



INDICE

OBIETTIVI.....	1
DESTINATARI DELLA CAMPAGNA	1
STRATEGIA COMUNICATIVA.....	2
1. FASE DI AVVIO.....	5
1.1 STRUMENTI.....	5
1.1.1 STRUMENTI CARTACEI.....	5
1.1.2 STRUMENTI WEB E DIGITAL.....	8
1.2 INIZIATIVE.....	11
2. FASE DI MANTENIMENTO.....	12
2.1 PROGETTO DIDATTICO “LE AVVENTURE DEL PROF.TERRA TERRA”.....	13
2.2 RICICLIAMO - CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER IL POTENZIAMENTO DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA.....	16
2.3 RIDUCIAMO - CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER LA RIDUZIONE DELLA PRODUZIONE DEI RIFIUTI.....	19
2.4 RISPETTIAMO - CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER UN AMBIENTE PIU’ PULITO E IL DECORO URBANO.....	24
2.4.1 LO FARESTI A CASA TUA?.....	24
2.4.2 00RIF AGENTI AMBIENTALI.....	27
NOTA ALLEGATI.....	29
ELENCO ALLEGATI.....	30



OBIETTIVI

L'impegno di Linea Gestioni nei confronti dei Comuni serviti e dell'ambiente non si traduce solo nell'erogazione di servizi ma anche e soprattutto in progetti e attività di comunicazione ed educazione ambientale finalizzate a stimolare il senso civico di adulti e bambini, al fine di promuovere lo sviluppo sostenibile nelle realtà in cui l'azienda si trova ad operare. In virtù della propria responsabilità sociale e di impresa ma soprattutto in virtù della propria esperienza ultradecennale nell'ambito della comunicazione e della educazione ambientale, Linea Gestioni mette a disposizione il proprio know how e le proprie proposte di comunicazione/educazione ambientale ormai consolidate nelle provincie di Cremona, Lodi e Brescia attraverso strumenti di comunicazione sia tradizionali (campagne informative) che innovativi (web e digital communication) finalizzati a:

1. Sensibilizzare i cittadini rendendoli consapevoli dell'importanza della salvaguardia dell'ambiente più in particolare rispetto ai seguenti aspetti:

- a. Raccolta Differenziata (potenziamento RD)
- b. Prevenzione Rifiuti (riduzione quantità prodotte e acquisti intelligenti)
- c. Sostenibilità Ambientale (promozione pratiche “green”)

2. Informare i cittadini in merito alle modalità del servizio di igiene urbana:

- a. come separare correttamente i rifiuti
- b. come esporre correttamente i rifiuti
- c. come e dove rivolgersi per informazioni, reclami, ecc....

3. Mantenere alta l'attenzione dei cittadini per tutto il periodo d'appalto:

- a. informando periodicamente gli utenti sui risultati ottenuti
- b. organizzando incontri pubblici.

La campagna di comunicazione riveste un'importanza fondamentale per la buona riuscita del progetto: fa sì che l'utente abbia la possibilità di avvicinarsi e di prendere confidenza con il sistema di raccolta sentendosi coinvolto. L'obiettivo è infatti l'acquisizione, da parte dei destinatari, di una matura consapevolezza dell'importanza del progetto e del fatto che i risultati dipendono direttamente dal loro comportamento. Per questo motivo, gli interventi e gli strumenti previsti sono articolati in modo tale da garantire il massimo grado di coinvolgimento, di sensibilizzazione ed informazione.

DESTINATARI DELLA CAMPAGNA

La campagna di informazione e sensibilizzazione è indirizzata a tutte le tipologie di utenza presenti nei Comuni serviti:



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

- **UtENZE domestiche:** sono così definiti i cittadini ed i nuclei familiari produttori di soli rifiuti urbani. Sono i primi destinatari della campagna informativa costituendo, numericamente, il corpus principale di intervento.
- **UtENZE non domestiche:** sono così definite le utenze di tipo commerciale, gli esercenti pubblici e le attività economiche in genere che producono rifiuti assimilati, da Regolamento Comunale, ai rifiuti urbani.
- **Scuole di ogni ordine e grado:** il coinvolgimento degli studenti è fondamentale poiché da un lato assicura la continuità temporale dei comportamenti eco-sostenibili e dall'altro permette di condizionare indirettamente i comportamenti familiari.
- **Comitati di quartiere, di frazione, circoli, associazioni:** operando a livello locale tali strutture potranno fungere da interlocutori preferenziali e soggetti con cui intavolare la concertazione.
- **Cittadini stranieri:** la crescente presenza di cittadini stranieri nelle nostre città comporta la necessità di garantire la corretta fruibilità dei servizi anche da parte di utenti non di lingua italiana.
- **Associazioni di categoria:** per garantire una migliore riuscita del progetto, potrà essere necessario coinvolgere anche le associazioni di categoria; esse potranno farsi portavoce delle novità nei confronti dei loro associati, svolgendo un'importante ruolo di mediazione.
- **Mass Media:** il ruolo dell'informazione (cartacea, televisiva, radiofonica e on line) è assolutamente determinante per la veicolazione efficace dei messaggi ecologici e di servizio.
- **Personale aziendale:** chi effettua il servizio di raccolta differenziata rappresenta evidentemente la principale frontline nei riguardi dei cittadini.

STRATEGIA COMUNICATIVA

In linea generale esistono molteplici modalità di comunicazione e coinvolgimento dei cittadini da impiegare nella promozione di un sistema di gestione dei rifiuti solidi urbani.

Le strategie devono essere progettate in funzione degli obiettivi da raggiungere, della tipologia e dell'urbanizzazione del territorio, dell'organizzazione sociale locale, del sistema di raccolta messo in atto, delle novità previste per il sistema di raccolta e devono fondarsi sui seguenti elementi:

- **Capillarità dell'informazione:** copertura integrale del territorio e raggiungimento dei target. Una campagna informativa organica e massiccia dovrà porsi, innanzitutto, l'obiettivo di raggiungere con l'informazione tutti gli utenti e di ottenere la collaborazione di tutti nella realizzazione attiva della raccolta differenziata della riduzione della produzione dei rifiuti e della sensibilizzazione rispetto al decoro urbano e alla sostenibilità ambientale. Questo risultato si potrà ottenere sviluppando adeguatamente, all'interno delle varie azioni di



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

comunicazione, tutte le diverse motivazioni di interesse per i diversi target che ci si propone di raggiungere: ambientali, economiche, culturali, sociali.

- **Semplicità e flessibilità degli strumenti informativi:** i materiali informativi proposti sono progettati con un format grafico tale da permettere una lettura immediata delle informazioni chiave: sono ricchi di immagini, in modo da attirare l'attenzione e far focalizzare immediatamente l'oggetto del messaggio; sono organizzati con una priorità di lettura in funzione delle priorità del contenuto veicolato. Altra caratteristica è la loro adattabilità: in caso di aggiornamenti inerenti il servizio o il territorio, i materiali potranno costituire la base grafica di partenza che potrà essere personalizzata con riferimenti e contenuti aggiornati.
- **Riconoscibilità, progressività e continuità grafica e di messaggio dei materiali:** il progetto prevede la realizzazione di una serie di materiali graficamente coordinati. Come detto in precedenza, l'integrazione dei messaggi è elemento fondamentale per la buona riuscita di una campagna. L'uniformità delle componenti figurative, delle variabili cromatiche, degli slogan e delle informazioni contenute nei testi garantiscono la costruzione di un universo di senso e di valori compatto. Questo è fondamentale per richiamare l'attenzione costante del cittadino perché tutti i materiali utilizzati sono da questi ricondotti univocamente alla campagna e ai suoi obiettivi. Inoltre il progetto assume carattere di estrema autorevolezza potenziando al massimo l'efficacia degli interventi.
- **Inserimento attivo nel tessuto sociale locale:** le informazioni date, in termini di responsabilità precisa del singolo cittadino nei confronti dei risultati ottenuti nella raccolta differenziata, di una gestione etica delle economie e del rispetto e della protezione del territorio del proprio Comune e dell'ambiente in generale, non devono essere recepite come imposizioni “calate dall'alto” ma come opportunità per riacquistare una dimensione più a misura d'uomo nel proprio ambiente. Questo obiettivo è raggiungibile attraverso il coinvolgimento nel progetto di tutti gli strati sociali, dalle associazioni ambientaliste locali, alle associazioni dei consumatori, alle scuole e alla stampa locale.
- **Integrazione e coordinamento delle azioni di coinvolgimento:** per ottenere un effetto sinergico, la pianificazione degli interventi dovrà prevedere di coinvolgere, in un periodo di tempo limitato, fasce parallele di popolazione: alunni in età scolare, cittadini adulti, associazioni locali. In particolare, il coinvolgimento degli studenti delle scuole primarie e secondarie ha una valenza sociale perché, anche se in tempi non immediati, permette di incentivare lo sviluppo di una nuova sensibilità ambientale ed etica nelle generazioni future e di ampliare il senso di appartenenza dell'uomo all'ambiente, rendendo gli studenti attivi nel rapporto con il proprio territorio.

