



MINISTERO DELL'AMBIENTE
E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE

il BuoniÈsempio

PRATICHE PER L'AMBIENTE

LINEE GUIDA PIANO PREVENZIONE DEI RIFIUTI

Abstract

1 PREMESSA

All'interno del bando di progetto "per l'attribuzione di contributi economici a soggetti pubblici e privati per azioni aggiuntive e funzionali a progetti e programmi in materia di riduzione e prevenzione della produzione di rifiuti" attivo tra Associazione Internazionale per la Comunicazione Ambientale (AICA) e Ministero dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del mare, presentiamo le linee guida del piano di prevenzione sui rifiuti.

Le analisi e l'elaborazione dei dati sono state affidate alla ERICA Soc. Coop.

2 AUDIT

Al fine di disporre di un inquadramento funzionale alla definizione di azioni specifiche, è stato condotto un *audit* caratterizzato dalle seguenti attività:

1. reperimento dati presso le direzioni ministeriali preposte;
2. sopralluoghi presso le strutture ministeriali;
3. indagine sulla produzione dei rifiuti;
4. analisi merceologiche dei rifiuti prodotti.

2.1 Analisi merceologiche – sintesi risultati

Sulla base delle quantificazioni percentuali rilevate nel corso delle analisi merceologiche condotte, si riportano di seguito le elaborazioni effettuate al fine di ottenere una base dati di sintesi, utile per le successive valutazioni.

FRAZIONE MERCEOLOGICA	I CICLO	II* CICLO	MEDIA
Carta (significativa presenza di post-it)	52%	37%	45%
Cartone (scatolone)	1%	5%	3%
Carta assorbente (Fazzoletti, tovaglioli)	10%	17%	14%
Plastica mista (imballi snack e soprattutto bicchierini caffè)	10%	8%	9%
CPL (Contenitori Per Liquidi in plastica*)	2%	3%	2%
Organico (scarti di cibo, in particolare bucce frutta, avanzi)	16%	14%	15%
Metalli (alluminio, alcune vaschette)	1%	3%	2%
Vetro (vasetti yogurt)	3%	5%	4%
Farmaci (flacone pillole)	0%	2%	1%
Secco residuo - RUR (biro, posate in plastica, numerose bacchette caffè, alcune cialde, alcuni mozziconi)	5%	6%	5%
TOT	100%	100%	100%

* ricalcolato escludendo i quantitativi relativi ad errori riconducibili alla ditta di pulizia

3 DEFINIZIONE DELLE PRIORITÀ

Le priorità individuate sono:

- minimizzazione dei rifiuti da avviare allo smaltimento;
- riduzione dei rifiuti complessivamente prodotti.

4 STRATEGIA

La strategia che si intende adottare per raggiungere gli obiettivi di minimizzazione dei rifiuti da avviare allo smaltimento e di riduzione dei rifiuti complessivamente prodotti, si basa sullo studio delle **sorgenti di rifiuto**, al fine di agire in modo incisivo sulle principali cause.

Obiettivo di riduzione potenziale

FRAZIONE MERCEOLOGICA	PROVENIENZA	SORGENTE PREVALENTE	AZIONE	RESPONSABILITÀ	TARGET	%	VALORE COMPLESSIVO (KG/ANNO)	VALORE PRO CAPITE (KG/ANNO)
Carta	Interna	Attività di ufficio	Dematerializzazione, buone pratiche	Responsabile Progetto, Divisione/Direzioni e da definire	Personale, Modalità Gestionali	20,0%	33.049	26,439
Plastica mista (imballi snack bicchierini caffè)	Interna	Distributori alimentari	Buone pratiche, distributori alimentari a ridotto impatto	Responsabile Progetto, Divisione/Direzioni e da definire	Personale, Capitolati forniture	3,5%	1.250	1,000
CPL (Contenitori Per Liquidi in plastica)	Interna	Distributori alimentari	Buone pratiche	Responsabile Progetto, Divisione/Direzioni e da definire	Personale, Capitolati forniture	21,7%	7.813	6,250
Organico (scarti di cibo)	Esterna	Consumo pasti	Buone pratiche	Responsabile Progetto	Personale	0,9%	289	0,231
RUR - posate in plastica	Esterna	Consumo pasti	Buone pratiche	Responsabile Progetto	Personale	0,5%	25	0,020
RUR - bacchette caffè	Interna	Distributori alimentari	Buone pratiche, distributori alimentari a ridotto impatto	Responsabile Progetto, Divisione/Direzioni e da definire	Personale, Capitolati forniture	12,5%	625	0,500
Totale Obiettivo Riduzione						17,5%	43.051	34,441

