

CONSORZIO
ACEA PINEROLESE

VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO N. 11 DEL 24.07.2006

OGGETTO: PIANO DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE – PROGETTO DI RIORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO DI RACCOLTA RIFIUTI PER “PUNTI DI PROSSIMITA’ – CONSORZIO ACEA PINEROLESE – APPROVAZIONE

L'anno duemilaSEI il giorno **ventiquattro** del mese di **luglio** alle ore **18.30**, in Pinerolo, e nella sala delle adunanze di Acea Pinerolese Industriale S.p.A., in Via Poirino n. 145 a Pinerolo

Convocata con provvedimento del Presidente Sig. Berti Giuseppino mediante avvisi scritti recapitati in tempo utile al domicilio di ciascun Sindaco, si è riunito il Comitato Direttivo, in sessione **ordinaria**.

All'appello nominale risultano presenti i rappresentanti consiglieri, signori:

Nominativo	Rappresentante Area	Presente	Assente
BOSIO Luigi	Val Pellice		X
COSTANTINO Claudio	Valli Chisone e Germanasca	X	
COZZO Paolo	Pinerolese Pedemontano		X
SCALERANDI Enrico	Pianura	X	

Presiede il Sig. BERTI Giuseppino.

Funge da Segretario della seduta il Dott. Emanuele Matina

Deliberazione n. 11 del 24 luglio 2006

OGGETTO: Piano di comunicazione ambientale – Progetto di riorganizzazione del servizio di raccolta rifiuti per “punti di prossimità – Consorzio ACEA Pinerolese - Approvazione

A relazione del Presidente il quale ricorda

che con atto notarile registrato a Pinerolo il 04.03.2004 al n. 122 Serie 2 è stato costituito ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 18.08.2000 n. 267, il Consorzio Polifunzionale denominato “Consorzio ACEA Pinerolese” chiamato anche “*Consorzio*”, avente per oggetto la gestione associata di funzioni di competenza dei Comuni Consorziati

che ai sensi dell'art. 3 della Convenzione istitutiva del Consorzio di funzioni il “*Consorzio*” “svolge tutte le funzioni di governo di bacino relative al servizio dei rifiuti urbani previste dalle leggi nazionali e regionali, in conformità alla disciplina di settore, al Piano regionale e al Programma provinciale di gestione dei rifiuti.....”

CHE SI E' PROVVEDUTO

Con deliberazione del Consiglio Direttivo n. 9 del 13.09.2004, avente per oggetto: “*Contributi a favore dei Consorzi di bacino per la predisposizione di studi finalizzati alla riprogettazione dei servizi di raccolta rifiuti urbani – D.G.R. n.29-13060 del 19.07.2004*” ad approvare la Proposta di Articolazione di Studio per gli Interventi di cui sopra per un costo preventivato di € 68.850.00,00.

Con deliberazione del Consiglio Direttivo n. 11 del 12.11.2004, avente per oggetto: “*Contributi a favore dei Consorzi di bacino per la predisposizione di studi finalizzati alla riprogettazione dei servizi di raccolta rifiuti urbani – D.G.R. n.29-13060 del 19.07.2004*” – integrazione per copertura finanziaria con la quale si imputava la quota eccedente il contributo regionale per un importo stimato di € 34.425,00.

Con deliberazione del Consiglio Direttivo n. 2 del 24.01.2005, avente per oggetto: “*Affidamento incarico di studio finalizzato alla riprogettazione dei servizi di raccolta rifiuti urbani - Bacino 12 – Consorzio ACEA Pinerolese*” – si è provveduto ad incaricare la soc. ACEA Pinerolese Industriale Spa dello studio soprarichiamato per un ammontare complessivo di € 68.850,00, con la garanzia che il suddetto Progetto di Studio venisse realizzato e presentato a questo ente entro e non oltre i termini perentori previsti dalla determinazione regionale

Con deliberazione del Consiglio Direttivo n. 2 del 19.01.2006, avente per oggetto: “*Studio per la riprogettazione dei servizi di raccolta dei rifiuti urbani – bacino 12 – Consorzio ACEA Pinerolese – Approvazione*” si è provveduto ad approvare lo studio ed a trasmetterlo alla Regione Piemonte

FA PRESENTE CHE

la Legge Regionale 24.10.2002, n. 24, ed in particolare l'art. 11 afferente l'organizzazione delle attività di bacino prevede al comma 1 che “i comuni appartenenti allo stesso bacino assicurano l'organizzazione in forma associata dei servizi, di cui all'art. 10, comma 1, attraverso consorzi obbligatori costituiti ai sensi dell'art. 31 del d. lgs. 267/2000 e s.m.i.”

La Regione Piemonte ha approvato con D.G.R. n. 25-1096 del 14.10.2005 un bando per la concretizzazione degli studi di riprogettazione dei servizi di raccolta dei rifiuti predisposti ai sensi

della D.G.R. 29-13060 del 19.07.2004 (aree omogenee di almeno 20000 abitanti); il Consorzio ACEA Pinerolese ha presentato istanza in data 14.11.2005 per due progetti di aree omogenee laddove viene previsto un servizio di raccolta rifiuti in linea con i contenuti della D.G.R. sopraccitata.

VISTO

Il nuovo accordo quadro Anci – Conai, che pone particolare attenzione agli aspetti legati alla comunicazione locale, tesa ad informare e a sensibilizzare i cittadini alla raccolta differenziata ed al riciclaggio/recupero dei rifiuti di imballaggio

L'impegno assunto dal Conai ed i Consorzi di filiera a riconoscere una quota consistente del proprio budget complessivo di comunicazione per contribuire a supporto del servizio di raccolta differenziata

Vista la possibilità da parte dei Comuni o loro delegati di accedere a contributi attraverso la stipula e l'attuazione di convenzioni prevedono progetti di comunicazione locale, concordati tra il Conai – Consorzi di filiera ed i Comuni – soggetto delegato (Consorzi di funzione), redatti secondo i principi dettati dalle Linee guida

Dato atto che il Piano di Comunicazione Ambientale, relativo al programma di riorganizzazione del servizio di raccolta rifiuti previsto nell'ambito del "Progetto Area Omogenea di Volvera", redatto dall'ACEA Pinerolese Industriale SpA, si compone delle seguenti parti allegate al presente atto:

- Piano di Comunicazione Ambientale
- Allegati grafici

IL CONSIGLIO DIRETTIVO

Sentita la relazione del Presidente e ritenutola meritevole di approvazione
Ritenuta la propria competenza in materia

VISTI

- la Convenzione Consortile
- lo Statuto Consortile
- il T.U. degli Enti Locali n. 267 del 18.08.2000
- la Legge Regionale 24.10.2002, n. 24

Ad unanimità di voti, resi palesi nei modi di legge, anche in ordine alla immediata eseguibilità

DELIBERA

- 1) di richiamare la premessa narrativa a far parte integrante del presente deliberato
- 2) di approvare l'allegato piano di Comunicazione Ambientale relativo al Progetto di Riorganizzazione del Servizio di Raccolta Rifiuti per "Punti di Prossimità" elaborato dalla soc. ACEA Pinerolese Industriale Spa alla luce dello studio finalizzato alla riprogettazione dei servizi di raccolta dei rifiuti urbani di cui alla D.G.R. 29-13060 del 19.07.2004
- 3) di trasmettere il sopraccitato piano al Consorzio CONAI al fine di accedere ai contributi previsti nell'ambito dell'accordo quadro Anci – Conai in merito alla comunicazione locale,

4014

tesa ad informare e a sensibilizzare i cittadini alla raccolta differenziata ed al riciclaggio/recupero dei rifiuti di imballaggio

- 4) di dichiarare il presente atto con separata ed unanime votazione, di immediata eseguibilità, ai sensi dell'art. 134 – comma 4 del TUEL n. 267/2000.

AGM

Piano di Comunicazione Ambientale

*Progetto di Riorganizzazione del
Servizio di Raccolta Rifiuti
per "Punti di Prossimità"*

40/01/01

1. QUADRO GENERALE DELLA SITUAZIONE LOCALE

1.1 PREMESSA

La progressiva evoluzione del tenore di vita, l'incremento dei consumi ed il crescente ricorso ad imballaggi pongono un problema che oggi riveste un ruolo di primaria importanza, a livello nazionale ed internazionale: la gestione degli scarti umani, il loro recupero e conseguente riutilizzo.