Per il raggiungimento obiettivi sopra descritti il piano di comunicazione e sensibilizzazione si svilupperà attorno a tre macro-aree di comunicazione:



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

- **raccolta differenziata** (da attuarsi prevalentemente durante la FASE DI AVVIO del servizio)
- **riduzione della produzione dei rifiuti** (da attuarsi prevalentemente durante la FASE DI MANTENIMENTO, quindi negli anni successivi al primo).
- **decoro urbano e sostenibilità ambientale** (da protrarsi prevalentemente durante la FASE DI MANTENIMENTO, quindi negli anni successivi al primo).

Il concept di tutte le campagne (che verranno tradotte attraverso l'utilizzo di più strumenti sia cartacei che digitali) si svilupperà attorno ai concetti di RIDUZIONE, RICICLO e RISPETTO e accompagnerà tutti i materiali prodotti.

Il lay out grafico dei materiali sarà caratterizzato dall'utilizzo dell'*eco-smile* - simbolo del servizio di igiene ambientale aziendale - e sarà impostato attorno al claim



riduciamo rispettiamo ricicliamo

che riassume efficacemente i tre messaggi e le relative campagne di educazione e sensibilizzazione che accompagneranno il progetto:

riduciAMO: riduzione dei rifiuti

rispettiAMO: ambiente più pulito

ricicliAMO: raccolta differenziata

Il claim riprende inoltre il concetto di AMORE, inteso come amore per l'ambiente, per il proprio paese e per il proprio territorio, che ben si presta alle diverse declinazioni che il piano di comunicazione e sensibilizzazione di questo progetto vuole offrire e che simboleggia la necessità di proteggere e far crescere il territorio in cui l'azienda si trova ad operare.

Per l'attuazione del Piano di Comunicazione e Sensibilizzazione, Linea Gestioni metterà a disposizione dei Comuni serviti un apposito **team per la gestione della campagna di comunicazione** composto da esperti di comunicazione e relazioni esterne per i rapporti istituzionali e territoriali, la direzione esecutiva della campagna, il coordinamento di tutte le azioni, i rapporti con fornitori terzi, la gestione delle fasi concertative, la definizione dei contenuti, la logistica e l'organizzazione di tutte le fasi operative. Il team sarà coadiuvato da esperti di comunicazione ambientale, con esperienza ultra-decennale, per la definizione delle strategie e la supervisione scientifica delle attività.

Il Piano di comunicazione e sensibilizzazione sarà proposto nei tempi di seguito descritti e sintetizzati nel cronoprogramma allegato (*Allegato 1*).



1. FASE DI AVVIO

Questa fase è finalizzata prevalentemente ad informare i cittadini in merito alle novità che verranno introdotte al servizio con particolare riferimento alla consegna/utilizzo dei nuovi contenitori per la raccolta nonché a fornire strumenti atti a seguire le regole della differenziata e a migliorare la percentuale di rifiuti destinati al riciclo.

Tutte le utenze (domestiche e non domestiche) saranno informate e informate affinché possano conferire i rifiuti in modo corretto. La comunicazione sarà rivolta a un target il più vasto possibile con mezzi e linguaggi variabili in funzione del singolo destinatario con l'obiettivo di:

- Informare in ordine alle corrette modalità di effettuazione della raccolta
- Spiegare le motivazioni che inducono ad attivare e migliorare i servizi di raccolta differenziata
- Sottolineare i vantaggi ambientali ed economici che ne derivano
- Fornire assicurazioni sull'effettivo riciclaggio dei materiali separati.

La campagna si avvarrà degli strumenti e delle iniziative sotto descritte.

1.1 STRUMENTI

Gli strumenti di comunicazione per la fase di avvio del servizio di Linea Gestioni si suddividono in strumenti cartacei e strumenti web/digital.

1.1.1 STRUMENTI CARTACEI

Lettera Informativa

Al fine di anticipare le novità del servizio ma soprattutto di indicare le modalità attraverso le quali ritirare il kit dei contenitori per la raccolta e i materiali informativi destinati a ciascuna utenza, verrà realizzata e recapitata a tutti i cittadini una lettera su riportante il logo del Comune e quello Linea Gestioni che conterrà i seguenti elementi principali:

- Premessa del Sindaco in cui vengono spiegate brevemente le novità del servizio e le motivazioni alla base delle stesse
- Date, luoghi, orari e modalità in cui verranno allestiti gli info-point per la distribuzione dei kit con i contenitori e i materiali informativi per l'avvio del servizio e le indicazioni relative alle modalità di ritiro dei kit nel caso di impossibilità a ritirarli presso gli info-point. Nella lettera saranno inoltre sinteticamente anticipate le modalità di smaltimento dei vecchi contenitori ovvero le modalità del servizio di recupero che l'azienda offrirà ai cittadini che desiderano disfarsene.



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

La lettera – realizzata in formato flyer 2 max 3 ante - verrà personalizzata per ciascun Comune, stampata e distribuita door to door a tutte le utenze domestiche e non domestiche residenti. Trattandosi di una comunicazione strategica e determinante per l’attuazione del servizio ed essendo fondamentale che tutte le utenze siano messe a conoscenza dei luoghi e delle date di ritiro del kit per la raccolta differenziata, all’interno del flyer verrà realizzata una sezione tradotta in lingua inglese con la sintesi delle indicazioni relative all’allestimento e apertura degli info-point. *Allegato 2*

Locandine

Contestualmente all’invio della lettera informativa, verranno realizzate, personalizzate e consegnate a ciascun Comune locandine formato 70x50 cm con l’indicazione delle date, luoghi, orari e modalità in cui verranno allestiti gli info-point per la distribuzione dei kit con i contenitori e i materiali informativi per l’avvio del servizio. Le copie delle locandine saranno stampate e consegnate a ciascun Comune in quantità non superiori alla proporzione 1 locandina ogni 200 abitanti. *Allegato 3*

Opuscolo Informativo

In occasione dell’avvio del servizio e più in particolare della consegna del kit dei nuovi contenitori presso gli info-point appositamente allestiti, verrà realizzato e consegnato a tutte le utenze un opuscolo informativo che costituirà la base per una corretta differenziazione dei rifiuti con info utili relative alla raccolta differenziata, alle novità del servizio e alle modalità di raccolta ed esposizione dei rifiuti. Più in particolare, sull’opuscolo sarà dedicata una pagina a ciascuna tipologia di rifiuti raccolti con il servizio porta a porta con indicazioni su:

- Quali rifiuti raccogliere
- Come raccogliarli (quali contenitori/sacchi utilizzare)
- Quando esporli

Nell’opuscolo verrà inserita una sezione appositamente dedicata alla spiegazione delle modalità raccolta ed esposizione attraverso l’utilizzo dei nuovi contenitori di secco e umido dotati di micro-chip con informazioni relative alle finalità di utilizzo (trasmissione puntuale dei dati di raccolta delle due frazioni in funzione di un eventuale adeguamento del sistema tariffario) ma soprattutto alle modalità di utilizzo (svuotamento, esposizione a pieno contenuto ecc...).

Sull’opuscolo troveranno spazio anche le informazioni relative al conferimento dei rifiuti in Piazzola/Piattaforma. Anche in questo caso saranno specificate le tipologie di rifiuti conferibili presso i Centri/Piattaforme, le modalità di accesso (CRS, orari di apertura nonché nuove modalità di pesatura dei rifiuti).

Sull’opuscolo saranno inoltre inserite le informazioni relative alla prenotazione di servizi a richiesta (ritiro ingombranti a domicilio, per esempio) nonché tutti i riferimenti aziendali per il contatto da parte



degli utenti (indirizzi, orari sportello, numeri di telefono, numero verde gratuito e numero mobile per messaggi whatsapp per segnalazioni e richieste).

L'impostazione grafica dell'opuscolo sarà unica per tutti i Comuni con personalizzazioni relative alle parti variabili, il lay out grafico sarà caratterizzato dall'utilizzo di immagini identificative di ciascuna tipologia di rifiuto e contenitore a supporto dei testi.

L'opuscolo sarà realizzato in versione multilingue nelle seguenti lingue: inglese, francese, spagnolo, cinese, arabo.

L'opuscolo sarà consegnato unitamente al kit dei nuovi contenitori e sarà inoltre caricabile on line anche dal sito www.linea-gestioni.it.

Allegati 4-5

Glossario rifiuti

Al fine di esemplificare ulteriormente la raccolta differenziata e soprattutto di fugare i dubbi relativi al conferimento di alcune tipologie di rifiuti considerate “ostiche” (per esempio i materiali poliaccoppiati), unitamente all'opuscolo informativo, nell'ambito della distribuzione dei kit contenitori verrà realizzato e consegnato a tutte le utenze un glossario rifiuti ovvero un opuscolo con l'elenco di oltre 250 tipologie diverse di rifiuti e il loro corretto conferimento. Il glossario prevedrà inoltre una sezione interamente dedicata ai simboli utilizzati sui prodotti di consumo e soprattutto sugli imballaggi (per esempio: PP PET PVC ecc), alla loro spiegazione e alla destinazione dei rifiuti che riportano questa simbologia.

Il glossario sarà realizzato con l'ausilio di icone rappresentative di ciascuna tipologia di rifiuti così da essere comprensibile anche per i cittadini di lingua straniera attraverso l'inserimento di una legenda multilingue.

