



XIV Edizione Master di I Livello

"Sviluppo Locale"

Teorie e metodi per le pubbliche amministrazione



UNI-ASTISS POLO UNIVERSITARIO ASTI STUDI SUPERIORI

Direttore: Prof. Paolo Perulli

Università degli Studi del Piemonte Orientale "A. Avogadro"

TESI di Master in

"STRATEGIE COMUNICATIVE E MODALITA' APPLICATIVE
PER LA PUNTUALE APPLICAZIONE DELLE TARIFFE SUI RIFIUTI"

Studente: Pasquale Coluccio

Matricola. 2004606

Relatore : Prof.ssa Noemi Podestà

Materia di afferenza: Istituzioni di
sviluppo locale.

Tutor aziendale ASM Vercelli Spa

Presidente Dott. Sandro Baraggioli

ANNO ACCADEMICO 2016/2017

Introduzione.

CAPITOLO 1 Quadro normativo Europeo e Italiano.

1.1 Quadro normativo europeo

1.1.1. Gerarchia dei rifiuti

1.1.2. Le direttive europee sui rifiuti

1.2 Quadro normativo italiano

1.2.1 Normativa italiana sul sistema tariffario

1.2.2 Decreto 20 aprile 2017 – Tariffazione puntuale

1.2.3 Tecniche di raccolta e struttura tariffa puntuale

1.2.4 Tecniche di raccolta

1.2.5 Struttura tariffa puntuale

1.2.6 Modalità calcolo tariffa puntuale

1.2.7 Tariffazione puntuale in Europa

1.2.8 Tariffazione puntuale in Italia.

CAPITOLO 2. LA COMUNICAZIONE

2.1 Aspetti generali

2.2 La Comunicazione e il mondo dei media

CAPITOLO 3. GESTIONE RIFIUTI – INDAGINE SU ALCUNE ESPERIENZE DI SUCCESSO.

3.1 La strategia rifiuti zero

3.1.1 I dieci passi della Strategia Rifiuti Zero

3.1 Il caso Contarina Spa (Regione Veneto)

3.1.1 Contarina e la sua strategia Comunicativa

3.1.2 Tariffazione puntuale e svuotamenti minimi

3.1.3 Conclusioni

3.2 Società Ascit Spa – Comune di Capannori (Regione Toscana)

3.2.1 Comunicazione

3.2.2 Tariffazione puntuale e svuotamenti minimi

3.2.3 Conclusioni

3.3. Consorzio Chierese per i Servizi (Regione Piemonte)

3.3.1 Comunicazione

3.3.2 Tariffa puntuale e svuotamenti minimi

3.4. Comune di Parma – Iren Ambiente Spa (Regione Emilia-Romagna)

3.4.1 Comunicazione

3.4.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

3.4.3 Controlli su evasione

3.5 Mantova Ambiente Spa – Mantova (Regione Lombardia)

3.5.1 Comunicazione

3.5.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

3.5.3 Controlli su evasione

3.6 Consorzio Comuni dei Navigli (Regione Lombardia)

3.6.1 Comunicazione

3.6.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

3.6.3 Controlli su evasione

CAPITOLO 4 ASM VERCELLI SPA (Regione Piemonte)

4.1 Piano di sviluppo di ASM Vercelli spa

4.2 Analisi SWOT passaggio a raccolta integrale città di Vercelli

4.3 Alcune riflessioni personali su Comunicazione e altro.

4.3.1 Assemblea pubblica - le fasi di preparazione

CONCLUSIONI.

Bibliografia

Sitografia

Introduzione

Sin dai tempi più antichi il genere umano si è trovato ad affrontare un problema che l'avrebbe perseguitato per migliaia di anni, quello dei "rifiuti". Nella preistoria i nostri progenitori erano cacciatori nomadi e i rifiuti non facevano in tempo ad accumularsi e diventare un problema. Con i primi insediamenti nacquero anche i primi problemi dovuti all'accumularsi dei rifiuti nelle città, che generavano cattivi odori e soprattutto terribili epidemie. Solo alla fine del 1700 con la rivoluzione industriale si cominciò a bonificare le città e vennero organizzati i primi servizi di nettezza urbana. La strategia dominante della gestione dei rifiuti si basava essenzialmente sull'idea che i rifiuti andassero semplicemente *"allontanati e accumulati"*.

Con il passare del tempo le cose non sono migliorate e con la crescita demografica (popolazione nel 1800 un miliardo, popolazione attuale oltre 7 miliardi) e del benessere, se nel 1800 si buttavano via pochi kg di rifiuti pro capite all'anno, oggi "in Italia la media è di circa 497 kg pro capite" (ISPRA, 2017), inoltre la situazione è stata aggravata ulteriormente dalle invenzioni di materiali nuovi quali cellulosa e plastica e quella lontana idea della gestione dei rifiuti *"allontana e accumula fuori dalla città"*, oggi si è per così dire evoluta, nonostante l'enorme progresso fatto dalla nostra società, nella formula *"allontana, sotterra o brucia fuori dalla città"*.

Fortunatamente negli ultimi 20/30 anni, se pur lentamente, un nuovo paradigma nella gestione dei rifiuti si sta diffondendo e sta crescendo la consapevolezza che i rifiuti da maledizione secolare si possono, attraverso la logica dell'economia circolare, trasformarsi in una risorsa.

Oggi, pur in presenza di una consapevolezza diffusa della non sostenibilità ambientale di un modello di gestione dei rifiuti con percentuali di indifferenziato troppo basse e con una fase finale che vede ancora un ampio utilizzo dell'interramento o della combustione sia livello europeo che nazionale il problema dei rifiuti è ben lontano dall'essere risolto.

Sintomatico di questo è il fatto che in Italia su un totale di 7.982 Comuni solo "268 Comuni", hanno fatto la scelta di adottare la "Strategia Rifiuti Zero" quale obiettivo strategico in materia di gestione dei rifiuti urbani ed assimilati.

Nel percorso tracciato dalla "Strategia Rifiuti Zero" l'elemento centrale *"che fa la differenza nella differenziata"* (cit. Rossano Ercolini – Presidente "Zero Waste Europe"), è il singolo cittadino/utente che va adeguatamente formato, motivato e responsabilizzato, attraverso una Comunicazione preventiva e successiva all'avvio del nuovo servizio, che ne ottimizzi il ruolo all'interno del processo di gestione dei rifiuti di quella particolare Comunità.

"Dalla nostra esperienza abbiamo capito che qualsiasi servizio di raccolta differenziata a domicilio, se non si ha la certezza di avere il cittadino al proprio fianco, è destinato inevitabilmente a fallire" (intervista. Mantova Ambiente Spa).

Nel presente elaborato oltre a un primo e generale inquadramento normativo e gestionale del problema “rifiuti” in Italia e in Europa e della "Strategia Rifiuti Zero", mi sono soffermato in particolare sugli aspetti centrali del presente lavoro “Comunicazione e quantificazione svuotamenti minimi nella tariffa puntuale” e nel farlo ho osservato alcune esperienze/realità di successo quali:

- **Contarina Spa;**
- **Società Ascit Spa – Comune di Capannori (LU);**
- **Consorzio Chierese per i Servizi;**
- **Iren Ambiente Spa - Comune di Parma;**
- **Mantova Ambiente Spa. – Mantova;**
- **Consorzio comuni dei Navigli.**

Nel primo capitolo verrà esposto in modo schematico:

- il quadro normativo Europeo e Italiano;
- la tariffa rifiuti puntuale in Europa e in Italia.

Nel secondo capitolo svolgerò una prima disamina sul tema Comunicazione con un contestuale inquadramento della stessa nell’attuale mondo dei media.

Nel terzo capitolo mi occuperò di tracciare le linee guida della “Strategia Rifiuti Zero” e del suo stretto collegamento con quanto previsto dal concetto di economia circolare a cui l’Europa si ispira e che è schematizzabile nel cercare di massimizzare lo sfruttamento delle materie attraverso il riciclo, e minimizzarne di conseguenza lo smaltimento in discarica o attraverso l’inceneritore. La seconda parte del capitolo sarà dedicata ad alcuni casi studio, in particolare “Contarina Spa e Comune di Capannori” e a seguire i casi del: Consorzio Chierese, Iren Ambiente Spa - Comune di Parma; Mantova Ambiente Spa; Consorzio comuni dei Navigli.

L’analisi di questi casi sarà incentrata in particolare sugli aspetti “Comunicazione e svuotamenti minimi tariffa puntuale” con un accenno finale in alcuni casi della gestione dei controlli e recupero evasione Tari.

Il quarto capitolo sarà dedicato al caso di ASM Vercelli Spa di Vercelli, che vede il Comune capoluogo, insieme ad altri sei comuni del bacino, formalmente impegnato nella “Strategia Rifiuti Zero” e che, partendo da una situazione attuale ottimale in termini di percentuale di raccolta differenziata, ha in programma a breve il passaggio ad un servizio di raccolta domiciliare porta a porta per tutte le frazioni di rifiuti nella città di Vercelli e un progressivo passaggio sull’intero bacino a tariffazione puntuale. La parte finale del quarto capitolo sarà dedicata a una personale visione e strutturazione del momento comunicativo rappresentato dall’assemblea.

Le conclusioni della presente tesi saranno dedicate alle difficoltà comunicative tra mondo produttivo e il resto della filiera nella gestione dei rifiuti.

CAPITOLO 1. Quadro normativo Europeo e Italiano.

1.1 Quadro normativo europeo.

L'unione Europea ha posto l'obiettivo di una progressiva riduzione del totale dei rifiuti prodotti in Europa e nella consapevolezza di non poter regolamentare una tematica complessa come i rifiuti in modo indistinto, oltre a varie direttive ha stabilito una propria gerarchia dei rifiuti o principi di priorità, attraverso la direttiva 2008/98/CE a cui le azioni/provvedimenti di tutti gli Stati membri devono adeguarsi.

1.1.1. Gerarchia dei rifiuti.

- Al primo gradino della gerarchia troviamo la "prevenzione" ovvero la riduzione alla fonte attraverso prodotti progettati per essere facilmente riutilizzabili.
- Al secondo posto il "riutilizzo", incentivare il riuso del prodotto alla fine del ciclo di utilizzo/vita per cui era stato costruito.
- Al terzo posto si trova il "riciclaggio" che si basa essenzialmente su ogni azione che garantisca una corretta "raccolta differenziata".
- Al quarto e quinto gradino troviamo le azioni finalizzate al recupero, ovvero il rifiuto quale mezzo per produrre nuova energia termovalorizzazione e, soluzione finale e in progressiva riduzione, l'avvio in discarica.

Come emergerà più chiaramente in seguito, sui primi tre gradini della gerarchia si fonda la cosiddetta "strategia rifiuti zero" che ha come obiettivo principe la complessiva riduzione dei rifiuti.

1.1.2. Le direttive europee sui rifiuti.

Le principali direttive Europee che hanno regolato il tema dei rifiuti sono le seguenti:

- Direttiva 75/442/CE: tale direttiva rappresentava il primo passo della politica europea sul tema rifiuti sancendo il superamento della visione ristretta dei rifiuti quale problema di "policy locale" per introdurre una di più ampio respiro a tutela della "salute umana e dell'ambiente". La stessa direttiva introdusse il principio "chi inquina paga" imponendo a chi genera un danno ambientale la responsabilità di rimediarsi a proprie spese.
- Direttiva 94/62/CE: con questa direttiva l'Unione Europea armonizza le legislazioni nazionali per quanto riguarda: riduzione, recupero e smaltimento dei rifiuti da imballaggio.
- Direttiva 99/31/CE: questa direttiva si occupa delle discariche; ha come obiettivo principale la riduzione del conferimento in discarica in quanto non sostenibile da un punto di vista ambientale. Nella stessa direttiva l'Europa invita gli stati membri ad una progressiva riduzione del conferimento in discarica anche del così detto rifiuto organico di cui si mira a privilegiare il recupero attraverso il compostaggio e la produzione di bio gas.

- Direttiva 2006/12/CE (Direttiva quadro sui rifiuti): sostituisce la direttiva 75/442/CEE e presenta una classificazione unica e omogenea dei rifiuti per tutti i paesi UE. La direttiva 2006/12/CE verrà poi abrogata dalla direttiva 2008/98/CE, che oltre a delineare e rafforzare la gerarchia dei rifiuti definisce anche un quadro normativo europeo che ribadisce tra gli altri il principio “chi inquina paga” e sottolinea nuovamente l’importanza di una gestione dei rifiuti (in ambito europeo) che punti a valorizzare la “gerarchia delle quattro R”: riduzione, riuso, riciclaggio e recupero energetico dei rifiuti (a tutela dell’ambiente e a fronte di un contesto europeo sempre più in crisi di approvvigionamento di materie prime).
- Con la direttiva 2008/98/CE e tutti principi di cui è composta, la politica europea sui rifiuti prende forma e si traduce in norme e prescrizioni per gli stati membri. I principi previsti dalla direttiva 2008/98/CE possono essere così schematizzati:
 - Il principio di priorità, di cui al punto 1.1.1
 - Il principio di autosufficienza, secondo cui ogni territorio deve curare la gestione dei rifiuti con tutto quello che ne consegue lungo la filiera dei rifiuti;
 - Il principio di prossimità, secondo cui i rifiuti, almeno quelli urbani, andrebbero trattati il più vicino possibile al luogo di produzione;
 - Il principio “chi inquina paga” che rappresenta uno degli elementi portanti della politica europea su questo tema, impone che i costi generati dalla gestione dei rifiuti debbano ricadere su coloro che li producono. Direttamente collegato al principio “chi inquina paga” è la così detta “responsabilità estesa del produttore” che fa ricadere sulle imprese l’obbligo di partecipare attivamente al raggiungimento di “determinati obiettivi di recupero” del materiale proveniente dalla loro produzione. Questa partecipazione si sostanzia nel favorire e dare informazione su tema del “riuso” o nel farsi carico di alcune tipologie di rifiuti come gli imballaggi e per questi ultimi è nato il CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) “Consorzio privato senza fini di lucro che si finanzia attraverso un contributo obbligatorio versato dalle oltre 900.000 imprese aderenti e che opera a sostegno delle attività di raccolta differenziata e di riciclo dei rifiuti di imballaggi” (<http://www.conai.org/chi-siamo/cose-conai/>).
 - Il principio della minimizzazione del danno che prevede gli standard tecnologici e di emissione che gli impianti devono rispettare per minimizzare l’impatto ambientale;
 - I principi di autorizzazione e di registrazione che impongono agli stati membri una serie di prescrizioni (art. 23) e modalità per il rilascio delle autorizzazioni alle imprese che avviano un’attività avente come scopo il trattamento rifiuti;

- I principi di pianificazione e programmazione secondo cui gli stati membri devono predisporre per ogni territorio dei “piani di gestione dei rifiuti” illustrando nel dettaglio la struttura organizzativa della gestione dei rifiuti e i programmi di prevenzione con i relativi obiettivi.

1.2 Quadro normativo italiano

Per quanto riguarda il quadro normativo italiano, il primo atto che in qualche modo assume una vera veste ambientale è il DPR 915 del 1982, che dà attuazione alla direttiva Comunitaria 75/442 da cui recepisce la trasformazione dei rifiuti da “problema di ordine pubblico” a problema legato alla dimensione della “salute e della tutela ambientale”, puntualizzando che ogni fase del trattamento dei rifiuti deve avvenire salvaguardando la salute umana e ambientale.

Con il DPR 915 del 1982 viene data una prima definizione di rifiuto (rifiuti urbani, rifiuti speciali e rifiuti tossici/nocivi) e si introduce il concetto di pretrattamento finalizzato a favorire il riuso del materiale .

Un altro aspetto importante introdotto dal decreto del 1982 riguarda la definizione delle competenze dei vari organi di governo attribuendo allo Stato essenzialmente un ruolo di coordinamento e indirizzo, alle Regioni e alle Province quello di regolazione e pianificazione e infine ai Comuni quello di attuatore della gestione.

Dopo il DPR 915 del 1982 e sino alla fine degli anni '90 se escludiamo alcuni interventi normativi per affrontare aspetti e problemi singoli o in attuazione di sollecitazioni provenienti dalle direttive europee, in Italia non c'è stato nessun provvedimento normativo di rilievo e organico sul tema dei rifiuti.

Per poter avere una norma che riordinasse la frammentata normativa del panorama italiano si dovette attendere il 1997 quando venne emanato, dopo una gestazione durata qualche anno, il “Decreto Ronchi” (decreto n. 22 del 5 febbraio 1997). Con questo decreto l'Italia, oltre a riformulare il proprio quadro normativo sui rifiuti, fece sue le direttive europee in tema di riduzione e riciclaggio e introdusse l'idea di una gestione dei rifiuti di tipo circolare.

Negli anni successivi, per scelta del legislatore che aveva riservato al decreto il solo compito di definire tutta una serie di principi, vennero emanati ben 26 decreti attuativi.

L'ulteriore svolta del quadro normativo italiano avvenne con l'emanazione nel 2006 del D.Lgs. 152/2006 o “Testo Unico Ambientale” che, oltre ad abrogare definitivamente il “Decreto Ronchi” raggruppò e organizzò l'intera normativa in campo ambientale. La Parte quarta del Testo Unico rappresenta a tutt'oggi il testo normativo di riferimento in tema di rifiuti.

1.2.1 Normativa italiana sul sistema tariffario.

L'applicazione del sistema tariffario previsto inizialmente dal Decreto Ronchi non ha avuto una gran fortuna e questo fondamentalmente per la mancanza di un quadro normativo chiaro che si è tradotto in una sostanziale non applicazione della iniziale TIA (Tariffa integrata ambientale) sostituita sei anni dopo dalla TARES a sua volta sostituita dalla TARI l'anno successivo. Il pregio è stato quello di obbligare tutti i Comuni a deliberare la copertura integrale dei costi.

