



# Comunicare la raccolta domiciliare e l'applicazione della tariffa puntuale: un'esperienza mantovana

Sintesi intervento ing. Anzio Negrini

Direttore Mantova Ambiente, Gruppo Tea



**“Separare carta, vetro e plastica nei contenitori è un gioco da bambini. Da insegnare anche ai grandi”.**

**Questa frase, riportata sulle magliette regalate tempo fa ai nostri piccoli collaboratori, sintetizza il messaggio e la strategia della nostra comunicazione in campo ambientale:**

***la semplicità di un gesto per tutti quotidiano, facile proprio come un gioco, e il coinvolgimento dei più giovani affinché divengano divulgatori culturali, anche dei meno giovani.***



# La nostra esperienza



**Mantova Ambiente, società del Gruppo Tea, si occupa di Igiene urbana dal 1970 quando venne municipalizzato il servizio.**

**La nostra esperienza nel campo delle raccolte differenziate è quasi trentennale, e data 2003 il primo progetto di raccolta domiciliare.**

**Ad oggi sono 13 i Comuni gestiti con questo sistema, tutti con risultati d'eccellenza, e un'altra decina partiranno nel corso del 2010**

**Organizzazione:**



**Cooperambiente**  
cooperare per l'ambiente



**la lumaca**  
idee, progetti e servizi  
per l'ambiente





# La Comunicazione

Tutti i territori comunali che dal 2003 ad oggi sono passati alla raccolta domiciliare con Mantova Ambiente hanno comportato la redazione di progetti operativi assai articolati sui quali non mi dilungherò, non essendo questo il tema del mio intervento.

**Mi preme solo evidenziare il verificarsi due condizioni indispensabili e che rivestono un ruolo strategico per la buona riuscita del progetto, sia nella fase di attivazione del servizio, sia durante l'erogazione dello stesso:**

- **giungere ad una conoscenza approfondita dei luoghi e delle utenze, per comprenderne esigenze e necessità;**
- **costruire un piano di comunicazione condiviso e integrato con quello operativo e finanziario.**



# Le Leve

Nessuna azione, seppur organizzata, efficace e 'sentita', avrebbe lo stesso valore se non venisse comunicata.

Ancora di più in questo caso, quando si agisce nei riguardi delle abitudini consolidate dei cittadini.

L'esperienza che abbiamo maturato è assai ampia e ci fa dire che la maggior parte delle persone, per cultura e sensibilità, è aperta a capire e a condividere le nuove modalità che proponiamo, soprattutto se rappresentate con semplicità di immagini e linguaggio.

Bisogna illustrarle nel miglior modo possibile, quindi, facendo leva su valori di carattere ambientale, di maggior tutela del nostro territorio (e del nostro pianeta in generale), di semplicità, ma senza trascurare motivazioni di ordine economico, in particolare quando a supporto della raccolta domiciliare viene applicata anche la Tariffa di igiene ambientale.

La Tia, infatti, consente di introdurre un concetto di "equità retributiva" particolarmente sentito e condiviso dalla gente cui ci rivolgiamo.

## Organizzazione:



**Cooperambiente**  
cooperare per l'ambiente



**la lumaca**  
idee, progetti e servizi  
per l'ambiente



# Le Leve

Queste leve, ambientali, comportamentali ed economiche, vengono tradotte in altrettanti concetti, messaggi e immagini, comunicati, poi, attraverso un mix di strumenti, ai nostri destinatari i quali, non dimentichiamolo, rivestono alla fine il ruolo di attore principale dell'intero processo.

Il progetto di comunicazione è articolato e contempla ogni target e mezzo compatibile con il budget a nostra disposizione: dalle affissioni, alla assemblee pubbliche, dagli incontri con gli utenti, alla compilazione e puntuale distribuzione dei calendari di raccolta, dalla educazione nelle scuole affinché, come detto, i ragazzi fungano da divulgatori essi stessi, alla imprescindibile azione di "catechizzazione" degli amministratori di condomino.

Pieghevoli, volantini locandine e siti web, ma anche un'intensa attività di ufficio stampa.

## Organizzazione:



**Cooperambiente**  
cooperare per l'ambiente



**la lumaca**  
idee, progetti e servizi  
per l'ambiente



# Le Leve

Tra gli strumenti di comunicazione, sottolineo in questa sede il grande ruolo che rivestono in particolare gli incontri pubblici. In base al numero degli abitanti dei diversi comuni ne vengono organizzati in media dai 4 agli 8. In questa occasione sono presenti i tecnici che quotidianamente gestiscono i servizi di raccolta che si rendono disponibili a rispondere a dubbi o possibili obiezioni che vengono sollevate. In concomitanza con gli incontri vengono spedite lettere indirizzate alle famiglie, alle associazioni, alle utenze commerciali e a quelle agricole, e vengono attuati investimenti pubblicitari su giornali ed emittenti locali e sulla cartellonistica stradale.

Infine, a sostegno di queste attività vengono proposti dei punti informativi, di solito in occasione del mercato, e viene rinforzato il nostro servizio di call center e di front office presso le amministrazioni. Entriamo nuovamente in contatto con le persone quando i nostri operatori consegnano 'i kit per la raccolta' (bidoni e bidoncini e sacchetti) e il calendario in cui sono evidenziati i giorni di raccolta.

Queste, in sintesi, le azioni di comunicazione che mettiamo in atto. Va da sé che in occasione di ogni avvio di nuovo servizio (e non solo) tutti i nostri addetti ed i nostri tecnici sono all'erta per migliorare qualche dettaglio e per venire incontro ad eventuali esigenze.

**Organizzazione:**



**Cooperambiente**  
cooperare per l'ambiente



**la lumaca**  
idee, progetti e servizi  
per l'ambiente





## Le Leve

Dal 2003, ad oggi, sono ormai molte le campagne di comunicazione realizzate sul tema della raccolta domiciliare: per il lancio del nuovo servizio, ma anche per il mantenimento dei livelli di raccolta.

I risultati raggiunti sono per noi il miglior misuratore dell'efficacia della comunicazione ed è importante mantenere sempre desta l'attenzione dei nostri interlocutori fornendo, quando possibile, nuovi messaggi e nuovi contenuti atti a valorizzare l'impegno profuso quotidianamente con la raccolta domiciliare.

È importante sottolineare la collaborazione che l'Amministrazione comunale del luogo deve garantire, affiancando il gestore nella sua azione industriale e pratica e non limitandosi a sterili azioni di controllo, spesso sacrificate a logiche più demagogiche che ambientali.

L'amministrazione ed il gestore devono essere un tutt'uno, non finalizzato alla vessazione del cittadino utente, ma coalizzati per affrontare e vincere una battaglia che è essenzialmente una battaglia di civiltà, dedicata al miglioramento della qualità della vita dei contemporanei, ma ancor più di chi ci seguirà.

### Organizzazione:



**Cooperambiente**  
cooperare per l'ambiente



**la lumaca**  
idee, progetti e servizi  
per l'ambiente





# Comunicare la raccolta domiciliare e l'applicazione della tariffa puntuale: un'esperienza mantovana

Sintesi intervento ing. Anzio Negrini,  
Direttore Mantova Ambiente, Gruppo Tea