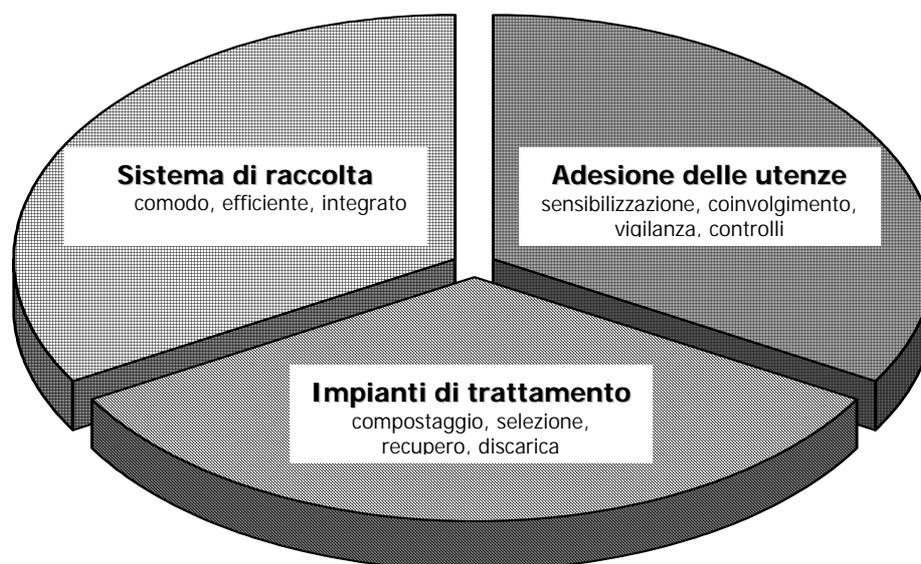


13 STRATEGIE D'INFORMAZIONE, SENSIBILIZZAZIONE E COINVOLGIMENTO

In quest'ultimo capitolo viene affrontata una tematica che, per importanza, dovrebbe essere posta al centro di ogni strategia di riorganizzazione di un servizio di gestione dei rifiuti. L'aver riportato al termine del documento questa importantissima tematica è però frutto della seguente considerazione: una corretta campagna informativa può essere progettata e valutata soltanto quando risulta chiaro l'obiettivo che s'intende raggiungere e le modalità prescelte per ottenerlo.

Infatti le esperienze avviate negli ultimi anni, in particolare dopo il notevole impulso dato al settore da parte dell'emanazione del decreto Ronchi, dimostrano che l'informazione ed il coinvolgimento della popolazione rappresentano un tassello indispensabile, anche se da solo non sufficiente, per realizzare un sistema efficace di raccolte differenziate, sistema che dipenderà, in ultima analisi, dal grado di adesione delle utenze (vedi fig. 20).

Fig. 22 - Schematizzazione di un sistema di gestione «integrata» dei rifiuti urbani.



Nel caso specifico della gestione integrata dei rifiuti, proposta dalla Provincia della Spezia, si evidenzia la necessità di un comportamento corretto e consapevole sia a livello individuale che collettivo. In primis da parte della popolazione stessa dei vari Comuni, intesa come utenze domestiche e non domestiche residenti, che dovrà cambiare radicalmente le abitudini consolidate nel conferimento dei rifiuti. Le finalità economiche ed ambientali di questa evoluzione dovranno essere comprese dalla popolazione per rendere più facile l'assimilazione delle nuove modalità di raccolta e gestione dei rifiuti urbani.

Un analogo sforzo viene richiesto alle attività economico/produttive che dovranno «dosare» e condurre le proprie scelte in maniera da supportare le scelte di gestione nel settore dei rifiuti da parte dell'Amministrazione Provinciale e dei Comuni. Infatti, con il passaggio ad una raccolta di tipo domiciliare, le utenze produttive che producono rifiuti speciali non assimilati ai rifiuti urbani non dovranno solo cambiare radicalmente l'abitudine, quasi generale, del conferimento improprio nei contenitori stradali dell'indifferenziato, ma anche stabilire accordi con imprese del settore per avviare a recupero o trattamento i propri rifiuti. In questa operazione le aziende sono comunque facilitate dalle caratteristiche tipiche dei rifiuti di origine industriale. Infatti ogni tipologia di attività

manifatturiera è prevalentemente caratterizzata dalla produzione di rifiuti di tipo omogeneo e facilmente conferibili in modo differenziato (ad es. segatura di legno per i mobilifici, residui plastici nelle industrie che producono manufatti in plastica ecc.).