Il glossario sarà consegnato unitamente al kit dei nuovi contenitori e sarà inoltre caricabile on line anche dal sito www.linea-gestioni.it.

Allegato 6

Calendarifiuti

Con cadenza annuale sarà consegnato ad ogni utenza il Calendarifiuti che conterrà, sinteticamente:

- Calendario dei servizi di raccolta domiciliare
- Orari di apertura dei Centri di Raccolta/Piattaforme
- Sintesi delle modalità di esposizione dei rifiuti al pubblico servizio
- Comunicazioni specifiche da parte del singolo Comune

Il calendario, che verrà proposto e realizzato ogni anno per ogni singolo Comune, sarà inoltre lo strumento attraverso il quale informare in merito ad eventuali novità introdotte nel servizio nonché informare delle iniziative/attività promosse sul tema della riduzione dei rifiuti e del decoro urbano. Sul calendario saranno inoltre riportati i risultati annuali di RD e di quantità di rifiuti raccolti in ciascun Comune.



Il calendario avrà la stessa impostazione grafica per tutti i Comuni e sarà personalizzato per ciascun Comune per quanto riguarda i giorni di raccolta, i materiali conferibili presso i Centri di Raccolta/Piattaforme, i dati di RD e produzione rifiuti. Ogni Comune – previa comunicazione entro e non oltre il 15 settembre di ogni anno – potrà inoltre usufruire di n. 2 pagine personalizzabili sia graficamente che per quanto riguarda i contenuti. Linea Gestioni presenterà ogni anno le bozze del calendario alla stazione appaltante entro e non oltre il 1 agosto. Ogni Comune dovrà comunicare a Linea Gestioni le proprie personalizzazioni entro e non oltre il 15 settembre di ogni anno. Linea Gestioni si occuperà della distribuzione dei calendari a tutte le utenze entro e non oltre il 15 ottobre di ogni anno.

Il calendario sarà realizzato in versione multilingue e più in particolare in inglese, francese, spagnolo, arabo e cinese.

Linea Gestioni si rende disponibile a concordare eventuali ulteriori modalità e timing di realizzazione del Calendario sulla base delle esigenze dei singoli Comuni.

Allegato 7

Campagna informativa per la dotazione gratuita di contenitori per pannolini e pannoloni

Durante la fase di avvio del servizio o meglio nei primi 12 mesi di avvio del servizio – nei Comuni che ne faranno richiesta – sarà inoltre avviata una campagna informativa per la dotazione in comodato d'uso gratuito di contenitori specifici per la raccolta di pannolini e pannoloni finalizzata a rispondere alle esigenze delle famiglie con bambini piccoli, più in particolare quelle con bimbi sotto i 3 anni di età che utilizzano i pannolini e che hanno spesso difficoltà a gestire questo tipo di rifiuto poiché riempie oltremisura la pattumiera del secco (il pannolino è un rifiuto non riciclabile, quindi deve essere raccolto con il secco). Idem dicasi per le famiglie con anziani a carico che necessitano dell'utilizzo dei pannoloni.

Il servizio verrà promosso attraverso l'invio di una lettera a tutte le famiglie interessate (disponibile anche sito <http://www.linea-gestioni.it/it/raccolta-rifiuti/modulistica-servizi-richiesta>) nonché dalla produzione di una locandina specifica che verrà consegnata ai Comuni per l'affissione presso gli uffici pubblici nonché presso le farmacie e gli ambulatori medici/pediatrici locali.

Allegato 8



1.1.2 STRUMENTI WEB E DIGITAL

Veicolare il messaggio in rete attraverso strumenti di web e digital communication è diventato un fattore di importanza strategica per il successo di qualsiasi progetto di comunicazione soprattutto



perché si tratta di strumenti di informazione smart, con possibilità di aggiornamenti in tempo reale e soprattutto consultabili i qualsiasi momento e da qualsiasi dispositivo informatico.

Sito web

Sul sito web aziendale è prevista la realizzazione e il successivo aggiornamento di pagine tematiche personalizzate sul sito Linea Gestioni. Per ogni Comune sarà disponibile una pagina dedicata a cui l'utente potrà accedere semplicemente scegliendo in home page nel menu a tendina del bottone “Raccolta porta a porta” il proprio Comune di residenza (personalizzabile, per i Comuni in cui i servizi di raccolta sono suddivisi in zone, a seconda della via di residenza). Sul sito web gli utenti potranno quindi consultare:

- Il calendario dei servizi
- Le istruzioni per una corretta differenziazione dei rifiuti (sia attraverso pagine dedicate che attraverso il download dei materiali cartacei – opuscoli, glossario e calendari) distribuiti
- I consigli per ridurre, riciclare e riutilizzare
- Il glossario rifiuti consultabile digitalmente utilizzando le lettere dell'alfabeto
- Gli orari di apertura delle Piattaforme
- News e avvisi relativi al servizio di raccolta
- La modulistica per la prenotazione di servizi a richiesta nonché quella per l'accesso alle Piattaforme per la raccolta differenziata
- La Carta dei Servizi
- Video tutorial sulla raccolta differenziata
- I risultati ottenuti in termini di percentuale di Raccolta Differenziata e riduzione rifiuti
- Contatti per segnalazioni e richieste

Sul sito sarà inoltre dato spazio alle indagini di customer satisfaction relative al servizio di igiene ambientale: verranno annunciate quando avviate (così che i cittadini contattati abbiano riscontro anche sul sito aziendale) e verranno presentati gli esiti in sintesi in una pagina dedicata all'interno della sezione Qualità Sicurezza Ambiente.

Il sito sarà caratterizzato da una spiccata interattività e sarà quindi utilizzabile non solo per informazioni statiche ma anche e soprattutto per interazioni dinamiche. Sul sito gli utenti potranno non solo consultare e accedere a informazioni utili sul servizio ma potranno anche accedere alle seguenti funzioni:

- L'invio di richieste di informazioni e segnalazioni. Ogni utente – compilando una specifica form accessibile in home page – potrà in automatico inviare allo sportello rifiuti aziendale:
 - Richieste di informazioni
 - Reclami



- Segnalazioni di mancati ritiri
- Segnalazioni di rifiuti abbandonati

Ad ogni richiesta o segnalazione sarà possibile allegare una o più fotografie (funzione utile soprattutto nel caso di segnalazione di rifiuti abbandonati)

- La prenotazione di servizi a richiesta. Ogni utente – compilando una specifica forma a cui si accede dalla home page del sito – potrà prenotare direttamente on line servizi a richiesta come per esempio il ritiro dei rifiuti ingombranti a domicilio.

Il sito, ad elevato carattere di interazione con l'utente, costruito come una sorta di sportello *on – line* interamente customizzato, presenta inoltre un'impostazione grafica completamente responsive, quindi perfettamente adattabile a qualsiasi supporto di visualizzazione (pc, smartphone e tablet).

Allegato 9

Applicazione rifiutiAMO

Con la diffusione ormai capillare degli smart-phone, ai classici canali informativi si è aggiunto un innovativo sistema di diffusione delle informazioni e di interazione, quello delle APP. LG ha quindi realizzato un'APP, scaricabile gratuitamente da Google Play e da Apple Store, dal nome “rifiutiAMO”, disponibile per smartphone e tablet, che dà accesso a tutte le informazioni necessarie relative al servizio di igiene urbana di ciascun Comune. L'APP, dalla grafica semplice e intuitiva, è configurabile da ciascuna utenza secondo il proprio Comune e via di residenza. Le sue principali funzioni sono:

- Il calendario delle raccolte porta a porta
- Un glossario con oltre 250 voci rifiuti (con indicazioni per un corretto conferimento)
- L'indicazione con geolocalizzazione degli indirizzi e degli orari di apertura dei centri di raccolta/piattaforme sovracomunali
- La presenza di un canale news con aggiornamenti di servizio in tempo reale. Questo servizio è implementato con la funzione “notifiche push” che consente – per news di particolare rilevanza o urgenza – di inviare alert sui dispositivi degli utenti che hanno scaricato l'APP. La funzione notifiche push è attivabile selezionando uno o più Comuni o addirittura le vie di residenza ai fini di garantire non solo un'informazione specifica ma anche e soprattutto mirata e quindi efficace.
- La possibilità di inoltrare richieste di informazioni e reclami
- L'invio di richieste di segnalazioni per mancati ritiri e/o rifiuti abbandonati. Ad ogni richiesta o segnalazione sarà possibile allegare una o più fotografie che possono essere scattate anche al momento e geolocalizzate (funzione utile soprattutto nel caso di segnalazione di rifiuti abbandonati)
- La prenotazione di servizi a richiesta



Poiché l'APP rappresenta uno strumento di informazione puntuale, mirata e immediata da utilizzare massicciamente, verrà promossa sia attraverso attività di digital ADV (sugli store Apple e Google) sia attraverso la realizzazione di una cartolina da distribuire a tutte le utenze unitamente al kit di nuovi contenitori previsto nella fase di avvio del servizio. *Allegati 10-11*

Video tutorial

Verranno forniti agli utenti semplici e pratici consigli sulla raccolta differenziata attraverso la creazione di mini-spot che potranno essere scaricati dal sito aziendale e promossi presso le tv locali e i multisala nonché nell'ambito di momenti informativi pubblici. Allo scopo verrà realizzato un canale specifico su You Tube dove trovare e scaricare tutti i video e gli spot aziendali sulla raccolta differenziata.



