestico. Saranno allestiti inoltre **10 Punti Informativi** sul territorio in date concordate, sotto forma di gazebo, in cui saranno presenti animatori territoriali e

materiale informativo, per rispondere alle esigenze della cittadinanza e fungere anche da sportello temporaneo per il raccoglimento di istanze particolari.

Informazione diretta – Incontri Pubblici		
Incontri Pubblici	nr	10
Incontri con Associazionismo, ecovolontari e altro	nr	1
Incontri sul Compostaggio Domestico	nr	3
Punti informativi animazione territoriale (gazebo)	nr	10

Gli incontri saranno anticipatamente comunicati ai soggetti interessati, mediante contatti diretti e informazioni presenti sul materiale che sarà distribuito alla popolazione.

Incontri pubblici con la popolazione

Poco prima dell'avvio ufficiale della campagna informativa, si darà inizio a una serie di incontri pubblici con tutte le utenze residenti nel territorio comunale per illustrare i contenuti tecnici, logistici e amministrativi del piano integrato per la raccolta dei rifiuti, nonché per sensibilizzare le utenze sul nuovo sistema di raccolta differenziata e avvalorare le scelte strategiche di chi deve gestire i servizi. Successivamente all'attivazione di nuovi servizi, potrà essere realizzata un'ulteriore assemblea pubblica per descrivere alla popolazione i cambiamenti apportati nel servizio e i primi risultati ottenuti.

Gli incontri pubblici saranno organizzati per descrivere le modalità di attuazione del nuovo servizio e di discussione alla presenza delle autorità comunali e dei tecnici esperti in animazione territoriale e raccolta differenziata.

Durante gli incontri saranno distribuiti alcuni materiali informativi (opuscoli, pieghevoli, etc.) e gli spazi saranno allestiti con manifesti, locandine e banner roll-up. Gli animatori territoriali illustreranno le novità della nuova azienda inhouse attraverso l'ausilio della proiezione di slide su schermo appositamente predisposte, adattate graficamente sulla scorta del modello di immagine coordinata.

Negli incontri pubblici dedicati alle utenze da coinvolgere nel compostaggio domestico, gli animatori illustreranno con dovizia di particolari tutti i vantaggi ambientali ed economici derivanti dal compostaggio. Durante questi incontri, inoltre, saranno distribuiti gli opuscoli sul compostaggio e altri materiali informativi riadattati per il contesto, potranno essere raccolte adesioni all'**albo dei compostatori** in fase di istituzione, in modo da avere subito un feedback rapido ed efficace sul tema.

Punti informativi

Con l'attivazione dei Punti Informativi ci si propone l'obiettivo di avviare uno scambio di informazioni di tipo interpersonale.

Ciascun punto informativo sarà aperto in orario anche serale in giornata festiva o prefestiva e sarà presidiato da personale opportunamente formato. Dovrà essere allestito

con gazebo o altra struttura mobile e riportare attraverso striscioni/cartelloni l'immagine coordinata della campagna di comunicazione.

Il progetto prevede anche la **formazione degli operatori** (di seguito anche “animatori”) **e degli amministratori locali** che partecipano agli eventi di informazione diretta.

Gli animatori, adeguatamente formati, distribuiranno opuscoli, materiale informativo (Ecocalendari e volantini) e altro. I Punti itineranti saranno allestiti presso specifici gazebo in luoghi di grande affluenza nelle settimane che precedono l'avvio del servizio.

2.7 Supporto nella consegna dei kit per la raccolta

Oltre alla comunicazione effettuata attraverso manifesti, lettere alla cittadinanza, brochure, assemblee, e gli altri media pianificati, la consegna dei kit alle utenze rappresenta una fondamentale e utile opportunità di contatto tra i responsabili del servizio (gli operatori) e i cittadini. Questa attività è molto importante perché, consegnando i kit a tutte le utenze comunali, si raggiungono doverosamente anche coloro che non sono stati presenti alle assemblee pubbliche o per vari motivi non hanno ancora ricevuto informazioni sulle nuove modalità di ritiro dei rifiuti. Queste utenze potrebbero rifiutare la consegna o non conoscerne il motivo.

Proprio per questo agli operatori del gestore dei servizi addetti alla consegna dei kit si intende affiancare dei mediatori di supporto, adeguatamente formati, in grado di fornire informazioni e consigli all'utenza relativi a utilizzo e collocazione dei contenitori, modalità di separazione dei rifiuti e di conferimento degli stessi.