Storicamente la discussione in materia di rifiuti trova origine negli anni '60-'70. Il problema è stato affrontato, nel corso degli anni, con una ricerca affannosa e continua di soluzioni. In Italia la svolta è avvenuta a partire dal 1997, con l'introduzione del Decreto Ronchi, che a sua volta ha recepito le direttive dell'Unione Europea in materia. Per la prima volta lo Stato Italiano si è dotato di una normativa specifica e puntuale sulla disciplina dei rifiuti.

Nell'ultimo decennio, si possono riscontrare notevoli progressi, dovuti principalmente all'introduzione del sistema di raccolte differenziate ed allo sviluppo di nuove tecnologie, che consentono il riciclo degli scarti umani ed il recupero di materia ed energia.

Nonostante le tangibili evoluzioni, è necessario un ulteriore impegno da parte di tutti i soggetti coinvolti - in particolar modo gli Enti gestori e le Pubbliche Amministrazioni - per rispettare le prescrizioni della legge ed evitare eventuali sanzioni, ma soprattutto per dare una risposta efficace e definitiva al "problema rifiuti".

1.2 IL PANORAMA LOCALE

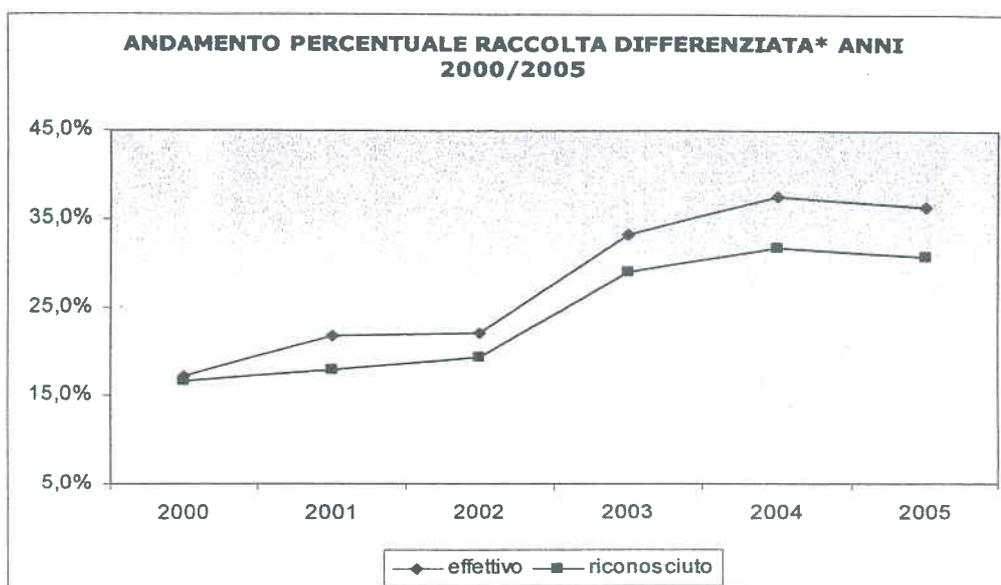
Individuazione del territorio di pertinenza, morfologia e popolazione - Stato del sistema

ACEA Pinerolese Industriale SpA, quale azienda gestrice dei servizi integrati di igiene urbana e trattamento dei rifiuti, svolge la propria attività a favore del Bacino Pinerolese, che comprende 47 Comuni situati nell'area a Sud-Ovest della Provincia di Torino, per un totale di 146.057 abitanti (anno 2005). Dal punto di vista geomorfologico, esso si estende per una superficie di 1350 km² ed è fisicamente delimitato a Nord-Ovest ed a Sud dalle dorsali alpine; è possibile distinguere un'ampia zona pianeggiante (dalla prima cintura di Torino fino al Comune di Pinerolo), una zona collinare-pedemontana ed una terza - preponderante - montuosa, anche con vette elevate.

Risulta evidente, vista la grande diversificazione delle aree servite, la difficoltà di gestione del sistema di raccolta. Ciò nonostante, ACEA, da circa un decennio è impegnata nella ricerca e nello sviluppo di strutture innovative, che possano rendere più agevole l'impegno della Cittadinanza ed incentivare comportamenti "eco-virtuosi".

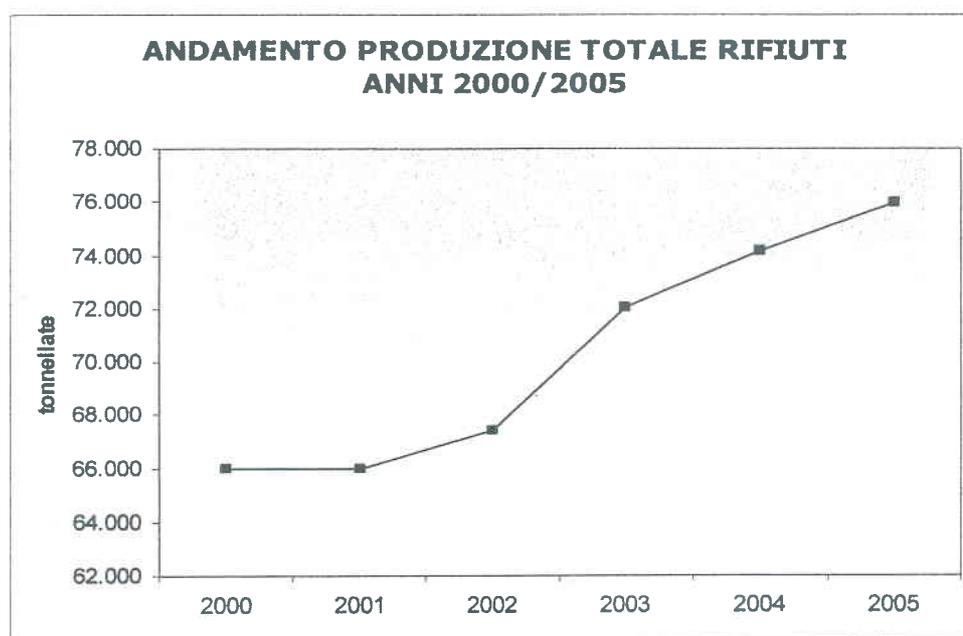
A livello di bacino, nell'ultimo quinquennio, la percentuale di raccolta differenziata segue un andamento positivo, come dimostrato dal grafico 1.

GRAFICO 1



Benché la percentuale di raccolta differenziata segua un trend positivo, a livello locale, così come a livello nazionale, si riscontra un notevole aumento della quantità totale di rifiuto prodotto, come dimostrato nel grafico 2.

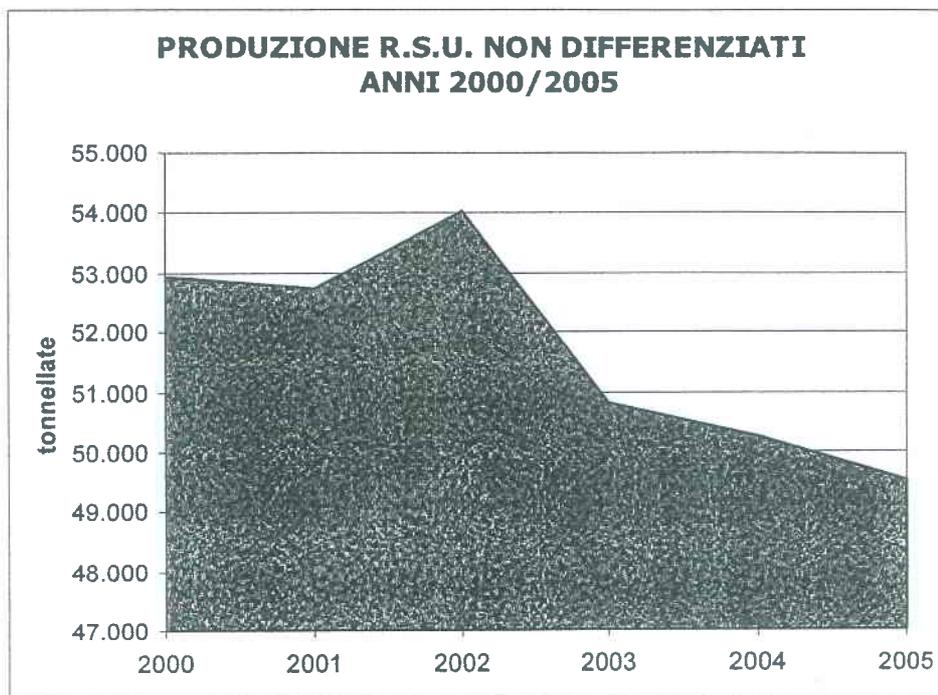
GRAFICO 2



* si precisa che le due serie di dati contrassegnate come "effettivo" e "riconosciuto" si riferiscono rispettivamente ai dati effettivi rilevati da ACEA a livello di Bacino e a quelli riconosciuti dalla Regione Piemonte, secondo il metodo "normalizzato", entro il quale non vengono comprese alcune frazioni (es. rifiuti pericolosi, pneumatici, inerti), comunque raccolte dal gestore in modo separato ed avviate al riciclo/smaltimento.

