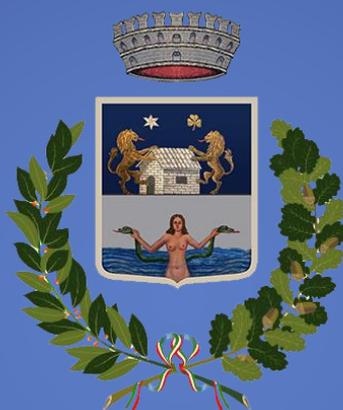


# COMUNE DI DOMANICO

Provincia di Cosenza



## SERVIZIO DI RACCOLTA, TRASPORTO E CONFERIMENTO DEI RIFIUTI

### LINEE GUIDA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

ELABORATO

4



## SOMMARIO

LINEE GUIDA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE .....	2
OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE .....	3
CRITERI DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE .....	4
TARGET DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE .....	5
STRATEGIA DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE .....	6
FASE DI START UP .....	7
MATERIALE INFORMATIVO .....	8
CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE NEGLI ANNI SUCCESSIVI ALL'AVVIO DEL SERVIZIO .....	11
PROGETTO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE NELLE SCUOLE .....	11
ATTIVITÀ DA PREVEDERE NEL PROGETTO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE ...	13
MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ E RAFFORZAMENTO .....	13
RISULTATI ATTESI DALLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE	14



## LINEE GUIDA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

Il presente elaborato descrive gli interventi da attuare sul territorio comunale di Domanico, attraverso una specifica campagna di sensibilizzazione e di educazione ambientale diffusa a tutta la cittadinanza, avvalendosi di mezzi di comunicazione tradizionali, incontri pubblici, campagne di sensibilizzazione collaterali etc.

All'interno delle presenti linee guida sulla campagna di sensibilizzazione, è previsto anche una fase di start up nel quale sono descritti gli interventi propedeutici all'avvio del nuovo servizio di raccolta differenziata.

### METODOLOGIA DI COMUNICAZIONE

Nell'erogazione dei servizi pubblici la comunicazione è da considerare come necessario elemento strutturale, indispensabile per il buon funzionamento di un sistema, sia in fase di avvio (start - up) che in fase di follow - up (consolidamento).

L'efficienza della comunicazione rappresenta, infatti, uno degli strumenti fondamentali per la qualità del processo organizzativo e per la definizione di servizi di qualità.

Le presenti linee guida si basano su una "*comunicazione integrata*" tra quella interna all'amministrazione, efficace ed efficiente, collegata con i processi organizzativi dell'ente, e quella esterna intesa come promozione sul territorio delle sue attività e dei suoi servizi.

L'obiettivo della campagna di sensibilizzazione è, quindi, quello di sviluppare la qualità dei servizi erogati dagli enti attraverso la definizione di un sistema coerente di relazioni interne e azioni di comunicazione esterne per il coinvolgimento e la collaborazione dei cittadini - utenti.

Il coinvolgimento dei cittadini è, infatti, di fondamentale importanza per il raggiungimento degli obiettivi di raccolta differenziata previsti.

La strategia di comunicazione da adottare deve tenere conto dei seguenti aspetti:

1. **la partecipazione**, come azione sinergica tra gli attori del servizio;
2. **l'ascolto dei cittadini**, per rispondere a dubbi e necessità;
3. **la semplificazione**, necessaria per facilitare la comprensione.



## **OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE**

L'adozione di campagne di sensibilizzazione per un coinvolgimento totale della popolazione è la strategia vincente e necessaria per raggiungere gli obiettivi fissati negli elaborati progettuali di gara.

La campagna di sensibilizzazione deve avere un duplice obiettivo: da un lato deve puntare a spronare e divulgare negli utenti un mutamento negli stili di vita e nella cultura della sostenibilità ambientale, stimolando un ruolo più attivo, consapevole e responsabile, dall'altro deve mirare a persuadere verso comportamenti virtuosi per l'incremento della raccolta differenziata, stimolando le buone pratiche legate al concetto di scelta consapevole dei prodotti e di tutela ambientale.

Le azioni di comunicazione devono prevedere, quindi, i seguenti step:

1. Informare cittadini, attività produttive e commerciali, amministrazioni pubbliche, sui corretti comportamenti da seguire;
2. Responsabilizzare gli utenti sulle scelte ambientali;
3. Condividere le scelte, avviando processi partecipativi tra le componenti sociali.

