



COMUNE DI BARRAFRANCA

Provincia di Enna

Verbale di deliberazione n. 7 del 30/06/2016 della Giunta Comunale.

Oggetto: Approvazione del Progetto campagna di Comunicazione ed informazione sulla raccolta di Barrafranca

L'anno duemilasedici addì trenta del mese di Giugno alle ore 15,20 nella sala delle riunioni a seguito di regolari avvisi, recapitati a termine di legge si è convocata la Giunta Comunale.

Sono presenti i Signori:

Vetriolo	Giuseppe	Vice Sindaco
Costa	Roberto	Assessore Anziano
Cumia	Egidio	Assessore
Bevilacqua	Luana	Assessore

Sono assenti i Signori:

Sindaco Prof. Fabio Accardi

Assiste il Vice Segretario Generale **Dr.ssa Giuseppina Crescimanna**

Riconosciuto legale il numero degli intervenuti, il Signor **Vetriolo Giuseppe** nella sua qualità di **V. Sindaco** assume la presidenza e dichiara aperta la seduta per la trattazione dell'oggetto suindicato.

OGGETTO: *Approvazione del progetto Campagna di comunicazione ed informazione sulla raccolta di Barrafranca.*

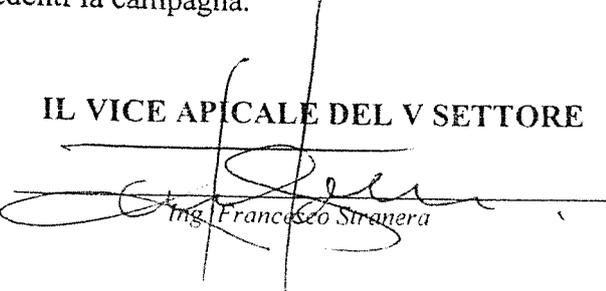
IL VICE APICALE DEL V SETTORE

- **Visto** l'accordo di programma Quadro ANCI-CONAI 2014-2019 – Linee guida alla comunicazione locale 2016;
- **Ritenuto** di fondamentale importanza avviare l'attività di comunicazione locale finalizzata all'informazione, sensibilizzazione, educazione dei cittadini sulla gestione integrata dei rifiuti di imballaggio, con particolare riferimento allo sviluppo della raccolta differenziata domestica;
- **Visto** il progetto redatto dal dott. E.Diliberto avente per oggetto "*Campagna di comunicazione ed informazione sulla raccolta differenziata nel comune di Barrafranca*", allegato alla presente per farne parte integrante e sostanziale, dell'importo complessivo di € 31.345,00 oltre iva dovuta per legge;
- **Visto** l'allegato 1 del sopra richiamato accordo Quadro Anci-Conai – Domanda di Finanziamento di iniziative di comunicazione per la raccolta differenziata di rifiuti di imballaggio, allegato alla presente;
- **Vista** la dichiarazione prodotta dal legale rappresentante dell'Ente gestore del servizio, Enna Euno S.p.A, trasmessa in data 29/06/2016, attestante la regolare trasmissione delle informazioni dovute alla Banca dati Anci-Conai, allegata alla presente;
- **Vista** la dichiarazione del 29/06/2016 prodotta dal legale rappresentante della S.S.R., Ente di governo del servizio rifiuti ex art. 3-bis del D.L. n. 138/2011 territorialmente competente, allegata alla presente;
- **Atteso** che necessita coprire, come previsto dal bando, almeno il 5% del valore complessivo del progetto di comunicazione, quindi per un importo pari ad almeno € 1.567,25;
- **Tenuto conto** che i termini di scadenza del suddetto bando sono stati prorogati al 30/06/2016;
- **Accertata** l'assenza del Capo del V Settore OO.PP. dal 28/06/2016 al 01/07/2016;
- **Vista** la determinazione sindacale n. 23 del 12/08/2015 con la quale il sottoscritto è stato nominato vice-apicale in assenza del responsabile del V Settore OO.PP.;
- **Visto** il vigente regolamento degli uffici e servizi;
- **Visto** l'O.EE.LL. vigente nella Regione Siciliana;

PROPONE ALLA GIUNTA MUNICIPALE

1. Di approvare il progetto redatto dal dott. E.Diliberto avente per oggetto "*Campagna di comunicazione ed informazione sulla raccolta differenziata nel comune di Barrafranca*", allegato alla presente per farne parte integrante e sostanziale, dell'importo complessivo di € 31.345,00 oltre iva;
2. Di dichiarare la disponibilità dei fondi necessari a coprire almeno il 5% del valore del progetto complessivo, quale cofinanziamento dell'iniziativa, da imputare al cap.1736;
3. Di presentare il progetto al CONAI per il finanziamento entro il 30/06/2016 e di impegnarsi a comunicare, in caso di aggiudicazione, i risultati della raccolta a sei mesi dalla conclusione della campagna, confrontanti con i risultati antecedenti la campagna.

IL VICE APICALE DEL V SETTORE



Ing. Francesco Stranera

LA GIUNTA MUNICIPALE

VISTA la superiore proposta di deliberazione, facente parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

RICONOSCIUTA la necessità di provvedere al riguardo accogliendola e facendone propri i motivi;

VISTI i pareri espressi dal responsabile del servizio e dal responsabile di ragioneria ai sensi dell'art. 53 e 55 della Legge n° 142/90 così come recepito dall'art. 1 comma 1 della L.R. 11 dicembre 1991 n° 48, che formano parte integrante della presente delibera;

VISTA altresì l'attestazione relativa alla copertura finanziaria della spesa ai sensi dell'anzidetta legge;

VISTO l'O.EE.LL. vigente nella Regione Siciliana;

Ad unanimità di voti espressi per alzata di mano;

DELIBERA

1. Approvare il progetto redatto dal dott. E.Diliberto avente per oggetto "*Campagna di comunicazione ed informazione sulla raccolta differenziata nel comune di Barrafranca*", allegato alla presente per farne parte integrante e sostanziale, dell'importo complessivo di € 31.345,00 oltre iva;
2. Dichiarare la disponibilità dei fondi necessari a coprire l'importo di € 3.000,00, quale cofinanziamento dell'iniziativa, pari al 9,57%, da imputare con successivo atto in caso di aggiudicazione del finanziamento, al cap. 1736;
3. Di impegnarsi a comunicare, in caso di aggiudicazione, i risultati della raccolta a sei mesi dalla conclusione della campagna, confrontanti con i risultati antecedenti la campagna;
4. Dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile stante l'urgenza di inviare la relativa documentazione al CONAI entro il 30/06/2016, con le modalità previste dal bando.

Allegato alla Delibera di G.M. n. 7 del 30/06/2016

OGGETTO: *Approvazione del progetto Campagna di comunicazione ed informazione sulla race olta di Barrafranca.*

PARERI

V SETTORE OO.PP.

Ai sensi dell'art. 12 della Legge 23/12/2000, n. 30 si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica

li. 30/06/2016

IL VICE APICALE
(Ing. Francesco Stranera)



UFFICIO DI RAGIONERIA:

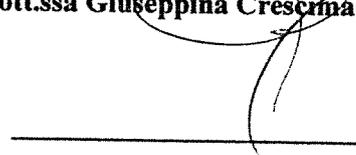
Ai sensi dell'art. 12 della Legge 23/12/2000, n. 30 per quanto riguarda la regolarità contabile si esprime parere

favorevole.
Ai sensi dell'art. 55 della Legge 142/90, recepito dalla L.R. 48/91, si attesta la copertura finanziaria al cap. 1706

li. 30-06-2016

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO FINANZIARIO

(Dott.ssa Giuseppina Crescimanna)



PARERE DEL SEGRETARIO GENERALE:

Per quanto riguarda la legittimità si esprime parere _____ ai sensi dell'art. 64-ter dello Statuto comunale vigente.

li.

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr. Carmelo Cunsolo)





COMUNE DI BARRAFRANCA

Prov. di Enna

C.a.p. 94012 P.I. 00429180862 ☎ 0934 / 468589 Fax 0934/468589

V Settore - Governance, LL.PP., Programmazione e Politiche Comunitarie

Accordo di Programma Quadro ANCI - CONAI 2014-2019

Comunicazione Locale 2016

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE
SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA
NEL COMUNE DI BARRAFRANCA

INDICE

1. CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE	3
1.1 STRUTTURA DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NEL TERRITORIO.....	6
1.2 CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER AVVIO SERVIZI	8
1.3 CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A REGIME NEL TERRITORIO	17
2. SISTEMA DI MISURAZIONE DELL'EFFICACIA DELL'INIZIATIVA	18
3. CRONOPROGRAMMA	21
4. ANALISI DEI COSTI	22

1. CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE

Introduzione

Il presente capitolo descrive la pianificazione degli interventi di comunicazione che si prevede di attivare sul territorio oggetto di gara ai fini di una corretta attivazione del nuovo servizio di raccolta differenziata dei rifiuti in modalità "porta a porta", attraverso la comunicazione diffusa a tutta la cittadinanza degli aspetti afferenti l'avvio del servizio (tempi, luoghi, riferimenti normativi e amministrativi, comportamenti da seguire etc.) e attraverso la sensibilizzazione costante dell'utenza (avvalendosi di mezzi di comunicazione tradizionali, educazione e formazione nelle scuole, incontri pubblici, campagne di sensibilizzazione collaterali etc.).