Parallelamente, si evidenzia ancora un dato positivo: grazie all'introduzione del sistema integrato di raccolta differenziata, nonché di sistemi di autosmaltimento, quali la pratica del compostaggio domestico, la produzione totale di rifiuto non differenziato ha subito, a livello di bacino, un importante decremento (rif. Grafico 3)

GRAFICO 3



A livello provinciale, la percentuale media di raccolta differenziata nel corso del 2005 raggiunge circa il 36%, superando per la prima volta l'obiettivo del 35% che il Decreto Ronchi poneva al 2003. La raccolta differenziata, rispetto all'anno precedente, è cresciuta di 5 punti percentuali (di 11, se si confronta il dato del 2003). Inoltre, si stabilizza la crescita della produzione globale, con un lieve decremento a fronte di un esiguo aumento di popolazione (fonte: "Rapporto sullo stato del sistema di gestione dei rifiuti" a cura dell'Osservatorio Rifiuti della Provincia di Torino - giugno 2006). Siamo di fronte a risultati di grande rilievo, soprattutto se giudicati nell'ambito del panorama nazionale.

A livello locale, il Bacino ACEA nel 2004 ha sostanzialmente rispecchiato il dato provinciale, secondo il calcolo previsto dal "metodo normalizzato" e lo ha superato di sei punti percentuali (37,6%) se si includono le frazioni non riconosciute dalla Provincia, ma comunque raccolte separatamente ed avviate al recupero/smaltimento. Nel 2005, in complesso, la situazione locale è leggermente peggiorata, in termini di percentuali di raccolta differenziata e non ha raggiunto la media provinciale del 36%. Se si considera che si è giunti a questi risultati con la raccolta stradale tradizionale, senza ricorso al "porta a porta", la performance è da considerarsi globalmente soddisfacente, ma, tuttavia, non ancora sufficiente.

Nonostante emerga un quadro globale di miglioramento, si evidenziano ancora problemi e criticità, a cui ci si propone di porre rimedio attraverso il presente Progetto di Comunicazione Ambientale (PCA) per l'anno 2006/2007.

2. NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO DELLA RACCOLTA

2.1 OBIETTIVI GENERALI

Analisi delle finalità del nuovo progetto di gestione delle raccolte

Il grande interesse generale a favore della tematica dei rifiuti, così come tutti i contenuti del presente PCA, sono mossi principalmente dall'intenzione di diminuire l'ingente impatto ambientale costituito dagli scarti umani, in un'ottica di sviluppo sostenibile. E' quindi necessario modificare o, in alcuni casi, invertire le nostre abitudini quotidiane, pensando al rifiuto non come un residuo di cui disfarsi, ma come una nuova risorsa, tanto necessaria all'ambiente per la propria sopravvivenza e salvaguardia.

La Provincia di Torino (nel proprio "Programma Provinciale di Gestione dei Rifiuti 2005" - con delibera n. 74269 del 27 aprile 2005) stabilisce l'obiettivo del 50% di raccolta differenziata entro il 2010. Si è ancora molto lontani dal raggiungimento di questo target, senza contare che con il 30,9% del 2005 si è al di sotto dello standard fissato dal Decreto Ronchi e, pertanto, passibili di sanzione.

Bisogna, altresì, tener presente che il sistema di raccolta stradale, adottato da ACEA per il proprio Bacino, non può consentire per sua natura una prestazione così alta in un periodo di tempo così ristretto. Inoltre, non si può tralasciare una considerazione ancora più importante: in quasi un decennio, partendo da una situazione di conferimento totalmente indifferenziato, si è passati ad una percentuale di raccolta separata superiore al 30%, con quantità che, nei primi anni, andavano aumentando in modo esponenziale. È evidente che, con il solo sistema di raccolta stradale (e in soli quattro anni) non sia possibile compiere il salto di qualità che porta all'obiettivo del 50%.

E' pur vero che l'alternativa rappresentata della cosiddetta raccolta "porta a porta", sebbene possa consentire il raggiungimento di percentuali di raccolta differenziata più elevate - grazie anche alla maggiore esposizione ai controlli - è un sistema molto più oneroso, che si impatta in modo consistente sui Cittadini, creando talvolta malcontento, se non un totale rifiuto.

Alla luce di queste premesse, ACEA ha studiato e messo a punto un nuovo modello progettuale del servizio di gestione integrata dei rifiuti, considerato innovativo dal punto di vista del rapporto costi/benefici ed in linea con gli obiettivi previsti dalla D.G.R. n. 25 - 1096 del 14/10/2005. Tale progetto è stato in parte avviato (l'avviamento sarà completato entro la fine dell'anno 2006) nel territorio di quattro Comuni - pilota: Macello, None, Villafranca Piemonte e Volvera. L'obiettivo è di testare il sistema che, se - come auspicato - si rivelerà efficace, verrà esteso a tutto il Bacino.

In linea generale, il progetto prevede la drastica riduzione dei cassonetti per rifiuti indifferenziati sul territorio ed una riorganizzazione del servizio per "punti di prossimità", ovvero, aree presso le quali è possibile conferire tutte le tipologie di rifiuto, raccolto in modo differenziato. (per i dettagli del servizio si rimanda al paragrafo 2.2).

Di seguito si riportano, per sommi capi, i principali obiettivi del sistema:

- Incrementare in modo consistente la percentuale di raccolta differenziata, sino al raggiungimento del 45%, con conseguenti benefici ambientali;
- Diminuire la produzione pro-capite di RSU (Rifiuti Solidi Urbani) residui ad un quantitativo inferiore a 0,7 kg./giorno;
- Rendere più semplice ed efficace il controllo, ricorrendo anche al monitoraggio dei flussi, tramite l'identificazione dell'utenza di pertinenza dei singoli punti di raccolta;
- Migliorare la qualità del rifiuto "secco residuo" per renderlo idoneo al trattamento presso l'Impianto di Valorizzazione dei Rifiuti ACEA ed inviarlo, così, al recupero.
- Migliorare l'impatto visivo-paesaggistico legato alla permanenza disordinata di molti contenitori stradali disseminati per tutto il territorio.
- Premiare comportamenti "eco-virtuosi" e penalizzare le azioni scorrette.

2.2 SERVIZIO DI RACCOLTA PER PUNTI DI PROSSIMITA'

Breve descrizione e modalità di attuazione

Di seguito verranno rese note le modalità di attuazione del nuovo servizio sperimentale di raccolta. Tale presentazione non ha pretese di esaustività, ma riveste il solo scopo di contestualizzare la campagna di comunicazione e motivare le scelte effettuate in questo ambito.

Come accennato in precedenza, è prevista la riorganizzazione del servizio di raccolta, attraverso l'individuazione di punti di prossimità che consentano di conferire tutte le tipologie di rifiuto prodotto. Tali aree (di seguito denominate ECO-PUNTI) sostituiranno solo in parte i cassonetti per la raccolta indifferenziata, oggi presenti in modo capillare sul territorio. Parallelamente, aumenteranno in modo significativo le postazioni per la raccolta differenziata. A puro titolo esemplificativo, si cita l'esempio del Comune di Volvera, dove, a fronte di 210 cassonetti per il materiale non differenziato e 23 batterie per la raccolta differenziata (carta, vetro, plastica), verranno installati 72 Eco-Punti, ove saranno presenti contestualmente tutti i contenitori.