L'obiettivo principale della campagna di sensibilizzazione ambientale è, quindi, quello di

raggiungere con il messaggio veicolato tutta la popolazione coinvolta, suddivisa nei diversi target di riferimento, con la finalità di mutare le abitudini dei cittadini e renderli consapevoli, in quanto ricoprono un ruolo fondamentale per la riuscita del cambiamento. Il loro comportamento quotidiano sarà, infatti, determinante per il buon funzionamento del sistema.

La sensibilizzazione della popolazione deve essere intesa anche come dialogo tra amministrazione, gestore del servizio, associazioni ambientaliste e di categoria, e cittadini e deve avere lo scopo di:

- Comunicare
- Motivare
- Coinvolgere
- Stimolare il comportamento



In pratica, la campagna di sensibilizzazione ambientale deve concretizzare i seguenti obiettivi:

- **CREARE UNA MENTALITA' FAVOREVOLE:** creare e incentivare la diffusione tra i cittadini di una mentalità favorevole alla raccolta differenziata alla luce dei suoi vantaggi in termini ambientali ed economici;
- **FAR CRESCERE L'INTERESSE:** elevare il livello d'interesse sull'argomento "raccolta differenziata" in vista degli interventi attuati nella nuova organizzazione del servizio a favore di una raccolta differenziata spinta;
- **VALORIZZARE E DIFFONDERE LE INFORMAZIONI:** fornire le principali informazioni sulle tipologie di rifiuti riciclabili e sull'importanza della collaborazione di ogni cittadino per prevenire e valorizzare la gestione razionale dei rifiuti.

La campagna di sensibilizzazione dovrà essere eseguita prima ancora che il nuovo servizio di raccolta differenziata venga attivato, con l'obiettivo di creare maggiore attenzione e un'adeguata informazione sulla corretta gestione dei rifiuti in funzione del nuovo sistema organizzativo.

Successivamente, la campagna di sensibilizzazione dovrà essere ripetuta annualmente, secondo le indicazioni riportate negli elaborati progettuali.

### **CRITERI DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE**

I criteri generali della campagna di sensibilizzazione devono tener conto della necessità di promuovere forme di comunicazione partecipativa della cittadinanza, nonché avviare processi di comunicazione che favoriscano l'effettiva interazione delle componenti sociali ed economiche.

Di seguito si riportano una serie di criteri che costituiscono la struttura di un efficace progetto informativo:

1. **Strategia di comunicazione innovativa e personalizzata**, prevedendo interventi tipici delle campagne di informazione e azioni di coinvolgimento del target di riferimento;



2. **Continuità:** la strategia di comunicazione deve prevedere azioni di comunicazione che siano svolte prima dell'avvio del servizio e costantemente durante il suo svolgimento;
3. **Credibilità:** deve risultare chiaro agli utenti che adottare i comportamenti suggeriti giova all'ambiente, alla convivenza civile, alla qualità della vita e ad un risparmio economico;
4. **Bidirezionale:** oltre a comunicare, deve recepire le esigenze (feedback);
5. **Informazioni semplici, chiare e complete:** tutti i messaggi devono essere veicolati attraverso una forma grafica semplice e di immediata lettura. La strategia comunicativa deve essere progettata per raggiungere facilmente i vari target di riferimento.
6. **Sinergia con il Piano Operativo dei Servizi di Raccolta Differenziata:** la campagna di sensibilizzazione deve essere adattata ed adeguata al piano, con gli strumenti ed i contenuti personalizzati in base al sistema di gestione dei rifiuti attivato.

### TARGET DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

I target, ovvero i pubblici di riferimento della presente campagna di sensibilizzazione ambientale, sono compresi nelle seguenti categorie:

1. **Cittadini e famiglie:** Sono il destinatario principale della campagna di comunicazione. Infatti, l'obiettivo generale di raccolta differenziata può essere effettivamente raggiunto solo se ampi segmenti di popolazione col tempo decidono di adottare nuove pratiche di acquisto e nuovi stili di vita.
2. **Imprese e attività commerciali:** Possono contribuire alla distribuzione dei contenuti e degli strumenti della campagna di comunicazione (distribuzione di brochure ai clienti, trasmissione di spot audio nei negozi al dettaglio, cartelloni, ecc.).
3. **Associazioni di categoria, organizzazioni professionali:** Giocano sempre un ruolo chiave sui temi ambientali nel territorio dove operano. Possono pertanto fornire un supporto concreto alla diffusione dei contenuti informativi e degli



strumenti della campagna, oltre che all'implementazione di buone pratiche, specialmente in termini di attività didattiche.