1.2 INIZIATIVE

Incontri Pubblici

Gli incontri diretti sono momenti importanti di comunicazione con i cittadini e svolgono una fondamentale funzione di interfaccia tra Comune, azienda ed il fruitore dei servizi. Questi incontri potranno essere organizzati di sera e/o al pomeriggio per favorire la partecipazione. Gli incontri saranno gestiti da personale esperto e debitamente formato, con l'ausilio di presentazioni dinamiche, esempi pratici e illustrazione materiali. Il numero degli incontri dedicati sarà definito in accordo con l'Amministrazione Comunale, come da schema sotto riportato. Gli incontri verranno promossi sia attraverso la lettera informativa di avvio del servizio sia attraverso la realizzazione di locandine di avviso formato 30x50 che Linea Gestioni realizzerà e recapiterà in ciascun Comune in quantità non superiori alla proporzione 1 locandina ogni 300 abitanti. Al fine di indirizzare al meglio le informazioni saranno inoltre organizzati alcuni incontri pubblici dedicati a utenze particolari quali, a titolo esemplificativo: Commercianti, Bar/Ristoranti, Pubblici Esercizi. *Allegato 12*

COMUNE	N. INCONTRI
AGNADELLO	2
ANNICCO	1
BAGNOLO CREMASCO	2
CAMISANO	1
CAMPAGNOLA CREMASCA	1
CAPERGNANICA	1
CAPRALBA	1
CASALE CREMASCO	1

CASALETTO CEREDANO	1
CASALETTO DI SOPRA	1
CASALETTO VAPRIO	1
CASALMORANO	1
CASTEL GABBIANO	1
CASTELLEONE	2
CHIEVE	1
CREDERA RUBBIANO	1
CREMA	10



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

CREMOSANO	1
CUMIGNANO S/N	1
DOVERA	2
FIESCO	1
FORMIGARA	1
GENIVOLTA	1
GOMBITO	1
IZANO	1
MADIGNANO	1
MONTE CREMASCO	1
MONTODINE	1
MOSCAZZANO	1
OFFANENGO	2
PANDINO	3
PIANENGO	1
PIERANICA	1

PIZZIGHETTONE	2
QUINTANO	1
RICENGO	1
RIPALTA ARPINA	1
RIPALTA CREMASCA	2
RIPALTA GUERINA	1
ROMANENGO	2
SALVIROLA	1
SERGNANO	2
SONCINO	3
SPINO D'ADDA	2
TICENGO	1
TORLINO VIMERCATI	1
TRIGOLO	1
VAIANO CREMASCO	2
VAILATE	2

Media relation

Le attività di avvio del servizio saranno valorizzate sui media locali (stampa, tv, radio, web) attraverso un'attività di Ufficio Stampa che Linea Gestioni metterà a disposizione della stazione appaltante e dei Comuni serviti attraverso la promozione delle seguenti azioni: conferenze stampa di presentazione del servizio, comunicati stampa sui media (cartacei e web) locali, organizzazione di video-interviste.

2. FASE DI MANTENIMENTO

Superata la fase di start up del primo anno, verrà avviata la seconda fase del piano di comunicazione, chiamata “fase di mantenimento” finalizzata essenzialmente a:

- Consolidare e rafforzare le percentuali di raccolta differenziata
- Promuovere il decoro urbano e stigmatizzare fenomeni quali l'abbandono dei rifiuti e l'utilizzo scorretto dei cestini stradali
- Sensibilizzare sul tema della prevenzione/riduzione dei rifiuti

La gestione del ciclo dei rifiuti deve prioritariamente garantire la massima tutela dell'ambiente e prevedere un modello orientato ai principi dello sviluppo sostenibile: non è più sufficiente che i rifiuti urbani vengano differenziati in modo corretto, è necessario impostare un sistema che orienti i comportamenti dei cittadini in particolare nella prevenzione e riduzione dei rifiuti prodotti e del decoro urbano. Negli anni successivi al primo, pertanto, accanto a strumenti e iniziative finalizzati all'informazione di servizio (attraverso i Calendari, il sito e l'APP) verranno promossi strumenti e



iniziative finalizzati alla sensibilizzazione ambientale e più in particolare ai temi della riduzione dei rifiuti e del decoro urbano. La campagna verrà costruita individuando le problematiche che si incontreranno di volta in volta nel contesto di riferimento.

Si sottolinea che prevedere lo scenario futuro in termini tecnologici e di risorse risulta molto complesso per pianificare dettagliatamente le azioni da intraprendere sul fronte della riduzione dei rifiuti e dello sviluppo sostenibile: la tecnologia e le strategie di comunicazione di comunicazione hanno un ciclo di vita brevissimo e tutti gli strumenti che oggi sono innovativi tra qualche anno potrebbero diventare obsoleti. Si indicheranno quindi di seguito azioni e strumenti rispetto ai quali verranno effettuati upgrade costanti da definire in itinere e grazie alla condivisione di informazioni tra tutti gli attori coinvolti (azienda, stazione appaltante e amministrazioni comunali).

Di seguito si illustrano le attività e i progetti che saranno avviate durante la fase di mantenimento e più in particolare verranno illustrati:

- Il progetto didattico “**Le avventure del Professor Terra Terra**”
- Il progetto di comunicazione per il potenziamento della raccolta differenziata (**ricicliamo**)
- Il progetto di comunicazione e sensibilizzazione sul tema della riduzione dei rifiuti (**riduciamo**)
- Il progetto di comunicazione e sensibilizzazione sul tema del rispetto ambientale e del decoro urbano (**rispettiamo**)

2.1 PROGETTO DIDATTICO “LE AVVENTURE DEL PROFESSOR TERRA TERRA”

Verrà proposto fin dal primo anno di avvio del servizio – e riproposto per tutta la durata dell’appalto - un progetto di educazione ambientale destinato a tutte le scuole di ogni ordine e grado dei Comuni serviti. Il progetto si propone di:

- sensibilizzare gli alunni al riciclaggio dei rifiuti attraverso la raccolta differenziata
- sensibilizzare gli alunni al rispetto e alla pulizia degli ambienti scolastici (aule, laboratori e spazi comuni)
- coinvolgere gli alunni nella realizzazione degli appositi contenitori e cartelli indicatori per la raccolta differenziata all'interno dell'Istituto
- coinvolgere i ragazzi nella salvaguardia e nel rispetto dell’ambiente.

Ogni anno alla fine del mese di giugno verrà predisposto il progetto didattico del successivo anno



scolastico (da avviarsi a settembre). La segreteria organizzativa di Linea Gestioni invierà ai Dirigenti di tutti gli Istituti Scolastici del territorio (nonché per conoscenza a tutte le Amministrazioni Comunali) un depliant informativo a tre ante (formato aperto cm 21x29, formato chiuso cm 7x29) con l'elenco delle attività proposte e le modalità di iscrizione. Le iscrizioni avverranno esclusivamente via web attraverso la compilazione di una specifica form dedicata alle scuole del territorio Cremasco presente sul portale scuole del Gruppo LGH: www.profterraterra.it Le iscrizioni alle attività proposte si chiuderanno ogni anno il 31 ottobre così da consentire alla segreteria organizzativa di organizzare le attività già a partire dal 1° dicembre. Le attività si svolgeranno dal 1° dicembre al 31 maggio.

Il progetto svilupperà il concetto della sostenibilità attraverso l'approfondimento di temi importanti quali la raccolta differenziata e la riduzione dei rifiuti attraverso:

- pubblicazioni specifiche destinate ad alunni ed insegnanti
- lezioni in classe sui temi della raccolta differenziata e dello sviluppo sostenibile
- visite guidate alle piattaforme per la raccolta differenziata
- visite guidate agli impianti di riciclo e di produzione di energia

Lezioni in classe sui temi della raccolta differenziata e dello sviluppo sostenibile: opzione riservata alle classi delle scuole dell'infanzia, primaria, secondaria di primo e secondo grado. Le lezioni saranno tenute da esperti aziendali che moduleranno linguaggio e argomentazioni a seconda dell'età degli alunni coinvolti. Ogni lezione avrà la durata di un'ora, prevede il coinvolgimento attivo dei ragazzi e si svolgerà con l'ausilio di una lavagna o di una LIM per le scuole primarie e secondarie.

La lezione verterà sui seguenti argomenti:

- cos'è la raccolta differenziata
- come si fa la raccolta differenziata
- come vengono smaltiti/riciclati i rifiuti
- i vantaggi ambientali della raccolta differenziata
- i vantaggi economici della raccolta differenziata
- la riduzione dei rifiuti: consigli

Per quanto riguarda le scuole dell'infanzia, l'ora si svolgerà come lezione-gioco: ai bambini verranno spiegate semplicemente le regole della raccolta differenziata per poi passare ad una fase di gioco. La classe verrà suddivisa in due squadre; ad ogni squadra verrà assegnato un mazzo di carte riportanti varie tipologie di rifiuti; ogni squadra (collettivamente o singolarmente a seconda delle indicazioni dell'insegnante) dovrà gettare le carte/rifiuto nel corretto contenitore (vetro, plastica, carta, umido, lattine, secco); a fine gioco si sommeranno le carte dei rifiuti correttamente conferiti da ogni squadra.