13.1 Strategie dell'informazione

Dagli argomenti esposti nel paragrafo precedente si evince che le azioni di informazione potranno essere delineate più precisamente soltanto quando le amministrazioni comunali avranno pianificato le metodologie da adottare per adempiere ai nuovi indirizzi provinciali. Altre azioni possono essere attivate in anticipo, rispetto alla riorganizzazione definitiva dei servizi, di cui forniamo in seguito un elenco, non esaustivo, mettendo in risalto gli elementi relativi a:

- periodo di attivazione e durata;
- utenze oggetto delle strategie d'informazione;
- correlazione con il sistema di gestione complessivo;
- interazione con altre categorie o azioni.

Dovendo quindi procedere alla stesura di un insieme coordinato di interventi si dovrebbe privilegiare quelle azioni che prevedano l'impiego di persone qualificate quali: educatori, intervistatori e soggetti deputati a trasmettere l'informazione mediante un "contatto" diretto con il "ricettore" dell'informazione stessa.

Si deve rilevare che alcune iniziative possono coniugare le esigenze delle attività di comunicazione con quelle di raccolta di dati sul territorio, come il numero di utenze e la disposizione dei contenitori, nonché il monitoraggio del servizio. Con queste modalità si punta al contatto diretto tra il personale addetto alla comunicazione e gli utenti per fornire una più completa informazione sulle modalità di effettuazione delle varie tipologie di raccolta rifiuti e creare una positiva interazione tra gli utenti ed i gestori del servizio.

D'altronde, in Germania, sono state da tempo utilizzate le figure dei *responsabili di zona della raccolta differenziata* o degli *amici del riciclo* che, dopo un'opportuna fase di formazione, svolgono un'azione di comunicazione ed educazione ambientale più vicina all'utilizzatore e quindi un servizio capillare nel territorio interessato.

In questo modo agli addetti, generalmente giovani di associazioni locali di volontariato o studenti universitari con incarichi a tempo parziale, vengono affidate delle zone presso le quali svolgere:

- azioni di informazione ed educazione ambientale per migliorare la consapevolezza dei problemi causati dalla mancata riduzione dei rifiuti e dalla loro mancato recupero;
- azione di promozione della raccolta differenziata e del riciclo;
- organizzazione di incontri collettivi in luoghi d'aggregazione;
- consulenza per aiutare a risolvere piccoli problemi legati a dubbi sulla raccolta differenziata o al compostaggio domestico oppure a difficoltà di smaltimento di particolari tipologie di rifiuti;
- indagine sui vari servizi di raccolta;
- monitoraggio del territorio e dei nuovi servizi.

Infine bisogna considerare che, per la razionalizzazione degli investimenti in campagne di comunicazione, è opportuno rilevare come la standardizzazione auspicabile dei sistemi di raccolta differenziata, quantomeno in ambiti territorialmente omogenei ed estesi quali quelli provinciali, contribuisce fortemente alla massimizzazione dell'efficacia e, contestualmente, al contenimento dei costi delle campagne. La possibile gestione di tali iniziative, a livello sovracomunale, ottiene cioè due grandi effetti positivi: abbassa la spesa a livello dei singoli Comuni (per economie di scala e per la standardizzazione di iniziative e matrici) e dà un effetto di visibilità diffusa ed omogeneità all'azione dei Comuni vicini.

Si consideri, ad esempio, il fatto che il Consorzio Tergola (Autorità di Bacino «Padova 1», oltre 200.000 abitanti serviti), che ha conseguito percentuali aggregate di raccolta differenziata pari a circa il 50% del RU, ha destinato a tali iniziative, nel periodo di lancio del nuovo sistema di raccolta, *meno dell'1% della spesa totale relativa al sistema di raccolta e smaltimento*. Il contenimento della spesa, che ha tuttavia costituito uno dei fattori vincenti per l'affermazione della nuova strategia, è stato possibile, anche e soprattutto, grazie all'attività di coordinamento e standardizzazione della campagna informativa svolta dal Consorzio di bacino.