4. **Personale impiegato nel servizio di igiene ambientale:** Sono in contatto quotidianamente con gli utenti, con la possibilità, quindi, di fornire informazioni utili alla corretta raccolta differenziata.
5. **Cittadini non residenti e turisti:** Pur essendo presenti solo occasionalmente e/o per brevi periodi, devono comunque essere coinvolti nella campagna informativa, in quanto anche loro si ritrovano a dover gestire i propri rifiuti.

Per raggiungere tutti i target individuati, tra loro differenti, è fondamentale diffondere messaggi chiari e facilmente comprensibili, sfruttando diversi canali di comunicazione: dai più classici, come manifesti, volantini e brochure, ai più moderni come pagine web e social network.

### **STRATEGIA DELLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE**

Per raggiungere gli obiettivi previsti nella campagna di sensibilizzazione ambientale, è necessario porre in essere delle azioni strategiche basate sulla realizzazione di elementi di comunicazione integrata, che comprendono:

- Interventi tipici delle campagne di sensibilizzazione con vettori classici come brochure, pieghevoli, manifesti, ecc.;
- Contatti diretti con i cittadini e incontri pubblici;
- Internet e canali social;
- App per tablet e smartphone.

La strategia di comunicazione deve essere tale da permettere la traduzione degli obiettivi prefissati in azioni concrete attraverso la selezione di tecniche e strumenti di comunicazione adeguati. Con un simile processo comunicativo, l'Amministrazione comunale intende sviluppare una radicata confidenza con il territorio e con i cittadini che vi risiedono, rendendoli partecipi della vita comunitaria e prestando particolare ascolto alle loro esigenze.



## FASE DI START UP

L'avvio di un nuovo sistema di raccolta differenziata comporta un cambiamento sia per quanto concerne la gestione del ciclo dei rifiuti a livello locale, sia per quanto riguarda le abitudini quotidiane dell'intera cittadinanza relativamente alle nuove modalità di conferimento dei rifiuti.

Le conoscenze acquisite in esperienze analoghe dimostrano che per mutare un sistema di gestione dei rifiuti è necessario prevedere tutte le azioni che inducono i soggetti interessati ad accettare ed acquisire le nuove linee di tendenza.

La fase di transizione che precede il cambiamento è, quindi, molto complessa ed articolata, non si può sviluppare secondo le regole della casualità, ma necessita di una corretta pianificazione.

In linea di principio, per avviare un nuovo piano di raccolta differenziata dei rifiuti urbani è necessario organizzare e gestire la fase di start up che, oltre a definire le attività da svolgere, ne scandisce la tempistica e la successione nel tempo in termini di priorità, seguendo un opportuno cronoprogramma.

Un'attività di start up correttamente pianificata e coordinata è, infatti, dettata dall'esigenza di facilitare la comprensione e l'accettazione del cambiamento e di offrire un supporto agli utenti per realizzare con successo un nuovo piano di raccolta differenziata dei rifiuti urbani.

In questa fase iniziale di start up dovranno essere previste le seguenti attività:

1. Predisposizione della documentazione diretta all'informazione degli utenti: lettera alle utenze in cui si avvisa gli stessi delle modifiche introdotte nel servizio di raccolta differenziata, delle modalità di consegna di eventuali attrezzature, di materiale informativo vario descritto nei successivi paragrafi.
2. Censimento delle utenze e costruzione del database degli aventi diritto ai contenitori per zona: grazie all'elenco degli iscritti al ruolo TARI fornito dall'ufficio comunale competente, nel rispetto delle norme sulla sicurezza della privacy, sarà costruito un database per garantire la distribuzione delle attrezzature a tutte le



utenze domestiche. Il database sarà, di volta in volta, aggiornato con le consegne effettuate.

## MATERIALE INFORMATIVO

La campagna di sensibilizzazione ambientale prevede un mix di strumenti e materiali di comunicazione: interdipendenti tra loro che, solo se combinati, risulteranno effettivamente efficaci. In particolare, una linea grafica lineare e messaggi immediati aiutano l'utente a cogliere rapidamente i nuovi servizi, il suo ruolo attivo e gli obiettivi da raggiungere.

Per il miglior esito di ogni campagna di sensibilizzazione ambientale è di fondamentale importanza la scelta di:

- canali caratterizzanti l'iniziativa;
- linguaggio e la presentazione grafica in linea con il messaggio.

Il materiale informativo dovrà essere in linea con le prescrizioni contenute nel Capitolato Speciale d'Appalto e nel Piano Operativo dei Servizi di Raccolta Differenziata.

In particolare, dovrà riportare informazioni circa:

- ✓ la modalità di svolgimento della raccolta differenziata con modello porta a porta per le utenze domestiche;
- ✓ la modalità di svolgimento della raccolta differenziata con modello porta a porta per le utenze non domestiche;
- ✓ la modalità di svolgimento della raccolta di prossimità dei rifiuti quali medicinali, pile, olio vegetale esausto, ecc.