Data e ora delle lezioni verranno preventivamente concordate con gli insegnanti che ne faranno richiesta. Ad ogni alunno delle classi di scuola primaria e secondaria che richiederanno la lezione in classe sul tema raccolta differenziata saranno consegnati due volumi appositamente realizzati:



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

- Il volume “Le avventure del Porfessor Terra Terra – Raccolta differenziata – Le buone abitudini del Prof. Terra Terra”
- Il volume “Le avventure del prof. Terra Terra: Meno rifiuti – Le scelte intelligenti di Giovannino”
- Schede relative agli impianti di riciclo e smaltimento del Gruppo LGH

Entrambi i volumi sono pubblicazioni appositamente studiate e realizzate per i ragazzi delle scuole primarie e secondarie in cui il protagonista, Giovannino Terra Terra (un ragazzino che grazie a “poteri magici” aiuta l’umanità a risolvere i problemi legati all’inquinamento e all’eccessivo sfruttamento del Pianeta) spiega con schede e consigli utili come differenziare e come ridurre la produzione di rifiuti.

Visite guidate alle piattaforme per la raccolta differenziata: opzione riservata alle classi delle scuole primarie e secondarie. Si tratta di una sorta di lezione all’aperto sulla raccolta differenziata da svolgersi presso una delle piattaforme aziendali da concordare secondo le esigenze della scuola (che dovrà essere autonoma nel trasferimento). La lezione sarà tenuta da esperti aziendali che moduleranno linguaggio e argomentazioni a seconda dell’età degli alunni coinvolti. Ogni lezione avrà la durata di un’ora, prevede il coinvolgimento attivo dei ragazzi e verterà sul tema della raccolta differenziata (cos’è, come si fa, che fine fanno i rifiuti) con un focus relativo ai rifiuti non raccolti con il servizio porta a porta e quindi ai rifiuti che si conferiscono in piattaforma (oli, batterie, pile, RAEE, legno, ferro, medicinali scaduti, vernici, neon ecc...). Data e ora delle visite guidate verranno preventivamente concordate con gli insegnanti che ne faranno richiesta.

Visite guidate agli impianti di riciclo e di produzione di energia: opzione riservata alle classi 4° e 5° delle Scuole Primarie ed alle Scuole Secondarie di 1° e 2° grado. Per le classi che ne faranno richiesta, verrà organizzata una visita guidata a uno degli impianti per la trasformazione dei rifiuti e la produzione di energia da fonti rinnovabili del Gruppo LGH o a cui conferiscono le aziende del Gruppo LGH. Durante le visite guidate verranno distribuite agli alunni schede tecniche realizzate ad hoc relative all’impianto, alla produzione energetica e allo smaltimento dei rifiuti. Le scuole dovranno essere autonome per quanto riguarda il trasferimento. La visita guidata avrà la durata di massimo due ore e sarà tenuta dagli esperti dell’impianto visitato. Tutte le visite guidate si svolgeranno alla mattina. E’ un’opzione a numero chiuso quindi attivabile fino a disponibilità da parte degli impianti di visita. Data e ora delle visite verranno preventivamente concordate con gli insegnanti che ne faranno richiesta.

Allegati 13-14-15



2.2 RICICLIAMO

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER IL POTENZIAMENTO DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA

Obiettivo prioritario del progetto è il potenziamento della raccolta differenziata e quindi il raggiungimento di una percentuale pari all'80% di RD nei 10 anni di servizio. Al fine del raggiungimento di questo importante obiettivo, sono certamente strategici gli strumenti di comunicazione che supporteranno il servizio di raccolta durante l'intera durata dell'appalto allo scopo di INFORMARE i cittadini sul corretto conferimento e differenziazione dei rifiuti, AGGIORNARLI sui risultati ottenuti, SENSIBILIZZARLI sui vantaggi non solo ambientali ma anche economici della raccolta differenziata.

A partire dal primo anno di servizio, pertanto, superata la fase di start-up, verranno promossi, aggiornati, implementati e realizzati i seguenti strumenti di informazione e sensibilizzazione:

Calendarifiuti

Come più esplicitamente descritto nel paragrafo precedente in merito alla fase di avvio, con cadenza annuale sarà consegnato ad ogni utenza il Calendarifiuti che conterrà, sinteticamente:

- Calendario dei servizi di raccolta domiciliare
- Orari di apertura dei Centri di Raccolta/Piattaforme
- Sintesi delle modalità di esposizione dei rifiuti al pubblico servizio
- Comunicazioni specifiche da parte del singolo Comune.

Il calendario nella fase di mantenimento sarà il principale strumento di comunicazione e informazione attraverso il quale educare ad una corretta differenziazione dei rifiuti e illustrare le eventuali novità introdotte nel servizio. Il calendario sarà inoltre lo strumento attraverso il quale verranno presentati i risultati annuali di ciascun Comune in termini di RD così da evidenziare ogni anno i progressi registrati e stimolare quindi a un ulteriore miglioramento.

Sito web

Con lo stesso obiettivo di consolidare e rafforzare le percentuali di raccolta differenziata e soprattutto di evidenziare i risultati raggiunti da ciascun Comune, all'interno delle pagine dedicate a ciascun Comune sul sito internet aziendale verranno caricati annualmente i grafici relativi all'andamento della raccolta differenziata in quello specifico Comune. I grafici saranno realizzati con un lay out di immediata comprensione che evidenzierà in maniera efficace i delta relativi alla RD. Sotto ai grafici verrà creata una sezione dal titolo “Si può fare di più” con consigli e indicazioni in pillole per potenziare ulteriormente i risultati raggiunti.



App Rifiutiamo

La stessa APP Rifiutiamo verrà implementata ogni anno con aggiornamenti e pillole informative finalizzate a una migliore e maggiore differenziazione dei rifiuti e a un sempre più corretto conferimento. L'APP, nel corso dei 10 anni del progetto, sarà inoltre lo strumento di informazione digitale privilegiato, consentendo immediatezza ed efficacia nel raggiungimento degli utenti: la presenza di un canale news con aggiornamenti di servizio in tempo reale consente infatti di inviare alert sui dispositivi degli utenti che hanno scaricato l'APP, specificandola per uno o più Comuni o addirittura le vie di residenza, ai fini di garantire non solo un'informazione specifica e mirata.

Media relations

Le attività del sistema di raccolta, i risultati ottenuti in termini qualitativi e quantitativi, saranno inoltre valorizzati ogni anno sui media locali (stampa, tv, radio, web) attraverso un'attività di Ufficio Stampa aziendale con la promozione di:

- Conferenze Stampa in cui saranno illustrati ai Media locali i risultati ottenuti
- Comunicati stampa sui giornali locali
- Organizzazione di video interviste per tv e web media locali

Progetto Didattico

Le azioni di sensibilizzazione e informazione sul corretto conferimento e sulla corretta separazione dei rifiuti, fin dal primo anno, verranno proposte e attivate anche nell'ambito del progetto didattico “Le avventure del Professor Terra Terra” come ampiamente descritte nel capitolo precedente. In questa sede preme comunque evidenziare la strategicità ai fini del potenziamento della raccolta differenziata delle seguenti attività del progetto didattico:

- Le lezioni in classe sulla raccolta differenziata
- Visite guidate agli impianti di riciclo
- Visite guidate alle Piattaforme
- Consegna a tutti gli studenti del volume “Le avventure del Professor Terra Terra – Raccolta differenziata – Le buone abitudini del Prof. Terra Terra”

Parallelamente all'aggiornamento e riproposizione ogni anno degli strumenti sopra descritti (calendario, sito web, app, progetto didattico) a partire dal secondo anno verranno proposti i seguenti ulteriori strumenti di comunicazione finalizzati a potenziare la raccolta differenziata.

Manifesti “Bravi Grazie”

Con l'obiettivo di consolidare e rafforzare le percentuali di raccolta differenziata e soprattutto di evidenziare i risultati raggiunti da ciascun Comune, ogni anno a partire dal secondo verranno



realizzati manifesti formato 70x100 cm con l'indicazione della percentuale di raccolta differenziata raggiunta l'anno precedente, che saranno consegnati a tutti i Comuni per uffici pubblici, scuole e gli spazi di affissione. Nei manifesti verrà evidenziato il delta percentuale raccolta differenziata rispetto agli anni precedenti nonché l'eventuale calo della produzione dei rifiuti. *Allegato 16*

Cartellonistica per uffici pubblici, scuole e condomini anche multilingue

Per proseguire le azioni informative sul corretto conferimento dei rifiuti avviate in fase di start up, nel secondo anno verranno realizzati manifesti formato 70x100 cm da stampare e distribuire alle scuole dei comuni serviti nonché presso gli uffici pubblici e- su richiesta del Comune – presso i condomini (da appendere, per esempio, nel vano dove vengono raccolti i rifiuti). I manifesti – realizzati in versione multilingue – costituiranno un pratico vademecum per la corretta differenziazione dei rifiuti poiché rappresenteranno la sintesi grafica dei contenuti dell'opuscolo informativo con le principali regole di conferimento. Il numero di manifesti da realizzare e consegnare in ciascun comune devono essere comunicati dal comune stesso a Linea Gestioni entro e non oltre la fine del primo anno di attivazione del servizio per un numero massimo di copie pari a alla proporzione 1 ogni 100 abitanti. La cartellonistica verrà aggiornata e riproposta ogni tre anni a partire dal secondo. *Allegato 17*

Campagna di sensibilizzazione per il conferimento dell'olio alimentare usato

Al fine di informare in merito alla corretta differenziazione dei rifiuti ma soprattutto di avviare azioni finalizzate alla riduzione della produzione dei rifiuti, a partire dal secondo anno di avvio del servizio, sarà avviata una campagna informativa relativa al corretto conferimento dell'olio alimentare usato. La campagna si tradurrà:

- Nella realizzazione di un flyer informativo che verrà consegnato a tutte le utenze domestiche con indicate informazioni relative agli oli esausti e al loro corretto conferimento
- Nella sottoscrizione di protocolli di intesa con centri commerciali del territorio per l'ubicazione presso gli stessi centri di contenitori ad hoc per la raccolta degli oli esausti così da ulteriormente facilitare il conferimento da parte degli utenti. *Allegato 18*

Che fine fanno i tuoi rifiuti?