Il sistema previsto dal Decreto Ronchi ripreso dal Testo Unico prevede in sostanza che il sistema tariffario debba rispettare i seguenti quattro principi:

- la tariffa deve coprire l'intero costo del servizio;
- dovrebbe essere applicata e riscossa dai soggetti che hanno la gestione del servizio;
- deve essere articolata per fasce di utenza e per fasce territoriali;
- deve essere composta da due quote, una fissa e una variabile, quest'ultima rapportata alla quantità di rifiuti conferiti.

L'ultimo principio con TARES e TIA è stato sistematicamente disatteso in quanto la loro applicazione passava esclusivamente per i mq dell'abitazione e non anche per la quantità di rifiuti prodotta.

1.2.2 Decreto 20 aprile 2017 – Tariffazione puntuale.

Il 2017 è stato l'anno della svolta rispetto ad un problema, quello dei prelievi, che non aveva trovato sino ad allora una soluzione definitiva. Questo avvenne con l'emanazione (in ritardo perché già previsto dalla legge 147/2013) del DM sulla tariffazione puntuale del 20/04/2017.

Il Decreto del 20/04/2017 è entrato in vigore il 16/06/2017: i Comuni si devono adeguare entro due anni e il primo atto del decreto è stato quello di legittimare chi era già passato a Tari puntuale.

Il contenuto del decreto è molto blando e autorizza tutti i sistemi di misurazione oggi utilizzati, quali sacchi e contenitori rigidi, sistemi questi che si basano essenzialmente sulla misurazione dei volumi e da cui eventualmente si può stimare un peso medio per volume di rifiuto conferito.

Il decreto lascia ampia autonomia sulla scelta delle tipologie di raccolta e misurazione (puntuale o presuntiva, utenza singola o aggregata) che il Comune può adottare a seconda dell'esigenze del proprio territorio. In particolare si ammettono le presunzioni spinte: "qualora non sia tecnicamente fattibile o conveniente" il Comune/Gestore può ripartire i costi tra le utenze in modo presuntivo, considerando le "utenze aggregate" e quindi dividere pro capite in base al numero delle utenze (massimo della semplificazione) o usare i vecchi coefficienti di produzione di cui agli allegati del Dpr 158/99 (anche per diversificare le zone comunali).

1.2.3 Tecniche di raccolta e struttura tariffa puntuale

Nella prima parte del presente capitolo si è trattato il tema della gestione dei rifiuti dal punto di vista legislativo in Europa e in Italia, concludendo con l'illustrazione dei principali riferimenti normativi del sistema tariffario puntuale italiano. Su tale base, si affronteranno ora temi più complessi, quali quelli della Comunicazione e del sistema tariffario puntuale in realtà che hanno aderito o meno alla "Strategia rifiuti zero", con un passaggio preliminare molto schematico sulle tecniche di raccolta e sulla struttura della tariffazione puntuale.

1.2.4 Tecniche di raccolta

Uno degli elementi centrali della gestione dei rifiuti urbani è la tipologia di raccolta utilizzata perché da questa dipende la qualità del materiale recuperato e di riflesso il costo dello smaltimento del rifiuto residuo.

La metodologia usata per lungo tempo, con mediocri risultati in termini di qualità e di percentuale di materiali differenziati, è stata la raccolta stradale con qualsiasi mezzo. Il vero salto di qualità in termini di qualità e quantità di materiali differenziati è avvenuto solo con l'avvio della raccolta rifiuti porta a porta.

La raccolta porta a porta può avvenire, per le singole frazioni, attraverso contenitori rigidi e/o sacchi di plastica che vengono esposti sulla pubblica via secondo calendari prestabiliti per tipologia di rifiuto.

Questo sistema se da una parte permette di raggiungere livelli di qualità nella raccolta non raggiungibili con il metodo del cassonetto stradale, dall'altra comporta sia un maggior costo (quanto meno iniziale) per il gestore del servizio in termini di mezzi e di addetti sia un maggiore impegno da parte dell'utente che dovrà gestire e assumersi la responsabilità dei vari contenitori di rifiuti presso il proprio domicilio, difficoltà che si accentuano in caso di condomini e di aree particolari quali i centri storici.

Le ulteriori tipologie di raccolta, che possono convivere sia con la raccolta tramite contenitore stradale che con quella porta a porta, sono i così detti "Centro multi raccolta", aree attrezzate e custodite dove si possono conferire varie tipologie di rifiuti a partire dagli ingombranti.

Queste in sintesi le varie tipologie di raccolta utilizzate sia in Italia che in Europa con articolazione diversa a seconda delle caratteristiche del territorio.

1.2.5 Struttura tariffa puntuale

L'ultimo principio del sistema tariffario del Decreto Ronchi fatto proprio dal D.Lgs. 152/2006 prevede la cosiddetta "tariffa puntuale", che consente di legare parte della tariffa alla quantità di rifiuto indifferenziato prodotto.

L'esperienza delle realtà che hanno svolto per anni il servizio di raccolta porta a porta ha dimostrato che pur giungendo a percentuali di raccolta differenziata apprezzabili, l'ulteriore balzo in avanti si

ottiene solamente integrando il servizio di raccolta del porta a porta integrale con la “tariffazione puntuale”.

Gli elementi chiave del passaggio a tariffazione puntuale sono le metodologie di identificazione del contenitore e la stima dei quantitativi di rifiuti indifferenziati raccolti.

Per quanto riguarda i sistemi di identificazione la tipologia maggiormente utilizzata sia per i sacchetti che per i bidoncini è il transponder RFID UHF (Radio Frequency IDentification Ultra High Frequency), abbinato alla singola utenza. Il numero degli svuotamenti viene rilevato da antenne poste sul mezzo di raccolta e memorizzate in un data base e sono poi trasferiti al server centrale dopo il rientro nel deposito.

Per ciò che riguarda la quantificazione dei rifiuti questa avviene attraverso la stima del peso medio del volume registrato dal mezzo (peso totale diviso volume totale dei conferimenti delle singole utenze).

1.2.6 Modalità calcolo tariffa puntuale.

La logica della tariffa puntuale è riassumibile essenzialmente in “Pay As You Throw” ovvero “più butti più paghi” e le sue componenti sono tre:

- Una componente fissa calcolata in base ai mq dell’abitazione/attività occupata;
- Una prima componente variabile composta dagli svuotamenti minimi pre-assegnati in base al numero dei componenti del nucleo familiare;
- Una seconda componente variabile addebitata per ogni svuotamento aggiuntivo effettuato dall’utenza oltre il numero pre assegnato.

Come si può comprendere è sulla seconda componente variabile che ruota il successo o meno della tariffazione puntuale quale volano di una raccolta differenziata virtuosa. Quelli che in precedenza abbiamo definito “svuotamenti minimi pre assegnati” vanno determinati con attenzione, se il numero è troppo alto si fa pagare al cittadino un volume inutile e non lo si incentiva a differenziare bene, se è troppo basso non è equo e si fanno pagare troppi svuotamenti aggiuntivi incentivando comportamenti poco virtuosi come l’abbandono o il “Fly-Tipping” (migrazione dei rifiuti nei cestini dell’igiene urbana della stessa città o in quelle vicine).

1.2.7 Tariffazione puntuale in Europa.

Per comprendere la situazione europea rispetto alla diffusione della tariffazione puntuale ci si può basare su un recente studio di ESPER (Ente di Studio Per la Pianificazione Ecosostenibile dei Rifiuti) pubblicato nel dicembre 2016 e intitolato “10 percorsi europei virtuosi verso la tariffazione incentivante” che ha analizzato l’implementazione della tariffazione puntuale in diversi paesi europei.

Da questo studio emerge che la diffusione maggiore di questo tipo di tariffazione è avvenuta nel contesto Nord-Europeo (Danimarca, Belgio, Paesi Bassi, Austria, Svezia, Germania) e che il sistema prevalentemente usato per misurare la quantità di rifiuto indifferenziato è quello della volumetria con contenitori tracciati con il sistema “Tag RFID”.

Altro aspetto che si rileva nella pubblicazione è che a differenza dell'Italia in Europa tra gli esempi virtuosi si trovano parecchie grandi città tra cui Lipsia (530.000 ab.) e Dresda (500.000 ab.) in Germania e Gand (250.000 ab.) in Belgio. In Italia le grandi realtà virtuose, se pur di gran pregio, si limitano a Parma (190.000 ab.) con il 72 % di raccolta differenziata e Trento (118.000 ab) con l'81% di raccolta differenziata .

Rispetto alle metodologie di raccolta, anche in Europa l'esperienza ha dimostrato che la raccolta stradale, anche quando è utilizzata parzialmente solo per alcune frazioni di rifiuto, genera problemi quali l'abbandono o l'inquinamento della frazione differenziata.

Tabella 1 : I sistemi “Pay As You Throw” (più butti più paghi) nelle città europee

Città	Abitanti	Raccolta differenziata (%)	Produzione pro-capite delle RD (kg/ab.anno)	Produzione pro-capite Residuo (kg/ab.anno)
Lipsia Germania	530.000	60%	213	149
Dresda Germania	500.000	66%	277	143
Maastricht Paesi Bassi	130.000	70%	320	120
Deventer Paesi Bassi	100.000	75%	395	119
Gand Belgio	250.000	66%	275	142
Grand Besançon Francia	170.000	55%	200	150
Parma Italia	190.000	72%	406	117

(Fonte: pubb. ESPER : “10 percorsi europei virtuosi verso la tariffazione incentivante”)

In generale nel contesto europeo la tariffazione puntuale utilizzata è strutturalmente simile a quella italiana (di cui ai punti 1.2.5 e 1.2.6), anche se nelle varie realtà si possono trovare delle varianti come per esempio:

1) Belgio,

vengono applicate:

- una tariffa per l'indifferenziato;
- una tariffa per il conferimento degli imballaggi;
- una tariffa per l'organico.

2) Austria,

vengono applicate:

- una tariffa per l'indifferenziato e per organico.

3) Germania,

vengono applicate:

- una tariffa annuale fissa in base ai componenti della singola utenza;
- una tariffa su base mensile modulata a seconda del volume del contenitore scelto e della frequenza di esposizione (settimanale o quindicinale) e la bollettazione avviene ogni trimestre;
- una tariffa per l'organico;
- si deve acquistare un particolare sacco per il verde con conferimento gratuito presso le isole ecologiche;
- annualmente si sottoscrive un abbonamento con i servizi base (obbligatori) e tutti i servizi aggiuntivi a scelta.

4) Spagna,

vengono applicate:

- una tariffa fissa forfettaria uguale per tutti;
- l'indifferenziato e gli imballaggi si conferiscono attraverso sacchetti pre pagati.

5) Svezia,

vengono applicate:

- una tariffa fissa forfettaria annuale (raccolta settimanale o quindicinale) per il contenitore;
- una tariffa per kg di rifiuto indifferenziato conferito;
- una tariffa per kg di rifiuto organico conferito;
- una tariffa per materiale riciclabili;

6) Svizzera:

- tariffa base fissa e unica;
- tariffa per tipologia (volume) del sacchetto prepagato per l'indifferenziato.

Tabella 2 : Grado di diffusione sistemi “P.A.Y.T.” (più butti più paghi) nelle città europee, anno 2014.

Stato membro	Periodo di diffusione PAYT	Percentuale di diffusione	Andamento	Modelli utilizzati	Rifiuti
FRANCIA	Dal 2009 (Loi grenelle I e II) Atto legislativo nazionale	10% - in Aumento Stima su dati Ademe	+	Eterogeneità di modelli	Residuo
GERMANIA	Nessun Atto specifico	26 - 30% - Stabile	+	Volume, maggioritari	Residuo Organico
AUSTRIA	Nessun Atto specifico	-	-	Volume, maggioritari	Residuo Organico
PAESI BASSI		40% - in Aumento	+	Eterogeneità di modelli Frequenza e volume	DIFTAR *
BELGIO	Obiettivo specifico di riduzione del Rifiuto residuo	50% - Diffusissimo nelle Fiandre	+	Eterogeneità di modelli Frequenza e volume	DIFTAR *
SVEZIA	Dagli anni '90 Nessun Atto specifico		-	Peso	Residuo
SVIZZERA	Nessun Atto specifico		-	Sacchi pre-pagati	Residuo
SPAGNA	Nessun Atto specifico Linee guida – Catalunya	Solo progetti Piloti	+	-	Residuo

(Fonte: pubb. ESPER : “10 percorsi europei virtuosi verso la tariffazione incentivante”)

***DIFTAR (differentiated tariffs) tariffe differenziate: alte per l'indifferenziato, basse per imballaggi e organico, nessuna tariffa per tutte le altre frazioni di rifiuto.**

Tabella 3: Tipologia di contenitore maggiormente utilizzato in europa per la tariffazione.

Nazione	TIPOLOGIA DI CONTENITORE MAGGIORMENTE UTILIZZATO PER LA TARIFFAZIONE.
Francia	CONTENITORE RIGIDO (SECCHIO O BIDONE CARRELLATO)
Germania	
Svezia	
Belgio	SACCO DI PLASTICA
Svizzera	
Spagna	
Austria	
Paesi bassi	PARI DIFFUSIONE TRA CONTENITORE RIGIDO E SACCO DI PLASTICA

(Elaborazione personale su dati tratti dalla pubb. ESPER : “10 percorsi europei virtuosi verso la tariffazione incentivante”)

1.2.8 Tariffazione puntuale in Italia

Per delineare meglio la situazione italiana si è fatto riferimento a uno studio sui Comuni che dal 1° gennaio 2014 hanno introdotto la TARI e che rappresentano il 37,4% dei Comuni italiani, contenuto all'interno della pubblicazione annuale “Rapporto Annuale Rifiuti Urbani – ISPRA 2017”.

L'area geografica che vede la maggior applicazione del sistema di tariffazione puntuale è il nord nel quale primeggia il Veneto seguito dal Trentino Alto Adige.

Tabella 4: Distribuzione regionale del numero di Comuni oggetto di indagine, anno 2016

Regione	Numero di comuni analizzati	Popolazione comuni analizzati	Comuni ISTAT 31/12/2016	Popolazione ISTAT 31/12/2016	% Comuni	% della popolazione
Piemonte	456	3.101.374	1.202	4.392.526	37,9	70,6
Valle d'Aosta	16	46.526	74	126.883	21,6	36,7
Lombardia	727	6.456.930	1.527	10.019.166	47,6	64,4
Trentino Alto Adige	228	960.141	293	1.062.860	77,8	90,3
Veneto	355	4.228.179	576	4.907.529	61,6	86,2
Friuli Venezia Giulia	114	844.470	216	1.217.872	52,8	69,3
Liguria	39	940.715	235	1.565.307	16,6	60,1
Emilia Romagna	246	3.364.492	334	4.448.841	73,7	75,6
NORD	2.181	19.942.827	4.457	27.740.984	48,9	71,9
Toscana	128	2.722.400	279	3.742.437	45,9	72,7
Umbria	33	447.051	92	888.908	35,9	50,3
Marche	66	741.851	236	1.538.055	28,0	48,2
Lazio	27	3.289.790	378	5.898.124	7,1	55,8
CENTRO	254	7.201.092	985	12.067.524	25,8	59,7
Abruzzo	27	254.312	305	1.322.247	8,9	19,2
Molise	4	54.000	136	310.449	2,9	17,4
Campania	50	1.727.821	550	5.839.084	9,1	29,6
Puglia	32	896.513	258	4.063.888	12,4	22,1
Basilicata	21	150.393	131	570.365	16,0	26,4
Calabria	26	443.085	409	1.965.128	6,4	22,5
Sicilia	354	3.931.777	390	5.056.641	90,8	77,8
Sardegna	39	521.146	377	1.653.135	10,3	31,5
SUD	553	7.979.047	2.556	20.780.937	21,6	38,4
ITALIA	2.988	35.122.966	7.998	60.589.445	37,4	58,0

Fonte: ISPRA

Il campione esaminato (Tabella 3) è composto da 2.988 Comuni situati per il 73 % al Nord, per l'8,5% al Centro e un 18,5 % al Sud e rappresenta una popolazione complessiva di 35.122.966 abitanti (58 % della popolazione italiana)

Nel campione preso in esame da ISPRA (Tabella 4) su un totale di 2.988 Comuni il 92,5% applicano una TARI normalizzata secondo quanto previsto dal DPR 158/99 e solo il 7,5% del campione applicano una tariffazione puntuale.

Tabella 5: regime di prelievo applicato al 31/12/2016 dai Comuni analizzati.

Regime di prelievo	Numero di comuni	Popolazione	% dei comuni che applicano il nuovo regime di prelievo sul totale dei comuni analizzati	% della popolazione dei comuni che applicano il nuovo regime di prelievo sul totale dei comuni analizzati
TARI NORMALIZZATA	2.765	33.262.479	92,5	94,7
TARIFFA PUNTUALE	223	1.860.487	7,5	5,3

Fonte: ISPRA

Come esposto in precedenza dei 2.988 Comuni del campione solo 223 sono quelli che sono passati a tariffazione puntuale con la seguente distribuzione geografica:

- 221 al nord, di cui 12 in Piemonte, 16 in Lombardia, 46 in Trentino Alto Adige, 130 in Veneto e 17 in Emilia Romagna.
- 2 nel centro Italia collocati nel Lazio.
- Nessuno nel sud Italia.

Su questi 223 Comuni passati a tari puntuale ISPRA ha realizzato un sondaggio, inviando ai gestori un questionario per rilevare quale metodologia di misurazione utilizzino. Le risposte hanno fatto emergere che: il 29,6% utilizza contenitori riutilizzabili con trasponder; il 14,3% ha preferito un sistema misto contenitore con trasponder + sacco prepagato; il 13,9% utilizza cartellini dotati di codici a barre; il 4,5% ha adottato il solo sacco prepagato. Infine, un 14,3% ha indicato di utilizzare modalità diverse dalle precedenti.