Inoltre, per ogni tipologia di rifiuto il materiale informativo dovrà fornire indicazioni per un corretto conferimento, con luoghi, tempi e frequenze del servizio secondo quanto previsto negli elaborati progettuali.

Il materiale informativo dovrà essere così composto:

- **MANIFESTO** per affissione che visualizzi sinteticamente e sottolinei con uno slogan, molto evidente, la necessità di attuare la raccolta differenziata spinta,



mirata alle tipologie caratterizzanti la campagna. Il manifesto sarà affisso in luoghi pubblici e/o di pubblica affluenza. Si inizierà in questo modo ad innalzare la soglia di attenzione sull'argomento "raccolta differenziata".

L'affissione dei manifesti dovrà essere eseguita prima ancora che il nuovo servizio venga attivato e successivamente almeno 3 volte all'anno, in concomitanza della campagna di distribuzione dei sacchetti e/ o degli incontri e delle conferenze pubbliche e qualora si verificassero delle modifiche al servizio in corso;

- **OPUSCOLO INFORMATIVO** contenente tutte le informazioni generali sul tema della raccolta differenziata. In esso dovrà essere illustrate le diverse tipologie di rifiuti, le modalità di conferimento, gli orari e i riferimenti necessari per la richiesta di informazioni.

Dovrà essere redatto un opuscolo informativo per le utenze domestiche ed uno per le utenze non domestiche.

L'opuscolo informativo dovrà essere distribuito porta a porta a tutte le utenze prima dell'avvio del nuovo servizio di raccolta differenziata e successivamente dovrà essere reso disponibile ai cittadini anche in formato elettronico attraverso il sito web ed i canali social.

- **WEB, SOCIAL, APPLICAZIONI SMARTPHONE** (sito, pagine web, social media, app dedicate, ecc.) per garantire informazioni aggiornate e a portata di click, generare visibilità, interesse e coinvolgimento della community digitale sui temi della campagna informativa, aprirsi al dialogo con le utenze;
- **EVENTI ED INCONTRI PUBBLICI** che possano coinvolgere attivamente la cittadinanza nell'ottica di un confronto continuo e costruttivo con l'Ente. Così facendo, si cercherà di ridurre la distanza tra amministratori e cittadini e si avrà la possibilità di riscontrare eventuali criticità e porre in essere le adeguate azioni correttive;
- **ISTITUZIONE DI UN NUMERO DEDICATO** per garantire l'ottimizzazione dei rapporti con l'utenza e l'accesso alle informazioni e a quanto necessario per il



corretto svolgimento del servizio. Il numero verde gratuito potrà essere utilizzato dai cittadini per:

- richiedere informazioni circa le tipologie e caratteristiche dei rifiuti, modalità di conferimento, orari di raccolta, aggiornamento su iniziative di interesse pubblico;
  - effettuare prenotazioni per i servizi a chiamata, ovvero per il ritiro degli ingombranti, dei RAEE, degli sfalci e potature;
  - inoltrare reclami e segnalazioni.
- **ISTITUZIONE DI UN NUMERO DI CELLULARE** al quale associare le moderne applicazioni di messaggistica istantanea come Whatsapp. Il numero dovrà essere reperibile ai cittadini per fornire loro informazioni sui servizi di raccolta.

## **RIEPILOGO ATTIVITA' E MATERIALE INFORMATIVO**

Di seguito si riporta un riepilogo delle attività da eseguire e dei materiali da fornire per la campagna di sensibilizzazione:

<b>RIEPILOGO ATTIVITÀ E MATERIALI PER CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE</b>	
<b>DESCRIZIONE</b>	<b>QUANTITÀ</b>
Opuscolo informativo a colori, formato A4, in lingua italiana per utenze domestiche	1.000
Opuscolo informativo a colori, formato 100 A4, in lingua italiana per utenze non domestiche	100
Manifesti a colori, formato 70x100 cm	50
Eventi ed incontri pubblici	1

## **FORMAZIONE DEL PERSONALE**

Di fondamentale importanza è la formazione del personale impiegato nella raccolta differenziata e degli operatori incaricati della distribuzione delle attrezzature e del materiale informativo.

Questi soggetti, in particolare gli operatori addetti alla raccolta, entrano quotidianamente in contatto con gli utenti; se opportunamente formati, possono



rivestire anche la funzione di educatore ambientale nei confronti dei cittadini che devono adeguarsi al nuovo servizio.