Per dimostrare la reale importanza della raccolta differenziata e per informare in merito alla destinazione dei rifiuti, il terzo anno di servizio verrà realizzato un flyer informativo da consegnare a tutte le utenze dei comuni serviti unitamente al Calendario dell'anno in cui verranno indicati i principali metodi di trasformazione dei rifiuti e gli impianti di destinazione utilizzati per le raccolte del territorio. Il lancio di questa campagna di sensibilizzazione ma soprattutto di informazione avverrà attraverso l'organizzazione di n. 4 giornate formative per gli amministratori locali, organizzate da Linea Gestioni anche per quanto riguarda il trasporto (pullman) ovvero di 4 visite guidate ai principali



impianti di riciclo dove vengono destinati i rifiuti raccolti dall'azienda. Il materiale video-fotografico prodotto nell'ambito delle visite sarà messo a disposizione di tutte le Amministrazioni Comunali per gli usi che riterranno opportuni (sito web, newsletter ecc...). *Allegato 19*

Piattaforme e centri di raccolta: che fine fanno i tuoi rifiuti?

Con lo stesso obiettivo, ovvero al fine di dimostrare la reale importanza della raccolta differenziata e per informare in merito alla destinazione dei rifiuti, il quarto anno all'interno dei ogni piattaforma per la raccolta differenziata, per ogni tipologia di rifiuto, verrà realizzata una cartellonistica ad hoc in cui verranno indicati i principali metodi di trasformazione dei rifiuti e gli impianti di destinazione utilizzati per ciascun rifiuto (legno, ferro, RAEE ecc...). I cartelloni saranno posizionati singolarmente presso ogni cassone/contenitore (saranno realizzati in forex formato A3); sarà inoltre realizzato un cartellone riepilogativo in forex formato 150 x 150 cm da posizionare all'ingresso delle Piattaforme o in altro luogo idoneo ad essere facilmente visto e consultato dagli utenti che accedono al Centro. Il lay out della cartellonista sarà naturalmente simile a quello usato l'anno precedente per il flyer consegnato door to door così da garantire una maggiore riconoscibilità ed efficacia del messaggio.

Durante gli anni di appalto, Linea Gestioni si impegna inoltre a comunicare efficacemente e capillarmente qualsiasi variazione al momento imprevedibile modifica o aggiornamento nelle modalità di differenziazione e conferimento dettate per esempio da nuove normative o disposizione da parte dei consorzi di filiera e/o degli impianti di conferimento. Di volta in volta saranno scelti gli strumenti più opportuni e strategici di comunicazione, da concordare con la stazione appaltante e le singole Amministrazioni Comunali.

2.3 RIDUCIAMO

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER LA RIDUZIONE DELLA PRODUZIONE DEI RIFIUTI

Con l'obiettivo di sensibilizzare rispetto al tema della riduzione della produzione dei rifiuti e di supportare le azioni di prevenzione e riduzione della produzione dei rifiuti descritte nel capitolo “B.1.2 Relazione tecnica illustrativa B -Piano di prevenzione e riduzione dei rifiuti”, Linea Gestioni proporrà e realizzerà i seguenti strumenti/iniziative di sensibilizzazione ed educazione ambientale:



Settimana Europea per la riduzione dei rifiuti

Ogni anno Linea Gestioni proporrà l'adesione alla SETTIMANA EUROPEA PER LA RIDUZIONE DEI RIFIUTI (<http://www.ewwr.eu/it>) promossa annualmente dall'Unione Europea a novembre, solitamente l'ultima settimana del mese.

Linea Gestioni si rende quindi disponibile a concordare annualmente la realizzazione delle proposte avanzate a livello europeo e nazionale nell'ambito di questa iniziativa. Le azioni proposte vengono pubblicate ogni anno a fine luglio sul sito ufficiale della manifestazione www.ewwr.eu/it con termine di iscrizione

solitamente la prima settimana di settembre: sarà cura di Linea Gestioni sottoporre le diverse proposte e concordarne l'attuazione utilizzando gli strumenti di volta in volta ritenuti più efficaci e strategici (sia cartacei che digitali).



Compostiamo? Campagna di promozione del compostaggio domestico

Allo scopo di iniziare ad avviare azioni finalizzate alla riduzione della produzione dei rifiuti, il primo anno di avvio del servizio - unitamente all'opuscolo informativo e al glossario rifiuti che verranno consegnati in fase di start up - verrà consegnata a tutte le utenze una cartolina in cui vengono illustrati i vantaggi del compostaggio domestico (sia in termini di riduzione dei rifiuti prodotti che di riciclo), le modalità di utilizzo del compostore nonché la possibilità di richiederlo gratuitamente attraverso la compilazione di un modulo richiedibile in azienda o scaricabile sul sito internet aziendale. Linea Gestioni si curerà inoltre – nell'ambito del progetto didattico aziendale e in collaborazione con i Comuni serviti - di promuovere l'installazione di una “compostiera” ad uso delle scuole con servizio mensa, con la duplice finalità di evitare la produzione di rifiuti organico (umido+verde) e coinvolgere gli studenti in un progetto educativo ambientale, con il supporto del personale docente e la supervisione di Linea Gestioni. La campagna verrà lanciata il primo anno di avvio del servizio e ripetuta il quarto e settimo anno.

Allegato 20

Compostiamo? Sondaggio compostaggio domestico

Allo scopo di promuovere ulteriormente il compostaggio domestico ma soprattutto di evidenziare i risultati ottenuti nei primi due anni di attivazione, verrà promosso e realizzato un sondaggio destinato a tutte le utenze che hanno richiesto la dotazione di un compostore per verificarne l'utilizzo e l'efficacia. Il sondaggio sarà realizzato in formato lettera e spedito alle utenze interessate con le indicazioni relative alle modalità di consegna. I risultati del sondaggio verranno presentati nell'ambito di un incontro pubblico da promuoversi in accordo con le Amministrazioni Comunali del territorio e corredato da iniziative parallele di promozione del compostaggio (produzione di manifesti e ri-lancio cartoline per la richiesta gratuita del compostore). Il sondaggio/monitoraggio verrà proposto il terzo anno di avvio del servizio e ripetuta il sesto e nono anno.

Allegato 21



Il Decalogo

Nel secondo anno di avvio del servizio verrà avviata una campagna pluriennale finalizzata alla promozione del concetto di riduzione dei rifiuti che si tradurrà in diverse iniziative attraverso l'utilizzo di più strumenti. Nella fase di avvio l'obiettivo principale sarà quello dell'INFORMAZIONE: allo scopo verranno realizzati materiali informativi cartacei (che verranno poi pubblicati anche on line sul sito aziendale) con semplici esempi pratici finalizzati a fornire agli utenti gli strumenti necessari a ridurre effettivamente i rifiuti prodotti. Più in particolare verrà realizzato un “Decalogo” che sarà stampato a formato cartolina per l'invio a tutte le utenze servite ma anche a manifesto/locandina per l'affissione presso uffici ed esercizi pubblici nonché nella scuole.

La campagna e il relativo decalogo verranno riproposti e aggiornati ogni tre anni per tutta la durata del servizio.

Allegato 22

Acqua da bere

Al fine di supportare l'azione di sensibilizzazione sull'utilizzo dell'acqua del rubinetto descritta nel capitolo “B.1.2 Relazione tecnica illustrativa B -Piano di prevenzione e riduzione dei rifiuti”, Linea Gestioni avvierà una campagna di presentazione dell'iniziativa attraverso i seguenti canali:

- L'utilizzo del calendarifiuti
- Le indicazioni e i consigli contenuti nel Decalogo di cui al capitolo precedente
- L'utilizzo del sito web aziendale per la creazione di una pagina specificatamente dedicata alle opportunità ambientali ed economiche che offre l'utilizzo dell'acqua del rubinetto al posto di quella in bottiglia
- La promozione dell'iniziativa nelle scuole di ogni ordine e grado dei comuni serviti attraverso il meccanismo premiante descritto successivamente, più in particolare nel paragrafo “00Rif Agenti Ambientali” nel quale è previsto che ad ogni classe partecipante con un numero minimo di 15 alunni, sarà riconosciuto un premio per l'acquisto di materiale didattico eco-friendly (carta riciclata, toner riciclati ecc...) e di materiali/strumenti che consentano di ridurre la produzione di rifiuti all'interno della scuola (tra cui bottiglie in vetro per l'utilizzo dell'acqua del rubinetto).