Tutte le realtà oggetto dell'intervista determinano la parte variabile della tariffa "prima e seconda" (si veda paragrafo 1.2.6), attraverso la misurazione del rifiuto indifferenziato.

Tabella 6: produzione pro capite di rifiuti urbani per regione – anni 2012-2016

Regione	Popolazione 2016	2012	2013	2014	2015	2016
		(kg/abitante* anno)				
Piemonte	4.392.526	465,2	451,6	463,5	465,8	470,3
Valle d'Aosta	126.883	604,9	564,5	564,6	569,1	572,8
Lombardia	10.019.166	476,9	460,7	464,1	462,2	477,3
Trentino Alto Adige	1.062.860	490,8	471,0	469,2	461,2	480,3
Veneto	4.907.529	456,1	449,1	454,7	445,8	486,8
Friuli Venezia Giulia	1.217.872	452,3	444,2	451,0	460,6	477,9
Liguria	1.565.307	586,2	559,0	564,6	555,3	540,1
Emilia Romagna	4.448.841	645,1	625,3	634,5	642,0	652,9
Nord	27.740.984	504,5	489,3	495,4	494,3	510,2
Toscana	3.742.437	614,2	595,7	600,6	607,8	616,4
Umbria	888.908	552,6	523,9	532,4	519,5	529,4
Marche	1.538.055	519,9	492,0	513,4	513,7	527,2
Lazio	5.898.124	581,7	538,5	523,5	513,4	513,0
Centro	12.067.524	581,6	549,2	546,8	543,2	548,0
Abruzzo	1.322.247	479,7	449,8	445,4	447,7	455,3
Molise	310.449	404,0	394,2	386,5	390,6	388,0
Campania	5.839.084	443,1	433,6	437,4	438,8	450,0
Puglia	4.063.888	487,0	471,5	467,6	464,8	471,1
Basilicata	570.365	379,4	358,7	348,8	346,8	354,1
Calabria	1.965.128	435,3	419,0	410,3	407,5	403,8
Sicilia	5.056.641	485,2	467,1	459,7	463,2	466,1
Sardegna	1.653.135	460,9	440,3	435,9	434,0	443,7
Sud	20.780.937	462,6	446,7	443,3	443,8	450,0
Italia	60.589.445	505,0	486,5	487,7	486,7	497,1

Fonte: ISPRA; dati di popolazione: ISTAT

Come si può osservare analizzando i dati della Tabella n. 6 sulla produzione dei rifiuti totali pro capite, il passaggio a tariffazione puntuale non genera riflessi significativi sul totale dei rifiuti prodotti. Una regione come il Veneto che può vantare oltre il 60% di Comuni a tariffa puntuale dal 2015 al 2016 ha visto aumentare la produzione pro capite di rifiuti urbani da 445,8 kg a 486 kg.

Come si vedrà nei prossimi capitoli, per ridurre la produzione totale di rifiuti si deve intervenire alla fonte, sia con logiche di produzione che minimizzino la produzione di rifiuti (riduzione imballaggi e completamente riciclabili) e sia sul fronte dell'utente finale che dovrebbe ridurre gli sprechi attraverso una spesa più attenta.

Citando Paul Connet *“se non possiamo riusarlo, riciclarlo o compostarlo, l'industria non dovrebbe produrlo e noi non dovremmo comprarlo. Nel XXI secolo abbiamo bisogno di una migliore progettazione industriale e di una migliore educazione al consumo.”* (Rifiuti Zero una rivoluzione in corso – Dissensi 2012).

Tabella 7: percentuali di raccolta differenziata dei rifiuti urbani per regione, anni 2012 – 2016.

Regione	2012	2013	2014	2015	2016
	(%)				
Piemonte	53,3	54,6	54,3	55,1	56,6
Valle d'Aosta	44,8	44,8	42,9	47,8	55,6
Lombardia	51,8	53,3	56,3	58,7	68,1
Trentino Alto Adige	62,3	64,6	67,0	67,4	70,5
Veneto	62,6	64,6	67,6	68,8	72,9
Friuli Venezia Giulia	57,5	59,1	60,4	62,9	67,1
Liguria	30,9	31,5	34,3	37,8	43,7
Emilia Romagna	50,8	53,0	55,1	57,5	60,7
Nord	52,7	54,4	56,7	58,6	64,2
Toscana	40,0	42,0	44,3	46,1	51,1
Umbria	42,0	45,9	48,9	48,9	57,6
Marche	50,8	55,5	57,6	57,9	59,6
Lazio	22,4	26,5	32,8	37,5	42,4
Centro	33,1	36,4	40,8	43,8	48,6
Abruzzo	37,9	42,9	46,1	49,3	53,8
Molise	18,4	19,9	22,3	25,7	28,0
Campania	41,5	44,0	47,6	48,5	51,6
Puglia	17,6	22,1	25,9	30,1	34,3
Basilicata	21,9	25,8	27,6	30,9	39,2
Calabria	14,6	14,8	18,6	25,0	33,2
Sicilia	13,2	13,3	12,5	12,8	15,4
Sardegna	48,5	50,9	53,0	56,4	60,2
Sud	26,5	28,8	31,3	33,6	37,6
Italia	40,0	42,3	45,2	47,5	52,5

Fonte: ISPRA

La situazione cambia sostanzialmente con i dati relativi alla raccolta differenziata (Tabella 7), perché in questo caso possiamo tranquillamente rilevare l'influenza dell'implementazione della tariffa puntuale, che si traduce in una considerevole differenza tra la situazione del nord Italia con il 64,2% di RD (spicca la regione Veneto con un valore regionale medio di RD del 72,9%), e quella del sud Italia al 37,6% di RD, a fronte di una media nazionale del 52,5% di RD.

CAPITOLO 2. LA COMUNICAZIONE

2.1 Aspetti generali

Nei precedenti due capitoli è emersa ripetutamente l'importanza del ruolo del cittadino/utente, centralità riconosciuta sia dai promotori della "strategia rifiuti zero" e sia da coloro che da anni applicano con successo la "tariffa puntuale". Come vedremo anche in seguito nell'esposizione dei casi indagati, la valorizzazione di questa centralità è strettamente collegata alla cura che si presta alla costruzione del processo di Comunicazione con l'utente.

Il primo ad essere consapevole dell'importanza dell'aspetto formativo/informativo è lo stesso Ministero dell'Ambiente, che ha pubblicato le "Linee guida per l'educazione ambientale" per le scuole al fine di dare una base concreta alla formazione e sensibilizzazione in campo ambientale.

Il percorso formativo di cui stiamo trattando ha come obiettivo di formare il singolo a comportamenti futuri che avranno una ricaduta sull'interesse della collettività, da quello più generale di salvaguardare l'ambiente a quello locale di ridurre i costi di gestione dei rifiuti.

Per far sì, che a una buona formazione/informazione seguano altrettanti comportamenti corretti è importante costruire "contesto" (in questo caso il singolo Comune) in cui circoli "fiducia" ed i singoli, nella certezza che tutti rispetteranno le regole saranno maggiormente propensi ad avere comportamenti corretti e cooperativi.

Nella costruzione di questo clima un ruolo fondamentale lo gioca senza dubbio l'Ente locale, che deve ancor prima del cittadino far proprio il "progetto" e trasmettere alla collettività tale convinzione utilizzando ogni mezzo e occasione.

I gestori locali possono percorrere vari canali formativi per la propria Comunità:

- Il canale educativo rappresentato dalla scuola con una particolare attenzione posta alla formazione del personale docente;
- I canali Comunicativi rappresentati dai media, attraverso articoli, poster, video, etc.
- pubblicazioni dedicate: depliant, giornali ecc;
- I social network come Facebook o Twitter.
- Ed infine gli strumenti partecipativi, che in quanto tali hanno lo scopo di stimolare il cittadino verso un dato tema attraverso momenti partecipativi diretti, di dialogo, informazione e di ascolto attivo delle varie strutture gestionali del servizio.

Durante le interviste nei casi studiati, ciò che è emerso è che lo strumento Comunicativo per eccellenza è stato "l'assemblea pubblica" da cui sono emerse tutta una serie di riflessioni Comuni tra cui:

- l'opportunità di arrivare in assemblea preparati sulle perplessità maggiormente diffuse;

- l'utilità di dare un ordine temporale e geografico alle assemblee in modo tale che l'assemblea "A" sia possibilmente confinante con l'assemblea "B", questo per sfruttare quella spontanea circolazione d'informazioni che avviene tra le zone;
- le criticità risolte in una zona vanno registrate perché possono essere utili per altre zone;
- evitare di puntare molto sulla tecnologia, ma dedicare tempo a illustrare la buona organizzazione;
- fare interviste singole pre e post assemblea per capire aspettative e registrare pareri.

Come vedremo anche in seguito i canali di formazione sono molteplici e come suggerito da qualche intervistato *"anche un centro di multiraccolta con annessa area del riuso può fare educazione ambientale"*.

2.2 La Comunicazione e il mondo dei media.

Per rispondere correttamente alla domanda "quale strategia Comunicativa mettere in campo per divulgare un nuovo servizio o una nuova politica tariffaria ?" è opportuno prima di tutto avere un quadro d'insieme dell'attuale mondo dei "media" in Italia e del loro utilizzo quale mezzo per recepire e dare informazione.

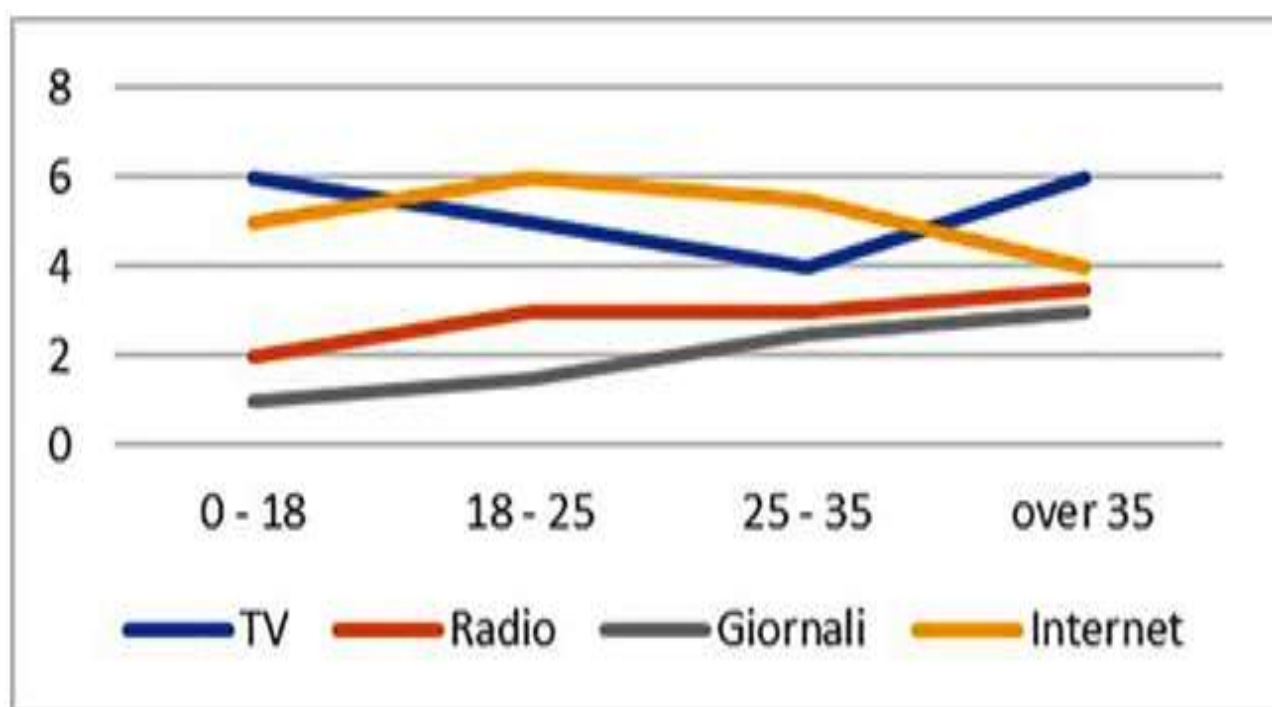
Dal quadro delineato dal "14° Rapporto Censis-Ucsi " emerge che: la televisione, anche se assediata dalla web tv, resta anche per il 2017 la regina dei media con un 95,5 % di spettatori rispetto al totale della popolazione, suddivisi quasi equamente tra "digitale terrestre" e "satellitare; la web TV continua a crescere e la "mobile tv" ha raddoppiato in un anno i suoi utilizzatori grazie alla progressiva diffusione degli smartphone, che con il telefono cellulare, hanno raggiunto ormai l'86,9% degli italiani (Censis 2017).

Per quanto riguarda il panorama televisivo, non va trascurato il sottoinsieme delle TV locali, che in un "piano di Comunicazione" incentrato necessariamente sul "locale" potrebbero avere una qualche utilità. Il caso del Piemonte può essere esemplificativo, una ricerca recente (Regione Piemonte 2018) ha contato ben diciassette emittenti locali che hanno la sede legale e/o la sede operativa principale in Piemonte, mentre quelle totali rilevate nei contatti Auditel sul Piemonte (Auditel 2017) salgono a 23, queste 23 emittenti locali nel mese di febbraio 2017 hanno avuto 501.016 "contatti netti del giorno medio mensile". Tra queste al primo posto troviamo la TV "7 Gold Telecity Piemonte" con 168.336 contatti seguita da "Telecupole" con 142.366 contatti, mentre un gradino più sotto troviamo "Rete 7" con 90.584 contatti, rappresentando una realtà di cui tener conto.

L'Istat in una sua recente ricerca ha evidenziato che, in controtendenza rispetto al lento declino della televisione quale mezzo per reperire informazioni, il web è passato da un 45,9% del 2015 ad un 48,8% nel 2016; allo stesso tempo, a fare da contraltare alla crescita dell'informazione online, c'è un non trascurabile 10,6 % che utilizza la cerchia dei parenti o degli amici per reperire informazioni (Istat_ 2017).

Collegato a quanto emerge dalle ricerche citate in precedenza, un altro studio (www.e-businessconsulting.it) sottolinea una progressiva sovrapposizione e integrazione tra TV/carta stampata e “new media”. Tale ricerca evidenzia che: tra i 14 ed i 30 anni il 90,7 % è un utente abituale della TV; Il 95,9 % degli under 30 è sul Web e che solo il 44% delle persone fra i 14 ed i 30 anni sfoglia un quotidiano almeno 3 volte a settimana.

Grafico 1: Consumo dei “media” in Italia nel 2016



(grafico estratto dal sito: www.e-businessconsulting.it)

Una riflessione a parte va fatta per i “Social”, basti pensare che nel 2017 sono stati 24 milioni gli italiani che hanno visitato un social network (Audiweb 2017). In cima alla classifica troviamo “Facebook” con oltre trenta milioni di utenti mensili (quasi equamente suddivisi tra i due generi: vincos.it 2017), di cui il 66 % ha un’età superiore ai 30 anni .

Nella stessa ricerca si fa una sovrapposizione delle percentuali elaborate, degli utenti di Facebook, sulla popolazione residente .

Tabella 8: Sovrapposizione utenti abituali Facebook alla popolazione residente.

Fasce di età	13-18	19-29	30-35	36-45	46-55	56-70
Percentuale utenti Facebook	58%	100%	98%	78%	59%	43%
(Elaborazione su dati Vincos.it)						

Se utilizziamo questa stessa sovrapposizione (Tabella 8) sulla realtà della provincia di Vercelli ipotizzando e inserendo un ulteriore raggruppamento che va dai 13 ai 70 anni per una popolazione

residente di 119.049 persone, (potenziali soggetti attivi nella gestione quotidiana dei rifiuti) si può osservare che su un totale di 119.049 persone residenti nella fascia di età dai 13 ai 70 anni il 68,50% pari a 78.533 persone sono utilizzatori abituali del social Facebook e questo fa comprendere le grandi potenzialità di questo mezzo.

Facebook, come evidenziato nelle elaborazioni citate in precedenza è un mezzo comunicativo che riesce a raggiungere una platea di cittadini molto estesa a cui va aggiunta un'ulteriore peculiarità che lo distingue da TV, radio e carta stampata. Se con quest'ultimi la volontà del singolo diventa determinante nell'aprire il canale comunicativo (comprare il giornale, sintonizzarsi su un canale TV o radio), con il "News Feed o Sezione Notizie di Facebook (consultata giornalmente più volte e per ragioni diverse), la situazione cambia e qui si riesce a bypassare la volontà degli utenti sottoponendoli a immagini o messaggi non richiesti che, anche se per pochi secondi ne catturano l'attenzione.

Tabella 9: Sovrapposizione elaborazione vincos.it alla popolazione residente in provincia di Vercelli.

PROVINCIA DI VERCELLI - UTILIZZATORI ABITUALI DI FACEBOOK			
FASCE DI ETÀ' RESIDENTI IN PROVINCIA DI VERCELLI	Totale	% Utenti FB	Utenti FB
Popolazione residente tra i 0 e i 12 anni.	20.158	0	-
Popolazione residente tra i 13 e i 18 anni.	7.319	58	4.245
Popolazione residente tra i 19 e i 29 anni.	15.890	100	15.890
Popolazione residente tra i 30 e i 35 anni.	8.773	98	8.598
Popolazione residente tra i 36 e i 45 anni.	22.475	78	17.531
Popolazione residente tra i 46 e i 55 anni.	28.099	59	16.578
Popolazione residente tra i 56 e i 70 anni.	36.493	43	15.692
Popolazione residente oltre i 71 anni.	34.661	0	-
Totale residenti provincia di Vercelli	173.868		78.533
Totale residenti fascia di età 13 - 70 anni	119.049		
Totale utenti FB della fascia di età 13 - 70 anni	78.533		

Elaborazione personale su dati Vincos.it e Tuttitalia.it

In conclusione pare possibile affermare che il mondo dei media attuale è molto variegato in termini di canali informativi (Tv, radio, carta stampata, internet, social, whatsapp, centri di aggregazione, amici), e che con essi ogni cittadino possa in qualche modo costruirsi una propria modalità di recepimento delle informazioni fatta su misura in base al proprio stile di vita.

