



COMUNE DI TRAPANI
VII SETTORE – SERVIZI PER L'AMBIENTE
ALLEGATO ALLA DELIBERA N°42 DEL 14/05/2015

Progetto del sistema di gestione integrata dei rifiuti

ELABORATO	CAMPAGNA DI INFORMAZIONE PER MIGLIORARE LA RACCOLTA DIFFERENZIATA
NR	07
1° Rev.	18 novembre 2013
2° Rev.	17 marzo 2014
3° Rev.	14 LUGLIO 2014

*Progetto redatto dalla società Trapani Servizi Spa per conto del Socio Unico, Comune di Trapani con
modifiche ed integrazioni del 8° Settore*

Il Responsabile del Procedimento
Sig. S. Genna



Progettisti

Ing. Salvatore ACCARDO

Geom. Mario CARTA

Il Dirigente
Arch. R. Quatrosi
Il Presidente

Ing. Rosario
BELLOFIORE



CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE PER MIGLIORARE LA RACCOLTA DIFFERENZIATA

Prefazione

Una efficace campagna di informazione e di sensibilizzazione è necessaria per raggiungere e migliorare i risultati perseguiti nella raccolta differenziata dei rifiuti nel territorio comunale.

L'esperienza maturata ha evidenziato come, per ottenere risultati soddisfacenti con la raccolta differenziata dei rifiuti, sia necessario informare, sensibilizzare, coinvolgere ed educare.

Una campagna di sensibilizzazione e di promozione, quindi, per un servizio sempre più innovativo nella raccolta e nel trattamento dei rifiuti incentrato sulla costruzione del consenso; consenso ottenuto grazie alla comunicazione diretta e cadenzata nei soggetti coinvolti nell'iniziativa.

Pertanto gli obiettivi sono:

- alzare il livello d'interesse sull'argomento.
- comunicare esattamente le nuove modalità del servizio.

Attuazione della campagna di informazione

La campagna di informazione seguirà una tempistica ed una tipologia di intervento in funzione della fase di esecuzione del Piano di intervento, in particolare avremo:

- fase propedeutica: comunicazione di massa per avvisare sul cambio della modalità di gestione dei rifiuti
- fase di avvio: comunicazione intensa sia generica che mirata a particolari utenze per facilitare ed incentivare la riuscita della raccolta
- fase gestionale: comunicazione continua mirata alle varie utenze e alle tipologie merceologiche i cui valori di raccolta risultino carenti rispetto al piano di intervento.

Nel prosieguo saranno descritte le azioni e gli strumenti operativi che si intenderanno porre in essere nelle varie fasi di attuazione del Piano di intervento.

Fase propedeutica

La “fase propedeutica” è caratterizzata da tutte quelle operazioni preliminari all’avvio del sistema di raccolta differenziata.

Target della comunicazione

- utenze domestiche
- utenze commerciali
- uffici pubblici
- associazioni di categoria

Strumenti operativi

1. organizzazione di incontri specifici al fine di illustrare il piano di intervento e le azioni che si vuole porre in essere;
2. predisposizione e distribuzione di opuscoli informativi che elenchino nel dettaglio le giuste azioni ai fini di una corretta separazione delle diverse tipologie dei rifiuti suddivisi per categoria merceologica uniforme.
3. predisposizione e distribuzione di opuscoli informativi che avvisino circa le modalità dei kit per la raccolta differenziata
4. la posa in opera di gazebo, presidiati da personale societario, dedicato alla distribuzione di materiale informativo e di eventuali kit per la raccolta differenziata.
5. Distribuzione dell’ECOCALENDARIO con indicazione di giorni di conferimento e orari
6. Spot televisivi e cartellonistica stradale



Obiettivi della campagna di informazione

- ✓ Informare tutte le utenze domestiche e commerciali del cambio della tipologia di gestione dei rifiuti;
- ✓ Rendere edotti della modalità di raccolta della varie frazioni merceologiche;
- ✓ Distribuire agli utenti i kit per la raccolta differenziata

Tempi della campagna di informazione

La durata della campagna di informazione in questa fase non può essere inferiore ai due mesi.

Fase di avvio

La “fase di avvio” prende avvio con le operazioni di raccolta del nuovo sistema di gestione. E’ una fase delicata dove la comunicazione assolve un importante ruolo per non inficiare l’intero progetto

Target della comunicazione

- utenze domestiche
- utenze commerciali
- uffici pubblici
- associazioni di categoria

Strumenti operativi

1. organizzazione di incontri specifici al fine di illustrare le modalità di raccolta e le giornate di intervento;
2. distribuzione di opuscoli informativi che elenchino nel dettaglio le giuste azioni ai fini di una corretta separazione delle diverse tipologie dei rifiuti suddivisi per categoria merceologica uniforme.
3. la posa in opera di gazebo, presidiati da personale societario, dedicato alla distribuzione di materiale informativo e di eventuali kit per la raccolta differenziata.
4. spot televisivi e cartellonistica stradale

Obiettivi della campagna di informazione

- ✓ Informare e formare tutte le utenze domestiche e commerciali sulle modalità di raccolta e sulla tempistica di esecuzione;
- ✓ Rendere edotti della modalità di raccolta della varie frazioni merceologiche;
- ✓ Comunicare i trend di raccolta differenziata

Tempi della campagna di informazione

La durata della campagna di informazione in questa fase può variare da 6 a 12 mesi.

Fase gestionale

Nella "fase gestionale" il sistema di gestione dei rifiuti è già ampiamente avviato e a meno di particolari specificità procede per come progettato. In questa fase pertanto si vuole sempre tenere alto il livello di informazione delle utenze e migliorare quegli aspetti dove si sono registrate delle criticità.

Target della comunicazione

- utenze domestiche
- utenze commerciali
- associazioni di categoria

Strumenti operativi

1. organizzazione di incontri specifici al fine di migliorare le possibili difficoltà registratesi in alcuni segmenti della raccolta ;
2. la posa in opera di gazebo, presidiati da personale societario, dedicato alla distribuzione di materiale informativo e di eventuali kit per la raccolta differenziata.
3. Spot televisivi e cartellonistica stradale

Obiettivi della campagna di informazione

- ✓ Informare e formare sugli sviluppi della raccolta differenziata;
- ✓ Migliorare le possibili difficoltà registratesi per alcuni segmenti della raccolta;
- ✓ Continuare nella informazione delle utenze

Tempi della campagna di informazione

La durata della campagna di informazione in questa fase è pari a quella dell'affidamento.