Obiettivi

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

- anticipare ed accompagnare l'attivazione del nuovo servizio;
- coniugare le attività di comunicazione con quelle di raccolta di dati sul territorio (numero di utenze, disposizione dei contenitori ecc.) e monitoraggio del servizio;
- coinvolgere in modo attivo i cittadini, le utenze selezionate e i decisori pubblici nel cambiamento di comportamento legato all'introduzione del nuovo servizio;
- istituire un dialogo continuo tra cittadini, Pubblica Amministrazione e soggetto incaricato della raccolta in merito alle problematiche inerenti i rifiuti;
- aumentare la consapevolezza dei cittadini in merito al valore sociale, economico e ambientale della proprie scelte in materia di corretto smaltimento dei rifiuti;
- ridurre la quantità di rifiuti conferiti in discarica, attraverso la riduzione dell'acquisto di imballaggi, l'aumento della raccolta differenziata e la promozione del compostaggio domestico;
- ottimizzare gli strumenti comunicativi già esistenti (sito web del Comune, manifestazioni pubbliche, uffici stampa, punti di informazione, media locali etc.);
- coinvolgere i turisti, i non residenti e la popolazione straniera nelle iniziative di comunicazione.

È quindi necessario che sia previsto un **sistema di assistenza all'utente** che intraprenda questa attività, sia direttamente con personale opportunamente formato (Servizio Clienti con Eco-Sportello e Numero Verde) sia attraverso i classici vettori di comunicazione che qui verranno indicati.

Strategia

Vi sono alcuni elementi di cui è necessario tenere conto per la stesura della strategia d'informazione:

- importanza strategica ed integrativa delle campagne informative per la buona partenza e riuscita del potenziamento della raccolta differenziata, in quanto tutto il sistema di raccolta (volumetria) è tarato su un preciso standard di raccolta differenziata che per ragioni di funzionalità ma soprattutto di economicità deve essere raggiunto in tempi brevi;
- necessità di prevedere una strategia innovativa e massiccia che divenga parte stessa del nuovo sistema integrato di gestione dei rifiuti; tale strategia deve prevedere interventi tipici delle campagne informative e azioni di presenza attiva e costante nel territorio per l'educazione, la gestione dei conflitti e la vigilanza;
- integrazione e coordinamento delle varie tipologie d'informazione e coinvolgimento.

L'esperienza maturata in contesti urbanistici e sociali differenti ha evidenziato che le campagne informative hanno efficacia solo se ai classici vettori (lettere, pieghevoli, manifesti, ecc.) si associano contatti diretti con i cittadini. La strategia informativa, quindi, poggia le sue basi sulla realizzazione di elementi di comunicazione integrata, che comprende:

- ✓ interventi tipici delle campagne informative con vettori classici (brochure, manifesti etc.);
- ✓ contatti diretti e incontri pubblici;
- ✓ mailing con distribuzione/cassettaggio postale;
- ✓ Internet;
- ✓ attività di Ufficio Stampa e Relazioni Pubbliche.

Per raggiungere maggiori livelli di efficacia, i contatti diretti devono essere sviluppati secondo due strategie:

- 1) contatti diretti "porta a porta" presso le singole utenze, attraverso pre-contatti ed eventuale consegna delle attrezzature (sacchi, biopattumiere, ecc.) con calibrazione delle modalità di raccolta a singolo utente. Tali contatti devono svolgersi in orari "non lavorativi" (ora pranzo, tardo pomeriggio) da parte di soggetti opportunamente formati, e hanno l'obiettivo principale di raggiungere tutte le utenze e comunicare in modo esaustivo i nuovi servizi, permettendo inoltre di calibrare meglio il dimensionamento delle attrezzature in funzione delle condizioni e caratteristiche socio-relazionali;
- 2) incontri o assemblee pubbliche, nelle quali i cittadini possono aprire un dibattito costruttivo per partecipare al miglioramento dei servizi di raccolta e sentirsi coinvolti nelle azioni sostenibili del territorio; tale tipologia di contatto ha l'obiettivo principale di approfondire le problematiche del territorio attraverso dibattiti di gruppo e di avviare un processo di gestione dei conflitti che generalmente si presenta durante l'avvio di servizi domiciliari.

Particolare attenzione sarà dedicata all'**Educazione Ambientale nelle Scuole Comunali** e al coinvolgimento degli eventuali flussi turistici.

Target

La campagna di comunicazione, sia nella fase di *start-up* che nella fase di mantenimento/gratificazione, è rivolta a tutte le utenze destinatarie del nuovo servizio di raccolta differenziata domiciliare, quantificate in circa 7.000 unità.

In sintesi, si prevedono i seguenti principali target della campagna di comunicazione:

- popolazione residente distinta in: residenza mono e bifamiliari, piccoli condomini;

- commercianti, uffici, mercati, attività di servizio e produttive;
- scuole, strutture pubbliche ed altre utenze particolari;
- soggetti sensibili (stranieri, famiglie con bambini inferiori a 24-36 mesi, anziani, portatori di handicap, soggetti fragili con riferimento ai Piani di zona dei servizi sociali, etc.).

Sono ovviamente le famiglie a determinare l'efficacia della raccolta differenziata. Anche il coinvolgimento degli artigiani e dei commercianti è importante: essi ricevono già un servizio e devono continuare ad apprezzarlo. Le scuole rappresentano la continuità temporale e la sinergia tra educazione e cittadini. I soggetti sensibili invece possono rappresentare le criticità sociali del sistema e quindi meritano una specifica valutazione progettuale e/o comunicativa.

Vettori della campagna di comunicazione

L'approccio della campagna deve essere multi-vettoriale. Il progetto di comunicazione integrata a sostegno della raccolta differenziata prevede, pertanto, le seguenti azioni:

- a) **azioni di direct marketing:** operazioni di comunicazione che agiscono direttamente sui destinatari, senza intermediazioni, intese come "istruzioni per l'uso" (cosa dividere, dove mettere le diverse frazioni di rifiuto, etc), come ad esempio la distribuzione di pieghevoli o altro materiale informativo (tutto in carta riciclata) e messaggi di tipo istituzionale; in particolare si prevedono i seguenti vettori: busta, lettera, pieghevole, manifesto, locandina, calendario, Carta dei Servizi Ambientali, Numero Verde, Eco-Sportello;
- b) **azioni di direct relation:** iniziative con un'interlocuzione diretta tra chi gestisce i servizi di RD e l'utente, individuando figure come "tutor", "amici del riciclo", "responsabili di zona della RD", con funzioni di comunicazione ed educazione ambientale più vicina all'utilizzatore, con un servizio di tipo "capillare"; in particolare si prevede la realizzazione di un progetto "ecovolontari" per il controllo/assistenza della gestione del servizio di raccolta;
- c) **comunicazione tabellare:** spazi su periodici o quotidiani, attraverso cui veicolare messaggi; in particolare si prevede la pubblicazione di forme di comunicazione sui canali divulgativi dell'Ente, ove disponibili, nonché publi-redazionali, radio diffusione e articoli su quotidiani conseguenti alle conferenze stampa che saranno organizzate (cfr. punto e);
- d) **affissione stradale:** comunicazione con lo scopo di richiamare l'attenzione dell'utente su temi che devono avere necessariamente il carattere generale, evocativo, di suggestione; in particolare si prevede la realizzazione di manifesti e locandine;
- e) **conferenze stampa:** lo scopo è di stabilire buone relazioni con gli organi di stampa che possono svolgere un ruolo di grande rilievo nel sostenere il servizio; in particolare si prevede la realizzazione di una conferenza stampa alla presentazione della linea grafica e di successive conferenze stampa annuali di divulgazione dei risultati;
- f) **incontri pubblici, convegni, seminari:** incontri con la partecipazione di esperti chiamati ad avvalorare le scelte strategiche di chi deve gestire i servizi; in particolare si prevede la realizzazione di diversi incontri pubblici con partecipazione, oltre che dei cittadini, di esperti, soggetti gestori, rappresentanti dell'amministrazione locale e di altre realtà territoriali che hanno già avviato la stessa esperienza (operazione di benchmarking);
- g) **programmi specifici per le scuole:** iniziative come "casse di risonanza" che possono formare i giovanissimi nel processo di attuazione di un programma di tutela ambientale, con innovativi contenuti culturali, come investimento sul futuro dei servizi; in particolare si prevede l'attivazione di un pacchetto formativo per le classi elementari che possa essere reiterato negli anni, con l'individuazione di una classe "filtro";

- h) **comunicazione interna:** il ruolo del personale che gestisce il servizio come "front-line" aziendale nei confronti dei cittadini è fondamentale e spesso ignorato, mentre le aziende devono comunicare con i fatti e con comportamenti (es. corsi di formazione, newsletter a soggetti selezionati, attività sociali etc.); in particolare si prevede uno specifico programma di formazione del personale interno nella fase iniziale della campagna di comunicazione e un programma di motivazione per il personale che deve consegnare i kit domiciliari alle utenze.