Per ciascun individuo la gerarchia delle fonti d'informazione varierà a seconda delle fasce di età, della posizione sociale e del contesto sociale, senza che sia possibile individuare un modello comune all'intera popolazione o a fasce rilevanti di essa.

Tabella 10: Mezzi di Comunicazione utilizzati dalle realtà oggetto di osservazione.

COMUNICAZIONE	TIPOLOGIA E PECULIARITA DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE UTILIZZATI IN FASE PREVENTIVA E ORDINARIA	Contarina Spa	Capannori (LU)	Consorzio Chierese	Iren Ambiente Spa	Mantova Ambiente Spa	Cons. comuni dei Navigli
PREVENTIVA	Presenza amministratori locali alle assemblee	X	X	X	X	X	X
	Assemblea unica per tutte le utenze						
	Assemblea utenze domestiche	X	X	X	X	X	X
	Assemblea utenze non domestiche	X	X	X	X	X	X
	Assemblee con amministratori condominiali			X			
	Assemblea specifica utenze non domestiche					X	
	Articoli su giornali			X			
	Manifesti			X			
	Spot televisivi TV locali						
	Spot televisivi TV nazionali						
	Spot radiofonici						
	Lettera alle utenze				X		
	Materiale illustrativo spedito a domicilio	X			X	X	
	Sito internet	X	X	X	X	X	X
	Consegna Kit a domicilio				X	X	X
ORDINARIA	Calendario	X			X	X	
	Eco-Giornale	X					
	Pagina Facebook	X			X		X
	Youtube (video caricati dall'azienda)	X			X	X	
	Twitter	X			X		
	Campagne di formazione docenti scolastici	X				X	
	Campagne di formazione studenti	X	X				
	campagne di promozione temi ambientali.	X	X				
	Attività sul campo di promozione ambientale.	X	X				
	Sportelli sul territorio	X	X	X	X	X	X
	Sito internet	X	X	X	X	X	X
	Indagini di "Customr satisfaction"	X	X				
Totali canali comunicativi utilizzati		17	9	8	12	11	7
(Elaborazione personale su dati raccolti durante le interviste sul campo)							

CAPITOLO 3. GESTIONE RIFIUTI – INDAGINE SU ALCUNE ESPERIENZE DI SUCCESSO.

In questo capitolo, dopo una preliminare illustrazione della “Strategia Rifiuti Zero” saranno esaminate alcune realtà di successo nell’applicazione della tariffa puntuale e dei principi della strategia stessa e nei singoli casi si tenterà di evidenziare:

- l’esposizione del tipo di Comunicazione preventiva e ordinaria;
- il percorso che ha portato il singolo gestore a determinare il numero minimo degli svuotamenti d’indifferenziato;
- le esperienze sul tema gestione dei controlli e del recupero evasione.

3.1 la strategia rifiuti zero.

La “Strategia Rifiuti Zero” (in seguito SRZ) ha come promotore storico il prof. Paul Connet che dal lontano 1985 promuove nel mondo un nuovo paradigma per la gestione dei rifiuti che ha come capisaldi un *“no all’utilizzo degli inceneritori e delle discariche e un no a una Società usa e getta”*(Rifiuti zero. Una rivoluzione in corso - Dissensi 2012).

Come ribadito dal prof. Paul Connet la SRZ non è da intendere come ricerca del risultato “rifiuti zero”, molto probabilmente non raggiungibile, ma come un nuovo modello di società che punti nella “direzione giusta” attraverso un percorso che si concretizza nei “dieci passi della Strategia Rifiuti Zero”.

Rispetto ai temi centrali della presente tesi la SRZ risulta particolarmente interessante perché pone al centro del suo percorso “l’utente”, la sua formazione e informazione e inoltre tra i suoi passi troviamo sia la “raccolta porta a porta integrale”, che la “tariffazione puntuale”.

3.1.1 I dieci passi della Strategia Rifiuti Zero

I promotori della SRZ definiscono l’attuale società come “ossessionata dall’usa e getta”, società in cui spesso ciò che si ha viene usato in modo errato.

La SRZ vuole promuovere un nuovo modello di gestione dei rifiuti, che non può più essere di tipo lineare, con un processo che inizia con l’estrazione della materia prima per finire con un rifiuto che viene bruciato o sotterrato, ma deve essere circolare con i rifiuti che tornano ad essere “materia prima”.

Il percorso della SRZ non è semplice ma è percorribile, e i suoi promotori la schematizzano nei “Dieci passi verso Strategia Rifiuti Zero”.

1) Separazione alla fonte: un efficace sistema di raccolta che separi correttamente tutte le frazioni alla fonte, soprattutto l’organico dagli altri materiali riciclabili per essere avviato a successivo compostaggio;

- 2) Raccolta porta a porta: metodologia inevitabile per massimizzare la percentuale di RD;
- 3) Compostaggio: la frazione organica se non separata correttamente rovina gli altri materiali e non può diventare un buon compost;
- 4) Riciclo: impiantistica adeguata per l'avvio dei materiali nuovamente nella linea produttiva come materia seconda, tale fase può essere un volano occupazionale sia nella fase di trattamento dei rifiuti che nelle industrie che utilizzano materie seconde;
- 5) Riuso: dare una nuova vita al rifiuto attraverso la creazione di "centri del riuso", questa attività ha anche una finalità sociale perché aiuta le fasce deboli ad avere oggetti che da nuovi non sarebbero economicamente accessibili;
- 6) Iniziative di riduzione dei rifiuti: attività per la riduzione del rifiuto residuo come per esempio l'acquisto di prodotti alla spina;
- 7) Incentivi economici: applicazione della tariffazione puntuale per incentivare la RD e premiare i comportamenti virtuosi;
- 8) Studio del residuo: la frazione del residuo non riciclabile va analizzata e studiata per cercare nuove modalità di recupero o di prevenzione;
- 9) Responsabilità industriale: mobilitare la responsabilità di tutti, dal singolo alla grande industria. Vale la pena richiamare "la responsabilità estesa del produttore", direttiva europea 98/2008 (introdotta nell'ordinamento giuridico italiano con il decreto 205/10) che invita a stimolare la prevenzione come il riuso e il riciclaggio dei rifiuti.
- 10) Discarica temporanea per il non riciclabile e la frazione organica sporca e stabilizzata: l'obiettivo della "strategia rifiuti zero" è evitare l'ingresso di rifiuti pericolosi, tossici per avere discariche sane e di dimensioni contenute.

3.2 CONTARINA SPA. (Regione Veneto)

Contarina Spa nasce nel 1989 per gestire il servizio raccolta rifiuti per i Comuni del Consorzio Priula, con un capitale sociale a maggioranza pubblica. Nel 2001 viene avviata la raccolta differenziata porta a porta e contestualmente la tariffazione puntuale oggi estesa a tutti i 50 Comuni facenti parte del "Consiglio di Bacino Priula":



(www.contarina.it)

Il Consiglio di Bacino, sin dalla sua costituzione un modello di gestione dei rifiuti basato sul principio “Rifiuti Zero”, che si attua attraverso un sistema integrato di produzione, raccolta e recupero del rifiuto con l’obiettivo di minimizzare l’utilizzo di discariche o altre forme di smaltimento.

Contarina Spa, al pari di tutte le altre realtà indagate, ha posto e pone particolare attenzione al cittadino, riconosciuto come l’elemento centrale dell’intero sistema di raccolti rifiuti, e al suo livello di responsabilizzazione nel fare una corretta raccolta differenziata a domicilio. L’azienda opera sul suo territorio con circa 633 dipendenti periodicamente coinvolti nelle scelte dell’azienda e questo crea grande “motivazione e senso di appartenenza aziendale”.

L’attività di Contarina Spa si prefigge di seguire il modello dell’economia circolare e recentemente ne ha dato prova concreta con l’inaugurazione a Ottobre 2017 alle porte di Treviso del primo impianto per il riciclo di “pannolini e pannoloni” frutto della collaborazione con Fater Spa, capace di gestire circa “diecimila tonnellate all’anno di rifiuto per un bacino di almeno un milione di persone. In quest’impianto *“per ogni tonnellata di prodotti assorbenti, si ottengono 300 kg di materia a cui dare una seconda vita”*. (<http://www.lastampa.it/2017/11/01/scienza/ambiente/focus/a-treviso-il-primo-impianto-che-d-nuova-vita-ai-pannolini-GVr9SA5eElplgemjTL7Zfl/pagina.html>);

L’impianto della Fater Spa, che tra i suoi brand conta marchi come “Pamper, Lines, Linidor ecc” è l’esempio concreto e chiaro di cosa vuol dire “economia-circolare” in cui è il soggetto produttore ad operare in prima persona per far rientrare in circolo la materia prima utilizzata nella produzione del proprio prodotto originale.

3.2.1 Contarina e la sua strategia Comunicativa.

L’Azienda Contarina ritiene importante il proprio legame con il territorio e sia la strategia comunicativa che l’intreccio di relazioni messe in atto con i propri interlocutori sono continuamente finalizzate a rafforzare questo senso di “comunità”.

Come accennato in precedenza il primo interlocutore a cui Contarina pone particolare attenzione è il cittadino, verso cui ha elaborato alcuni canali comunicativi “ordinari” con un linguaggio “chiaro e semplice”, strutturato attraverso:

- degli “eco sportelli” dislocati sul territorio per ricevere informazioni e gestire le singole posizioni;
- un servizio telefonico attivo 6 giorni su 7;
- un eco Calendario;
- un eco Giornale.

Osservando nel dettaglio la gestione della comunicazione attuale di Contarina Spa diventa difficile distinguere l’attività comunicativa ordinaria dalla straordinaria, perché ormai buona parte di quello

che un tempo era nato come evento speciale ha assunto una cadenza quasi annuale, come per esempio:

- le indagini fatte a campione tra i propri utenti per comprendere il livello di qualità del servizio;
- l' educazione/formazione ambientale presso le scuole di ogni ordine e grado, al personale docente e agli alunni con cui annualmente si realizzano progetti su temi ambientali;
- la collaborazione con le università, indirizzata principalmente alla ricerca per la riduzione complessiva dei rifiuti.
- le "assemblee pubbliche" improntate ad una comunicazione diretta e semplice con pochi tecnicismi e molti esempi pratici sulle modalità di differenziazione del rifiuto.

Infine, ma non ultimo per importanza, l'azienda cura con attenzione i rapporti con le amministrazioni locali, sia per quanto riguarda la parte gestionale (tecnici) che politica attraverso incontri mirati e sopralluoghi per affrontare le peculiarità del territorio.

3.2.2.Tariffazione e svuotamenti minimi

La tariffa puntuale applicata da Contarina Spa, nel rispetto del principio "chi inquina paga", viene calcolata:

- 1) per le utenze domestiche in base ad una quota fissa proporzionata al numero dei componenti il nucleo familiare e una variabile legata agli svuotamenti del secco non riciclabile;

All'impostazione classica della tariffa sopra esposta è prevista:

- una tariffa sui rifiuti vegetali composta da:
 - o una tariffa fissa annuale modulata in base al volume del contenitore richiesto;
 - o una tariffa variabile a singolo svuotamento richiesto.
 - una quota aggiuntiva a singolo svuotamento sui rifiuti riciclabili in base al volume del contenitore in dotazione e nel caso si vada oltre gli svuotamenti minimi prestabiliti:
 - o Vetro-Plastica-Lattine, quota aggiuntiva per singolo svuotamento oltre i 52 svuotamenti annui;
 - o Carta e cartone, quota aggiuntiva per singolo svuotamento oltre i 26 svuotamenti annui;
 - o Umido, quota aggiuntiva per singolo svuotamento oltre i 104 svuotamenti annui.
 - una quota variabile per quelli che vengono definiti "rifiuti ingombranti".
- 2) per le utenze non domestiche in base ad una quota fissa connessa alla classe di superficie occupata e al volume dei contenitori utilizzati, ed una parte variabile legata agli svuotamenti del secco non riciclabile a cui vanno aggiunte:

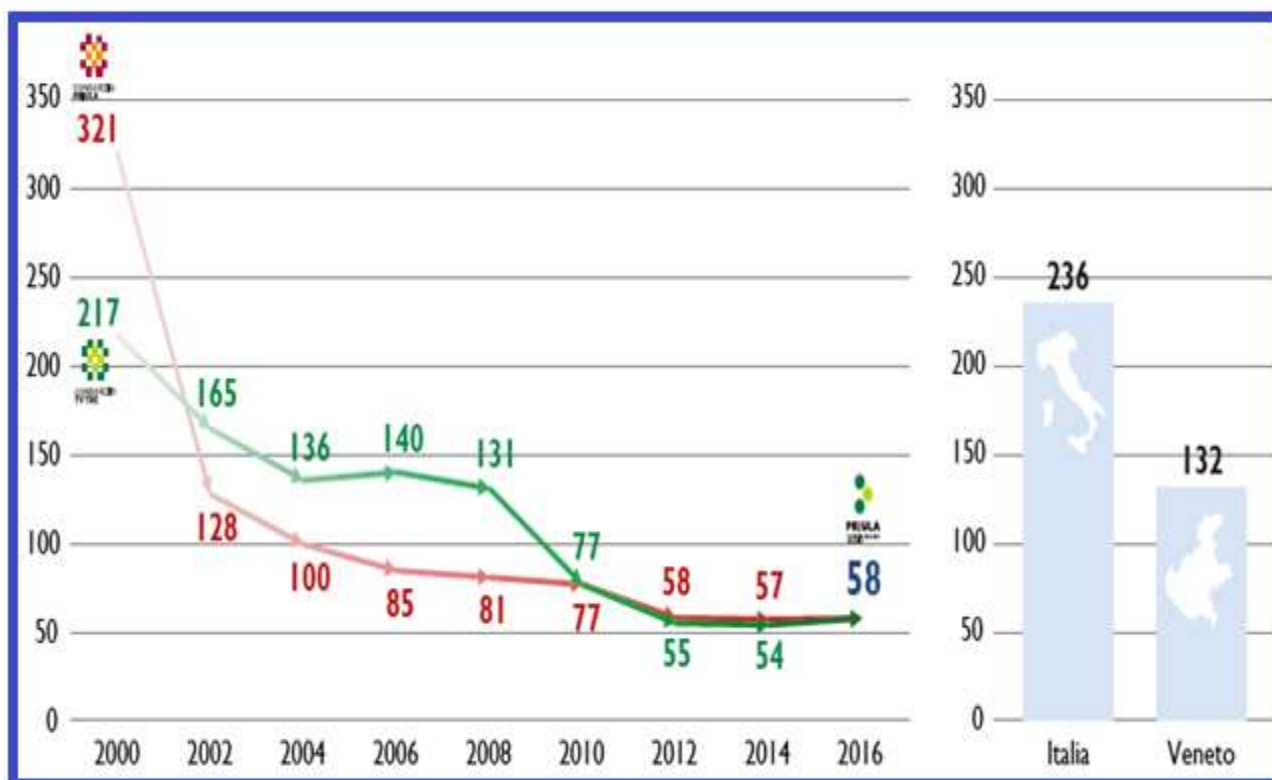
- a. Per alcuni Comuni una quota aggiuntiva fissa annuale legata alla classe di superficie occupata;
- b. Una quota fissa annuale per i rifiuti riciclabili legata al volume del contenitore;
- c. Una quota aggiuntiva a singolo svuotamento (in caso di misurazione a volume) o €/tonnellata (in caso di misurazione a peso) sui rifiuti riciclabili nel caso si vada oltre gli svuotamenti o tonnellate prestabiliti.

Da quanto illustrato in precedenza in modo schematico, relativamente all'impianto tariffario è facile comprendere che l'attenzione dell'azienda non è focalizzata sulla sola percentuale di raccolta differenziata, ma si preoccupa anche di limitare, la produzione totale di rifiuti.