Ogni punto di prossimità sarà provvisto di:

- Contenitore per la RACCOLTA CARTA E CARTONE
- Contenitore per la RACCOLTA PLASTICA
- Campana per la RACCOLTA VETRO
- Contenitore dedicato per la RACCOLTA DEI RIFIUTI ORGANICI (tramite l'utilizzo di apposito sacchetto di colore verde, identificativo del rifiuto)
- Contenitore metallico per la RACCOLTA DEL MATERIALE RESIDUO (RSU)
- Contenitore per la RACCOLTA DEI MEDICINALI (solo in alcuni punti)
- Contenitore per la RACCOLTA DELLE BATTERIE (solo in alcuni punti)

Il concetto su cui si basa il sistema parte dal presupposto che si rende più comodo e capillare il conferimento differenziato, in quanto aumentano le postazioni. Al tempo stesso, si rende meno agevole il conferimento indifferenziato. Pertanto si assume che l'utente, trovando nello stesso luogo tutti i contenitori per la raccolta, sia incentivato a conferire i propri rifiuti in modo separato, non avendo, peraltro, la possibilità di gettare i propri scarti in nessun altro luogo. Inoltre, poiché ad ogni utente è assegnato un preciso Eco-Punto, il controllo diventa più semplice e il servizio è esattamente commisurato al numero di abitanti che gravitano su ogni postazione.

La distribuzione degli Eco-Punti sul territorio è stata attentamente analizzata sia in base al numero che alla tipologia di fruitori del servizio, con particolare attenzione alle aree in cui la presenza di utenze non domestiche potrebbe sfalsare il dato relativo alla raccolta.

Ai fini del buon funzionamento del sistema, è necessario evitare l'accumulo di rifiuti presso le abitazioni per lunghi periodi. È fondamentale che ogni utente immagazzini i propri rifiuti per pochi giorni e faccia ricorso costante al punto di conferimento. In caso contrario, diventerebbe molto difficile tanto il monitoraggio dei conferimenti, quanto il dimensionamento del servizio e la raccolta. Si pensi, ad esempio, cosa potrebbe accadere se - paradossalmente - tutti gli utenti di un Eco-Punto gettassero i propri rifiuti nello stesso momento: l'area sarebbe di colpo sovraccaricata, con il risultato di ostacolare il corretto conferimento e quindi impedire il raggiungimento degli obiettivi.

A questo proposito, la campagna di comunicazione dovrà dedicare particolare attenzione a promuovere le corrette pratiche di conferimento, sia in termini di selezione domestica, che di utilizzo degli Eco-Punti.

2.3 TARGET DI RIFERIMENTO

Il succitato progetto di riorganizzazione della raccolta stradale, così come il presente PCA, si rivolgono a tutti i Cittadini e gli Imprenditori presenti sul territorio dei quattro Comuni coinvolti, per un totale di circa 20.000 abitanti e 10.000 utenze interessate. Morfologicamente, il territorio si presenta pianeggiante. I Comuni di Volvera e None, a ridosso della prima cintura di Torino ed entrambi con più di 5.000 abitanti, costituiscono circa l'80% del target di riferimento e presentano i problemi tipici delle aree in cui un agglomerato urbano già consistente si affianca a frazioni più piccole con caratteristiche periferiche. Il Comune di Villafranca Piemonte, con i suoi 4790 abitanti, presenta un agglomerato urbano di piccole dimensioni, con prevalenza di zone periferiche e rurali. Infine, il Comune di Macello (1149 abitanti) presenta caratteristiche prettamente rurali.

ALCANTARA

3. IL PIANO DI COMUNICAZIONE

3.1 LINEE GUIDA

Strategia generale della campagna di comunicazione

La notevole diversificazione del target di riferimento, nonché la specificità di alcuni contenuti del nuovo progetto di gestione dei rifiuti, determinano l'esigenza di una campagna comunicativa capillare e puntuale, che possa raggiungere, informare e coinvolgere tutte le utenze interessate. A tale scopo è, innanzi tutto, necessario integrare tra loro i vari interventi a livello operativo e informativo, considerando l'attività di comunicazione come parte integrante ed indispensabile del sistema, avente lo scopo di trasformare gli utenti, da semplici fruitori di un servizio, ad attivi protagonisti nel suo cambiamento.

La campagna comunicativa si pone, pertanto, come punto cardine del progetto, indispensabile per il funzionamento di tutto il sistema. La partecipazione attiva dei cittadini dipende, infatti, in gran parte dall'efficacia dei mezzi di informazione e sensibilizzazione. Pertanto, nell'ambito dell'intero progetto, verrà dato ampio spazio alle attività di comunicazione, sia diretta che indiretta.

Considerato l'impatto che il presente progetto di riorganizzazione della raccolta potrà avere sulla popolazione, il PCA si pone alcuni obiettivi di base, vitali ai fini della riuscita dell'intero sistema:

- Caldeggiare fortemente il **ricorso alla raccolta differenziata**, per tutte le frazioni di rifiuto, anche quelle non previste nella raccolta stradale (utilizzo dei centri di raccolta sovracomunali)
- Creare una **mentalità più attenta** ed un **approccio più sostenibile** verso la causa ambientale, partendo dalle abitudini quotidiane. La raccolta differenziata non deve essere vissuta come un'imposizione da parte delle Istituzioni, ma un **dovere civico per il rispetto dell'ambiente e delle generazioni future**.
- **Promuovere il nuovo sistema di raccolta**, con indicazioni dettagliate sulle modalità, sulle motivazioni che hanno portato a questa scelta e sui risultati.
- **Creare consenso e partecipazione** attiva della popolazione.
- **Gestire "sul nascere" eventuali conflitti**, cercando di prevedere e prevenire le obiezioni e fornendo risposte chiare ed obiettive alle rimostranze.

In sintesi, il presente PCA, in considerazione di quanto esposto in precedenza, verrà strutturato sulla base delle seguenti linee guida:

- la strategia comunicativa, attraverso **interventi articolati, integrati e massicci**, deve rappresentare una parte costituente fondamentale del sistema integrato di gestione dei rifiuti;
- **le informazioni** dovranno essere veicolate **in modo semplice, completo e chiaramente percepibile dal target di riferimento**: i messaggi dovranno raggiungere, con modalità diverse, l'intero pubblico, pertanto, la forma espressiva, così come quella grafica, dovrà essere immediata e di facile comprensione;
- **capillarità dell'informazione**: coinvolgimento di tutti i soggetti (Cittadini, Aziende, Pubbliche Amministrazioni);
- **coordinamento degli interventi e dell'immagine**: data la vastità del target, è necessario individuare un organo di coordinamento (ACEA Pinerolese Industriale SpA) che detti le linee guida delle azioni da implementare e dell'immagine globale. È importante rendere un'immagine uniforme su tutto il territorio interessato, affinché tutti gli strumenti utilizzati richiamino immediatamente la campagna nel suo complesso;

- **consapevolezza e partecipazione attiva:** stimolare la partecipazione attiva della Cittadinanza, creando interesse ed aspettative circa i risultati da ottenere. Le informazioni trasmesse dovranno essere percepite come opportunità per riacquistare una dimensione più a misura d'uomo nel proprio ambiente;
- **supervisione e monitoraggio:** il personale preposto, durante il periodo di avvio, dovrà monitorare la produzione dei rifiuti e le quantità raccolte separatamente. Accanto a finalità di osservazione e analisi, gli operatori presenti sul territorio, coadiuvati e supportati dagli organi competenti, svolgeranno un'attività di controllo per rilevare eventuali trasgressioni (e provvedere al sanzionamento);
- **sistemi incentivanti:** si prevede l'attivazione di sistemi specifici di incentivazione delle corrette pratiche di separazione e conferimento. Risulta, infatti, evidente l'importanza di premiare quanti si impegnano per il raggiungimento degli obiettivi, anche attraverso agevolazione economiche che andranno ad incidere sulla Tassa/Tariffa Rifiuti. Al contempo, ed al fine di penalizzare i trasgressori, verranno attivati strumenti più severi di controllo e sanzionamento.
- **creazione del feed-back:** valutare l'adeguatezza degli strumenti utilizzati e l'impatto sul target di riferimento. E' importante, in questo contesto, informare la Cittadinanza sui risultati ottenuti e su eventuali azioni correttive che possono migliorare gli esiti del progetto.