1.1 STRUTTURA DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NEL TERRITORIO

La campagna di comunicazione si articola nelle seguenti fasi principali:

- indagine e rilievo del territorio
- formazione del personale interno
- campagna di comunicazione per avvio servizi
- consegna dei kit per servizi di raccolta;
- campagna di mantenimento e gratificazione;
- iniziative indipendenti, complementari ed integrative (pacchetto scuole, progetto Ecovolontari, etc.).

Rilievo delle utenze nel territorio

Durante l'avvio dei servizi di raccolta domiciliare riveste un ruolo strategico la comunicazione diretta che avviene durante la consegna dei kit descritta di seguito. Questa verrà anticipata, da un rilievo del territorio relativo alle utenze per verificare la correttezza delle informazioni elaborate in fase progettuale, soprattutto per valutare le problematiche relative a specifiche utenze quali le produttive ed i condomini nell'individuazione della localizzazione dei contenitori di raccolta, ed all'ubicazione dei contenitori in area vasta (sistema poker e/o condominio orizzontale).

Tale rilievo è strutturato nelle seguenti fasi (anticipate anche nella relazione di progetto):

- Acquisizione dei database (anagrafe, ruoli TARSU o tariffa) per verifica dimensionamento preliminare. Gli elenchi saranno confrontati con quelli provenienti dalle società che gestiscono le reti acquedottistiche (gli allacci infatti sono centralizzati per unità immobiliare e normalmente sono intestati proprio agli amministratori di condominio o al proprietario dell'immobile).
- Analisi progetto tecnico, che prevede di rivedere le dotazioni di contenitori, la loro collocazione ed i relativi circuiti di svuotamento, verificando anche eventuali evasori.
- Individuazione dei referenti condominiali e predisposizione delle schede di consegna.
- Verifica delle utenze non domestiche attraverso dati della Camera di Commercio e predisposizione delle schede di consegna.
- Verifiche puntuali sul territorio, contatto telefonico degli amministratori di condominio e di utenze produttive, fissando appuntamenti per verificare il posizionamento sul posto; in genere occorre considerare un margine di errore dello stradario derivante da utenze non domestiche che hanno cessato l'attività, altre che l'hanno intrapresa, ma non sono ancora registrate in Comune, utenze civili sovrapposte per una doppia registrazione tra ruolo TARSU / tariffa e anagrafe, ecc.; in tale ambito rientrano anche le utenze particolarmente difficili che richiedono un secondo intervento (condomini) per verificarne l'occupazione del suolo pubblico o per convincerli della necessità di dotarsi dell'attrezzatura necessaria, o, nel caso di utenze non

domestiche, richiedono un sopralluogo specifico per esigenze particolari (difficoltà nello stabilire il margine tra assimilato e non, quantità di materiale prodotto, ecc.).

- Fase di concertazione con le singole utenze con analisi di eventuali criticità.

Pur considerando che le unità abitative uni-, bi- e trifamiliari abbiano spazio pertinenziale, si prevede di effettuare le indagini territoriali, al fine di individuare lo spazio per allocare le dotazioni, su tutti gli immobili:

- Utenze domestiche non condominiali (stabili con 1-3 unità abitative) con controllo dell'esistenza dell'utenza, conteggio delle unità abitative presenti ed eventuale modifica del data base;
- Utenze domestiche non condominiali (stabili con 4-5 unità abitative) con controllo dell'esistenza dell'utenza, conteggio delle unità abitative presenti ed eventuale modifica del data base;
- Utenze domestiche non condominiali (stabili con 6 o più unità abitative) con controllo dell'esistenza dell'utenza, conteggio delle unità abitative presenti, verifica amministratore e spazi di pertinenza per contenitori ed eventuale modifica del data base;
- Utenze non domestiche con controllo dell'esistenza dell'utenza, verifica produzione rifiuti e spazi di pertinenza per contenitori ed eventuale modifica del data base.

Le schede di sintesi saranno organizzate per le utenze domestiche secondo i seguenti dati:

- ✓ Zona, quartiere di riferimento (eventuale isolato)
- ✓ Numero scheda identificativo dell'utenza
- ✓ Codice via
- ✓ Indirizzo dell'utenza
- ✓ Numero civico (Bis, Int, Let, Numero secondario)
- ✓ Numero di unità abitative
- ✓ Numero di utenze familiari residenti
- ✓ Numero di abitanti residenti
- ✓ Nominativo e riferimenti del referente o amministratore nel caso di stabili condominiali
- ✓ Eventuali informazioni disponibili circa le caratteristiche proprie dell'utenza (accessi carrai, barriere architettoniche, ecc.)

Per le utenze non domestiche secondo i seguenti dati:

- ✓ Zona, quartiere di riferimento
- ✓ Isolato
- ✓ Numero scheda identificativo dell'utenza
- ✓ Codice via
- ✓ Indirizzo dell'utenza
- ✓ Numero civico (Bis, Int, Let, Numero secondario)
- ✓ Ragione sociale e nominativo dell'utenza (da confermare)
- ✓ Categoria TARISU/tariffa dell'utenza
- ✓ Metratura di esercizio

Le informazioni di cui sopra saranno eventualmente confrontate con un database georeferenziato (da realizzare appositamente) (si veda il capitolo Tracciabilità dei Rifiuti nel Fascicolo 3.1), eventualmente integrando lo stesso per fornire all'Ente un documento maggiormente dettagliato.

Per ottimizzare i tempi di tale fase si prevede di organizzare incontri preliminari di settore, per gruppi omogenei di interesse (amministratori di condominio, rappresentanti associazioni, rappresentanti soggetti sensibili, scuole, ecc.).

→ I tempi di indagine sono stimati come segue:

→ utenze domestiche con 1 -3 famiglie:	50 indagini al giorno a squadra
→ utenze domestiche con 4 -5 famiglie:	15 indagini al giorno a squadra
→ utenze domestiche con > 6 famiglie:	10 indagini al giorno a squadra
→ utenze non domestiche:	15 indagini al giorno a squadra

Per questa fase si prevedono circa 10-15 giorni lavorativi.

La formazione del personale interno

Si prevede di organizzare incontri specifici con personale interno sia dell'Ente, sia della società che gestisce il servizio di raccolta, ed eventualmente aperto ad altri soggetti quali associazioni di volontariato sociale od operative nel territorio (ambiente, sociale, ecc.), per verificarne la disponibilità su un'eventuale collaborazione per questa iniziativa.

I soggetti vengono formati sui seguenti temi:

- normativa e metodi di raccolta rifiuti con particolare riferimento a quelli che verranno avviati nel territorio;
- buone pratiche ambientali all'interno degli uffici pubblici: il GPP (Green Public Procurement) ex D.M. 203/2003;
- le motivazioni alla raccolta differenziata e alla protezione dell'ambiente;
- l'innovazione culturale del servizio di raccolta differenziata;
- cenni di tecniche di relazioni pubbliche e *customer care*;
- compostaggio domestico e riuso dei rifiuti;
- presentazione e soluzione delle casistiche standard e delle situazioni problematiche;
- tecniche di comunicazione pubblica (strumenti di comunicazione on-line/off-line, cenni di marketing territoriale, comunicazione interpersonale);
- case-histories;
- gestione dei conflitti e casi di "comunicazione di crisi".

Si prevede un pacchetto formativo adeguato di n. 20 ore, effettuato da personale esperto in comunicazione ed educazione ambientale.

1.2 CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER AVVIO SERVIZI

La struttura della campagna informativa prevede la pianificazione e realizzazione dei seguenti mezzi:

- **manifesto** da riprodurre in formato 70x100cm e/o 140x200cm e/o 600x300cm, in quadricromia, con immagine e head-line portanti. È semplice e impattante, non propone modalità operative ma concetti, ovvero le ragioni di fondo della raccolta differenziata;
- **locandina** da riprodurre in formato adeguato (es. 24x48cm), in quadricromia, con gli stessi obiettivi del manifesto; la locandina, date le dimensioni, si differenzia dal primo per un tono maggiore di accompagnamento dell'utente, essendo generalmente posizionata nei bar o utenze similari, nelle quali generalmente il cittadino tende a rilassarsi e quindi mostrare maggiore attenzione a tutto ciò che non è direttamente legato ai suoi problemi quotidiani;

- **pieghevole** con formato chiuso (es. A4), in quadricromia su carta riciclata, sempre con immagine e head-line portanti; il pieghevole anticipa, insieme ad una lettera di accompagnamento, l'organizzazione degli incontri pubblici e quindi contiene un quadro sintetico per ogni servizio di raccolta previsto (elementi motivazionali del passaggio al nuovo sistema, spiegazioni sulle modalità del servizio, indicazione del luogo dove ritirare ulteriori dotazioni di sacchi per la raccolta differenziata, risposte alle domande e alle problematiche più comuni, contatti, numeri utili etc.);
- **calendario** con formato e dimensione adeguata, in quadricromia su carta riciclata, con immagine e head-line portanti; il calendario è lo strumento che rapporta direttamente l'utenza con il gestore e l'Ente. Il testo deve essere motivante per incentivare maggiormente il recupero senza comunque sminuire i risultati già raggiunti. Il vettore contiene anche un Glossario con la distinzione dei rifiuti, ordinati alfabeticamente e associati alle relative modalità di raccolta. Sarà prodotto in 2 versioni, sia per le utenze domestiche che per le utenze non domestiche, e sarà veicolato alle utenze contestualmente alla distribuzione dei kit "porta a porta", avvalendosi dell'ausilio delle squadre all'uopo predisposte;
- **opuscolo per compostaggio domestico** con formato e dimensione adeguata (indicativamente di 16-24 pagine), in quadricromia su carta riciclata, con le informazioni necessarie per la pratica del compostaggio in casa, comprensivo di esempi e informazioni di semplice comprensione; l'opuscolo sarà promosso e divulgato, oltre che attraverso l'Eco-Sportello, anche durante appositi punti informativi da allestirsi;
- **totem o altro elemento identificativo** per gli incontri pubblici e per i punti informativi. Si tratta di un elemento necessario per identificare il tema per il quale viene indetto l'incontro e comunque rafforzativo del contenuto della campagna di comunicazione. Il totem conterrà elementi essenziali di comunicazione, come il visual e l'head-line che accompagnano tutti gli altri vettori di comunicazione;
- **cartella stampa** per conferenze stampa e giornalisti;
- **materiale didattico** per il programma di educazione ambientale nelle scuole.