Campagna di sensibilizzazione per l'utilizzo di pannolini riciclabili

Al fine di supportare l'azione di sensibilizzazione sull'utilizzo di pannolini riutilizzabili e riciclabili - attraverso la dotazione a titolo promozionale di kit “prova” di pannolini riutilizzabili come descritto nel capitolo “B.1.2 Relazione tecnica illustrativa B -Piano di prevenzione e riduzione dei rifiuti”- Linea Gestioni avvierà una campagna di presentazione dell'iniziativa attraverso:

- L'utilizzo del calendarifiuti per informare in merito a modalità e criteri di consegna del kit



- L'utilizzo del sito web aziendale per la creazione di una pagina specificatamente dedicata a questa iniziativa in cui illustrare i vantaggi dell'utilizzo dei pannolini riutilizzabili nonché la creazione di un'apposita form che i cittadini interessati potranno compilare e inviare all'azienda per il ritiro del kit.

Centri del Riuso

Quale ulteriore supporto alla realizzazione di Centri del Riuso come descritti nel capitolo “B.1.2 Relazione tecnica illustrativa B -Piano di prevenzione e riduzione dei rifiuti”, Linea Gestioni si impegna a fornire il proprio know how per la realizzazione di campagne informative finalizzate a promuovere i Centri e a mettere a disposizione i propri strumenti di comunicazione per la divulgazione delle relative informazioni, più in particolare attraverso:

- Il calendarifiuti
- Il Decalogo per la riduzione dei rifiuti
- Il sito web aziendale
- L'App Rifiutiamo
- Il progetto didattico
- Media Relation (comunicati stampa – conferenze stampa).

Grande Distribuzione Organizzata GDO

Quale ulteriore supporto alla attuazione di protocolli di intesa tra i Comuni e la Grande Distribuzione Organizzata come descritti nel capitolo “B.1.2 Relazione tecnica illustrativa B -Piano di prevenzione e riduzione dei rifiuti”, Linea Gestioni si impegna a fornire il proprio know how per la realizzazione di campagne informative finalizzate a promuovere queste attività e a mettere a disposizione i propri strumenti di comunicazione per la divulgazione delle relative informazioni, più in particolare attraverso:

- Il calendarifiuti
- Il Decalogo per la riduzione dei rifiuti
- Il sito web aziendale
- L'App Rifiutiamo
- Il progetto didattico
- Media Relation (comunicati stampa – conferenze stampa).

Linea Gestioni si curerà inoltre della predisposizione grafica e della stampa della vetrofania da consegnare ai ristoranti/bar che aderiranno al progetto della “Family Bag” descritto nel capitolo “B.1.2 Relazione tecnica illustrativa B -Piano di prevenzione e riduzione dei rifiuti”.



Parallelamente alle attività/iniziative sopra descritte, costituiranno un importante e strategico strumento di comunicazione finalizzato alla sensibilizzazione per la riduzione dei rifiuti i seguenti strumenti informativi aziendali che verranno in merito aggiornati e implementati ogni anno secondo le modalità sotto descritte.

Calendarifiuti

Come più esplicitamente descritto nei capitoli precedenti in merito alla fase di avvio, con cadenza annuale sarà consegnato ad ogni utenza il Calendarifiuti che, oltre a contenere il calendario dei servizi di raccolta, gli orari di apertura dei Centri di Raccolta/Piattaforme, la sintesi delle modalità di esposizione dei rifiuti, sarà anche lo strumento attraverso il quale – nella fase di mantenimento - verranno presentati i risultati annuali di ciascun Comune in termini di produzione e riduzione dei rifiuti così da evidenziare ogni anno i progressi registrati e stimolare quindi a un ulteriore miglioramento. Sul calendario troveranno inoltre spazio comunicazioni relative alla promozione di attività di prevenzione della produzione dei rifiuti tra cui le iniziative per l'utilizzo dell'acqua del rubinetto, dei pannolini riciclabili, dei Centri del Riuso e degli eventuali protocolli da siglare con la GDO.

Manifesti “Bravi Grazie”

Con l'obiettivo di rafforzare i progressi registrati ogni anno in ciascun Comune sulla riduzione della produzione dei rifiuti, ogni anno a partire dal secondo verranno realizzati manifesti formato 70x100 cm con l'indicazione non solo della percentuale di raccolta differenziata raggiunta l'anno precedente ma anche il delta della produzione dei rifiuti. I manifesti saranno consegnati a tutti i Comuni per uffici pubblici, scuole e gli spazi di affissione.

Sito web

Con lo stesso obiettivo, all'interno delle pagine dedicate a ciascun Comune sul sito internet aziendale verranno caricati i grafici relativi alla produzione dei rifiuti in quello specifico Comune. I grafici saranno realizzati con un lay out di immediata comprensione che evidenzia in maniera efficace i delta relativi alla produzione dei rifiuti. Sotto ai grafici verrà creata una sezione dal titolo “Si può fare di più” con consigli e indicazioni in pillole per potenziare ulteriormente i risultati raggiunti.

Media relations

I risultati ottenuti in termini qualitativi e quantitativi sul fronte della riduzione dei rifiuti saranno inoltre valorizzati ogni anno sui media locali (stampa, tv, radio, web) attraverso un'attività di Ufficio Stampa aziendale con la promozione di:



- Conferenze Stampa in cui saranno illustrati ai Media locali i risultati ottenuti
- Comunicati stampa sui giornali locali.

Progetto Didattico

Le azioni di sensibilizzazione e informazione sulla riduzione della produzione dei rifiuti, fin dal primo anno, verranno proposte e attivate anche nell’ambito del progetto didattico “Le avventure del Professor Terra Terra” come ampiamente descritte nel capitolo precedente. In questa sede preme comunque evidenziare la strategicità ai fini del potenziamento della raccolta differenziata delle seguenti attività del progetto didattico:

- Lezioni in classe
- Visite guidate agli impianti di riciclo
- Visite guidate alle Piattaforme
- Consegna a tutti gli studenti del volume “Le avventure del prof. Terra Terra: Meno rifiuti – Le scelte intelligenti di Giovannino”.

2.4 RISPETTIAMO

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER UN AMBIENTE PIU’ PULITO E IL DECORO URBANO

Con l’obiettivo di richiamare l’attenzione dei cittadini verso i temi della tutela ambientale e del decoro urbano, Linea Gestioni proporrà in tutti i Comuni serviti due tipi di iniziative:

- La campagna “Lo faresti a casa tua?”
- L’iniziativa “00Rif Agenti Ambientali”.

2.4.1 LO FARESTI A CASA TUA?

Si tratta di una campagna di sensibilizzazione finalizzata a scoraggiare comportamenti irrispettosi dell’ambiente quali l’abbandono dei rifiuti, l’utilizzo scorretto dei cestini stradali, le deiezioni canine e l’abbandono sulle strade dei mozziconi di sigaretta.

Il claim della campagna, già proposta sui territori attualmente serviti da Linea Gestioni con riscontri positivi in termini di efficacia comunicativa, è “LO FARESTI A CASA TUA?”, un messaggio che induce i cittadini a riflettere sul concetto che l’ambiente è come se fosse la nostra casa e pertanto deve essere altrettanto rispettato e mantenuto pulito. La campagna ha l’obiettivo di promuovere una



B.1.3 Relazione tecnica illustrativa “C” - Piano di comunicazione e sensibilizzazione

visione dell'ambiente che si traduca in comportamenti sostenibili, in grado di innescare un circolo virtuoso grazie al quale gli indicatori della tutela ambientale possano progressivamente migliorare. La campagna si avvale di quattro differenti soggetti (rispettivamente relativi all'abbandono dei rifiuti, alle deiezioni canine, ai cestini stradali e ai mozziconi di sigaretta) e verrà promossa attraverso l'utilizzo di uno o più soggetti e più in particolare con l'utilizzo degli strumenti di seguito descritti.



“Lo faresti a casa tua?” – Decorazione mezzi aziendali

Fin dal primo anno di servizio, la campagna “Lo faresti a casa tua?” verrà promossa attraverso l'utilizzo e circolazione dei mezzi aziendali per la raccolta dei rifiuti, decorati con i quattro soggetti sopra descritti. I mezzi inizialmente utilizzati decorati con le pellicole riportanti la campagna di sensibilizzazione saranno 11 e più in particolare:

- N. 5 spazzatrici
- N. 3 compattatori
- N. 3 mezzi di medie dimensioni (tipo Porter).



Durante la durata dell'appalto Linea Gestioni si impegna a decorare ulteriori mezzi fino ad arrivare – entro il quinto anno – ad un totale di 30 mezzi decorati, così da garantire la massima capillarità di veicolazione del messaggio.