3.2.3 Conclusioni.

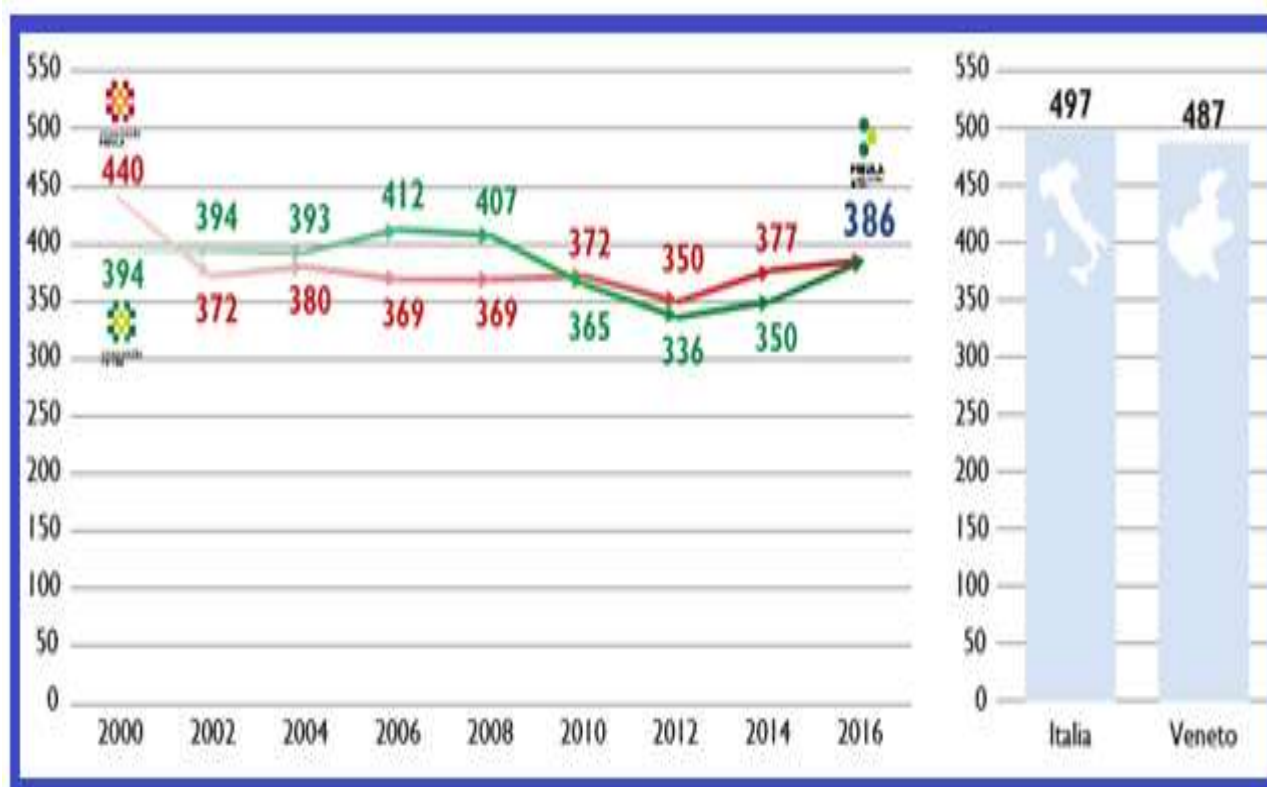
In Italia Contarina Spa ha fatto la storia nel campo della raccolta porta a porta e della tariffazione puntuale. Un ruolo determinante lo ha giocato il contesto socio-economico del territorio e la particolare sensibilità mostrata dagli abitanti dei 50 Comuni del Consorzio Priula, alle politiche praticate dal 2001, anno dell'avvio del nuovo modello di raccolta, nella tariffazione che in 11 anni ha portato la percentuale di raccolta differenziata dal 58 % all'85 % in un contesto regionale (Veneto) che presenta una media del 72,9 % e una media nazionale che non va oltre il 52,5 %.

Grafico 2: Produzione pro capite (kg) di rifiuto secco non riciclabile nei Comuni gestiti da Contarina



(Fonti dati: Dati Contarina 2016, Rapporto ISPRA 2017)

Grafico 3: Produzione pro capite (kg) di rifiuti nei Comuni gestiti da Contarina.



(Fonti dati: Dati Contarina 2016, Rapporto ISPRA 2017)

Da questi risultati, sicuramente invidiabili dalla stragrande maggioranza delle realtà italiane, entro il *“2022 Contarina e i 50 Comuni del Consiglio di Bacino Priula si propongono di raggiungere il 96,7% di raccolta differenziata con una produzione di rifiuto residuo di soli 10 kg/ab anno”* (<http://www.priula.it/p/cosa-facciamo/gestione-rifiuti-affidamento-in-house-obiettivi-rd-risultati-carta-qualitno-regolamenti-tariffe>).

3.3 SOCIETÀ ASCIT SPA – Comune di Capannori (Regione Toscana)

L'azienda ASCIT Servizi Ambientali Spa gestisce la raccolta rifiuti per un bacino di circa 80.000 utenti passati tutti tra il 2012 e 2013 a Tari corrispettivo.

Tra i Comuni serviti da Ascit Spa c'è il Comune di Capannori con circa 50.000 utenti. Il Comune di Capannori è stato uno dei primi Comuni italiani ad adottare la delibera “rifiuti zero” (2007), avviando pochi anni dopo la raccolta “porta a porta integrale” in un territorio complesso per la sua estensione, quasi completamente privo di condomini e con la presenza di 40 frazioni da servire.

3.3.1 Comunicazione

La particolarità della realtà di Capannori è stata l'assenza di grossi problemi nel gestire la Comunicazione tra Ente/Azienda e cittadinanza: già dai primi momenti si è formato un clima favorevole a questa rivoluzione culturale nella gestione dei rifiuti.

Tutto è iniziato in seguito ad una protesta dei cittadini contro l'ipotesi di costruire un inceneritore sul territorio comunale; protesta che in breve tempo, si è trasformata nella forza edificante di quella che può essere definita la "patria italiana della strategia rifiuti zero" e che ha la sua tangibile presenza nel "Centro di ricerca rifiuti zero" di Capannori.

Oggi a Capannori in qualsiasi attività pubblica e non solo, si mette in pratica un aspetto legato ai principi della strategia "rifiuti zero". Ciò ha portato per esempio a:

- Preferire, nell'attività amministrativa comunale, il metodo degli "Acquisti verdi" rivolto all'acquisto di beni e servizi a ridotto impatto ambientale;
- Incentivare il compostaggio domestico;
- Azioni a tutela dell'acqua;
- Messa a disposizione dei cittadini di distributori di acqua minerale gratuita;
- Accordi con le associazioni di categoria (commercianti) per la vendita di prodotti alla spina;
- Realizzazione di un centro del "riuso" a Lammari (LU)

Ascit Spa, cosciente di questo grande patrimonio collaborativo, dedica molta cura al rapporto con il cittadino e oltre ai vari incontri fatti in passato per l'applicazione della tari corrispettivo, annualmente effettua dei confronti con la cittadinanza per illustrare eventuali novità e soprattutto per ascoltare le opinioni/criticità del servizio rilevate dall'utenza. Stimolata dai risultati degli incontri, la società ha svolto inoltre un'indagine di più ampio respiro per conoscere il livello di soddisfazione dei propri utenti rispetto al servizio reso.

Contestualmente Ascit Spa ha cercato di rafforzare ulteriormente questo legame collaborativo attraverso iniziative che vedono coinvolti direttamente gli utenti, come il progetto "Famiglie Rifiuti Zero" in cui delle famiglie accettano di essere monitorate nella gestione dei propri rifiuti domestici ricevendo in cambio uno sconto sulla tariffa del 10 %.

Altri progetti miranti a rafforzare la sensibilità ambientale dei più piccoli sono stati svolti presso le scuole, per esempio per il riciclo della carta al proprio domicilio o per la pulizia di alcune zone del paese, con il fine di stimolare il gioco di squadra su un tema ecologico.

Questo contesto favorevole e la tariffazione puntuale ha permesso a Capannori di raggiungere percentuali di differenziata notevoli passando da un 67,9 % del dicembre 2010 ad un 80,3 % del dicembre 2016.

3.3.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

La tariffazione puntuale nel bacino gestito da Ascit Spa, è composta da una parte fissa parametrata alla superficie degli alloggi ed al numero componenti della famiglia e una parte variabile composta da:

- un quantitativo minimo di conferimenti di sacchi conformi (dotati di “trasponder” abbinati all’utenza) in base al numero dei componenti del nucleo familiare, che si pagano comunque anche se non si conferiscono;
- tutti i conferimenti di sacchi aggiuntivi che vengono pagati a conguaglio in fattura.

A tutto il 2017 i ritiri del sacco conforme da 90 lt di indifferenziato minimi annui previsti a seconda del numero dei componenti sono:

1 Componente = 4 ritiri; 2 Componenti = 8 ritiri; 3 Componenti = 12 ritiri; 4 e + Componenti = 15 ritiri;

Il quantitativo minimo iniziale dei conferimenti è stato stimato attraverso delle simulazioni con l’obiettivo principale di avere un “Piano Economico Finanziario” con la copertura integrale dei costi del servizio (documento che definisce i livelli di servizio e il carico tariffario complessivo), dal 2018 a fronte delle medie storiche di utilizzo dei minimi attuali, alcuni di questi verranno rivisti al ribasso.

3.3.3 Conclusioni

Anche Ascit Spa e il Comune di Capannori, pur vivendo una situazione di pregio, si sono posti l’obiettivo primario per il 2020 di avere una realtà a rifiuto indifferenziato tendente a zero, ma soprattutto si pongono come obiettivo una riduzione totale della quantità di rifiuti, da ottenere sia attraverso la comunicazione con gli utenti per migliorare ulteriormente la gestione domiciliare del rifiuto e sia con la diffusione tra le aziende dei principi dell’economia circolare. Su quest’ultimo aspetto è molto attiva la collaborazione con il mondo universitario con momenti di confronto e di sovrapposizione delle informazioni tra il mondo accademico e quello imprenditoriale e di gestione del servizio per cercare soluzioni produttive in un’ottica rifiuti zero.

3.4 CONSORZIO CHIERESE PER I SERVIZI (Regione Piemonte)

Il Consorzio Chierese gestisce la raccolta porta a porta per tutte le frazioni di rifiuto per un bacino di 19 Comuni con una popolazione complessiva di 124.983 persone e si occupa inoltre della bollettazione, del calcolo della “Tariffa tributo” con sistema puntuale, dei controlli e del recupero dell’evasione.

3.4.1 Comunicazione

Gestore	Comunicazione preventiva	Comunicazione ordinaria
Consorzio Chierese per i servizi	Manifesti	Campagna "Abiti usati"
	Opuscoli	Campagna "Abbandono rifiuti"
	Assemblee per singolo quartiere	Campagna "Non mi rifiuto" su raccolta differenziata e riciclo.
	Assemblee con amministratori condominiali.	Campagna su "Olio esausto"
	Eco_camper in sosta nei mercati per tre mesi	Campagna su "Abbandono piccoli rifiuti" come cicche, scontrini ecc.
		Campagna "Ri-scarpa" sulla riparazione e riutilizzo delle scarpe.

All'avvio della raccolta porta a porta e relativa tariffazione puntuale, il Consorzio ha curato in "house" una campagna comunicativa fatta di manifesti, opuscoli e comunicati stampa ecc a cui si sono affiancate varie assemblee con i cittadini.

Le assemblee, sempre molto partecipate, sono state organizzate quartiere per quartiere e nella sola Chieri se ne sono svolte più di dieci e gli amministratori locali hanno attivamente partecipato a tutte.

Il Consorzio ha organizzato delle assemblee specifiche con gli amministratori di condominio. Questi ultimi pur manifestando qualche resistenza iniziale, in seguito sono diventati ottimi collaboratori del consorzio, al punto da segnalare su propria iniziativa qualsiasi anomalia o variazione nelle situazioni abitative dei condomini. Il clima di collaborazione è sicuramente scaturito dal fatto che il Consorzio, recependo le difficoltà di gestione dell'esposizione dei cassonetti dei condomini sulla pubblica via nei giorni di ritiro, ha deciso di propria iniziativa di affidare tale compito ad una cooperativa. Tale scelta è stata molto gradita dagli amministratori condominiali che sulla scorta dell'esperienza del primo anno, quello successivo hanno potuto continuare singolarmente l'esperienza con la stessa cooperativa o con altro soggetto.

Per un periodo durato circa tre mesi, contestualmente allo svolgimento delle varie assemblee, il Consorzio ha allestito uno sportello itinerante presso cui chiedere informazioni, l'eco-camper che in orari prestabiliti, sostava nei mercati settimanali dei singoli paesi.

L'esperienza ha avuto particolare successo ed è stata molto utilizzata dall'utenza classica dei mercati settimanali.

3.4.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

Il Consorzio gestisce materialmente tutte le fasi della raccolta porta a porta e della riscossione della "Tari tributo" con tariffazione puntuale (che, ricordiamo, si differenzia dalla "Tari corrispettivo" per il

fatto che formalmente la gestione contabile della Tari tributo, compresa la riscossione coattiva, resta in capo ai singoli Comuni e dei relativi bilanci).

La “Tari tributo” con tariffazione puntuale al pari della “Tari corrispettivo” è composta da una parte fissa e da una parte variabile. La parte variabile a sua volta è formata da due componenti: la prima legata al numero minimo di svuotamenti che l’utente pagherà comunque in bolletta a prescindere dal totale utilizzo degli stessi; l’effettivamente variabile è rappresentata dagli “over svuotamenti” che si pagano a parte in fase di conguaglio a consuntivo.

Il Consorzio Chierese effettua la tariffazione puntuale attraverso la quantificazione del numero di svuotamenti minimi del “rifiuto indifferenziato” con contenitori rigidi dotati di “trasponder” da 120 lt.

Il contenitore rigido dotato di “trasponder” è stato preferito al sacco perché ritenuto più affidabile sia per l’utenza (rischio utilizzo di sacchi non conformi) che per l’operatore che potrebbe caricare sacchi non conformi e non rilevati dal mezzo.

La quantificazione iniziale di 8 svuotamenti minimi da 120 lt per tutti i nuclei famigliari è nata da un rapporto di collaborazione avuto con la società Contarina Spa, che fatte le dovute simulazioni e verifiche sul contesto operativo del consorzio Chierese ha suggerito questa iniziale impostazione.

L’impostazione iniziale degli 8 svuotamenti minimi, se da una parte non ha dato origine al così detto fenomeno degli “abbandoni” (neanche nella fase iniziale), dall’altra con il tempo si è dimostrata leggermente sovradimensionato rispetto alle reali necessità dell’utenza. Oggi il Consorzio ha ridotto a 5 il numero degli svuotamenti minimi da 120 lt per tutti i nuclei famigliari, e su quest’ultimo aspetto alcuni Comuni hanno chiesto per il 2018 di diversificare anche in base al numero dei componenti famigliari.

A consuntivo sull’esperienza più che decennale della tariffazione puntuale, la dirigenza del Consorzio traccia un bilancio più che positivo; la raccolta differenziata è salita dal 25,3 % del 2003 al 75,6 % di fine 2016 (Regione Piemonte_ D.G.R. 12 Gennaio 2018, n. 39-6364) ed è aumentata moltissimo la qualità di tutte le frazioni della differenziata.

3.4.3 Controlli e recupero evasione.

La prima considerazione che viene fatta dalla dirigenza del Consorzio è che il porta a porta di tutte le frazioni di rifiuto genera l’emersione di buona parte dell’evasione senza mettere in campo praticamente nessuna verifica.

Fatta questa iniziale considerazione, il Consorzio non ha assolutamente trascurato l’aspetto “inesigibili”, ma al contrario ha fatto notevoli investimenti in software che permettono di effettuare vari controlli sull’evasione a partire dai più ordinari e semplici, quali l’incrocio della propria banca dati “Tari” con i dati dell’anagrafe comunale da cui emergono tutti i nuclei famigliari senza una posizione Tari.

La gestione dei controlli sull'evasione diventa invece più complessa sia per i così detti "non residenti" che per le attività produttive. In questi casi la banca dati dell'anagrafe comunale non risulta molto utile e i controlli sono effettuati attraverso una "piattaforma web" di CSI_Piemonte su cui vengono elaborate e incrociate le informazioni di varie banche dati : Tari, catasto, bollo_auto, attività produttive. Attraverso questa piattaforma è possibile evidenziare tutte le unità immobiliari prive di una posizione Tari.

Naturalmente, sia nel primo caso che nel secondo le discordanze vengono inizialmente affrontate con una comunicazione interlocutoria in cui si chiede di chiarire le anomalie riscontrate. L'ultima fase prevede, in caso di evasione il recupero del pregresso. Le unità immobiliari sfitte, che emergono come atipicità dai controlli sulla piattaforma web, finiscono in un apposito archivio in modo tale che non vengano nuovamente segnalate al successivo controllo.

3.5 IREN AMBIENTE SPA - COMUNE DI PARMA (Regione Emilia-Romagna)

Iren Ambiente svolge la propria attività di gestione della raccolta rifiuti per *"un bacino complessivo di oltre 2 milioni di abitanti tra Torino e le province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia e può vantare oltre 25 impianti di trattamento rifiuti sul territorio italiano"* (www.servizi.irenambiente.it). Per quanto riguarda l'area emiliana (53 Comuni) si occupa anche della gestione e della riscossione della Tari e per 25 di questi anche degli accertamenti Tari (www.irenambiente.it).

In quest'area nel 2013 sono partiti i primi Comuni a misurazione puntuale, oggi solo uno è a "Tari corrispettivo" tutti gli altri applicano la "Tari tributo". Ad oggi i risultati raggiunti sono un 85 % di raccolta differenziata per i centri minori e oltre 80%, per la città di Parma, che si classifica come la prima città capoluogo della regione Emilia Romagna per percentuale di raccolta differenziata.

Parma è uno dei Comuni per cui Iren gestisce l'intero ciclo dei rifiuti: raccolta porta a porta, gestione della riscossione e accertamento della Tari.

Il servizio di raccolta porta a porta non è integrale e alcune frazioni quali vetro e verde sono ancora stradali e ad oggi non si riscontrano grossi problemi. Per la raccolta dell'indifferenziato si utilizzano contenitori da 40 lt, che si ritengono economicamente equivalenti a quelli da 120 lt ma più facili da gestire.

3.5.1 Comunicazione

Gestore	Comunicazione preventiva	Comunicazione ordinaria
Iren Spa - Parma	Incontri con gli amministratori locali	Sportello sedi di Parma
	Lettera alla singole utenze domestiche e non domestiche	Opuscoli informativi su servizi raccolta rifiuti e modalità di differenziazione dei rifiuti.
	Assemblee per utenze domestiche sempre con la presenza degli amministratori locali.	
	Invio materiale illustrativo a tutte le utenze	Calendario ambientale
	Informatori a domicilio per la consegna del KIT effettuato da studenti universitari.	Sito internet
	Sito internet	Centro del riuso in gestione al Comune

La comunicazione preventiva ha avuto come base la piena condivisione da parte degli amministratori locali non solo degli aspetti prettamente economici e gestionali del servizio ma anche della strategia Comunicativa, da cui è nata una prima comunicazione inviata alle utenze domestiche e non domestiche.