Contemporaneamente, l'Ufficio Tecnico Comunale realizzerà la Carta dei Servizi Ambientali, documento che informerà in modo esaustivo i cittadini sulle prestazioni erogate nella gestione dei rifiuti urbani in esecuzione dell'appalto, attraverso contenuti semplici e chiari e, al tempo stesso, precisi e completi. Nella Carta dei Servizi Ambientali del Comune di Barrafranca saranno descritte in modo chiaro, trasparente e completo le regole di organizzazione e di erogazione dei servizi di gestione dei rifiuti, i livelli di qualità delle prestazioni, gli strumenti messi a disposizione degli utenti per la comunicazione con l'Ente, anche con riguardo alla presentazione di eventuali reclami o alla segnalazione di disservizi.

La Carta dei Servizi sarà redatta e diffusa secondo le disposizioni della normativa vigente e dell'art. 2, comma 461, della Legge 24 dicembre 2007, n. 244, ossia previa intesa con le associazioni di tutela dei consumatori e con le altre associazioni interessate. Poiché il target è molto ampio, risultando costituito dalla totalità delle utenze destinatarie del servizio, la Carta dei Servizi sarà redatta nel rispetto dei principi fondamentali di chiarezza e leggibilità, tenendo conto dei seguenti elementi formali: indice a inizio documento, linguaggio semplice, riferimenti tematici richiamati ad ogni pagina ("bread crumbs"), immagini e disegni esemplificativi con didascalie, layout chiaro e leggibile.

Poiché il documento è destinato ad avere la massima diffusione tra tutta la cittadinanza, inoltre, è necessario verificarne al meglio la leggibilità. Ne sarà pertanto garantita la leggibilità utilizzando e incrociando i due principali metodi di rilievo:

- a) **Indice GULPEASE**: indice di leggibilità di un testo tarato sulla lingua italiana che prende in considerazione due variabili linguistiche: la lunghezza della parola e la lunghezza della frase rispetto al numero delle lettere;

- b) Vocabolario comune: misura di leggibilità di un testo che considera il grado di comprensione e frequenza di uso dei termini utilizzati.

Sul piano dei contenuti, la Carta dei Servizi presenterà la trattazione dei seguenti argomenti:

- a. validità e diffusione della Carta;
- b. profilo aziendale;
- c. principi fondamentali;
- d. standard di qualità del servizio relativi alle prestazioni erogate;
- e. raccolta rifiuti indifferenziati;
- f. raccolta rifiuti differenziati (modalità di svolgimento del nuovo servizio);
- g. orari e modalità di fruizione del Centro Comunale di Raccolta (EcoCentro);
- h. comportamento del personale;
- i. tutela dell'utente e procedure di reclamo e di ristoro/rimedio;
- j. valutazione del grado di soddisfazione dell'utente;
- k. indicazione di tutti i riferimenti utili per le utenze (numeri telefonici, email, siti Internet, indirizzi fisici etc.).

La Carta dei Servizi ospiterà, inoltre, un'apposita sezione informativa che riporterà in dettaglio i riferimenti e le modalità di fruizione del Numero Verde e dell'Eco-Sportello; con particolare riferimento alle modalità di ritiro dei rifiuti ingombranti e dei rifiuti verdi; un'apposita sezione illustrativa sul ciclo integrato dei rifiuti, con alcune indicazioni per la riduzione dei rifiuti e sulle politiche ambientali, con particolare riferimento al problema dell'abbandono indiscriminato dei rifiuti; un'apposita sezione richiamante le modalità e i vantaggi del compostaggio domestico. La Carta dei Servizi sarà realizzata in 12-16 pagine a colori (quadricromia) formato 17 x 24 cm e stampata in carta riciclata. La Carta sarà presentata pubblicamente in un'apposita conferenza-stampa.

Fasi e tempistica

Il progetto relativo alla campagna di comunicazione e sensibilizzazione per l'avvio del servizio di raccolta differenziata porta a porta sarà articolato in alcune fasi principali relative ad azioni informative differenti, in parte consequenziali, in parte contemporanee (secondo un cronoprogramma che sarà concordato con la Società che gestisce il servizio di raccolta RSU), che qui si riassumono:

FASE 1: nuova linea grafica della campagna di informazione e realizzazione delle bozze di tutti i materiali informativi, comprendente:

- incontro di presentazione delle bozze della nuova linea grafica della campagna di comunicazione, condivisione della strategia e della tempistica di attuazione;
- conferenza stampa di presentazione dei materiali, della strategia, della pianificazione e dei tempi della campagna di comunicazione.

FASE 2: concertazione e presentazione del progetto e dei materiali informativi e incontri con gli stakeholders, comprendente:

- incontri di presentazione e definizione dei luoghi e delle date dell'animazione territoriale;
- incontri di presentazione e concertazione con gli stakeholders a livello comunale.

FASE 3: campagna di informazione sul nuovo servizio di raccolta differenziata per le utenze domestiche e non, comprendente:

- consegna dei manifesti e affissione delle locandine nei luoghi di maggiore passaggio in modo da diffondere il visual dell'iniziativa e la sua identità visiva
- spedizione a tutte le utenze cittadine (domiciliari, seconde case e commerciali) di un mailing contenente:
 - a. lettera ufficiale firmata dal Sindaco in cui si spiegano le motivazioni e si anticipa il cambiamento dei servizi di raccolta rifiuti e raccolta differenziata. Sul retro della lettera saranno inoltre indicate date e luoghi dei punti informativi e degli incontri pubblici e in calce alla lettera sarà posto in evidenza il tagliando da riconsegnare presso i momenti di animazione territoriale per aderire al compostaggio domestico e dunque entrare a far parte dell'Albo Compostatori e per comunicare il proprio interesse a far parte di un gruppo di Ecovolontari. Inoltre i cittadini che consegnano il tagliando lasceranno il proprio consenso all'utilizzo del proprio indirizzo e-mail (nel caso in cui ne siano in possesso);
 - b. pieghevole informativo sulle modalità di svolgimento del nuovo servizio di raccolta differenziata e sul ciclo integrato dei rifiuti, con alcune indicazioni per la riduzione dei rifiuti e sulle politiche ambientali. I pieghevoli saranno anche disponibili in appositi distributori all'interno dei principali luoghi pubblici, oltre che presso i momenti di animazione territoriale.

Punti informativi sul territorio: i cittadini saranno invitati a recarsi ad una prima serie di punti di informazione sul territorio, in cui i tecnici saranno a disposizione per fornire le informazioni di approfondimento e chiarimento in merito alla raccolta differenziata e per raccogliere i tagliandi compilati con le eventuali adesioni al progetto Ecovolontari. Si prevede di realizzare una serie di punti informativi scegliendo, di concerto con l'Amministrazione, i luoghi di maggior afflusso di persone (uscita dalla messa domenicale, supermercati, mercati, ecc.). Inoltre, a tutti coloro che aderiranno al compostaggio domestico verrà chiesto di firmare la convenzione per l'adesione all'Albo Compostatori, e tutti i firmatari avranno in omaggio un utile opuscolo/manuale con tutte le istruzioni per praticare il compostaggio domestico.

Incontri pubblici: incontri destinati alle famiglie in orario serale o in altro orario, con esplicitazione delle modalità di attuazione del nuovo servizio e di discussione alla presenza delle autorità comunali e dei tecnici esperti di animazione territoriale e di raccolta differenziata. Nel corso degli incontri pubblici (oltre che dei punti informativi) verrà inoltre ritirato il tagliando contenente la richiesta di essere inseriti all'interno dell'Albo Compostatori Comunale e l'interesse a far parte del gruppo di Ecovolontari. A tutti coloro che partecipano agli incontri pubblici verrà inoltre consegnato al momento dell'ingresso in sala un questionario valutativo da consegnare alla fine agli animatori territoriali al fine di valutare l'efficacia comunicativa della serata e di raccogliere eventuali segnalazioni o richieste o suggerimenti.

Consegna dei calendari con gli orari e i giorni di passaggio della raccolta "porta a porta" ai responsabili della consegna dei contenitori o sacchetti per la raccolta differenziata.