I dati e le eventuali nuove istanze, raccolti in un database, saranno comunicati sia al gestore dei servizi che al Comune, al fine di poter provvedere preventivamente alla risoluzione dei problemi e aggiornare progressivamente il database delle utenze. Il continuo confronto renderà possibile individuare eventuali nuove problematiche non emerse in fase d'indagine. Le informazioni rilevate in fase di consegna dei kit andranno a implementare e completare quelle raccolte tramite l'analisi del ruolo TARI e il censimento utenze.

2.8 Materiali informativi rivolti alle utenze distribuiti tramite cassettaggio postale

I materiali previsti sono in linea di massima i seguenti:

- **Lettera del Sindaco a tutte le utenze**, in cui si spiegano le motivazioni e si anticipa il cambiamento dei servizi di raccolta rifiuti e raccolta differenziata. Sul retro della lettera saranno indicate le modalità di consegna dei kit alle utenze, le date e i luoghi degli incontri pubblici precedentemente programmati (con l’invito a recarvisi), nonché i contatti dell'ecosportello comunale. In calce alla lettera, inoltre, potrà essere posto in evidenza un apposito **tagliando** da riconsegnare durante i momenti di animazione territoriale **per aderire al compostaggio domestico**, e

dunque entrare a far parte dell'Albo Compostatori, e per comunicare la propria disponibilità a far parte degli Eco-Volontari.

- *Da definire*

Al momento non è possibile definire con esattezza il numero di materiali informativi da produrre per la campagna informativa. Tale dettaglio sarà definito a valle del censimento programmato. Solo con i dati del censimento sarà possibile definire, per ciascuna zona di attivazione, il numero di utenze domestiche e non domestiche presenti e l'effettiva estensione del territorio potenzialmente idoneo alla pratica del compostaggio domestico. Anche il Piano di Comunicazione di dettaglio (tempi e date) potrà essere definito in un successivo momento ossia dopo l'affidamento del servizio al gestore. Solo in tale occasione saranno definiti i ruoli tra nuova azienda e Amministrazione Comunale.

3 Media plan

3.1 Materiali e strumenti informativi

Tutti i materiali relativi alla raccolta differenziata saranno realizzati tenendo conto dell'immagine coordinata della campagna realizzata in forma personalizzata e specifica per il Comune di Nuoro.

La campagna di comunicazione e sensibilizzazione sarà supportata da materiali specifici. Indicativamente, saranno utilizzati gli strumenti seguenti:

- **Manifesti**: da riprodurre in formato 70x100cm, in quadricromia, con immagine e *head-line* portanti. Semplici e impattanti, non propongono modalità operative ma concetti, ovvero le ragioni di fondo della raccolta differenziata, con in evidenza un box informativo contenente tutte le informazioni di contatto (numero telefonico, punti informativi, email, etc.);
- **Locandine informative**: da riprodurre in formato A3, in quadricromia su carta riciclata, informano sull'imminente cambiamento e **invitano a partecipare alle assemblee pubbliche e ai punti informativi**. Da affiggere presso enti pubblici, attività commerciali, uffici pubblici, parrocchie e luoghi maggiormente frequentati;
- **Ecocalendari:** formato A5, stampati su cartoncino riciclato, contengono le informazioni fondamentali per lo svolgimento di una corretta raccolta differenziata, descritte in maniera dettagliata sul retro e un calendario settimanale con indicazione delle frazioni di rifiuto raccolte per giornata sul fronte.
- **Brochure pieghevole** stampata su carta riciclata, dove saranno esplicitate in modo efficace tutte le novità del servizio, con diverse informazioni utili su orari, metodi, luoghi e referenti. In particolare sarà spiegato cosa si raccoglie con la raccolta differenziata e **il ruolo del Conai e dei Consorzi nella raccolta degli imballaggi**.
- **Banner roll-up:** otto pannelli descrittivi di tutte le frazioni merceologiche, i servizi e l'ecocalendario. I banner saranno utilizzati come supporto informativo completo e di immediata consultazione durante i Punti informativi, le assemblee pubbliche e tutte le occasioni di relazione col pubblico.

3.2 Materiali e strumenti informativi aggiuntivi

- **Gadget**: materiali che possano essere distribuiti durante le occasioni di incontro con la popolazione e veicolino il messaggio e l'immagine della campagna di comunicazione (shoppers, getta mozziconi o altro).
- **Social media:** l'attivazione di una pagina dedicata su Facebook e sui social media, in collaborazione con l'ufficio responsabile della Comunicazione del Comune o dell'Azienda, permetterà di fornire alla cittadinanza informazioni mirate

e calibrate sulle esigenze che di volta in volta emergeranno, di correggere comportamenti sbagliati ed educare costantemente i cittadini sui **temi della Riduzione, Riuso e Riciclo**.