Oltre alla diffusione di materiale informativo cartaceo per famiglie e aziende, il centro della scena della campagna “comunicativa preventiva” è stato dato anche in questa realtà alle assemblee che sono state molto partecipate ed hanno visto la presenza sistematica degli amministratori locali.

In relazione al tema delle assemblee l’opinione della dirigenza di Iren Ambiente è che *“durante questi incontri si deve sicuramente trasmettere la propria strategia aziendale ma si deve anche saper ascoltare molto. Si è potuto, per esempio, comprendere già dalle prime assemblee che la paura principale del cittadino è quella di non farcela e che il cittadino non ha minimamente la consapevolezza di quanto si può ridurre l’indifferenziato facendo bene la differenziata”*.

Successivamente alle assemblee l’ultimo momento Comunicativo della fase pre-servizio è stata la consegna e illustrazione a domicilio del KIT a cura di informatori (studenti universitari formati per l’occasione).

Altro aspetto ritenuto importante è la tempistica, che è stata accuratamente pianificata con intervalli temporali, tra le varie fasi che hanno portato all’avvio del servizio, non superiori ai due mesi, questo con l’intento di mantenere alta l’attenzione della cittadinanza sino alla prova sul campo del nuovo servizio.

3.5.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

Una prima quantificazione degli svuotamenti minimi è stata fatta essenzialmente con l’obiettivo di coprire i costi di gestione considerando le medie di conferimento del rifiuto indifferenziato,

successivamente con la sperimentazione sul campo i minimi si sono rivelati più alti del necessario e quindi sono stati rivisti al ribasso.

Tabella 11: svuotamenti minimi per la città di Parma

Componenti nucleo familiare	1	2	3	4	5 e +
Svuotamenti minimi - Contenitore da 40 lt	12	18	24	30	36
Svuotamenti minimi - Contenitore da 120 lt	4	6	8	10	12
Ritiri minimi - Sacco da 40 lt per centro storico	24	36	48	60	72

(Elaborazione personale su dati forniti durante l'intervista)

3.5.3 Controlli su evasione

Per i controlli sull'evasione, in modo sistematico si utilizzano le banche dati del Comune (anagrafe e attività produttive) e periodicamente si effettua un allineamento della banca dati Tari con il catasto per rilevare gli evasori totali ed i casi di elusione rispetto alle superfici dichiarate.

3.6 MANTOVA AMBIENTE SPA. - MANTOVA (Regione Lombardia)

Mantova Ambiente è una multi utility che opera nella provincia di Mantova per la quale gestisce il servizio di raccolta rifiuti porta a porta integrale già dal 2002, credendo fin da subito nella "raccolta differenziata" quale unica strada per salvaguardare l'ambiente.

"L'esperienza ci ha dimostrato che dal passaggio dal punto di raccolta stradale al porta a porta integrale il risultato che si ottiene, in termini di percentuale di raccolta differenziata, non ha un aumento graduale per poi andare a regime ma raggiunge in breve il valore a regime per mantenerlo per 2/3 anni per poi avere in seguito una lieve flessione e stabilizzarsi. Per questo riteniamo sia utile almeno annualmente fare un "refresh" dei modi di conferimento" (intervista dirigenza Mantova Ambiente).

La struttura aziendale è composta da: una forza lavoro di 220 persone; 20 sportelli sul territorio; 250 mezzi e tre impianti di trattamento di proprietà per la gestione del residuo non riciclabile proveniente dalla propria raccolta differenziata.

3.6.1 Comunicazione

Gestore	Comunicazione preventiva	Comunicazione ordinaria
Mantova ambiente Spa	Lettera alla singola utenza	Sportello sede centrale di Mantova
	Assemblee per utenze domestiche	Sportello con cadenza settimanale nei maggiori centri
	Assemblee per utenze non domestiche	Calendario ambientale
	Assemblee con amministratori condominiali	Incontri e campagne di sensibilizzazione attraverso concorsi dedicati alle scuole di ogni ordine e grado e alla cittadinanza.
	Assemblee dedicate alla categoria dei "Ristoratori"	
	Consegna KIT a domicilio con personale aziendale che ne illustra l'utilizzo (avvio PaP).	Consegna KIT a domicilio con personale aziendale che ne illustra l'utilizzo (nuova utenza).
	Sito internet	Sito internet

Una delle prime affermazioni della dirigenza di Mantova Ambiente, sicuramente quella detta con maggiore convinzione, è stata che “ *il cittadino è l'elemento centrale di tutto il sistema, senza la sua collaborazione si rischia di avere tanti mucchi miscelati*”. Tale convinzione traspare nell'importanza data al cittadino nell'impostazione della loro Comunicazione.

L'azienda ha considerato l'azione informativa preventiva la fase più importante di tutta l'operazione, perché ritiene che la separazione a domicilio sia la meno costosa e soprattutto la più importante per avere frazioni di rifiuti di qualità.

Sulla comunicazione preventiva si è posta particolare attenzione, strutturandola su tre filoni principali: Internet, lettere agli utenti, assemblee.

Le assemblee sono state molto partecipate e soprattutto le prime sono state difficili, con difficoltà iniziali che sembravano quasi insormontabili. Fortunatamente man mano che le assemblee si ripetevano la gestione è stata più semplice e questo secondo la dirigenza di Mantova Ambiente è da ricondurre alla crescita formativa (maturata sul campo) dei relatori ma soprattutto, alla crescita culturale del pubblico, dovuta alla circolazione delle informazioni tra le aree confinanti (come è stato rilevato in base al numero e alla tipologia dei quesiti posti dal pubblico, che da un'assemblea all'altra diventavano sempre più mirati e concreti).

Le assemblee si sono svolte sempre presso i Comuni sia per le utenze domestiche che per le non domestiche. Queste ultime sono state integrate da assemblee mirate ad alcune categorie di operatori come quella dei “ristoratori”, che hanno situazioni e servizi particolari.

Dopo le assemblee l'Azienda ha fatto seguire due interventi:

1. la consegna a domicilio dei contenitori fatta da incaricato della Società (non tramite corriere) che ne spiegava l'utilizzo;

2. apertura di uno sportello telefonico a cui rivolgersi dopo l'attivazione del servizio e che è stato particolarmente utilizzato nelle fasi iniziali.

Altro elemento importante che rientra nella comunicazione ordinaria, è stato il calendario distribuito ad ogni utenza con l'indicazione della tipologia dei contenitori, dei giorni degli orari dei ritiri. Con il tempo il calendario tende a non essere più consultato perché tutto diventa un automatismo ed è per questo che si deve cercare di ridurre le variazioni al minimo, ogni cambiamento almeno nella fase iniziale vuol dire conferimenti o esposizioni errate.

Sempre in campo di comunicazione ordinaria, l'azienda ribadisce la propria attenzione alla riduzione del rifiuto ed per questo che annualmente, con le scuole di ogni ordine e grado si organizzano: incontri formativi, visite guidate degli impianti di trattamento dei rifiuti e concorsi in campo ambientale, rispetto ai quali *"i più attivi si sono sempre dimostrati gli anziani e i giovani che a loro volta sono diventati ottimi supporter e grandi educatori degli adulti"*(intervista a Mantova Ambiente Spa).

3.6.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

La quantificazione degli svuotamenti minimi ha avuto come base di calcolo un obiettivo di percentuale di raccolta differenziata stabilito da ogni singolo Comune. Basandosi su questa percentuale e attraverso i quantitativi rilevati durante la raccolta stradale si sono fatte delle simulazioni per giungere infine ad un numero di svuotamenti minimi. Attualmente, con la situazione consolidata si è giunti alla regola generale che gli svuotamenti minimi annui del contenitore da 120 lt sono uguali al numero dei componenti del nucleo familiare + 1.

Il sistema illustrato in precedenza con il tempo si è affinato, mentre l'utenza progressivamente lo metabolizzava: basti pensare che un Comune gestito dalla società il primo anno aveva avuto circa € 270.000,00 di "over svuotamenti" ridotti a € 40.000,00 già dal secondo anno. Allo stesso modo in altri Comuni ci si è accorti che l'obiettivo posto in termini di percentuale di raccolta differenziata era troppo basso e che il numero di svuotamenti minimi era sotto utilizzato per cui l'anno successivo in accordo con il Comune, si è aumentato l'obiettivo di percentuale di raccolta differenziata con contestuale diminuzione degli svuotamenti minimi.

Sul meccanismo degli svuotamenti minimi, la dirigenza di Mantova Ambiente invita a riflettere, perché *"l'aspetto che andrebbe valutato con più attenzione è che, con questo meccanismo dei svuotamenti minimi, principalmente ci si preoccupa di penalizzare chi supera i limiti e ci si preoccupa poco di premiare colui che eccelle nella differenziazione e che mette a disposizione di tutti il suo comportamento virtuoso"*.

3.6.3 Controlli su evasione

Il primo step della Tari corrispettivo è stato l'acquisizione delle banche dati dei Comuni che spesso erano da rivedere, correggere o addirittura da rifare. Infatti la bonifica della banca dati comunale ha

fatto emergere mediamente un 8-10 % di persone completamente sconosciute alla fiscalità degli enti, oltre a molte imprecisioni nei flussi demografici compresi i cambi d'indirizzo all'interno della città stessa e le superfici tassate.

La bonifica della banca dati comunale e il contestuale avvio della raccolta puntuale hanno generato un meccanismo di emersione automatico dell'evasione, la mancata consegna del KIT a chi non aveva una posizione Tari aperta ha spinto gli evasori ad emergere e fare denuncia.

Per gli inesigibili, che mediamente si aggirano intorno al 5-8 %, dopo vari anni si è giunti ad un accordo con i Comuni per condividere il rischio. Questo accordo prevede che i Comuni si facciano carico con il proprio bilancio dei primi tre punti di inesigibili (3%) e quindi la Società inserisce nel PEF tale percentuale. Tutta l'evasione oltre il 3% è a carico della Società (un "rischio d'impresa" che mediamente si aggira intorno al 2%, poiché la storia aziendale dimostra che difficilmente si riesce a scendere sotto il 5% complessivo).

Mantova Ambiente gestisce la parte di inesigibili di propria competenza attraverso una Società esterna a cui si è chiesto di effettuare il recupero in tempi brevi, l'esperienza ha dimostrato che oltre il terzo anno non si recupera quasi nulla.

Per gli enti questo meccanismo ha dato un elemento di certezza perché sanno in anticipo di cosa dovranno farsi carico e contestualmente si è dato uno stop all'accumularsi del pregresso e delle relative ricadute sulla tariffa generale (la norma di riferimento, punto 1, Allegato 1, del D.P.R. n. 158 del 1999 prevede che i crediti divenuti inesigibili devono essere imputati tra i costi del Piano Economico Finanziario dell'anno successivo e quindi coperti con la tariffa applicata a tutti gli utenti).

3.7 CONSORZIO COMUNI DEI NAVIGLI (Regione Lombardia)

Il Consorzio gestisce un bacino di venti Comuni per un totale di circa 120.000 abitanti, con il servizio di raccolta "porta a porta" per tutte le frazioni, attivo dall'anno 2000. Dei venti Comuni gestiti, dodici applicano la "Tari corrispettivo" mentre gli altri sono a "Tari tributo". Per tutti si applica un unico modello di raccolta che prevede il porta a porta integrale, con la misurazione del solo rifiuto indifferenziato per la quantificazione degli svuotamenti minimi tramite il secchio da 40 lt dotato di trasponder abbinato alla singola utenza.

Tabella 11: Evoluzione % raccolta differenziata Comuni a Tari tributo e corrispettivo

CONSORZIO COMUNI DEI NAVIGLI	2006	2016	Variazione
% Raccolta differenziata nei comuni a Tari corrispettivo	64,25	79,22	14,97
% Raccolta differenziata nei comuni a Tari tributo	53,58	75,21	21,63
Kg Pro-capite indifferenziata Tari corrispettivo	173,35	94,09	-79,26
Kg Pro-capite indifferenziata Tari tributo	224,87	104,36	-120,51
Kg Pro-capite differenziata Tari corrispettivo	311,49	358,68	47,19
Kg Pro-capite differenziata Tari tributo	259,5	316,64	57,14
Kg Pro-capite totale (indifferenziata + differenziata) Tari corrispettivo	484,84	452,77	-32,07
Kg Pro-capite totale (indifferenziata + differenziata) Tari tributo	484,37	421,00	-63,37

(Elaborazione personale su dati PAYT Italia - 2017)

Il Consorzio Comuni dei Navigli gestisce un bacino di Comuni che presenta la particolarità di essere quasi equamente suddiviso tra Comuni in regime di Tari tributo e Comuni in regime di Tari corrispettivo.

L'aspetto che si vuole evidenziare è che i due blocchi nel 2006 avevano percentuali di differenziata diverse, i Comuni a Tari corrispettivo al 64,25 % e quelli Tari tributo al 53,58 %, nell'arco temporale di dieci anni hanno raggiunto percentuali di differenziata simili, tari corrispettivo 79,22 % e tari tributo 75,21 % . Questo lascia ipotizzare che, a prescindere dalla situazione di partenza e dall'applicazione di due regimi tariffari diversi, con un'unica gestione del servizio, la percentuale di raccolta differenziata con il tempo è destinata a livellarsi su valori simili e che la scelta dovrebbe essere un'unica modalità di gestione del servizio per zone di territorio più ampie possibili.

3.7.1 Comunicazione

Gestore	Comunicazione preventiva	Comunicazione ordinaria
Consorzio Comuni dei Navigli (MI)	Assemblee per utenze domestiche	Sportello sede centrale del Consorzio ad Albairate (MI)
	Assemblee per utenze non domestiche	Sportello con cadenza settimanale nei maggiori centri
	Assemblee con amministratori condominiali	Calendario ambientale
	Articoli su giornali	KIT apertura posizione TARI con materiale illustrativo diversificato tra domestico e non domestico.
	Bacheche comunali	
	Pannelli elettronici	Sito internet

In ambito "comunicazione" la particolarità del contesto del "Consorzio Comuni dei Navigli" è l'enorme sforzo fatto per accorciare la distanza tra utenza e gestore, basti pensare che nella fase di avvio hanno svolto qualcosa come 160 incontri o "*momenti formativi*", in cui il Consorzio ha da subito cercato di trasmettere il messaggio che "*l'obiettivo primario era ridurre alla fonte i rifiuti*".

I vari incontri si sono svolti sia nel capoluogo che nelle frazioni diversificando la platea in utenze domestiche o non domestiche e anche in modo mirato a specifiche categorie come gli amministratori di condominio.

Contestualmente alle assemblee il consorzio ha:

- pubblicato su alcuni giornali schede di sintesi del servizio;
- utilizzato le bacheche comunali per esporre manifesti;
- creato Comunicati su misura per i pannelli elettronici.

Sempre nella fase di comunicazione preventiva, hanno utilizzato il momento della consegna del KIT, composto dai vari contenitori, per consegnare ulteriore materiale illustrativo e per fare un ultimo momento formativo e informativo a domicilio sul nuovo servizio.

3.7.2 Tariffazione e svuotamenti minimi

Il Consorzio Comuni dei Navigli misura solo l'indifferenziato, anche se i dirigenti del Consorzio hanno voluto puntualizzare che ritengono ormai la frazione del secco una variabile troppo bassa. Stanno valutando con i Comuni di rivedere i PEF per ricalibrare le variabili e misurare altre frazioni (quali verde e umido che vengono raccolti separatamente) da declinare a tariffa,.

Inizialmente si era tentato di utilizzare il sistema dei "Kg zero (nessun svuotamento minimo) con questionario", questo con il tempo è diventato complesso da gestire perché il Consorzio semestralmente inviava a domicilio dei questionari per verificare le situazioni anomale (kg zero di rifiuto indifferenziato conferito) ottenendo in molti casi risposte non accettabili che generavano situazioni di difficile gestione e dispendiose.

Successivamente la quantificazione dei minimi è stata trattata con i Comuni in base alla loro storia e realtà e attualmente si utilizza un contenitore rigido da 40 lt e attraverso i quantitativi medi dell'indifferenziato conferiti nelle annualità precedenti abbassati di un terzo e suddivisi tra i potenziali utenti si è giunti, dopo alcune simulazioni tariffarie, ai conferimenti minimi della tabella 12.

Tabella 12: svuotamenti minimi Consorzio Comuni dei navigli

Categoria	Descrizione Categoria	N° ritiri mastelle da 40 Lt	Lt/anno
1R	NUCLEO 1	2	80
2R	NUCLEO 2	3	120
3R	NUCLEO 3	4	160
4R	NUCLEO 4	5	200
5R	NUCLEO 5	5	200
6R	NUCLEO 6	6	240

(estratto da copia modifica regolamento Tari corrispettivo fornito al sottoscritto dal Consorzio)

Il sistema nel suo complesso pare tarato bene, sia perché non si riscontrano situazioni di abbandono dei rifiuti e sia perché il numero degli over svuotamenti è minimo.

3.7.3 Controlli su evasione

Il Consorzio si occupa della riscossione coattiva sia della tari Tributo che della Tari corrispettivo ed effettua un controllo periodico (mensile) incrociando la propria banda dati con quella dell'anagrafe comunale, per le utenze non domestiche i Comuni forniscono periodicamente l'elenco delle attività che aprono e chiudono sul territorio.

Oltre a queste verifiche sistematiche il Consorzio non effettua generalmente altri controlli sull'evasione con mezzi quali catasto e Agenzia dell'Entrata e si riserva di farlo solo in casi particolari, questo per scelta di politica aziendale tendente prioritariamente al dialogo con l'utenza.