Si può infine sottolineare che con l'attivazione della raccolta della frazione umida, data la relativa complessità delle modalità di attuazione consistente nella consegna di secchielli, sacchetti per il primo contenimento del materiale e materiali informativi per le indicazioni per il corretto conferimento, si rende necessaria una specifica progettazione delle iniziative di informazione e sensibilizzazione che dovranno puntare all'obiettivo, abbastanza ambizioso, di un sostanziale cambiamento delle abitudini quotidiane di conferimento dei propri scarti.

Per consegnare i manufatti ed informare correttamente i cittadini, è necessario raggiungere tutta la popolazione coinvolta nella raccolta dell'umido attraverso un contatto diretto e capillare tra gli operatori addetti a queste importantissime attività e gli utenti del servizio. Queste campagne d'informazione dovranno essere reiterate per sostenere nel tempo l'iniziativa, anche perché costituiscono occasione di rilancio e consolidamento delle altre raccolte differenziate, poiché risulta molto conveniente abbinare le informazioni relative alla raccolta dell'umido a quelle degli altri circuiti di raccolta.

13.2 Tipologia di azioni ed interventi

In relazione alla progettazione, definizione e operatività di gestione, nonché alla tempistica necessaria per l'attivazione, vengono definite specifiche azioni d'informazione, coinvolgimento e sensibilizzazione dell'utente suddivise in categorie:

- indipendenti
- precedenti l'attivazione di nuovi servizi
- contemporanei all'avvio di nuovi circuiti di RD
- successive all'avvio dei circuiti
- rafforzative.

13.2.1 Azioni precedenti la riorganizzazione del servizio

Tali azioni vengono avviate parallelamente alla stesura del progetto esecutivo di gestione integrata dei rifiuti. Si tratta di azioni conoscitive, con lo scopo di verificare le varie esigenze delle specifiche utenze per una corretta predisposizione all'esecuzione delle raccolte differenziate. Tali

interventi verranno realizzati mediante interviste e questionari elaborati per specifiche categorie di utenza quali:

- popolazione residente;
- commercianti, attività di servizio e produttive;
- attività agricole.

La conduzione delle interviste mediante la compilazione dei questionari da parte di intervistatori consente una maggiore affidabilità nelle risposte e permette a tali soggetti, presumibilmente i futuri educatori alle raccolte differenziate e alle azioni d'informazione, di prendere contatto con la popolazione locale, conoscere problematiche ed esigenze di gestione dei rifiuti che difficilmente potrebbero essere previste nell'ambito della stesura dei questionari, utilizzabili anche per "dare visibilità" al progetto sperimentale di gestione.

13.2.2 Azioni indipendenti

In questa categoria rientrano quelle azioni la cui realizzazione non dipende in maniera vincolante dal periodo temporale in cui vengono attivate le nuove forme integrate di gestione dei rifiuti. Si tratta di interventi che prevedono un potenziamento degli sforzi e delle raccolte differenziate già esistenti sul territorio.

Come intervento principale si propone una strategia a breve periodo incentrata sull'ulteriore diffusione della pratica del compostaggio domestico per il riciclo della sostanza organica, ulteriormente suddivisibile in:

- attività di educazione al compostaggio nelle scuole;
- attività di sensibilizzazione per la popolazione residente mediante la formazione e l'impiego degli educatori al compostaggio.

La realizzazione di percorsi didattici nelle scuole consente di integrare alcuni argomenti tipici dell'educazione ambientale, come il ciclo della sostanza organica e dell'acqua, con la tematica dei rifiuti relativa alla scarsità delle risorse, all'impatto dell'uomo sul suo ambiente, alle possibilità di recupero di alcuni materiali coinvolgendo le famiglie nell'autocompostaggio.

L'attivazione di tale pratica non interferisce con le attuali modalità di raccolta dei RU e non preclude future scelte di gestione della frazione umida e verde; al contrario il compostaggio domestico avvia una strategia di educazione e informazione che tendenzialmente aiuta a prevenire il conferimento di rifiuto verde al sistema di raccolta dei RU e diminuisce pertanto il quantitativo complessivo di rifiuti da gestire.