3.2 ARTICOLAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Strumenti ed azioni specifiche del piano comunicativo

Le azioni ed i materiali ideati a sostegno del progetto di riorganizzazione della raccolta rifiuti sono stati progettati nell'ottica di fornire un'immagine uniforme ed omogenea su tutto il territorio interessato. Per rispettare le caratteristiche peculiari di ognuna delle quattro realtà coinvolte nel progetto, sono previsti interventi specifici e personalizzazioni su richiesta delle singole Amministrazioni. Tutti gli interventi vengono, in ogni caso, concordati e realizzati con il supporto diretto di ACEA Pinerolese Industriale SpA.

Si sottolinea che l'impostazione comune data ai supporti informativi non deriva solo ed esclusivamente dalla volontà di rendere organica la forma espositiva della campagna, ma anche da esigenze di carattere economico, nell'ottica del contenimento dei costi. Infatti, potendo contare globalmente su lotti di fornitura consistenti, migliorano le condizioni economiche offerte dai fornitori. Un'eccessiva personalizzazione dei format, diventerebbe, al contrario, anti-economica.

Per tutti e quattro i Comuni sono stati individuati due macro-insiemi di utenze, per i quali sono stati ideati supporti comunicativi diversi:

- utenze DOMESTICHE (residenti e proprietari di seconde case)
- utenze NON DOMESTICHE (commercianti, imprese, uffici, studi tecnici)

Per ogni gruppo di utenze sono state ideate campagne di comunicazione mirata, con differenti livelli di dettaglio in base alle esigenze delle singole Amministrazioni, al fine di garantire il massimo coinvolgimento e di rispondere in modo adeguato a bisogni differenti.

La seguente panoramica sugli strumenti e sulle azioni del piano di comunicazione costituisce la base essenziale della campagna, pur non entrando nel merito degli interventi personalizzati, elaborati in accordo o su richiesta specifica delle Amministrazioni locali.

- **Volantini, déplianti, brochures informative:** strumento attraverso il quale vengono rese note le modalità di conferimento dei rifiuti e le istruzioni per attuare una corretta separazione degli stessi. Si rivela indispensabile al fine di fornire un'informazione completa

sulla raccolta differenziata, con esempi pratici ed immagini che richiamano la vita quotidiana.

- **Azioni di contatto diretto:** per ogni singola utenza si prevede una serie di comunicazioni nominative, ove si presentano in modo dettagliato le finalità del progetto e si richiede la collaborazione attiva di tutti i soggetti coinvolti. Sulla base di esperienze passate, si ritiene necessario il contatto diretto con i Cittadini, attraverso la consegna delle varie comunicazioni con il metodo "porta a porta". Il contatto visivo con personale qualificato e debitamente formato, seppur più oneroso in termini di tempo e di gestione, si rivela più efficace nei casi in cui, come nel presente, si debbano fornire "istruzioni per l'uso" ed inoltre sottolinea l'importanza dell'avvio del progetto. L'utente diventa, quindi, protagonista della campagna, essendo direttamente coinvolto.

Se poi il materiale fornito reca il logo e la firma della Pubblica Amministrazione che l'ha voluto e realizzato, il contatto diviene ancora più diretto.

- **Conferenze ed incontri pubblici:** la funzione informativa, in questo caso, assume una valenza istituzionale, ma, allo stesso tempo, crea un canale di comunicazione diretto tra l'Amministrazione pubblica ed il privato Cittadino. I soggetti che convocano la riunione si mettono a disposizione della Cittadinanza, con l'intento di fornire risposte a dubbi e perplessità. Non è da sottovalutare l'impatto che i tavoli di discussione rivestono quando si mettono in atto dei progetti che coinvolgono gli abitanti del territorio: l'Amministrazione e gli enti gestori chiedono la collaborazione dei Cittadini, coinvolgendoli e responsabilizzandoli rispetto agli obiettivi da raggiungere.

- **Comunicazione interna:** è fondamentale che gli "addetti ai lavori" siano informati puntualmente sulle modalità di attuazione del progetto. Il personale impiegato nel servizio di raccolta differenziata è, più di tutti, a contatto con l'utenza e deve essere in grado di rispondere ad eventuali richieste da parte dei Cittadini.

Gli operatori rivestono un ruolo di primaria importanza anche per avere un riscontro rispetto all'efficacia della comunicazione. Risulta, pertanto, evidente la necessità di informare il personale attraverso incontri di formazione puntuali.

- **Manifesti per affissione:** considerati i brevissimi tempi di esposizione, il presente strumento non si presta a fornire istruzioni o messaggi di dettaglio, ma è funzionale a far crescere l'attenzione dei Cittadini verso un logo e/o uno slogan. Disseminando il territorio di poster (eventualmente di dimensioni diverse, in base al luogo di esposizione) evocativi della campagna, si attira l'interesse dei passanti, promuovendo così il progetto.

Particolarmente indicato per la convocazione di riunioni e conferenze o per comunicare messaggi di breve entità.

- **Striscioni e/o stendardi:** esposti in luoghi di particolare interesse ed affluenza di pubblico, contribuiscono a creare un impatto visivo importante sul territorio. Poche informazioni, semplici ed essenziali, coordinate graficamente con tutti gli altri materiali della campagna, fungono da memento per i passanti e promuovono il progetto per tutto il tempo di esposizione.

- **Gadget:** si ritiene utile fornire un gadget che funga allo stesso tempo da richiamo per la campagna di comunicazione e da "premio" per l'impegno profuso. Benché di primo acchito questo elemento possa sembrare marginale, la valenza del gadget quale riconoscimento da parte delle Istituzioni contribuisce a creare consenso verso la campagna. Inoltre, la personalizzazione del gadget con il logo dell'iniziativa, se utilizzato in luoghi pubblici, può fungere da ulteriore strumento promozionale.

Tutti gli strumenti sopra elencati dovranno rispettare il format grafico ideato e condiviso in fase di progettazione. Partendo da questa base grafica, sono stati elaborati i vari supporti del presente PCA, per cui si rimanda all'allegato 1.

Ai fini operativi e nell'ottica del contenimento dei costi, legati in particolare alla predisposizione dei materiali, sono state individuate tre categorie di supporti, con crescente grado di personalizzazione:

- materiali "neutri": uguali per tutto il territorio e funzionali alla visibilità della campagna (es. dépliant informativo, gadget, adesivi per cassonetti)

- materiali personalizzati internamente: il format grafico rimane uniforme, con la possibilità di accorparlo in un unico lotto produttivo, ma personalizzato manualmente con messaggi specifici (es. manifesti per la convocazione delle riunioni, carta intestata per lettere alla Cittadinanza)
- materiali specifici: prodotti su ordinazione e richiesta specifica della singola Amministrazione Comunale (es. adesivi di personalizzazione Eco-Punti, volantini recanti informazioni specifiche del Comune)