Tale politica prevede che:

- Per le nuove iscrizioni si utilizzi una certa tolleranza iniziale per accompagnare progressivamente l'utente a regime;
- Nel caso in cui, una posizione tari abbia una variazione nel numero degli svuotamenti fuori dalla sua media storica, si indaghi sulle ragioni e si attivino una serie di ammortizzatori tariffari per riportare l'utenza alla sua media naturale.

La bollettazione viene fatta in due rate:

- la prima ad ottobre che può essere suddivisa in acconto e saldo;
- la seconda i primi mesi dell'anno successivo a conguaglio del dovuto.

CAPITOLO 4 ASM VERCELLI SPA (Regione Piemonte)

A partire da gennaio 2018 Atena Spa è diventata "ASM Vercelli Spa", per adeguarsi alle normative europee sull'unbundling ("spacchettamento") delle società appartenenti a uno stesso gruppo societario.

Un cambio esclusivamente formale: ASM Vercelli Spa sia in termini strutturali che di politiche aziendali mantiene il proprio "timone" sulla rotta tracciata dalla precedente Atena Spa con l'intento rinnovato di rafforzare la propria centralità all'interno del territorio del Piemonte Orientale, a partire dall'area "igiene ambientale".

La Società ASM Vercelli Spa con *"84 addetti al 31/12/2015"* (www.asmvercelli.it) gestisce il servizio di raccolta rifiuti attraverso contratti di servizio con il Consorzio "Co.Ve.V.A.R." (26 Comuni) e con il Comune di Vercelli per un totale di *"76.135 abitanti di cui solo 47.000 nel Comune di Vercelli"* (www.asmvercelli.it) .

I 26 Comuni del Consorzio "Co.Ve.V.A.R." sono suddivisi in quattro raggruppamenti:

Raggruppamento 1, Comuni di: ASIGLIANO, CARESANA, MOTTA DE' CONTI, PERTENGO, PEZZANA, PRAROLO, RIVE, STROPPIANA;

Raggruppamento 2, Comuni di: COSTANZANA, DESANA, LIGNANA, PALAZZOLO, RONSECCO, SALASCO, SALI, TRICERRO, BIANZE';

Raggruppamento 3, Comuni di: BORGO VERCELLI, CARESANABLOT, OLDENICO, QUINTO VERCELLESE, COLLOBIANO, CASANOVA ELVO, OLCENENGO, SAN GERMANO;

Raggruppamento 4 Comune di: TRINO VERCELLESE.

Per tutti i raggruppamenti il modello prevede, per le principali frazioni di rifiuto (carta - plastica - organico - vetro e metalli e indifferenziato) la fornitura e il ritiro a tutte le utenze sia domestiche che commerciali di contenitori/sacchi per le diverse frazioni, da conservare in luogo privato ed esporre nei tempi e luoghi stabiliti dal calendario delle raccolte.

Tabella 13: articolazione servizio "porta a porta" nei 4 raggruppamenti Consorzio Co.Ve.V.A.R.

TIPOLOGIA RIFIUTO	CONTENITORE	FREQUENZA
Organico*	Secchio Marrone	Bisettimanale
Cartone utenze Commerciali	Sfuso	Settimanale
Indifferenziata	Secchio Grigio	Settimanale
Plastica	Sacchi	Quindicinale
Vetro	Secchio Blu	Settimanale
Lattine	Secchio Blu	Settimanale
Carta utenze domestiche	Secchio giallo	Quindicinale
Verde (Foglie, erba e avanzzi di fiori ecc)	Carrellato Verde	30 ritiri annui

(Elaborazione personale su dati tratti dal sito www.asmvercelli.it)

Il Contratto di servizio relativo alla sola Città di Vercelli, prevede per tre frazioni di rifiuto, carta - organico e rifiuto indifferenziabile, la fornitura a tutte le utenze sia domestiche che commerciali di contenitori dedicati da conservare in luogo privato ed esporre nei tempi e luoghi stabiliti dal calendario delle raccolte, mentre per le restanti frazioni, plastica - vetro e metalli, è attivo un servizio di raccolta definito di prossimità sulla pubblica via e in varie zone della Città.

Il servizio di raccolta differenziata dei rifiuti porta a porta del Comune di Vercelli è articolato in tre macro zone:

Macro zona 1 “zona Prestinari e Centro – Ricola”;

Macro zona 2 “Centro – Isola e Cappuccini”

Macro zona 3 “Ospedale – Trino”.

Tabella 14: articolazione servizio “porta a porta” zone 1/2/3 Comune di Vercelli

TIPOLOGIA RIFIUTO	CONTENITORE	FREQUENZA
Organico	Sacchetti biodegradabili	Bisettimanale
Cartone utenze Commerciali	Sfuso	Settimanale
Indifferenziata	Secchio Grigio	Settimanale
Carta utenze domestiche	Secchio Giallo	Settimanale
Verde e scarti vegetali	Secchio Verde	Su ordinazione

(Elaborazione personale su dati tratti dal sito www.asmvercelli.it)

Completano il servizio di raccolta per tutte le zone di Vercelli:

- L'Ecomobile, automezzo attrezzato che staziona in luoghi e orari prestabiliti dove conferire per esempio: batterie d'auto esauste; olii e grassi vegetali ed animali esausti ecc;
- Due “Centri di multiraccolta”, uno comunale e uno intercomunale;
- Una "discarica inerti" che consente il deposito sul suolo dei rifiuti provenienti dalle attività di demolizione e costruzione.

4.1 Piano di sviluppo di ASM Vercelli spa

Il quadro delineato fotografa una situazione del modello di gestione del servizio raccolta rifiuti per il bacino attualmente di competenza di ASM Vercelli Spa che, a fine 2016, può contare su risultati apprezzabili che pongono l'intero bacino, in termini di percentuale di raccolta differenziata, sopra la media regionale e nazionale e appena sotto la media del Nord Italia dove, non dimentichiamo, la concorrenza di realtà performanti è molto nutrita a partire da Veneto e Trentino.

Per quanto riguarda invece la produzione totale di rifiuti, come esposto nella tabella n. 15, il bacino di ASM Vercelli Spa si configura come il più virtuoso, avendo il valore pro capite minore.

Tabella 15: Percentuale raccolta differenziata e produzione rifiuto totale bacino ASM Vercelli Spa – Anno 2016

ASM VERCELLI	2016
% Raccolta differenziata nei comuni in gestione a ASM Vercelli Spa	63,91
% Raccolta differenziata Regione Piemonte	56,60
% Raccolta differenziata Nord Italia	64,20
% Raccolta differenziata Italia	52,50
Kg Pro-capite totale (indifferenziata + differenziata) ASM Vercelli Spa	452
Kg Pro-capite totale (indifferenziata + differenziata) Piemonte	470
Kg Pro-capite totale (indifferenziata + differenziata) Nord Italia	510
Kg Pro-capite totale (indifferenziata + differenziata) Italia	497
(Elaborazione personale su dati ISPRA 2017)	

L'azienda ASM Vercelli Spa, con alle spalle i risultati di pregio di cui alla Tabella 15 nel suo "piano di sviluppo 2015-2020" ha previsto una specifica "area di sviluppo" dedicata all'ambiente" con progetti mirati a:

- Sensibilizzare la propria utenza sulle tematiche ambientali;
- Incrementare la raccolta e la qualità della raccolta differenziata, estendendo il porta a porta per tutte le frazioni di rifiuto nella Città di Vercelli;
- Incentivare il passaggio graduale alla tariffazione puntuale nei Comuni gestiti;
- potenziare i propri centri di raccolta.

4.2 Analisi SWOT: il passaggio a raccolta integrale della città di Vercelli e tariffazione puntuale in tutti i Comuni in gestione ad ASM Vercelli Spa.

Tutti gli elementi raccolti durante la fase di elaborazione della presente tesi e in modo particolare le interviste nei casi studiati, sono stati utilizzati quale base di elaborazione della successiva tabella SWOT. Lo scopo principale di questa matrice (SWOT) è quello di dare una semplice e immediata lettura di quali sono gli elementi che possono determinare il successo o l'insuccesso di una nuova politica o servizio.

Rispetto ai temi centrali della presente tesi la tabella consente di riflettere, in anticipo, su quali aspetti è opportuno puntare sul piano della comunicazione e della strutturazione del servizio per minimizzare gli aspetti negativi e ottimizzare quelli positivi.

La tabella è suddivisa in fattori interni (punti di forza e debolezza) e in fattori esterni (opportunità e minacce) con un'ulteriore raggruppamento in fattori: ambientali, sociali ed economici per facilitarne la lettura.

L'oggetto di analisi della tabella swot è il passaggio alla raccolta rifiuti integrale nel Comune di Vercelli e alla tariffa puntuale in tutti i Comuni gestiti da ASM Vercelli Spa.

La prima parte prende in considerazione i “fattori interni” rappresentati da punti di forza da valorizzare e punti di debolezza sui quali intervenire per ridurre le ricadute negative.

Questi elementi permettono di fare una prima riflessione con cui tracciare l’idea definitiva di progetto, che dovrà essere in grado di cogliere le opportunità e affrontare i rischi che appartengono ai “fattori” esterni.

Fattori interni : punti di forza e punti di debolezza:

- I Punti di forza sono gli elementi di qualità: della storia della Società ASM Vercelli Spa, del contesto sociale, del territorio e soprattutto del progetto che si sta per avviare (passaggio al porta porta integrale nel Comune di Vercelli e passaggio a tariffa puntuale in tutti i Comuni). La realtà gestita da ASM Vercelli Spa si caratterizza, per avere punti di forza ampiamente consolidati (raccolta rifiuti con il porta a porta integrale già avviato nei Comuni serviti da ASM Vercelli e la sperimentazione del porta a porta integrale nel rione Cappuccini nella città di Vercelli). Con l’osservazione e l’analisi dei punti di forza si può avere una prima valutazione sulle reali possibilità di successo degli obiettivi che ci si è prefissati;
- I Punti di debolezza, rappresentano gli elementi incerti e su questi, i temi centrali della presente tesi (Comunicazione e strutturazione del servizio raccolta rifiuti), devono porre particolare attenzione per cercare di minimizzarli. Anche in questo caso il contesto che gestisce ASM Vercelli, diversamente da altre realtà, può contare sull’esperienza maturata nella raccolta porta a porta integrale già avviata, questo non vuol dire poter azzerare i punti deboli ma lascia presupporre che alcuni di questi (fattori ambientali e in parte dei sociali) avranno un impatto contenuto.

Fattori esterni: Opportunità e Rischi:

- Le opportunità, in quanto tali vanno colte e massimizzate per poterne trarre il massimo beneficio a favore del progetto che si sta avviando. ASM Vercelli Spa, grazie alla sua esperienza sul territorio può cogliere tutte le opportunità proposte e trarne benefici a supporto degli ulteriori obiettivi che si è posta strutturando ulteriormente il servizio e la tassazione nel rispetto dei dieci passi della “strategia rifiuti zero”;
- I rischi rappresentano situazioni di difficoltà imprevedibili o se prevedibili non risolvibili in via preventiva. La realtà in gestione ad ASM Vercelli nel caso dei rischi elencati in tabella, può contare nuovamente sull’esperienza maturata in passato e per parte di essi come: l’abbandono dei rifiuti, l’impatto sul decoro urbano per l’aumento dei contenitori da esporre o per il non rispetto del calendario è ragionevole immaginare un impatto contenuto, perché non si tratta di attività completamente nuove ma di integrazioni a servizi o abitudini già esistenti. Per tutte le altre componenti di questa sezione è opportuno tenerne conto e affrontarle in sede di Comunicazione preventiva (assemblee) per limitarne le dimensioni, con interventi mirati (popolazione anziana, portatori di handicap, oppositori politici).

Tabella 16 Analisi SWOT - Passaggio a raccolta rifiuti integrale nella città di Vercelli e tariffazione puntuale in tutti i Comuni in gestione ad ASM Vercelli Spa

FATTORI INTERNI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	FATTORI INTERNI
AMBIENTALI	Raccolta differenziata per tutte le frazioni di rifiuti	Aumento contenitori da esporre sulla pubblica via da parte dell'utente	AMBIENTALI
	Aumento percentuale raccolta differenziata.	Adeguatezza sistemi dei controlli su abbandono rifiuti	
	Più tutela per l'ambiente	Abbandono rifiuti	
	Aumento dell'igiene e del decoro stradale.	Aumento dei mezzi del servizio raccolta con maggiore impatto ambientale	
	Eliminazione cassonetti stradali	Aumento dei contenitori da gestire a domicilio	
SOCIALI	Più senso di responsabilità tra gli utenti nella gestione dei rifiuti	Difficoltà nella comunicazione e formazione per categorie di utenti quali gli anziani	SOCIALI
	Educazione per una corretta raccolta differenziata	Resistenze Amministrazioni locali introduzione tariffa puntuale;	
	Esperienza maturata nella raccolta porta a porta integrale nel rione Cappuccini	Rispetto del calendario dei conferimenti da parte dell'utente.	
	Esperienza maturata nella raccolta porta a porta integrale nei comuni del bacino in gestione ad ASM Vercelli Spa.	Sinergia tra ASM Vercelli Spa e Comuni per costruire un adeguato "clima di fiducia" all'interno del bacino	
		Senso di responsabilità dell'utente	
	Il percorso per conferire i rifiuti si azzerà.	Modifica gestione domiciliare dei rifiuti	
ECONOMICI	Abbassamento tariffe per l'utente	Aumento costi di gestione del servizio di raccolta rifiuti	ECONOMICI
	Incremento qualità materiale differenziato		
	Riduzione costi smaltimento rifiuto indifferenziato		
	Aumento vendita quantità materiale differenziato		
FATTORI ESTERNI	OPPORTUNITA'	RISCHI	FATTORI ESTERNI
AMBIENTALI	Maggiore tutela dell'ambiente	Impatto sul decoro urbano per l'aumento dei contenitori da esporre	AMBIENTALI
	Aumento qualità del materiale differenziato	Rottura del sacco a causa di animali randaggi con conseguente degrado urbano	
		Aumento degli abbandoni dei rifiuti per rispettare gli svuotamenti minimi del rifiuto indifferenziato.	
	Aumento decoro urbano	Impatto sul decoro urbano per mancato rispetto del calendario da parte dell'utenza	
SOCIALI	Aumento del numero dei parcheggi	Aumento difficoltà utenti portatori di handicap (non vedenti, motori)	SOCIALI
	Nuova occupazione nel servizio raccolta rifiuti	Rischio di resistenze da parte delle amministrazioni locali all'introduzione della tariffa puntuale.	
	Aumento sensibilità ambientale da parte degli utenti	Popolazione anziana - difficoltà ad adeguarsi al nuovo servizio	
		Oppositori politici.	
ECONOMICI	Abbassamento tariffe rifiuti		ECONOMICI
	Riduzione evasione tariffaria		
	Incentivo economico per chi differenzia correttamente		
	Maggiori introiti dalla vendita del materiale differenziato		
	Diminuzione dei costi di smaltimento rifiuti indifferenziati		

4.3 Comunicazione – spunti di riflessione

Lungo il percorso di questa tesi abbiamo avuto modo di osservare che a qualunque livello, governativo e gestionale l'aspetto centrale è sempre il "cittadino", sia come soggetto da tutelare

sopra ogni altro interesse e sia come soggetto chiave per la riuscita di qualsiasi politica gestionale del ciclo dei rifiuti.

La città di Vercelli insieme ad altri sei Comuni della provincia ha abbracciato la "Strategia Rifiuti Zero" e con essa la centralità dell'utente quale fattore determinante della riuscita di passaggi chiave della strategia quali:

- la corretta separazione alla fonte dei rifiuti;
- la raccolta porta a porta integrale;
- la tariffazione puntuale,

da tutto ciò è chiaro quanto sia importante per la Città di Vercelli e per ASM Vercelli Spa costruire con il cittadino un adeguato rapporto di collaborazione e di fiducia.

Una prima riflessione è che qualsiasi processo Comunicativo, anche il più semplice è composto da un flusso d'informazioni in entrata (ascolto) ed uno in uscita e questa circolarità d'informazioni normalmente permette di costruire un processo Comunicativo con buone probabilità di successo.

Nel tema in esame, l'obiettivo della Comunicazione è quello di trasmettere al cittadino: l'importanza del "differenziare bene alla fonte", la "raccolta porta a porta integrale" e la "tariffa puntuale attraverso il meccanismo degli svuotamenti minimi dell'indifferenziato". Tutto questo rientra in quella fase Comunicativa definibile "*preventiva*", in quanto realizzata a monte dell'avvio del servizio.

In tutte le esperienze osservate la centralità di questa fase è stata sempre data, pur con modalità e sfumature diverse, "all'assemblea pubblica" e in tutti i casi non c'è stata grandissima attenzione alla circolazione di informazioni tra le parti.

Nei paragrafi finali si provvederà a tracciare, sulla scorta degli elementi raccolti durante le interviste e ai dati registrati, un'idea di strutturazione di percorso comunicativo con al centro lo strumento dell'assemblea pubblica.

4.3.1 Assemblea pubblica - le fasi di preparazione

FASE 1) Colmare il vuoto d'informazione tra le parti.

Altra criticità comune a tutte le realtà intervistate è stata l'enorme difficoltà nel gestire le prime assemblee. Qualcuno è arrivato a definirle delle vere e proprie "arene" pronte ad esplodere da un momento all'altro e in alcune occasioni sono anche diventate sede di veri e propri scontri.

Trovarsi o non trovarsi di fronte a platee ricettive può dipendere da molti fattori, ma l'esperienza insegna che "*l'ignoto spaventa*" e trovarsi di fronte a una controparte di cui non conosci nulla o poco, non aiuta molto: spesso le parti arrivano a questi incontri con preconcetti, il più delle volte costruiti ad arte e alimentati da interessi di parte.