Redazione Albo Compostatori e consegna dell'elenco degli aderenti e dei firmatari della Convenzione per l'adesione al compostaggio domestico, dell'elenco di coloro che hanno fatto

richiesta di partecipare al gruppo degli Ecovolontari e di coloro che sono interessati a ricevere maggiori informazioni in merito alla campagna e al nuovo servizio di raccolta differenziata via e-mail (coloro che compilando il tagliando hanno lasciato il proprio indirizzo di posta elettronica). L'Albo Compostatori è molto importante in quanto consente di ridurre i rifiuti prodotti dalle utenze che aderiscono ed è dunque consigliabile, al fine di raccogliere il maggior numero possibile di adesioni, prevedere in futuro una riduzione fiscale o tariffaria per tutti coloro che hanno aderito all'albo compostatori.

Consegne dei kit per servizi di raccolta

Sulla base delle risultanze dell'analisi del territorio sopra esposta, si procederà ad organizzare e coordinare la predisposizione dei kit per la raccolta domiciliare.

Le modalità di consegna si esplicano come segue:

- attraverso i contatti diretti, casa per casa, si garantisce il successivo passaggio presso tutte le utenze;
- contemporaneamente, se attivati in tempi adeguati, si potranno utilizzare anche i contatti presso gli incontri pubblici; tale strategia è in genere garanzia anche di una elevata affluenza agli incontri, ottenendo così due importanti obiettivi: una elevata partecipazione nella fase cruciale di informazione dei servizi ed una potenziale riduzione dei contatti da svolgere.

Per le consegne a domicilio verrà predisposto un calendario di consegna di concerto con la società che gestisce il servizio di raccolta, tale da raccordare le esigenze e i tempi di attivazione dei servizi con i tempi relativi alle azioni di informazione e comunicazione.

Si provvederà alla strutturazione di un formato di scheda/consegne o registro di consegna che contenga tutti i dati utili relativi alle utenze servite e risulti facilmente implementabile con i dati che dovranno essere riportati al momento delle consegne.

In caso di assenza dell'utente, verrà rilasciato un talloncino di avviso per il ritiro del kit presso una o più sedi concordate con la società che gestisce il servizio di raccolta RSU.

La squadra tipo sarà formata da autista furgone, operatore e comunicatore.

Si ipotizza una redditività pari a:

- 40 utenze non domestiche/giorno x squadra;
- 90 utenze non condominiali/giorni x squadra;
- 15 condomini/giorno x squadra.

Per questa fase si prevedono n. 15-20 giorni lavorativi.

Campagna per le scuole

Ad integrazione dei classici target di comunicazione, per estendere la corretta partecipazione ai nuovi servizi di raccolta differenziata, si prevede di condurre campagne di educazione ambientale in ambito scolastico, attivando adeguati corsi di aggiornamento per insegnanti, finalizzati alla conoscenza di base del problema "rifiuti" ed assistendo gli stessi in

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

Contestualmente possono essere svolte altre attività finalizzate all'educazione ad un consumo più consapevole quali: corsi sul compostaggio domestico, raccolta della carta, indagine del territorio (sul tipo "Puliamo il Mondo"). Tutto questo rientra in uno sforzo educativo che vuole gli studenti protagonisti critici della conoscenza acquisita e attori propositivi di nuove soluzioni e nuovi modelli di comportamento.

Il modulo previsto per ciascun anno scolastico ha una durata prevista di 10-12 ore per ciascuna sezione della classe "filtro" quarta elementare. Il modulo prevede approfondimenti teorici sul tema rifiuti (circa 4 ore) ed una fase di laboratorio (circa 6-8 ore) ove gli alunni sono chiamati anche a sviluppare la propria fantasia e creatività in attività pratiche ("laboratori manuali") durante le quali i comuni materiali secchi di scarto diventano risorsa cui dare nuova vita inventando nuove modalità di riutilizzo o riciclaggio. Giocando, toccando e trasformando i materiali e gli oggetti di scarto, o realizzando nuovi oggetti, i ragazzi imparano divertendosi a riciclare e così riscoprono il valore anche di ciò che sembra essere divenuto inutile nella vita quotidiana.

Materiali e Servizi	Quantità
Didattica di appoggio (ore a classe)	10
Ore di didattica previste totali	150
Materiale e giochi didattici	s.n.

Progetto "Ecovolontari" e controllo del territorio

Gli **Ecovolontari** costituiscono un gruppo attivo sul territorio cittadino che opera al fine di sensibilizzare il resto della popolazione ai temi ambientali e ricordare loro le principali regole di conferimento dei rifiuti urbani. Sono costituiti da cittadini volenterosi che operano sul territorio e che mettono a disposizione parte del loro tempo per comprendere a fondo le problematiche connesse al mondo dei rifiuti, per poi poter informare, educare, controllare e segnalare.

I volontari che confermano la propria disponibilità sono invitati a partecipare a riunioni periodiche comprendenti momenti formativi sulla raccolta differenziata, discussioni sulle problematiche esistenti e pianificazione delle attività (ved. corsi formazione personale interno), e vengono dotati del materiale di supporto necessario per lo svolgimento di ogni iniziativa e di un tesserino di riconoscimento. Ogni Ecovolontario fa riferimento al responsabile dell'Ente che ne coordina le attività, convoca le riunioni periodiche e si rende disponibile in caso di segnalazioni e problematiche particolari.

Tra le attività principali degli Ecovolontari si prevede:

- monitoraggio del servizio, attraverso la verifica della funzionalità dei vari contenitori segnalando all'Ente l'eventuale necessità di spostare alcuni contenitori, potenziarne il numero o sollecitarne lo svuotamento immediato
- controllo qualità materiali, attraverso il monitoraggio continuo di una certa area e la verifica del corretto conferimento dei rifiuti, segnalando l'eventuale presenza di sporcizia al di fuori dei contenitori
- sondaggi durante il conferimento ai cittadini o direttamente presso le utenze
- controlli ed assistenza per compostaggio domestico, ove attivato
- assistenza ad utenze particolari quali attività commerciali, turistiche o industriali con interviste strategiche per evidenziare problemi nel sistema di raccolta e per dare informazioni sul corretto sistema di conferimento
- affissione manifesti, applicazione adesivi, presenza punti informativi, ecc.

Gli Ecovolontari vengono individuati almeno in numero di 1 ogni 2.000 abitanti, attraverso bando pubblico e/o durante apposite schede predisposte per gli incontri pubblici previsti dalla campagna di comunicazione. Si prevede un corso di 20 ore per la formazione dei volontari che, una volta ammessi all'attività, verranno dotati di bicicletta per spostarsi nel territorio di pertinenza, tesserino e divisa di riconoscimento (berretto e maglietta).

Sito Internet

Contestualmente con il lancio ufficiale della campagna di comunicazione, sarà attivata nel sito Internet comunale una apposita sezione informativa dedicata al nuovo servizio di raccolta differenziata. In questa sezione sarà presentata la raccolta differenziata illustrando le problematiche generali e le varie tipologie di rifiuto con foto, illustrazioni e approfondimenti. Il sito sarà pubblicizzato in modo evidente su tutti gli stampati pubblicitari. Attraverso il sito web si prevede di informare sulle modalità e servizi di raccolta, fornire tutti i numeri utili, comunicare i giorni e gli orari di raccolta, informare sulla possibilità dei cittadini di operare come Eco-Volontari, comunicare tutte le iniziative e le novità proposte dall'Ente, comunicare tutte le informazioni utili al compostaggio domestico e ai progetti di educazione ambientale nelle scuole. Il sito web, inoltre, permette di raggiungere in modo capillare ed efficace i non residenti e i turisti, in modo da offrire loro un'informazione dettagliata sulle novità in corso.

Numero Verde

Il Comune di Barrafranca metterà a disposizione e gestirà un apposito Numero Verde al quale gli utenti potranno richiedere qualsiasi informazione riguardante: tipologie e caratteristiche di rifiuti, modalità di conferimento, orari di raccolta, assegnazione o sostituzione di contenitori, informazioni relative all'EcoCentro (se presente), calendario zone e orari dello spazzamento stradale con segnalazione di eventuali divieti di sosta temporanei, compostaggio domestico, aggiornamento su iniziative di interesse pubblico (incontri, convegni, fiere), ritiro rifiuti ingombranti e rifiuti verdi, reclami, suggerimenti e chiarimenti.

Il servizio, che sarà pubblicizzato su tutti i materiali informativi realizzati, sarà attivo dal lunedì al sabato con operatore telefonico alla risposta dalle ore 9:00 alle ore 13:00 e con segreteria telefonica e un indirizzo e-mail gestito dalla nostra azienda nelle restanti ore.

Il Numero Verde è anche un luogo di analisi degli andamenti nel territorio con il compito di verificare quelle realtà locali meno sensibili, in modo che la raccolta differenziata si sviluppi in tempi rapidi ed omogenei su tutto il territorio.

Eco-Sportello

L'**Eco-Sportello** è un valido strumento di supporto per i cittadini che necessitano di informazioni di qualunque genere in merito al servizio di raccolta rifiuti, oltre ad essere centro di analisi dello stato di attuazione dei servizi di ausilio all'Ente o al gestore.