3.3 FINALITA' PRINCIPALI DEGLI STRUMENTI COMUNICATIVI

Obiettivi da raggiungere tramite i singoli elementi della campagna comunicativa

Strumento	Finalità	Target
Volantino di primo contatto (distribuito capillarmente ad ogni utenza)	Creare un primo canale di contatto in cui viene presentata l'iniziativa nel suo complesso. Convocare la popolazione ad una serie di incontri pubblici.	Tutte le utenze
Incontri pubblici	<p>Esplicare in modo dettagliato i contenuti del progetto e rispondere alle richieste ed ai dubbi dei Cittadini.</p> <p>Creare un canale di comunicazione diretto con la popolazione, incentivando la partecipazione attiva e generando aspettative rispetto ai risultati da ottenere.</p>	Tutte le utenze (riunioni diversificate)
Lettere nominative (consegnate a domicilio da un operatore debitamente formato)	<p>Riprendere in modo dettagliato i contenuti delle riunioni pubbliche, per informare quanti non fossero intervenuti e ribadire il concetto per gli altri utenti. In questa sede è già possibile dare spazio alla descrizione di iniziative specifiche previste dai singoli Comuni per incentivare la raccolta differenziata.</p> <p>La lettera dovrà, inoltre, contenere l'indicazione dell'Eco-Punto di riferimento per ogni utenza. In alcuni casi, sono previste più comunicazioni nominative (dove il progetto viene attivato per zone, in tempi diversi)</p> <p>Si prevedono, inoltre, comunicazioni in itinere per informare i Cittadini sull'andamento del progetto e su eventuali azioni correttive.</p>	Tutte le utenze (previsti contenuti diversificati per utenze domestiche e non domestiche)
Dépliant informativo sulle modalità di raccolta	Il dépliant previsto dovrà contenere tutte le istruzioni per la raccolta differenziata, in particolare di carta, plastica, vetro, organico e secco residuo. Per ogni frazione è previsto un elenco di materiali esemplificativi del conferimento e le modalità di raccolta. Tale strumento è uguale per tutti i Comuni.	Tutte le utenze
Manifesti (vari formati)	Veicolare messaggi semplici a cui deve essere data ampia visibilità (convocazione riunioni, brevi istruzioni ecc...). Il manifesto, dato il breve periodo di fruibilità, non si presta ad informazioni dettagliate, ma consente di coinvolgere ed attirare	Tutte le utenze

	<p>l'attenzione della popolazione. Non trascurabile, inoltre, è l'aspetto promozionale: manifesti distribuiti in luoghi strategici del territorio richiamano il logo e lo slogan della campagna, ricordando ai Cittadini l'importanza del progetto.</p>	
Presentazioni informatizzate	<p>Eventuali supporti elettronici, da utilizzare in occasione di assemblee o disponibili sui siti web degli enti coinvolti, possono raggiungere un ampio spettro di utenze e, potendo essere modificati in tempi brevi, si rivelano un importante strumento di informazione ed aggiornamento.</p>	Tutte le utenze
Adesivi cassonetti (vari formati)	<p>Si prevede la predisposizione di adesivi specifici per i contenitori destinati alla raccolta carta, plastica, vetro, organico ed RSU. Data l'immediatezza del messaggio (contestuale al conferimento), l'utente dovrebbe essere agevolato nell'attuazione delle pratiche corrette e scoraggiato a trasgredire. L'uniformità di immagine dei cassonetti sul territorio, diminuisce, inoltre, l'impatto degli stessi, rendendo il colpo d'occhio più gradevole.</p>	Tutte le utenze
Striscioni, stendardi, cartelloni e simili	<p>Hanno lo scopo di creare interesse attorno all'evento. Uniformati all'assetto grafico della campagna, contribuiscono a rendere visibilità al progetto e fungono da richiamo e monito per tutta la popolazione, anche su tempi medio-lunghi, in modo che non cali l'attenzione e l'interesse per il progetto.</p>	Tutte le utenze (diversificati in base alle caratteristiche del territorio e alle esigenze delle Amministrazioni)
Gadget	<p>Si prevede la distribuzione di una borsa "multimateriale" per agevolare la raccolta ed il trasporto dei rifiuti presso l'Eco-Punto. Ogni borsa sarà personalizzata con il logo della campagna e l'immagine dell'Eco-Punto. Tale strumento non solo è funzionale a livello operativo, ma si rivela un utile supporto promozionale. Inoltre, non bisogna trascurare la valenza che tale gadget avrà a livello di incentivo sulla popolazione, che si vede premiata con un piccolo accessorio utile nel quotidiano.</p>	Utenze domestiche

3.4 PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Timing di massima

Attività	Tempistiche di attuazione		
Volantini e lettere di presentazione del progetto	30/45 giorni prima dell'avvio	Attività propedeutiche	Informare, formare, coinvolgere la popolazione
Affissione manifesti con logo e slogan progetto (anche per convocazione della riunione)	30/45 giorni prima dell'avvio		
Incontri pubblici	A partire da 30 giorni prima dell'avvio		
Distribuzione lettere nominative con indicazione Eco-Punti	A partire da 15 giorni prima dell'avvio		
Distribuzione materiale informativo (dépliant sulle modalità di raccolta)	Contestuale all'attività precedente		
Attività formativa da parte di personale specializzato	Contestuale alle attività precedenti		
Installazione bandiere, striscioni, cartelloni	10/15 giorni dall'avvio		
Allestimento Eco-Punti e personalizzazione (manifesti con istruzioni, adesivi cassonetti)	A partire da 10 giorni dall'avvio		
AVVIO PROGETTO			
Distribuzione gadget	2/3 mesi dall'avvio (in alcuni Comuni si è scelto di fornire il gadget contestualmente alla distribuzione del materiale informativo)	Attività di mantenimento	Monitorare, creare il feed-back, ottenere il consenso e la partecipazione globale.
Incontri pubblici (per rilevare eventuali problemi e comunicare i risultati)	da 3 a 6 mesi dall'avvio		
Distribuzione lettere secondo contatto (comunicazione risultati, eventuali azioni correttive)	da 3 a 6 mesi dall'avvio		
Nuova distribuzione materiale informativo	oltre i 6 mesi		

ATA

3.5 ANALISI DEI COSTI

Come più volte accennato in precedenza, in fase di analisi e preventivazione dei costi da sostenere per la campagna di comunicazione, si è cercato di ottimizzare i materiali, individuando alcuni supporti comuni a tutta l'area, al fine di ottenere condizioni di acquisto migliori e contenere i costi di gestione.

Per quanto concerne gli strumenti specifici personalizzati per ogni Comune, benché in presenza di materiali simili (es. volantini), i costi di produzione possono variare anche in modo consistente, in ragione delle quantità richieste. Non essendo possibile prevedere a priori tutte le personalizzazioni, nel seguente prospetto dei costi si seguono le linee guida esplicitate nel paragrafo 3.2 (suddivisione tra materiali "neutri", "personalizzati internamente" e "specifici").

COMUNICAZIONE DI AVVIO

MATERIALI "NEUTRI"

Dépliant (modalità e istruzioni raccolta)	0,108	11000	€ 1.188,00
Adesivi vari per cassonetti (Identificazione materiali e modalità di conferimento)	1,910	1000	€ 1.910,00
Gadget (borsoni personalizzati per raccolta rifiuti)	1,600	10000	€ 16.000,00
Elaborazione grafica materiali			€ 11.500,00
			€ 30.598,00

MATERIALI PERSONALIZZATI INTERNAMENTE

Manifesti (vari formati) -- prezzo medio tra formato A4 - A3 - 100 x 70	1,662	2000	€ 3.324,00
Carta intestata progetto per lettere e comunicazioni varie	0,074	22000	€ 1.636,80
Buste da lettera personalizzate	0,096	22000	€ 2.112,00
Striscioni, stendardi, cartelloni promozionali campagna	7.200,000		€ 7.200,00
Distribuzione materiali (volantini, lettere, dépliant)	3,000	22000	€ 66.000,00
			€ 80.272,80

MATERIALI SPECIFICI

Adesivi/cartelloni di personalizzazione Eco-Punti (formato 100 x 100 cm) con istruzioni	24,000	100	€ 2.400,00
Volantini personalizzati per promozione progetto ed iniziative specifiche	0,360	22000	€ 7.920,00
			€ 10.320,00

**TOTALE COSTI PER COMUNICAZIONE DI
AVVIO**

€ 121.190,80

COMUNICAZIONE DI MANTENIMENTO

Dépliant (istruzioni e consigli per il miglioramento)	0,108	11000	€ 1.188,00
Lettere dell'Amministrazione (carta intestata)	0,074	22000	€ 1.628,00
Buste da lettera personalizzate	0,083	22000	€ 1.826,00
Volantini	0,360	22000	€ 7.920,00
Elaborazione grafica materiali			€ 5.750,00
Distribuzione materiali	1,500	22000	€ 33.000,00