3.3 Educazione Ambientale nelle scuole

Ad integrazione dei classici target di comunicazione, per estendere la corretta partecipazione ai nuovi servizi di raccolta differenziata, saranno condotte **campagne di educazione ambientale in ambito scolastico**, attivando adeguati corsi di aggiornamento per insegnanti, finalizzati alla conoscenza di base del problema “rifiuti” e assistendo gli stessi in alcune ore di laboratorio per gli studenti.

Attraverso adeguati strumenti didattici, differenziati per fasce d’età, si realizzano vari obiettivi: educare le nuove generazioni verso comportamenti ad alto contenuto sociale e ambientale, indurre quei genitori con atteggiamenti d’indifferenza nei confronti della raccolta differenziata ad atteggiamenti più collaborativi, creare ed ufficializzare una cultura diffusa di impegno e sensibilità per l’ambiente.

In particolare si prevedono:

- Incontri con insegnanti delle scuole elementari e medie;
- Incontri didattici nelle scuole elementari;
- Incontri didattici nelle scuole medie;
- Incontri didattici nelle scuole superiori.

I temi fulcro dell'attività di educazione ambientale mirano ad approfondire il tema dei rifiuti con particolare riferimento a:

- Sviluppo sostenibile e rispetto per l'ambiente;
- Prevenzione, riutilizzo, recupero dei materiali;
- Valore dei materiali da imballaggio e potenzialità del loro riutilizzo e riciclo

Per la promozione della raccolta differenziata presso le scuole saranno inoltre utilizzati alcuni materiali specifici, quali questionari e attività ludico-didattiche incentrate sull'apprendimento delle giuste modalità per effettuare la raccolta differenziata.

Infine, a corollario degli incontri scolastici, è stata prevista un'iniziativa innovativa volta a coinvolgere gli alunni delle scuole site sul territorio comunale in un concorso tra classi, denominato "10&Lode per la differenziata". L'azione prevede l'utilizzo di una ecoisola informatizzata con cinque bocche di conferimento, programmata per ricevere e pesare il materiale conferito dagli alunni, previa identificazione degli stessi tramite apposite card distribuite nelle classi. Il concorso prevede che gli studenti possano conferire imballaggi

in carta, vetro o plastica nell'ecoisola collocata vicino il plesso scolastico per una settimana. Al termine del concorso, la classe i cui alunni avranno conferito la maggior quantità di imballaggi sarà premiata con strumenti didattici in materiali riciclati, libri o strumenti tecnologici. L'iniziativa sarà svolta con la collaborazione della Dirigenza scolastica e del gestore dei servizi.

3.4 Ecosportello

A partire dalla data di avvio dei nuovi servizi, si prevede di offrire alle utenze la possibilità di rivolgersi ad uno sportello - adeguatamente pubblicizzato - in cui possa trovare personale formato e dedicato a fornire informazioni e chiarimenti sul funzionamento del servizio, nonché distribuire kit alle utenze che non li avessero ricevuti o raccogliere istanze come, ad esempio, la produzione di rifiuti particolari (pannolini e pannoloni) e le segnalazioni varie. L'Ecosportello sarà localizzato in un luogo che possa essere facilmente individuabile e raggiungibile dalle utenze e sarà aperto per almeno tre mesi dall'avvio dei servizi, per 6 giorni a settimana.

3.5 Attività post-avvio / Misurazione efficacia dell'iniziativa

A seguito dell'avvio dei nuovi servizi, al fine di valutare il livello di soddisfazione dell'utenza, recepire osservazioni e segnalazioni, nonché **misurare l'efficacia della campagna di comunicazione**, saranno predisposte iniziative di *customer satisfaction* (ad esempio, sondaggi) e occasioni in cui si possano pubblicizzare i risultati raggiunti.

Il fine della campagna di comunicazione qui descritta è infatti anche quello di aumentare la percentuale dei rifiuti raccolti in forma differenziata e migliorare la loro qualità. Dal punto di vista della **quantità**, i dati relativi ai conferimenti da parte del gestore presso gli impianti di destinazione saranno senza dubbio indice affidabile riguardo l'aumento nell'intercettazione dei diversi materiali oggetto della raccolta. Per quanto riguarda la **qualità** degli stessi, le analisi compiute dai Consorzi di Filiera e le fasce di destinazione saranno anch'esse indice utile per poter valutare l'efficienza della campagna e delle informazioni fornite.

La ricezione di un feedback da parte delle utenze darà poi la possibilità di correggere dove possibile i servizi o prendere nota di eventuali imprevisti, con l'obiettivo di un miglioramento continuo dedicato al raggiungimento di risultati di raccolta differenziata sempre più virtuosi.