L'Eco-Sportello sarà realizzato nel capoluogo preferibilmente presso la sede del Comune, dove un operatore sarà presente negli orari previsti dal Bando di gara.

Attraverso l'Eco-Sportello si potranno ottenere le informazioni per definire le strategie di miglioramento o adattamento del servizio; fornire ai cittadini le informazioni necessarie sulla gestione dei rifiuti; raccogliere eventuali lamentele riguardanti il servizio di raccolta etc., e in particolare:

- a) ottenere informazioni sui servizi di raccolta e trasporto dei rifiuti in merito a modalità di conferimento dei rifiuti, orari, tipi di materiali oggetto di raccolta;
- b) richiedere l'assegnazione o la sostituzione di contenitori;
- c) ottenere i materiali di raccolta (sacchi, bidoncini, materiali informativi, ecc.);
- d) prenotare i servizi a chiamata (verde, ingombranti, inerti, altri);
- e) ottenere informazioni sull'ubicazione e sugli orari di apertura dell'EcoCentro;
- f) segnalare eventuali disservizi e presentare reclami.

Il calendario della presenza di addetti garantirà 16 ore a settimana distribuiti in quattro giornate. Tale calendario verrà concordato con l'Ente.

La gestione del servizio verrà eseguita con il supporto di un software che consente di registrare l'apertura della richiesta dell'utente e la sua chiusura (a seguito della avvenuta esecuzione, da parte dell'Impresa, dell'attività per rimediare al disservizio o per l'esecuzione del servizio richiesto), di archiviare le informazioni sulle richieste (dati identificativi dell'utente, disservizio lamentato, tipo di informazioni richieste), di produrre statistiche sulle richieste con riferimento a tipologia di utenza (domestiche e non domestica), tipologia dei disservizi o altri eventi (indicando quali) segnalati e di informazioni richieste, di effettuare l'accesso da remoto agli archivi da parte dell'Ente.

Promozione e divulgazione dei risultati

La promozione dei risultati dell'intervento è prevista attraverso i classici sistemi di comunicazione, in particolare:

- attraverso il sito web (vedi sopra);
- mediante i classici organi di stampa (quotidiani, radio, televisione);

- quando disponibile, attraverso inserto nei giornalini comunali;
- durante gli incontri pubblici e le conferenze stampa.

MATERIALI E SERVIZI COMUNICATIVI - avvio del servizio

I materiali di seguito computati saranno in fase esecutiva distribuiti in base alle utenze del Comune.

	Quantità
Materiali e Servizi comuni a tutte le utenze	
Sito Internet	Sì
Ecosportelli	16 ore/sett
Locandine f.to 24x48cm 4 col. 130 gr.	200
Manifesti f.to 70x100cm e/o 140 x 200cm 4 col., 130 gr.	50
Carta dei Servizi, f.to 17x24cm, 4 col, 130 gr.	8.000

	Quantità
Materiali e Servizi per utenze domestiche	
Incontri pubblici	10
Banchetti informativi	5
Busta f.to 11x23cm, 1 col.	7.000
Lettera f.to 21x29,7cm, 4 col., 130 gr.	7.000
Pieghevole f.to A4, 4 col., 3 ante, 130 gr.	7.000
Calendario f.to A4, 4 col., 24 pag., 130 gr. (due versioni)	7.000
Depliant multilingue 4 ante, f.to A4, 4 col, 130 gr.	2.000
Opuscolo compostaggio f.to A5, 4 col., 16 pag.	300
Schema convenzione compostaggio, f.to A4, 1 col.	300
Totem	2

	Quantità
Materiali e Servizi per utenze non domestiche	
Busta f.to 11x23cm, 1 col.	1.000
Lettera f.to 21x29,7cm, 4 col., 130 gr.	1.000
Pieghevole f.to A4, 4 col., 3 ante, 130 gr.	1.000

1.3 CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A REGIME NEL TERRITORIO

Negli anni successivi all'avvio dei servizi, in base alle necessità e verifiche effettuate nella gestione dei servizi, verranno sviluppate specifiche campagne di comunicazione con i seguenti principali obiettivi: consolidare le abitudini e diffondere la cultura della sostenibilità, verificare la qualità della raccolta, premiare i cittadini virtuosi, coinvolgere la cittadinanza in azioni attive, promuovere la cultura della riduzione, delle pratiche ecosostenibili e del riuso, ed ogni altra informazione legata alla strategia rifiuti zero.

Gli strumenti e le azioni principali saranno le seguenti:

- manifesti vari formati e materiali informativi vari
- giornate ecologiche, eventi in piazza ed eventi speciali sul territorio
- educazione ambientale nelle scuole
- incontri pubblici e punti informativi
- sito internet
- corsi di aggiornamento per tecnici comunali
- conferenze stampa annuali più eventuali conferenze stampa speciali
- Eco-Sportello
- Citizen Satisfaction: rilevazioni periodiche attraverso questionari e modulistica ad hoc, strumenti informatici per la rapida lettura ed elaborazione dei dati.

Si prevede inoltre di realizzare una specifica **campagna informativa collaterale e seriale per sensibilizzare in modo incisivo la cittadinanza sul problema dell'abbandono indiscriminato dei rifiuti**.

Il mantenimento delle informazioni specifiche per i servizi domiciliari sarà sempre garantito attraverso una **costante attività di Media Relations** con gli organi di informazione nazionali e locali da coinvolgere nelle azioni di comunicazione, la **realizzazione e consegna alle utenze dei calendari per l'anno successivo** entro il 15 dicembre e diversi **incontri pubblici periodici**.

MATERIALI E SERVIZI COMUNICATIVI - Anni successivi (campagna di mantenimento)

I materiali di seguito computati saranno in fase esecutiva distribuiti in base alle utenze del Comune.

Materiali e Servizi Comuni a tutte le utenze	Quantità
Locandine f.to 24x48cm 4 col. 130 gr.	200
Manifesti f.ti vari	50
Materiali e Servizi per utenze domestiche	Quantità
Incontri pubblici	5
Busta f.to 11x23cm, 1 col.	7.000

Lettera f.to 21x29,7cm, 4 col., 130 gr.	7.000
Calendario f.to A4, 4 col., 24 pag., 130 gr.	7.000
Depliant multilingue 4 ante, f.to A4, 4 col., 130 gr.	2.000
Materiali e Servizi per utenze non domestiche	Quantità
Busta f.to 11x23cm, 1 col.	1.000
Pieghevole-calendario f.to A4, 4 col., 3 ante, 130 gr.	1.000

2. SISTEMA DI MISURAZIONE DELL'EFFICACIA DELL'INIZIATIVA

Allo stato attuale la raccolta dei RSU del Comune di Barrafranca non prevede la differenziazione degli stessi (ad eccezione della raccolta di RAEE) e pertanto la percentuale di raccolta differenziata è pressoché prossima allo zero.

Tuttavia, il Piano di Intervento dell'Ambito di Raccolta Ottimale redatto in attuazione dell'art. 5, comma 2-ter della L.R. 9/2010 come modificato dalla L.R. 3/2013 ed approvato dal Dipartimento Regionale Acqua e Rifiuti con D.D.G. n. 250 del 05.03.2014, prevede la raccolta differenziata delle seguenti frazioni merceologiche:

- ✓ Organico;
- ✓ Carta e cartone;
- ✓ Vetro;
- ✓ Plastica;
- ✓ Alluminio;
- ✓ RAEE.

Nella piena attuazione del predetto Piano di Intervento, verranno differenziati i rifiuti secondo le categorie merceologiche sopra elencate e sarà inoltre possibile differenziare ulteriormente i rifiuti da imballaggi secondo le tipologie di seguito elencate:

- Acciaio;
- Alluminio;
- Carta;
- Legno;
- Plastica;
- Vetro.

Il sistema di misurazione dell'efficacia della presente campagna informativa prevede l'acquisizione di dati oggettivi aggregati con i criteri di seguito riportati:

1. **Criterio "qualitativo"**: i rifiuti raccolti, verranno inviati alle piattaforme di raccolta specifiche che ne determineranno la qualità al fine di stabilirne il relativo compenso. Pertanto, tale valutazione, verrà utilizzata come parametro di misurazione.
2. **Criterio "quantitativo"**: sarà determinato tramite i formulari specifici dei singoli rifiuti e verranno espressi in tonnellate. Tale dato potrà successivamente essere riferito alla popolazione residente, espresso in kg/ab.
3. **Criterio "produttivo"**: infine, con l'avvio del sistema di rilevamento dei rifiuti prodotti dalle singole utenze (residenziali, commerciali, collettive, etc.) sarà possibile aggregare i dati in funzione della tipologia del produttore del rifiuto.

A titolo meramente esemplificativo, si riportano di seguito le tipologie merceologiche di rifiuti da imballaggio intercettabili.

➤ **Acciaio**

- Contenitori per alimenti che hanno contenuto: legumi in genere, conserve, frutta sciroppata, tonno, sardine, olio di oliva, carne, alimenti per animali, alcune bevande e caffè.
- Le bombolette spray per alimenti e prodotti per l'igiene personale.
- Chiusure metalliche per vasetti di vetro, come quelle delle confetture, delle marmellate, del miele e delle passate di pomodoro.
- Tappi a corona applicati sulle bottiglie di vetro.
- Scatole in acciaio utilizzate per le confezioni regalo di biscotti, cioccolatini, caramelle, dolci e liquori.