TOT COSTI COMUNICAZIONE DI MANTENIMENTO	€ 51.312,00
---	-------------

TOTALE COSTI DI COMUNICAZIONE	€ 172.502,80
--------------------------------------	---------------------

AGEMA

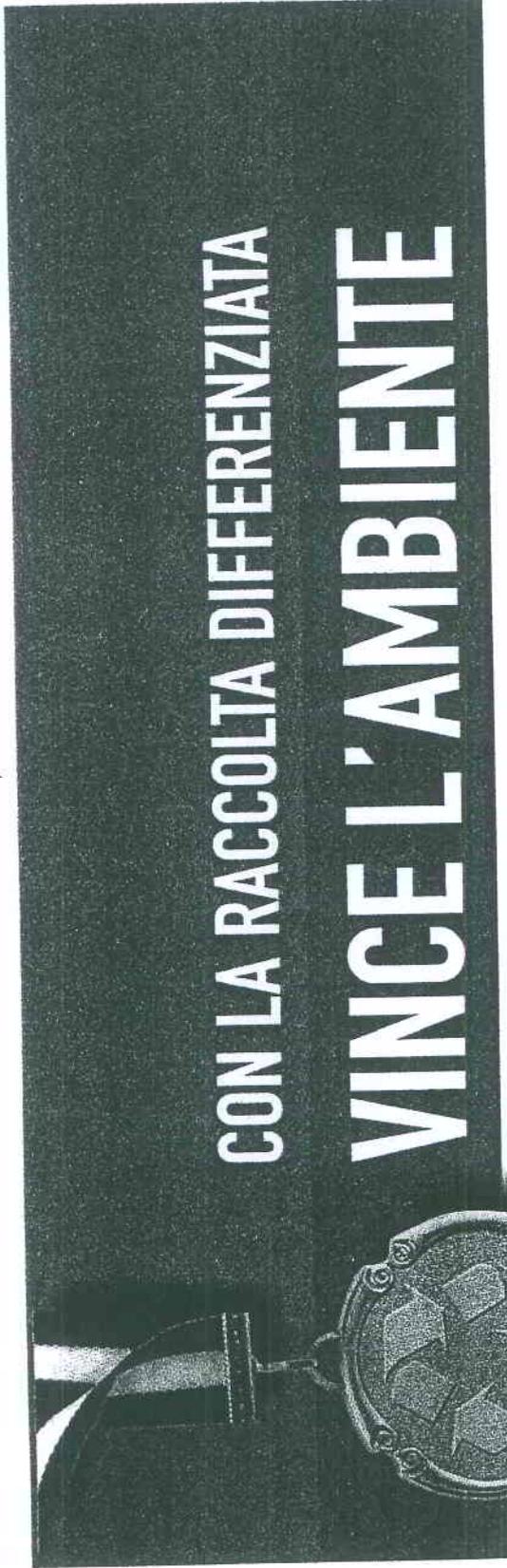
Allegato 1

**Piano di
Comunicazione Ambientale**

Progetto di Riorganizzazione della Raccolta Stradale

**Bozzetti dei principali
supporti grafici**

ACEA



DEPLIANT ISTRUZIONI - esterno

Perché ?

Come ?

**COME USARE
L'ECO-PUNTO?**

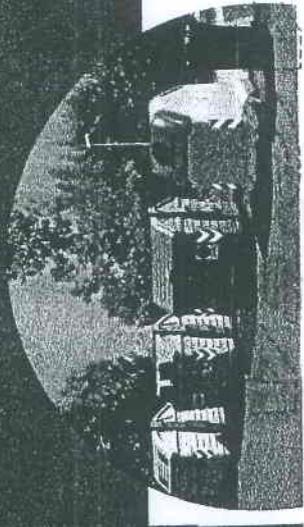
Consigli utili per ottenere risultati

- Conferire correttamente i propri rifiuti, in maniera differenziata, presso l'ECO-PUNTO assegnato
- Evitare di abbandonare rifiuti fuori dai cassonetti, per mantenere il decoro e la pulizia del nostro territorio
- Utilizzare l'ECO-PUNTO in modo costante e continuativo, evitando di accumulare rifiuti in casa

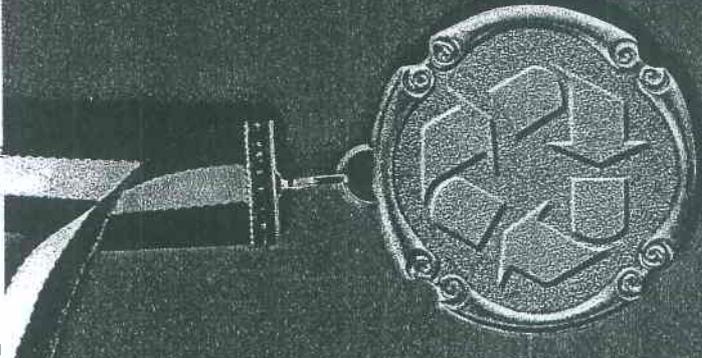
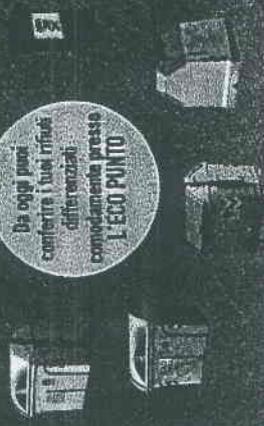
PER INFORMAZIONI:

- contattare il Comune di appartenenza
- oppure telefonare al

Numero Verde
800 808055



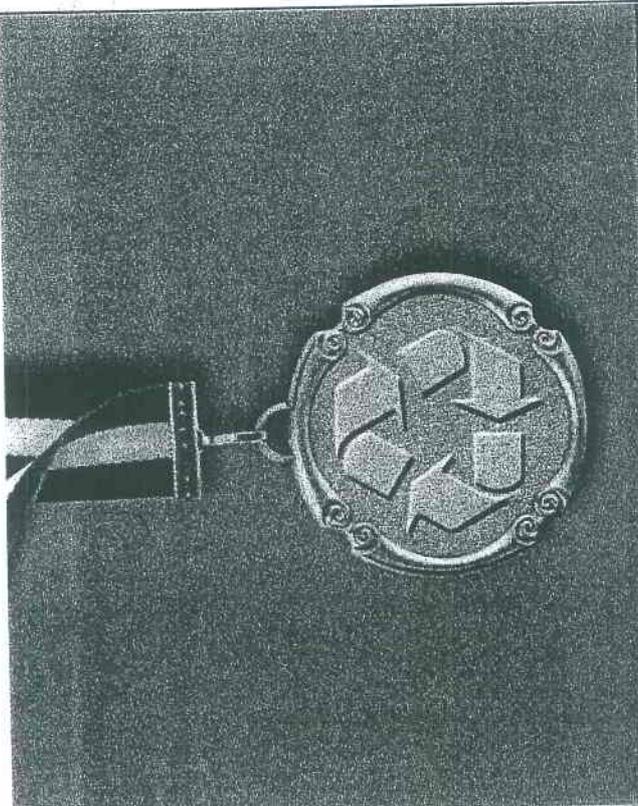
Ora oggi puoi conferire i tuoi rifiuti differenziati comodamente presso l'ECO PUNTO



CON LA RACCOLTA DIFFERENZIATA

**VINCE
L'AMBIENTE**





Con la raccolta differenziata
VINCE L'AMBIENTE

ACEA
Pinerolese Industriale S.p.A.