La domanda a questo punto è: "*come si può colmare, almeno in parte, questo vuoto d'informazioni?*"

Queste alcune strade percorribili per minimizzare incomprensioni con l'utenza, prima del confronto in assemblea:

1) Entrare nel meccanismo del fare/creare opinione.

Come abbiamo visto, le persone con la propria dotazione culturale e attraverso vari canali informativi si formano una propria "opinione" su un dato argomento. L'opinione del singolo elaborata o meno in modo corretto dovrà necessariamente confrontarsi con quella degli altri, divenendo componente "dell'opinione dei tanti".

La scelta a questo punto è decidere se si vuole o meno entrare in questo meccanismo del "fare/creare opinione" con il solo fine di "ascoltare" finalizzato a:

- capire in un dato momento storico quale sia l'idea che l'utente s'è fatto di un dato servizio/progetto;
- capire quali sono i problemi, le preoccupazioni e le aspettative prevalenti degli utenti;
- capire e focalizzare su quali aspetti o "punti deboli" del messaggio si deve intervenire per minimizzare le distanze.

Lungo questo percorso può essere utile coinvolgere coloro che vengono definiti "opinion leaders", ovvero coloro che per professione o ruolo sociale fanno in qualche modo opinione.

Con questi opinion leaders, tra cui non sarà difficile trovare chi ascolterà con qualche preconcetto, può essere utile trovare momenti di confronto specifici in cui sarà possibile:

- esporre il progetto in modo sereno;
- rispondere in questa sede a tutte le perplessità;
- recepire ogni aspetto/problema sollevato.

La considerazione finale di questo momento particolare di confronto è che rimarrà in capo a loro l'onere di scegliere il giusto livello di onestà intellettuale da utilizzare nel diffondere gli elementi raccolti durante l'incontro.

Gli opinion leaders a cui poter far riferimento potrebbero essere:

- Giornalisti stampa locale e non solo;
- Giornalisti di riviste specializzate;
- Amministratori pagine locali di Facebook;
- Presidenti di Associazioni di volontariato, sportive ecc;
 - Totale associazioni nella provincia circa 600 (www.centroterritorialevolontariato.org) di queste circa 150 operano nella sola Vercelli;
- Associazioni di categoria: industria, artigianato, commercio, agricoltori.

2) Primo invio a tutte le utenze di materiale informativo.

Un primo Feedback sull'impostazione data al nuovo servizio e al messaggio divulgativo può essere raccolto inviando a domicilio a monte delle assemblee una prima Comunicazione e subito dopo contattare alcuni soggetti a campione per capire quanto si è compreso del nuovo servizio che si sta per avviare.

3) Interviste a domicilio o telefoniche a singoli utenti estratti a sorte suddivisi per zone, per capire:

- che percezione hanno del nuovo servizio che deve ancora partire;
- su quali aspetti/problemi si è focalizzata la loro attenzione;
- su quali siano gli aspetti/problemi della loro zona che ritengono importanti.

4) Indagine sui social e non solo.

Questo lavoro consiste in una breve indagine/ricerca su Facebook, Twitter, Youtube e stampa on line locale , attraverso parole chiave quali “rifiuti, differenziata, tariffa e assemblea rifiuti” per raccogliere commenti, pareri, proposte dei cittadini sui vari temi. Questa analisi è importante perchè sui Social riescono ad avere livelli di libertà di espressione maggiori che in altri contesti.

Ciò che emerge da questa tipologia di ricerca (testata personalmente in fase di preparazione di questa tesi) è che pur realizzandola in aree geografiche differenti gli aspetti che generano preoccupazioni/obiezioni sono molto simili tra di loro. Ecco un breve elenco delle questioni maggiormente ricorrenti:

- l'impossibilità di rispettare gli svuotamenti minimi imposti;
- la tariffa della singola utenza che subirà aumenti consistenti;
- i problemi di spazio all'interno della singola abitazione o attività;
- gli odori generati dall'umido;
- l'utilizzo del proprio cassonetto collocato su pubblica via da parte di estranei;
- l'abbandono dei rifiuti;
- l'esposizione dei cassonetti dall'area privata all'area pubblica per i condomini;
- il deterioramento dei sacchetti da parte di animali;
- il peso sugli svuotamenti minimi dei pannolini e pannoloni ecc.

FASE 2) Individuazione del target e dei sotto target.

Nella prima fase l'obiettivo primario è stato quello di raccogliere informazioni con l'intento di costruire le basi per un confronto tra le parti il meno distante possibile, quale presupposto del momento comunicativo rappresentato dall'assemblea.

In questa fase del percorso l'azienda dopo aver acquisito tutta una serie d'informazioni sull'utenza deve decidere quali target individuare e che tipo di messaggio utilizzare.

La scelta del target dipende molto dall'impostazione che si vuole dare alla Comunicazione e su questo aspetto le strade percorribili possono essere:

- una comunicazione generica: questa modalità comporta un minore impegno in termini di tempo e risorse ma un maggiore rischio di non massimizzare il risultato in quanto nessuna delle componenti si sentirà ascoltata e coinvolta in modo soddisfacente. Ogni tipologia di utenza ha le proprie esigenze particolari e su queste cerca risposte puntuali;
- una comunicazione diversificata: questa tipologia ha costi maggiori (tempo e risorse) ma anche margini di successo maggiori, sia perché le varie componenti si sentiranno coinvolte, responsabilizzate e sia perché le difficoltà da affrontare da parte dell'azienda avranno un ventaglio più ristretto;
- una comunicazione mirata: questa modalità può convivere con quella "diversificata" e in questo caso si affronta in modo ancora più puntuale le difficoltà di una specifica utenza. Questo è avvenuto nel caso di Mantova Ambiente Spa che ha effettuato assemblee per le utenze non domestiche e anche assemblee specifiche per la categoria dei "ristoratori e fruttivendoli" di Mantova, quest'ultimi distinguendoli ulteriormente tra quelli in centro e in periferia.

Queste alcune ipotesi di target e sotto target possibili:

- Assemblee utenze domestiche;
 - Assemblee di quartiere;
 - Assemblee per caratteristiche territoriali (collinari, centro storico ecc).
 - Assemblee amministratori di condominio;
- Assemblee utenze non domestiche;
 - Assemblee mirate a specifiche categorie quali per esempio: ristoratori, fruttivendoli.

Tabella 17 Attività presenti nella provincia di Vercelli e relativa stratificazione.

Provincia di Vercelli imprese registrate al 31/12/2017	
Industria	1044
Costruzioni	1999
Commercio	277
Turismo	126
Servizi e altri settori	1189
Totale Prov Vercelli	4635
Provincia di Vercelli imprese registrate nel settore ricettivo e ristorazione	
Totale strutture ricettive	230
Totale strutture alberghiere	59
Ristorazione con somministrazione	359
Ristorazione con somministrazione mobile	15
Bar e altri servizi simili senza cucina	623

(Elaborazione personale fonte: Camera di Commercio Vercelli.)

FASE 3) Gestione assemblee.

Questa fase dipende molto dalle scelte fatte nelle fasi precedenti, e per ragioni di spazio espositivo ci occuperemo solo delle assemblee dedicate alle “utenze domestiche”.

L’assemblea rappresenta il momento in cui si mette a frutto tutto il lavoro di ascolto – comprensione svolto sulla propria Comunità e in questo momento avviene il passaggio tra la fase della “comunicazione preventiva” a quella definibile di “comunicazione ordinaria” dopo l’avvio del servizio è che ha l’obiettivo di capitalizzare tutto il lavoro fatto nella fase preventiva.

Per quanto riguarda la gestione delle assemblee, gli aspetti o le valutazioni comuni a tutte le realtà intervistate sono riassumibili nelle seguenti raccomandazioni:

- 1) sede assemblea, possibilmente nei locali dell’amministrazione comunale;
- 2) è indispensabile la presenza attiva degli amministratori locali;
- 3) è molto utile, nella gestione delle assemblee l’utilizzo di figure professionali quali il “facilitatore”;
- 4) evitare l’illustrazione di supporti tecnologici quali app, sito internet ecc. che essendo complessi da spiegare non farebbero che appesantire il confronto, ma farne una semplice Comunicazione dell’esistenza a fine dibattito;

- 5) curare con attenzione la pianificazione delle assemblee anche sotto l'aspetto del numero di utenti da coinvolgere; l'esperienza dei casi studiati ha dimostrato che sul tema "rifiuti" le assemblee sono state quasi sempre molto partecipate anche oltre il limite di capienza dei locali utilizzati, e questo inevitabilmente genera tensione per cui è preferibile aumentare il numero di assemblee e ridurre il numero dei partecipanti;

Durante la fase di ricerca della presente tesi le tipologie di assemblee studiate hanno avuto prevalentemente due modalità di presentazione:

- una di tipo molto formale, con un linguaggio incentrato da un lato sull'esposizione delle prescrizioni normative Europee e Nazionali e dall'altra ad illustrare un progetto industriale "costoso e complesso" e dotato di tutti gli elementi per far funzionare al meglio il nuovo servizio. Nel quadro appena delineato è chiaro che il clima dell'assemblea non è di tipo collaborativo e l'utente tendenzialmente non sarà stimolato a confrontarsi sui problemi del suo quotidiano in quella sede;
- uno di tipo più vicino alla comunità, informale in cui il gestore prova a impostare un percorso comunicativo partendo dai problemi dell'utente.

In relazione a quanto scritto in precedenza sulla centralità dell'utente è coerente affermare che tra le due modalità di presentazione illustrate è preferibile quella con un approccio *informale* proiettato al problema del quotidiano per ottimizzare il ruolo dell'utente.

Nel panorama delle preoccupazioni del cittadino/utente quella che emerge sulle altre è quella di "non farcela con gli svuotamenti minimi dell'indifferenziato", preoccupazione resa pressante soprattutto dalle possibili ricadute economiche negative sulla cartella/fattura TARI.

Nella gestione di questo aspetto l'approccio comunicativo è stato incentrato prevalentemente sulle modalità di attuazione della differenziata, sulla tipologia dei contenitori, sulla classificazione dei rifiuti, sugli orari e sulle frequenze di raccolta, spesso con termini tecnici di non immediata comprensione e questo mantiene il processo comunicativo ancora su piani sfalsati.

Una modalità per allineare i piani comunicativi nell'affrontare una preoccupazione particolare come questa, può essere quella di dimostrare che un dato volume di rifiuto indifferenziato può essere ridotto molto con una normale attenzione nel fare la raccolta differenziata.

Per poter far vedere agli utenti come avviene una corretta separazione del rifiuto una proposta potrebbe essere quella di produrre dei brevi documentari, da diffondere sui Social come anche durante le assemblee, con le riprese delle seguenti operazioni:

- 1) Prelevamento dal camion per la raccolta del rifiuto indifferenziato di un certo volume di rifiuto;
- 2) Svuotamento del rifiuto indifferenziato su un piano da lavoro in un laboratorio/locale dell'azienda ASM Vercelli Spa;

3) Operazione manuale di corretta separazione dell'indifferenziato da parte di personale ASM Vercelli Spa;

3) Dimostrazione che il volume iniziale di rifiuto indifferenziato si è ridotto notevolmente.

La produzione di questi video, può avvenire in "house", ma anche nell'ipotesi di utilizzare professionisti esterni, la rete offre aziende che propongono pacchetti il cui costo oscilla da € 500,00 ai € 2.500,00 massimo.

CONCLUSIONI.

La presente tesi, ed i suoi temi centrali "strategie comunicative e modalità applicative per la puntuale applicazione delle tariffe sui rifiuti" hanno affrontato le strategie per massimizzare i ruoli dell'utente e del gestore del servizio, sottolineando a più riprese che la massimizzazione di questi ruoli passa inevitabilmente da un'adeguata sinergia tra i due attori, il tutto secondo i principi della strategia rifiuti zero.

Ciò che però va osservato (anche nei casi trattati) è che analoga sinergia non si trova tra questa parte del ciclo di gestione dei rifiuti (gestore e utenti) e quella che può essere definita l'origine del rifiuto stesso (l'industria) con cui c'è anche un deficit comunicativo.

Le riflessioni conclusive di questa tesi sono dedicate a questo vuoto all'interno del ciclo dei rifiuti e a come cercare di colmarlo, anche con un'azione definibile per certi versi di "forza", da parte di coloro (cittadini, Comuni, Consorzi, Gestori) che a vario titolo si sono già assunti da tempo la propria parte di responsabilità nella filiera del rifiuto.

Come è emerso a più riprese nei casi osservati, l'obiettivo di una percentuale di raccolta differenziata sempre più alta non è più sufficiente e in vari casi si punta da tempo anche su strategie per incentivare una riduzione complessiva dei rifiuti prodotti. Purtroppo, come anticipato, in questa partita manca o non è adeguatamente presente l'attore principale: il costruttore¹.

Sul mondo produttivo, le istituzioni e la politica non hanno avuto grandi risultati in termini d'influenza sulle strategie industriali, mentre è chiaro a tutti che su queste regnano sovrane le logiche di mercato.

Inoltre va aggiunto che nei vari tentativi di attivare delle sinergie con l'industria tentato da coloro che quotidianamente operano nella gestione dei rifiuti è mancato un adeguato supporto della politica e questo ha reso tutto più difficile se non inutile.

¹ Si è individuata una sola rilevante eccezione, la Società Pater Spa ("Pamper, Lines, Linidor ecc) che con Contarina Spa ha realizzato l'unico impianto per il recupero di pannolini e pannoloni in Italia.

Di fronte a questa situazione l'unica via per ottenere attenzione dal mondo produttivo è quella di tentare di entrare nelle logiche del mercato e provare a influenzare gli equilibri tra “domanda e offerta” secondo una logica “rifiuti zero”.

Per comprendere prendiamo per esempio il caso del Piemonte. Questa Regione ha una rete di 21 Consorzi e relativi gestori che sul tema “rifiuti” gestiscono: rapporti, contatti, scambi d'informazioni e un quotidiano con ben 4.392.526 residenti. In questo quadro non è difficile immaginare, che se il Piemonte volesse far pressione per modificare una certa politica produttiva avrebbe sicuramente un notevole mezzo per veicolare un certo messaggio.

Non è altrettanto difficile immaginare quale ruolo potrebbero avere le varie Multiutility, che come sappiamo con le loro attività varcano i confini regionali e non solo, quale stimolo su intere aree geografiche italiane a intraprendere azioni Comuni su specifici temi.

Ecco perché con il fine di far pressione sulle politiche produttive, sarebbe auspicabile coinvolgere intere aree geografiche (le utenze della raccolta rifiuti) sotto la regia di un comitato tecnico indipendente e riconosciuto a livello istituzionale.

Tale comitato dovrebbe tracciare i temi su cui richiamare il mondo produttivo affinché dia piena applicazione al principio europeo della “responsabilità estesa del produttore”.

Per concludere mi affido alle parole del più illustre dei promotori della “strategia rifiuti zero”, il prof. Paul Connet, che esorta a domandarsi se la nostra azione nella gestione dei rifiuti sia orientata a una sempre maggiore efficienza e efficacia:

“l'obiettivo non è raggiungere il 100% di RD, che forse non sarà mai raggiunto da nessuno, l'obiettivo è puntare nella direzione giusta e lo stiamo già facendo”.

Bibliografia:

- PAUL CONNETT, *Rifiuti zero. Una rivoluzione in corso* - Dissensi 2012;
- MELA A, *Sociologia delle città* - Carocci, Roma 2006;
- CAROLI M., *Il marketing territoriale. Strategie per la competitività sostenibile del territorio* - Angeli, Milano 2006;
- PADDY SCANNELL, *"Media e comunicazione"* – Il Mulino;
- RODOLFO LEWANSKI, *La prossima Democrazia*. Rodolfo Lewanski 2016;
- P. PERULLI (a cura di), *Terra mobile. Atlante della società globale* - Einaudi 2014;
- CORBETTA P. *La ricerca Sociale: metodologia e tecniche*. - Mulino, Bologna;
- VAIUSO D., *Trattamento e analisi dei dati socioeconomici* - Carocci, Roma, 2016;
- LUCA GARAVAGLIA, *Località in movimento. Governare i sistemi locali nella società dell'informazione* - Rosenberg & Sellier;
- N. PODESTA' e G.L. BULSEI, *L'ascolto del territorio* - Aracne, Roma, 2014
- REGIONE PIEMONTE - *Emittenti radiofoniche - Televisive e editoria locale del Piemonte* - Edizione 2018".
- AUDITEL– *Pubblicazione ascolti auditel* - Febbraio 2017
- CENSIS-UCSI - *14° Rapporto Censis-Ucsi sulla Comunicazione* – Roma 4 Ottobre 2017.
- ISPRA, *Rapporto Rifiuti Urbani* - ISPRA_2017;

Siti internet di riferimento:

- http://www.gruppohera.it/gruppo/com_media/dossier_depurazione/articoli/pagina27.html
- <http://www.rifiutizerocapannori.it>
- http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/LINEE_GUIDA.pdf
- <http://www.vincos.it/osservatorio-facebook/>
- <https://www.veronicagentili.com/come-funziona-news-feed-facebook/>
- <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>
- <http://vincos.it/2017/05/29/facebook-in-italia-supera-i-30-milioni-di-utenti/>
- http://www.regione.piemonte.it/governo/bollettino/abbonati/2018/03/attach/dgr_06364_1050_12012018.pdf
- <https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-vercelli/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>
- <http://www.lastampa.it/2017/11/01/scienza/ambiente/focus/a-treviso-il-primo-impianto-che-d-nuova-vita-ai-pannolini-GVr9SA5eElplgemjTL7Zfl/pagina.html>
- http://www.contarina.it/files/filemanager/source/documenti/Bilancio_di_Sostenibilit%C3%A0_2016_lo w.pdf
- <http://www.centroterritorialevolontariato.org/sportello-orientamento-volontariato-ctv/>
- <http://www.bv.camcom.gov.it/turismo>