➤ **Alluminio**

- Lattine per bevande.
- Vaschette e vassoi per la conservazione, la cottura e il congelamento dei cibi.
- Scatolette per alimenti (carne, legumi, pesce e verdure)
- Scatolette e vaschette per il cibo per animali
- Foglio di alluminio per alimenti (involucri per cioccolato, coperchi dello yogurt, rotolo da cucina).
- Bombolette spray per prodotti per la cosmetica (deodoranti, lacche per capelli) e cibo (ad es. panna).
- Tappi e capsule per bottiglie di acqua, olio, vino e liquori.
- Tubetti per conserve o prodotti per la cosmetica.

➤ **Carta**

Oltre agli imballaggi in carta e cartoncino, con la raccolta differenziata si raccolgono tutti i tipi di carta inclusa quella per usi grafici, la carta da disegno o per fotocopie e quella per la produzione dei giornali.

- Sacchetti di carta.
- Imballaggi in cartone ondulato.
- Scatole per alimenti, detersivi e scarpe.
- Astucci e fascette in cartoncino.
- Giornali e riviste, libri, quaderni e opuscoli.

La carta sporca di terra o di alimenti non va conferita nei contenitori della raccolta differenziata, perché contamina la carta riciclabile. Va dunque gettata con i rifiuti indifferenziati.

➤ Legno

Per le strade non ci sono i cassonetti con la scritta legno, come avviene per gli altri materiali, perché esistono metodi più funzionali ed efficaci per la raccolta differenziata dei rifiuti di imballaggio di legno (spesso voluminosi). Gli scarti di legno "leggeri" come gli imballaggi che avvolgono alcuni formaggi oppure come gli stuzzicadenti, possono essere raccolti separatamente con la frazione organica. Gli imballaggi di maggiori dimensioni e i rifiuti ingombranti come mobili usati, armadi, sedie, tavoli rotti, ecc. possono essere consegnati ai centri di Raccolta Differenziata o alle isole ecologiche. In alternativa si può concordare con l'azienda municipalizzata di igiene ambientale la modalità di ritiro "porta a porta".

➤ Plastica

- Bottiglie (acqua, bibite, latte e succhi).
- Flaconi (detersivi, detergenti, shampoo, prodotti per l'igiene della persona e della casa in genere).
- Sacchi, sacchetti, buste (sia per contenere prodotti di qualsiasi genere che per asporto merci).
- Imballaggi flessibili sigillati automaticamente (biscotti, patatine, merendine).
- Vaschette, barattoli, tubetti e vasetti (di qualsiasi forma e misura con qualsiasi tipologia di plastica siano prodotti).
- Tanichette (acqua distillata)
- Piatti e bicchieri monouso in plastica.

È importante assicurarsi che gli imballaggi non contengano residui evidenti del contenuto (ma se regolarmente svuotati, non è di norma necessario lavarli). Inoltre, per ridurre il volume e ottimizzare così conferimento e raccolta, occorre, quando è possibile, schiacciare bottiglie e contenitori preferibilmente in senso orizzontale.

➤ Vetro

È molto importante, quando in casa si divide il vetro dagli altri rifiuti, fare attenzione che non ci siano oggetti e materiali diversi dal vetro, specie di ceramica, cristallo e pyrex.

Un bicchiere di cristallo o un piattino di ceramica, se inseriti in un contenitore per la raccolta differenziata del vetro e ridotto in frammenti, potrebbero "rovinare" gran parte della quantità di vetro in esso contenuto, vanificando gli sforzi di tanti cittadini. Pertanto è necessario raccogliere in modo differenziato solo ed esclusivamente gli oggetti di vetro.

- Contenitori.
- Bottiglie.
- Vasi e vasetti.
- Flaconi e barattoli.

3. CRONOPROGRAMMA

Il Comune di Barrafranca si impegna ad attivare i servizi entro tre mesi dalla stipula del contratto o dal verbale di consegna secondo il cronoprogramma sintetico delle attività di start up di seguito descritte.

Settimana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Attivazione servizi -start up														
Stipula contratto														
Acquisto attrezzature														
Preparazione kit														
Consegna kit														
Avvio nuovi servizi														
Campagna di comunicazione														
Formazione personale ed Eco-volontari														
Animazione territoriale e rilievi														
Progettazione grafica														
Stampa materiali (lettere, manifesti e locandine)														
Stampa materiali (calendari)														
Spedizione														
Affissione manifesti e locandine														
Incontri preliminari														
Eco-sportello														
Incontri pubblici e banchetti informativi														

4. ANALISI DEI COSTI

Attività	Quantità	Costo Unitario	Totale
Rilievo delle utenze nel territorio	1	€ 1.500,00	€ 1.500,00
Creazione Data Base georeferenziato	1	€ 2.000,00	€ 2.000,00
Formazione del personale interno	1	€ 400,00	€ 400,00
Rendering grafico	1	€ 2.500,00	€ 2.500,00
Attivazione Sito Internet	1	€ 500,00	€ 500,00
Attivazione Numero Verde	1	€ 250,00	€ 250,00
Attivazione Eco Sportello	1	€ 1.000,00	€ 1.000,00
Distribuzione Eco Kit	1	€ 1.500,00	€ 1.500,00
Incontri pubblici	3	€ 500,00	€ 1.500,00
TOTALE			€ 11.150,00

Campagna di comunicazione per avvio servizi	Quantità	Costo Unitario	Totale
Manifesto 70*100 cm, 140*200 cm,	100	€ 2,10	€ 210,00
Locandina 24*48 cm	200	€ 1,00	€ 200,00
Pieghevole chiuso formato A4	8000	€ 0,15	€ 1.200,00
Calendario	8000	€ 1,00	€ 8.000,00
Opuscolo per compostaggio domestico	3500	€ 0,80	€ 2.800,00
Totem identificativo per incontri pubblici	4	€ 50,00	€ 200,00
Cartella stampa	200	€ 2,00	€ 400,00
Materiale didattico	1000	€ 2,50	€ 2.500,00
TOTALE			€ 15.510,00

Campagna di mantenimento (anni successivo al primo)	Quantità	Costo Unitario	Totale
Manifesto 70*100 cm, 140*200 cm,	50	€ 2,10	€ 105,00
Locandina 24*48 cm	100	€ 0,80	€ 80,00
Pieghevole chiuso formato A4	8000	€ 0,15	€ 1.200,00
Opuscolo per compostaggio domestico	1000	€ 0,80	€ 800,00
Materiale didattico	1000	€ 2,50	€ 2.500,00
TOTALE			€ 4.685,00

Totale Complessivo		€ 31.345,00
---------------------------	--	--------------------

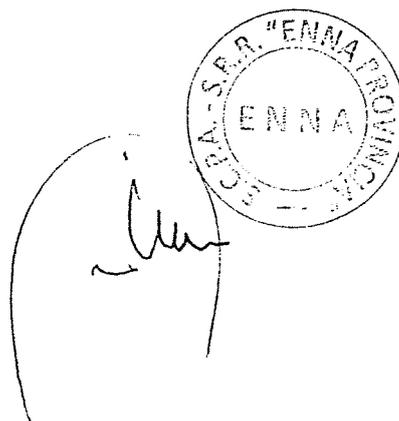
Il sottoscritto Francesco Bivona, nato a Regalbuto (EN) il 03/12/1974, C.F. BVNFNC74T03H221U, n.q. di legale rappresentante dell'Ente di governo del servizio rifiuti, ex art. 3-bis del D.L. 138/2011, territorialmente competente,

DICHIARA

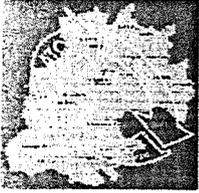
1. che, in relazione al territorio del comune di Barrafranca:

- Non è costituito alcun Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011.
- È costituito un Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011 che non ha approvato alcun Piano d'Ambito antecedentemente il 30/09/2015;
- È costituito un Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011 che ha approvato un Piano d'Ambito antecedentemente il 30/09/2015 che non coinvolge il Comune di Barrafranca.

Enna, li 29.06.2016



A handwritten signature in black ink is written over a circular official stamp. The stamp contains the text "S.P.A. - S.P.R. - ENNA PROVINCIA" around the perimeter and "ENNA" in the center.



EnnaEuno S.p.A.

"in liquidazione"

Sede Legale: piazza Garibaldi n. 1 c/o Provincia Regionale di Enna
Sede Amministrativa: c.so Sicilia n. 73 - 94100 ENNA
C.F. - P. IVA - Numero iscrizione Registro Imprese di Enna 01052960863
Capitale Sociale € 1.050.000,00 iv.



Enna, li 30-06-2016
Prot. 5810/16/S

Al Comune di Barrafranca

Facendo seguito ai colloqui intercorsi telefonicamente si trasmette di seguito attestazione di quanto richiesto:

Il sottoscritto Di Mauro Antonino, nato a Catania il 23/03/1964, C.F. DMRNNN64C23C352Q, n.q. di legale rappresentante della scrivente società quale gestore del servizio integrato dei rifiuti,

DICHIARA

Che sono state regolarmente trasmesse, le informazioni dovute alla Banca Dati Anci Conai per tutti i Comuni ricadenti nell'ambito territoriale di competenza ivi compreso il Comune di Barrafranca.