CONSORZIO
ACEA PINEROLESE

Prototipo Manifesto
(personalizzabile)
vari formati



Bandiera



da appendere con
apposito supporto
perpendicolarmente
ai pali stradali





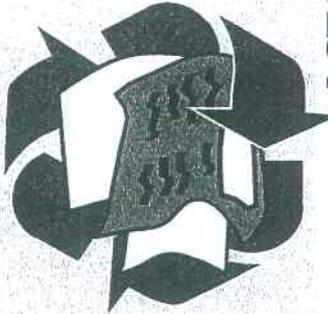
Eco-Punto N.

tipologia di rifiuto	cosa SÌ	cosa NO	modalità di raccolta
UMIDO ORGANICO 	<ul style="list-style-type: none"> • avanzi di cibo • alimenti non deperibili e scarti • filtri di tè o caffè, fondi di caffè • bruciole di carta, carta di cucina • fiori e foglie, piante del appartamento 	<ul style="list-style-type: none"> • materiali non biodegradabili • materiali secchi, riciclabili e pericolosi • pneumatici, pneumatici sgonfiati • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) 	
SECCO RESIDUO 	<ul style="list-style-type: none"> • rifiuti di plastica e gomma • carta, cartone, metallo, alluminio • pneumatici, pneumatici sgonfiati • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) 	<ul style="list-style-type: none"> • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) 	
CARTALE CARTONE 	<ul style="list-style-type: none"> • giornali, riviste, libri e quaderni • francese e fogli vari • cartoni piegati, plastobagno • scatole di cartone • carta da imballaggio 	<ul style="list-style-type: none"> • nylon, sacchetti, cellophane • carta e cartone plastificato • contenitori in polipropilene • pneumatici (pneumatici) 	
IMBALLAGGI IN PLASTICA 	<ul style="list-style-type: none"> • bottiglie e fiaschi in vetro • fiaschi di vetro, bottiglie, contenitori • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) 	<ul style="list-style-type: none"> • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) 	
VETRO 	<ul style="list-style-type: none"> • bottiglie, vasetti, bicchieri 	<ul style="list-style-type: none"> • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) • pneumatici (pneumatici) (pneumatici) 	

Manifesto di personalizzazione
ECO-PUNTI
 (f.to 100 x 100 cm)
 in PVC adesivo



CARTA

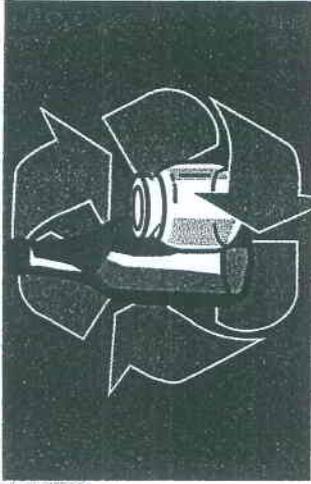


ACEA
Pinerolese Industriale S.p.A.

Numero Verde
(800 808055)

Adesivi vari
per cassonetti
(in PVC)

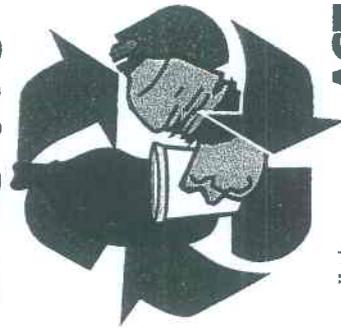
VETRO



ACEA
Pinerolese Industriale S.p.A.

Numero Verde
(800 808055)

PLASTICA



ACEA
Pinerolese Industriale S.p.A.

Numero Verde
(800 808055)

E' ASSOLUTAMENTE VIETATO

CONFERIRE NEL CASSONETTO:

- MATERIALE SFUSO (cioè non racchiuso in sacchetti)
- SFALCI, RAMAGLIE, ERBA
- SACCHI DI GRANDI DIMENSIONI
- SCATOLE, SCATOLONI E CARTONE DI OGNI TIPO
- CASSETTE DELLA FRUTTA E VERDURA
- MATERIALI INGOMBRANTI DI OGNI GENERE (es. fornelli, bombole del gas, giocattoli ecc.)

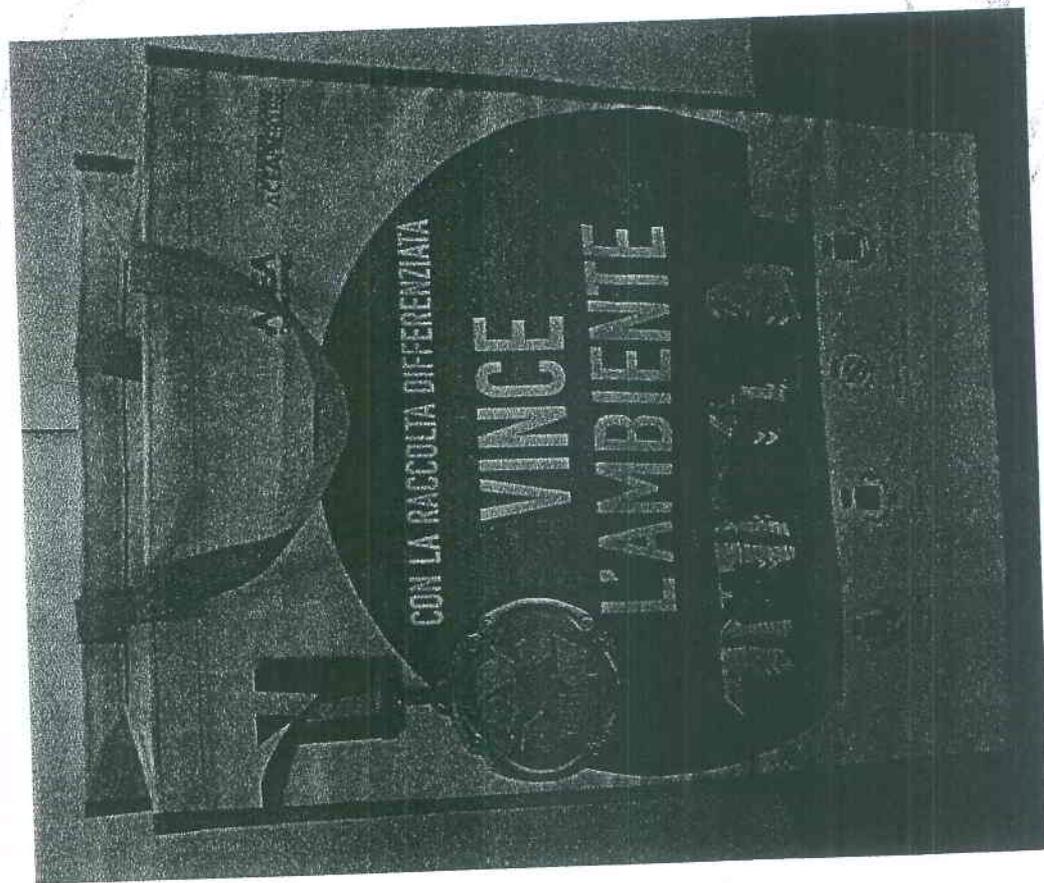
NON ABBANDONARE RIFIUTI FUORI DAL CASSONETTO
I TRASPIRESSIONI SARANNO SANZIONATI AI SECONDI DELLA LEGGE VIOLATA



ACEA
Pinerolese Industriale S.p.A.

Numero Verde
(800 808055)





Gadget
Borsa per raccolta
(50 litri)

Letto, confermato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE
F.to Giuseppino BERTI

IL SEGRETARIO CONSORTILE
F.to MATINA Dr. Emanuele

Si attesta la copertura finanziaria ai sensi dell' art. 153 del D.Lgs. n. 267 del 18.08.2000

IL RESPONSABILE
MATINA Dr. Emanuele

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

La presente deliberazione viene pubblicata all' Albo Pretorio di questo Consorzio per 15 giorni consecutivi, come previsto dall' art. 124, comma 1, del D.Lgs. n. 267 del 18.08.2000, con decorrenza dal 25 LUG. 2006 Pinerolo, li 25 LUG. 2006



IL SEGRETARIO CONSORTILE
MATINA Dr. Emanuele

Copia conforme all' originale per uso amministrativo.
Pinerolo, li 25 LUG. 2006



IL SEGRETARIO CONSORTILE
MATINA Dr. Emanuele

DICHIARAZIONE DI ESECUTIVITA'

La presente deliberazione è stata affissa all' Albo Pretorio Consortile per 15 giorni consecutivi, dal 25 LUG. 2006, al -9 AGO. 2006 senza reclami.

La presente deliberazione è DIVENUTA ESECUTIVA IN DATA -4 AGO. 2006

Per la scadenza del termine di 10 giorni dalla pubblicazione all' Albo Pretorio (art. 134, comma 3 del T.U. n. 267/2000)

Pinerolo li -9 AGO. 2006



IL SEGRETARIO CONSORTILE
MATINA Emanuele