5 LA COMUNICAZIONE A SUPPORTO DEL PIANO DI PREVENZIONE

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi sopra esposti è necessario attuare un piano di comunicazione che si renda:

- **efficace** nel suo messaggio, veicolandolo attraverso strumenti comunicativi adeguati;
- **capillare** nel raggiungimento di ogni target, inteso come dipendente singolo ma anche nella sua collettività, oltre che all'esterno della struttura ministeriale;
- **riconoscibile** e condivisibile da ogni beneficiario della campagna, per un cambio di abitudini che incida nel quotidiano di ogni dipendente del Ministero;
- **supportato** da un adeguato piano tecnico di prevenzione, per concorrere a cambiamenti tangibili e quantificabili attraverso dati e strumenti di valutazione e monitoraggio.

Si propone una immagine coordinata che ruoti intorno a due concetti principali:

- **il buon esempio:** non si può non considerare che una struttura Ministeriale sia rappresentativa di un certo universo di riferimento, e che a livello mediatico sia il primo tassello di un sistema che deve essere necessariamente virtuoso, trasparente, organizzato, coerente con i principi che deve sostenere, in questo caso i principi ambientali. Partire quindi dal buon esempio che il Ministero, attraverso i suoi dipendenti, può dare nell'applicare pratiche ambientalmente sostenibili, è certamente il primo passo per creare consenso e identità all'interno della struttura dando credibilità all'esterno, inteso come opinione pubblica e media;
- **buone pratiche per l'ambiente:** la struttura è chiamata in prima persona a mettere in pratica le buone pratiche per l'ambiente che vengono declinate all'interno della campagna.

Il mix di questi due concetti, ottenuto a livello grafico del logo e *naming* scelto, è declinato nell'immagine sottostante che, in qualità di immagine coordinata, è presente su tutti i materiali realizzati.



5.1 Communication tools: elenco delle buone pratiche

Come principio generale, il presente piano mira a contenere la stampa di materiali di comunicazione, favorendo l'utilizzo di materiali, anche cartacei, durevoli o riutilizzabili.

Per ottenere la diffusione del logo e del messaggio, in un contesto *visual* destinato alla totalità dei dipendenti del Ministero, si prevede **l'affissione di pannelli** di diversi formati nei corridoi della struttura o nel retro-porta dei vari uffici. I pannelli, affissi nelle aree ritrovo o di maggiore frequentazione (macchinette del caffè, ingresso dei servizi igienici, corridoi di passaggio) contribuiranno a diffondere il logo della campagna accompagnato dal messaggio declinato per punti. In questo modo i dipendenti del Ministero potranno essere sensibilizzati attraverso uno strumento chiaro, di facile comprensione e applicazione sulle buone pratiche si intendono diffondere.

5.2 Communication tools: pieghevole per la diffusione di buone pratiche

Per una comunicazione capillare e una diffusione del messaggio ai dipendenti intesi come singoli individui, si propone di realizzare e distribuire un **pieghevole** cartaceo con i contenuti della campagna. Al fine di ridurre l'impatto ambientale della stampa dei materiali cartacei e sensibilizzare tutti i dipendenti al riuso e riduzione dei materiali stampati sarà possibile riutilizzare il pieghevole attraverso delle pieghe del materiale: ogni dipendente potrà tagliare e piegare il materiale cartaceo trasformandolo in un pratico porta penne da ufficio, che su ogni faccia recherà uno dei punti del decalogo come utile *reminder* per ogni utilizzatore. Il "gioco" permetterà di comprendere meglio il messaggio e lo spirito dell'iniziativa: inoltre, ogni dipendente sarà chiamato a gestire il pieghevole interiorizzando attraverso la piegatura in vari messaggi riportati. La presenza del materiale in modo fisso e continuativo sulla scrivania sarà, inoltre, un richiamo diretto al messaggio e ai contenuti della campagna di comunicazione.

Inoltre, ogni parte residuale che dovrà essere tagliata e quindi classificabile come "scarto" per la preparazione del porta-penne, potrà essere riutilizzato, secondo la grafica presente, in diversi modi:

- **etichetta** per segnare nome e caratteristiche delle piante da ufficio;
- **sottobicchere** per appoggiare la borraccia contenente l'acqua del rubinetto;
- **cornice per i selfie "sostenibili"**: il dipendente sarà invitato a scattare una foto delle sue azioni sostenibili e condividerla sui social network;
- **post-it** per segnare o ricordare le azioni che aiutano a limitare i consumi.



Fronte e retro del pieghevole



Pannello elenco di buone pratiche