A circa tre mesi dall'avvio dei servizi, si prevede di tenere un'assemblea pubblica con la cittadinanza, utile a comunicare i primi risultati della raccolta differenziata, ma anche per segnalare eventuali errori e correggere comportamenti scorretti. L'assemblea sarà inoltre l'occasione in cui le utenze potranno segnalare problemi e disservizi o suggerire miglioramenti del servizio.

Nello stesso periodo, un'indagine di customer satisfaction, tramite sondaggi predisposti concertati con gestore e Comuni, coinvolgerà i cittadini permettendo di avere un più completo feedback sui servizi e sulle conoscenze relative alla raccolta differenziata (modalità di conferimento, destinazione di alcuni imballaggi, ecc.).

3.6 Monitoraggio dei conferimenti

La qualità dei materiali raccolti è fondamentale per la buona riuscita di un sistema di raccolta. Troppo spesso, anche di fronte a percentuali di raccolta differenziata alte, la qualità dei materiali non sempre è adeguata. Alcune utenze, infatti, non separano correttamente i rifiuti, inserendo nei contenitori dedicati materiali estranei o evitando di fare del tutto la raccolta differenziata. Questi comportamenti a volte sono dovuti ad una mancanza di informazioni relative allo smaltimento di alcuni imballaggi (si pensi ai poliaccoppiati) o a problemi logistici che potrebbero essere risolti con una semplice chiacchierata.

Proprio per questo, si intende improntare un sistema di monitoraggio dei conferimenti che coinvolga gli addetti alla raccolta, la polizia municipale, le associazioni ambientaliste ed eventuali volontari. Tutte le figure saranno formate in maniera specifica per poter indicare il destino di ogni tipo di materiale e suggerirne l'esatto conferimento.

Il monitoraggio sarà inoltre assicurato dagli addetti alla raccolta, attraverso l'utilizzo di apposite segnalazioni all'utenza, che rispondono a comportamenti errati alle regole di una corretta raccolta differenziata porta a porta.

3.7 Utilizzo di strumenti tecnologici e innovativi: attivazione servizi web e App Junker (o similare), il Dizionario dei Rifiuti

L'utilizzo di strumenti web e di applicativi per smartphone offre la possibilità agli utenti di accedere a tutte le informazioni relative alla raccolta differenziata nel proprio comune in qualunque momento e ovunque si trovino. La diffusione e l'utilizzo di questi strumenti rende poi possibile comunicare tempestivamente modifiche al servizio o eventi legati al tema, che possono così essere promossi e rilanciati e condivisi sui social media dagli stessi utenti.



Contestualmente al lancio ufficiale della campagna di comunicazione, dovranno essere attivati per i cittadini tutti i servizi di applicazioni come il Dizionario dei Rifiuti (***www.dizionariodeirifiuti.it***) o Junker (**www.junkerlife.com**) o altra APP equivalente, che, sia sul proprio portale web, sia sulla propria app per smartphone (iOS e Android) forniranno tutte le informazioni utili alle utenze e riguardanti la corretta differenziazione dei rifiuti, le modalità di conferimento, il calendario di raccolta, i numeri utili per richiedere informazioni e per

prenotare il ritiro a domicilio dei rifiuti ingombranti, la mappa geolocalizzata di tutti i punti d'interesse (centro di raccolta, ecosportello, ecc.).



La App sarà pubblicizzata in modo evidente su tutti i materiali prodotti e attraverso la pagina web del Comune. Inoltre, sarà possibile comunicare le iniziative e le novità proposte direttamente agli utilizzatori. L'iniziativa, infine, permetterà di raggiungere in modo capillare ed efficace **i non residenti e i turisti**, in modo da offrire loro un'informazione dettagliata sulle novità in corso.

In dettaglio, i servizi forniti gratuitamente agli utenti dovranno essere i seguenti:



- Ricerca del rifiuto da gettare con indicazione del conferimento corretto (tipologia contenitore, informazioni e suggerimenti);
- Visualizzazione del calendario settimanale per servizi domiciliari;
- Possibilità di attivazione di un avviso/reminder sul giorno di conferimento per frazione;
- Mappa geolocalizzata dei punti d'interesse;
- Possibilità di ricevere news e informazioni in tempo reale tramite notifiche push;
- Indicazione di tutti i numeri utili e delle modalità di prenotazione di servizi a domicilio.

3.8 Sito web

Un ulteriore strumento a disposizione dei cittadini sarà il sito internet della raccolta differenziata, che permetterà di avrete tutte in formazioni, ma anche di poter accedere ai servizi e alla modulistica dedicata per l'attivazione di particolari richieste (come per esempio il servizio di raccolta per i pannolini e i pannoloni e il modello di iscrizione all'Albo dei compostatori).