Il compostaggio, inoltre, consente di coinvolgere trasversalmente varie categorie di utenza e della società civile: famiglie, scuola e associazioni di volontariato.

In tal senso una scelta ed un impegno consapevole, in ambito comunale costituiscono un primo passo verso una gestione attenta dei rifiuti in area parco e una promozione del reimpiego del materiale recuperato.

13.2.3 Azioni contemporanee alla riorganizzazione del servizio

Tali azioni potranno essere delineate con precisione al momento degli scenari di gestione che verranno decisi dalle Amministrazioni Comunali.

Per le *utenze domestiche* possiamo prevedere differenti campagne d'informazione tra cui:

- informazione sulla RD rivolta alla popolazione residente;
- educazione e spiegazione di una corretta raccolta separata di tipo secco/umido.

Per le *utenze non domestiche* si propongono azioni volte ad ottimizzare, in termini di qualità e quantità dei materiali intercettati, la gestione di alcune categorie d'imballaggi e a puntare alla gestione del flusso di rifiuti che proviene dalle principali attività di ristoro:

- promozione della raccolta della carta negli uffici, nelle banche; nelle scuole;
- sviluppo della raccolta di alcune frazioni (avanzi alimentari, vetro e lattine) presso le attività alberghiere e di ristorazione.

La migliore intercettazione separata degli imballaggi e della carta per uso grafico può consentire notevoli rese a livello quantitativo e migliori contributi da parte del CONAI. Tale azione inoltre consente di coinvolgere un'ampia fascia di diverse utenze, potenziando un servizio di raccolta carente dal profilo della diffusione nel territorio e delle rese pro-capite.

13.2.4 Azioni di educazione nelle scuole

Le attività nelle scuole potranno avere finalità propedeutiche all'avvio di nuove modalità di raccolta. Alcune attività dovranno essere finalizzate all'educazione ad un consumo più consapevole, altre azioni andranno attivate contemporaneamente alle campagne di sensibilizzazione rivolte agli adulti, adeguando linguaggi e contenuti alle diverse classi d'età:

- compostaggio domestico;
- raccolta della carta;
- iniziative tipo *Disimballiamoci*;
- indagine del territorio tipo *Puliamo il Mondo*;
- iniziative tipo *Adotta la Ricicleria*.

I contenuti specifici delle singole azioni e degli interventi dovranno essere elaborati dai soggetti che si attiveranno concretamente nelle scuole. È opportuno sottolineare che l'educazione ambientale, inerente la tematica dei rifiuti, dovrà essere proposta non come una materia che sia fornitrice di ulteriori conoscenze, ma piuttosto come una maniera diversa di avvicinarsi alla realtà che circonda il mondo della scuola. La scuola, infatti, deve consentire un approccio trasversale a tutte le discipline, rispondendo all'esigenza di uscire fuori dai confini dell'aula e di fare esperienza di contatto diretto con l'ambiente e proponendo progetti locali.

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.

In quest'ottica si può pensare di valutare le proposte di riorganizzazione del servizio insieme alle classi che intendono approfondire l'argomento. Si potranno così rendere protagonisti del cambiamento gli studenti e il mondo della scuola, facendo tesoro di importanti suggerimenti prodotti da questo importantissimo confronto.

13.2.5 Azioni successive e rafforzative

La diffusione dei risultati raggiunti nel campo delle RD rappresenta un'occasione per gratificare le utenze che si sono applicate in tale compito e costituisce un nuovo modo di dialogare e rafforzare il collegamento tra cittadino ed istituzioni. A tal fine alcune azioni potrebbero prevedere:

- diffusione dei risultati mediante affissione pubblica e incontri informativi;
- presentazione dei lavori e dei progetti didattici avviati nelle scuole,
- realizzazione di un calendario a supporto delle RD.

Vi sono, infine, azioni dimostrative per la riduzione dei quantitativi di RU da gestire, tra cui:

- promozione dell'utilizzo del vuoto a rendere;
- utilizzo di stoviglie riutilizzabile nelle mense pubbliche e private;
- adozione di materiali monouso, anche noti come *usa e getta*, di facile riciclabilità (ad es. stoviglie in materiale biodegradabile) per feste e sagre;
- impiego di compost di qualità nelle aree verdi del comune.