“Lo faresti a casa tua?” – Affissioni pubbliche

Dal secondo anno di servizio, la campagna “Lo faresti a casa tua?” verrà promossa attraverso la stampa di manifesti formato 70x100 di tutti i 4 soggetti da distribuire ai Comuni serviti in quantità pari a n. 4 manifesti per i Comuni sotto i 1.000 abitanti e non superiori alla proporzione 1 manifesto ogni 300 abitanti per i Comuni con popolazione superiore ai 1.000 abitanti, da utilizzare per uffici, scuole, biblioteche, luoghi di incontro ecc... Contestualmente Linea Gestioni provvederà a programmare un piano di affissioni pubbliche presso i Comuni serviti attraverso l’acquisto di spazi per le pubbliche affissioni. La campagna affissioni verrà ripetuta ogni anno fino al termine del servizio.

“Lo faresti a casa tua?” - Adesivi cestini stradali

Per focalizzare l’attenzione sul corretto utilizzo dei cestini stradali, sempre più spesso utilizzati come cassonetti, verranno realizzati adesivi formato 15x30 cm da attaccare a tutti i cestini stradali dei Comuni serviti per sensibilizzare i cittadini sul corretto utilizzo di questi contenitori. Gli adesivi saranno forniti ai Comuni in numero pari a quello dei cestini dislocati sul territorio comunale previo censimento che verrà richiesto anticipatamente ai Comuni per la definizione delle quantità.

Il lay out riprenderà naturalmente il claim e il soggetto della campagna “Lo faresti a casa tua?”.

La campagna affissioni verrà attuata il secondo anno di servizio e ripetuta ogni tre. *Allegato 23*

“Lo faresti a casa tua?” - Cenerini per la raccolta dei mozziconi di sigaretta

Al fine di contrastare l’abbandono di mozziconi di sigaretta per strada e lungo i marciapiedi, nel quinto anno di servizio Linea Gestioni promuoverà attraverso la campagna “Lo faresti a casa tua? Basta mozziconi” la realizzazione e consegna ai Comuni serviti dei seguenti materiali:

- Cenerini: contenitori completamente riciclati e riciclabili realizzati in alluminio e carta riciclati, altezza 66 cm, diametro 26,5 e peso 4kg personalizzati con il logo aziendale e lo smile che caratterizza le campagne di comunicazione aziendale. La dotazione per ciascun Comune dei cenerini è pari a 1 cenerino ogni 200 abitanti fino a un massimo di n. 50 cenerini per Comune.
- Bustine porta mozziconi: contenitori tascabili per i mozziconi di sigarette personalizzabili con logo aziendale e smile. La dotazione di bustine per ciascun Comune è pari alla proporzione di 1 ogni 100 abitanti.

Cenerini e bustine potranno essere consegnati ai Comuni gratuitamente che ne faranno richiesta e dai Comuni agli esercizi commerciali nell’ambito di accordi che le singole Amministrazioni Comunali potranno stringere con le associazioni di categoria locali. *Allegato 24*



2.4.2 00RIF AGENTI AMBIENTALI

Al fine di sensibilizzare gli alunni delle scuole del territorio sul tema dei rifiuti abbandonati, verrà proposta all'interno di tutte le scuole di ogni ordine e grado l'iniziativa “00Rif Agenti Ambientali”. L'iniziativa prevede che l'azienda metta a disposizione di tutte le scuole che ne faranno richiesta un kit per la raccolta dei rifiuti abbandonati nonché propri uomini e mezzi per il trasporto dei rifiuti abbandonati raccolti dalle scuole all'interno del territorio comunale.

Le scuole che aderiranno all'iniziativa saranno infatti chiamate a promuovere azioni di recupero dei rifiuti abbandonati che potranno svolgersi sia durante l'orario scolastico sia preferibilmente fuori dall'orario scolastico attraverso il coinvolgimento di genitori e famigliari. L'azienda metterà a disposizione delle scuole che aderiranno all'iniziativa un kit composto da:

- Sacchi (n. 1 confezione da 20 sacchi ogni 10 partecipanti)
- Guanti (n. 1 paio a partecipante)
- Tesserino di riconoscimento Agente Ambientale 000Rif (n. 1 a partecipante)
- Locandine per la promozione dell'iniziativa indicanti ora e luogo di ritrovo per i partecipanti (n. 1 locandina ogni 10 partecipanti).

Le scuole dovranno comunicare all'azienda il giorno e l'ora in cui svolgeranno le operazioni di pulizia indicando soprattutto il luogo dove verranno lasciati i sacchi con i rifiuti raccolti, così che il giorno successivo possano essere recuperati dai mezzi aziendali per il conferimento e smaltimento.

Allo scopo verrà consegnato a tutte le scuole un volantino informativo con indicazioni dettagliate per l'organizzazione.

Le iscrizioni verranno comunicate e condivise con l'Amministrazione Comunale che potrà quindi associarsi con propri volontari alle operazioni di pulizia comunicando all'Azienda preventivamente il numero di partecipanti.

Ad ogni classe partecipante con un numero minimo di 15 alunni, verrà riconosciuto un premio per l'acquisto di materiale didattico eco-friendly (carta riciclata, toner riciclati ecc...) e di materiali/strumenti che consentano di ridurre la produzione di rifiuti all'interno della scuola (bottiglie in vetro per l'utilizzo dell'acqua del rubinetto, chiavette e strumenti multimediali per ridurre l'utilizzo di carta ecc).

Il progetto verrà proposto ogni anno a partire dal secondo.

Parallelamente alle attività/iniziative sopra descritte, costituiranno un importante e strategico strumento di comunicazione finalizzato alla sensibilizzazione per un ambiente più pulito i seguenti strumenti informativi aziendali che verranno in merito aggiornati e implementati ogni anno secondo le modalità sotto descritte.



Sito web

In tema di tutela ambientale (abbandono rifiuti e decoro urbano), il sito Linea Gestioni supporterà le campagne di sensibilizzazione e le attività descritte nel capitolo “B.1.1 Relazione tecnica illustrativa A” fondamentalmente attraverso i seguenti strumenti:

- pagine dedicate al tema con indicazioni e consigli per un ambiente più pulito
- form di segnalazione abbandoni: ogni cittadino potrà inviare a Linea Gestioni segnalazioni di rifiuti abbandonati e/o di situazioni di degrado ambientale compilando una specifica form accessibile in home page allegando anche immagini e scatti fotografici documentativi.

Sul sito sarà inoltre dato conto delle attività di recupero rifiuti abbandonati attuate durante l'anno attraverso la creazione di news.

App Rifiutiamo

Al fine di rendere più veloci, immediate e quindi efficaci le segnalazioni dei cittadini in merito ad abbandoni e situazioni di degrado, anche sull'App Rifiutiamo potrà essere utilizzata una form di segnalazione che consentirà non solo di allegare immagini e fotografie ma anche – tramite geolocalizzazione – l'indicazione precisa del luogo dove si è registrato l'abbandono dei rifiuti.

Sull'APP sarà inoltre dato conto delle attività di recupero rifiuti abbandonati attuate durante l'anno attraverso la creazione di news.



NOTA ALLEGATI

I materiali cartacei allegati alla presente (fatta eccezione per gli allegati n. 9-10-13-14-15 APP Sito e Progetto didattico) vengono presentati sotto forma di BOZZE pertanto **a titolo esemplificativo** al fine esclusivo di valorizzare la strategia comunicativa del presente Piano di Comunicazione e Sensibilizzazione e più in particolare di illustrare:

- l'originalità delle proposte e dei materiali che verranno prodotti
- l'omogeneità e la coerenza del lay out grafico (finalizzate ad una veicolazione efficace, immediata e intuitiva)
- l'articolazione e la flessibilità di strumenti/materiali
- la semplicità e la chiarezza dei messaggi

Contenuti (immagini e testi), declinazioni grafiche, formati, numero di copie e modalità di stampa/distribuzione di tutti i materiali e gli strumenti previsti nel presente Piano di Comunicazione e Sensibilizzazione verranno concordati e personalizzati secondo le esigenze della stazione appaltante e dei Comuni serviti e sulla base di incontri specifici.



ELENCO ALLEGATI

1. Cronoprogramma

Bozze materiali/strumenti di comunicazione:

2. Lettera avvio servizio
3. Locandine Info Point
4. Opuscolo informativo
5. Opuscolo informativo multilingue
6. Glossario rifiuti
7. Calendarifiuti
8. Lettera richiesta dotazione gratuita contenitori pannolini/pannoloni
9. Sito web linea-gestioni.it: screenshot
10. APP rifiutiAMO: screenshot
11. Cartolina App rifiutiAMO
12. Locandine Incontri Pubblici
13. Progetto Didattico: “Raccolta differenziata – Le buone abitudini del Prof. Terra Terra”
14. Progetto Didattico: Meno rifiuti – Le scelte intelligenti di Giovannino”
15. Progetto Didattico: schede impianti
16. Manifesti Bravi Grazie
17. Cartelloni Raccolta Differenziata Multilingue
18. Campagna per il conferimento dell’olio usato: flyer informativo
19. Che fine fanno i tuoi rifiuti?
20. Cartolina compostaggio domestico
21. Questionario compostaggio domestico
22. Meno rifiuti più futuro: il decalogo
23. Lo faresti a casa tua? Adesivi cestini stradali
24. Lo faresti a casa tua? Cenerini