Il Legale Rappresentante

Di Mauro Antonino
Dott. Antonino Di Mauro

Accordo Quadro Anci-Conai: Linee guida alla comunicazione locale 2016 – Allegato 1

Domanda di finanziamento di iniziative di comunicazione per la raccolta differenziata di rifiuti di imballaggio

Con riferimento all'Accordo Quadro ANCI CONAI 2014 2019 – Linee Guida alla Comunicazione locale 2016" si presenta domanda di cofinanziamento del Progetto di Comunicazione locale denominato

Scheda Anagrafica

Ente facente domanda	COMUNE DI BARRAFRANCA – Prov. Di Enna – C.F. 80003210863		
Referente comunicazioni	Ing. Francesco Stranera	Telefono 338/9150124	
	Email: f.stranera@comune.barrafranca.en.it		
Progetto relativo a (indicare quale territorio)	Campagna di comunicazione ed informazione sulla raccolta differenziata nel Comune di Barrafranca		
Abitanti coinvolti	13.541		
Valore dichiarato progetto	Euro 31.345,00 oltre iva dovuta per Legge;		
Contributo richiesto	Euro 28.345,00 oltre iva dovuta per Legge	90,43%	
Tempistica preventivata	Avvio progetto: 31/10/2016	Termine progetto: 05/02/2017	

Prerequisiti

Ai fini della verifica dei prerequisiti di ammissione, si dichiara che la domanda/richiesta è presentata da:

<input type="checkbox"/>	Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011.
<input checked="" type="checkbox"/>	Comune di Barrafranca, con popolazione pari a 13.541, ovvero il soggetto gestore del servizio munito della delega allegata;
<input type="checkbox"/>	Comune di _____, quale capofila dell'aggregazione di Comuni come da elenco allegato, che coinvolgono complessivamente una popolazione di _____ abitanti, ovvero il soggetto gestore del servizio munito della delega allegata.
<small>(Sezione da compilare solo nei casi 2 e 3 di cui alla sezione precedente)</small>	
Si dichiara che, in relazione al territorio di appartenenza (nel caso del punto tre si fa riferimento a tutti i Comuni coinvolti)	
<input type="checkbox"/>	Non è costituito alcun Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011.
<input checked="" type="checkbox"/>	È costituito un Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011 che non ha approvato alcun Piano d'Ambito antecedentemente il 30/09/2015
<input type="checkbox"/>	È costituito un Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011 che ha approvato un Piano d'Ambito antecedentemente il 30/09/2015 che non coinvolge il Comune/i che presentano questa domanda.
<input checked="" type="checkbox"/>	Si dichiara anticipatamente che sono disponibili i fondi necessari a coprire il 5% del valore complessivo del progetto presentato per il quale si chiede co-finanziamento
<input checked="" type="checkbox"/>	Si dichiara che il piano di comunicazione presentato è finalizzato a migliorare le performance del servizio di gestione dei rifiuti urbani, già operativo sul territorio o in fase di introduzione, conforme alle disposizioni normative vigenti e alle indicazioni presenti nell'allegato 2 del bando. Il servizio di gestione dei rifiuti è ampiamente descritto nella documentazione allegata.
<input checked="" type="checkbox"/>	Si dichiara che gli enti coinvolti dalla presente domanda, direttamente o tramite il/i gestore/i del servizio di raccolta, hanno regolarmente trasmesso le informazioni dovute alla Banca Dati Anci Conai
<input checked="" type="checkbox"/>	Si dichiara di avere un sistema di misurazione dell'efficacia dell'iniziativa in termini di aumento della raccolta differenziata dei rifiuti di imballaggio o di miglioramento della loro qualità. Il sistema di misurazione è ampiamente descritto nella documentazione allegata, così come il valore iniziale (prima dell'iniziativa) dei relativi indicatori.

Accordo Quadro Anci-Conai: Linee guida alla comunicazione locale 2016 – Allegato 2

Requisiti premianti

Requisiti	Punteggio
<input type="checkbox"/> Domanda presentata da Ente di Governo del servizio rifiuti ex art 3 del decreto legge 138/2011	8
<input type="checkbox"/> Domanda presentata, direttamente o per delega, da un'aggregazione di almeno 5 Comuni con popolazione complessiva superiore a 100.000 abitanti	8
<input type="checkbox"/> Domanda presentata, direttamente o per delega, da un'aggregazione di almeno 5 Comuni con popolazione complessiva superiore a 50.000 abitanti	5
<input type="checkbox"/> Domanda presentata, direttamente o per delega, da un singolo Comune con popolazione superiore a 100.000 abitanti	2
<input type="checkbox"/> Allegare un prospetto riportante le singole convenzioni sottoscritte da ciascun Comune	10 max
<input type="checkbox"/> Certificazione ambientale UNI EN ISO / EMAS	3
<input checked="" type="checkbox"/> Progetto già in corso di realizzazione	5
<input checked="" type="checkbox"/> Disponibilità a coprire il 9,57% del valore complessivo	95 max
Valori procapite raccolta differenziata di rifiuti di imballaggio sul territorio oggetto dell'iniziativa	
<input checked="" type="checkbox"/> Rifiuti di imballaggio in acciaio ton (0 kg/ab)	3
<input checked="" type="checkbox"/> Rifiuti di imballaggio in alluminio ton (0 kg/ab)	3
<input checked="" type="checkbox"/> Rifiuti di imballaggio in carta ton (0 kg/ab)	3
<input checked="" type="checkbox"/> Rifiuti di imballaggio in legno ton (0 kg/ab)	3
<input checked="" type="checkbox"/> Rifiuti di imballaggio in plastica ton (0 kg/ab)	3
<input checked="" type="checkbox"/> Rifiuti di imballaggio in vetro ton (0 kg/ab)	3
<input type="checkbox"/> Percentuale raccolta differenziata regionale 2015 (Banca Dati ANCI CONAI): %	6 max
<input checked="" type="checkbox"/> Percentuale raccolta differenziata 2015 sul territorio oggetto dell'iniziativa %	12 max
<input checked="" type="checkbox"/> Presenza di sistemi territoriali particolarmente e oggettivamente in sofferenza	4
<input type="checkbox"/> Città metropolitana	4
<input checked="" type="checkbox"/> Presenza di centro storici o altre aree di particolare pregio artistico/archeologico	4
<input checked="" type="checkbox"/> Campagna di comunicazione relativa all'introduzione ex novo di un di un sistema integrato per la gestione dei rifiuti urbani con modalità di raccolta coerenti con i modelli privilegiati da CONAI	10
<input checked="" type="checkbox"/> Codici colori incentivati da CONAI (pagina 3 Linee Guida alla Comunicazione locale 2015)	5
<input type="checkbox"/> Campagna di comunicazione relativa a modifiche nei modelli di raccolte differenziate esistenti verso modalità coerenti i modelli privilegiati da CONAI.	20
<input type="checkbox"/> Codici colori incentivati da CONAI (pagina 3 Linee Guida alla Comunicazione locale 2015)	10
<input checked="" type="checkbox"/> Campagna di comunicazione per la sensibilizzazione alla raccolta differenziata	5
<input checked="" type="checkbox"/> Capillarità del progetto (capacità di raggiungere tutti i soggetti destinatari del progetto)	10 max
<input checked="" type="checkbox"/> Utilizzo strumenti tecnologici innovativi e intelligenti (app smartphone, ecc)	5
<input checked="" type="checkbox"/> Attività di comunicazione riguardante più materiali di imballaggio	6
<input checked="" type="checkbox"/> Attività di formazione/informazione sulla gestione sostenibile del ciclo dei rifiuti e sull'applicazione di pratiche di GPP (in particolare ex DM 203/03)	2
<input checked="" type="checkbox"/> Campagna informativa e/o sensibilizzazione rivolta ai cittadini	5
<input checked="" type="checkbox"/> Progetto di educazione ambientale rivolta alle scuole	2
<input checked="" type="checkbox"/> Progetto diffusione buone pratiche negli uffici pubblici	1
<input checked="" type="checkbox"/> Progetto di coinvolgimento stakeholder (associazioni categoria, comitati cittadini, etc)	3
<input checked="" type="checkbox"/> Progetto di formazione degli operatori e amministratori locali	1

Data

30/06/2016

Timbro

e firma legale rappresentante VICE SINDACO



[Handwritten signature]

Letto, approvato e sottoscritto:

IL V. SINDACO

F.to Giuseppe Vetriolo

L'ASSESSORE ANZIANO

F.to Costa Roberto

IL V. SEGRETARIO GENERALE

F.to. Dott. ssa . Giuseppina Crescimanna

Publicato all'Albo Pretorio On Line di questo Comune in data _____ e per quindici giorni consecutivi.

Barrafranca,

IL SEGRETARIO GENERALE

IL MESSO COMUNALE

Copia conforme all'originale ad uso amministrativo.

Barrafranca, _____

IL SEGRETARIO GENERALE