Pertanto, il personale impiegato nel servizio di raccolta, dovrà essere adeguatamente formato riguardo le modalità di separazione e conferimento dei rifiuti.

### **CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE NEGLI ANNI SUCCESSIVI ALL'AVVIO DEL SERVIZIO**

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

Gli strumenti e le azioni principali saranno le seguenti:

- ❖ manifesti vari formati e materiali informativi vari;
- ❖ giornate ecologiche, eventi in piazza ed eventi speciali sul territorio;
- ❖ incontri pubblici;
- ❖ pagina internet;
- ❖ Customer Satisfaction: rilevazioni periodiche attraverso questionari e modulistica, strumenti informatici per la rapida lettura ed elaborazione dei dati.

Il mantenimento delle informazioni specifiche per i servizi domiciliari sarà sempre garantito attraverso una costante attività di comunicazione attraverso la pagina internet dedicata, il numero telefonico istituito sempre a disposizione degli utenti e gli incontri pubblici periodici.

### **PROGETTO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE NELLE SCUOLE**

Ad integrazione di questa intensa campagna di informazione rivolta sia alle utenze domestiche che a quelle commerciali, è previsto anche un progetto di educazione ambientale per le scuole primarie e secondarie di I grado presenti nel Comune di Domanico.



Il progetto di educazione ambientale fornito dalla scrivente rappresenta uno strumento di lavoro indispensabile per la diffusione di un messaggio più mirata, continuativa ed efficace, perché rispondente ai bisogni reali.

Esso offre una visione globale della realtà in cui si opera, cogliendo correlazione, orientamenti, necessità del contesto in cui si agisce e permette un'attenta distribuzione di risorse: in tal modo, si può pensare in termini di sviluppo, assicurando la miglior qualità di proposta al maggior numero di ragazzi.

Pensare all'educazione in termini di progetto è un modo di stimolare ed educare ad un atteggiamento attivo verso la realtà ed i problemi, da affrontare con rigore ed essenzialità, facendo il miglior uso di risorse.

Il progetto di educazione ambientale della campagna d'informazione sarà dedicato agli alunni delle scuole primarie e secondarie di I grado e sarà mirato ad approfondire, attraverso applicazioni e contenuti multimediali, le conoscenze sul tema dei rifiuti e dell'importanza della loro corretta gestione per assicurare la tutela e la salvaguardia dell'ambiente che ci circonda.

### **OBIETTIVI DEL PROGETTO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE PER LE SCUOLE**

Il progetto di educazione ambientale deve essere rivolto agli alunni delle scuole primarie e secondarie di I grado presenti nel territorio comunale di Domanico e deve puntare a raggiungere i seguenti obiettivi:

- Coinvolgere e responsabilizzare i bambini sui problemi che riguardano l'ambiente, con attenzione particolare alla raccolta differenziata;
- Aiutare i più piccoli a comprendere l'importanza di trasformare i rifiuti in risorsa attraverso la raccolta differenziata;
- Incentivare il riutilizzo, il riciclo e la trasformazione dei rifiuti, evitando gli sprechi;
- Supportare la nuova cultura ecosostenibile rendendo i bambini portavoce di una nuova mentalità orientata al rispetto dell'ambiente;
- Motivare gli alunni alla raccolta differenziata;
- Approfondire e chiarire l'importanza del risparmio per tutta la comunità derivato da una migliore gestione dei rifiuti solidi urbani.



- Favorire la crescita di cittadini "attivi", capaci di scelte responsabili e sostenibili.

### **ATTIVITÀ DA PREVEDERE NEL PROGETTO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE**

Il progetto deve prevedere approfondimenti teorici sul tema dei rifiuti e sull'importanza della loro corretta raccolta, ed una fase successiva di laboratorio attraverso l'organizzazione di incontri formativi caratterizzati da attività pratiche e creative sul recupero e riciclo dei materiali oggetto di raccolta differenziata.

Il progetto deve articolarsi lungo un percorso di attività informativo - educative utilizzando metodologie didattiche tradizionali come quelle frontali, ma metodologie interattive e multimediali.

### **MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ E RAFFORZAMENTO**

È importante prevedere azioni di monitoraggio continue ed in particolare in concomitanza con l'attivazione dei nuovi servizi, in modo da comprendere il grado di partecipazione degli utenti ai servizi attivati sul territorio. Un monitoraggio puntuale permette di tenere sotto controllo il sistema nel suo complesso e di intervenire tempestivamente per risolvere

situazioni di criticità. Potranno essere utilizzati strumenti cartacei, piattaforme web e prevedere azioni mirate, così come previsto dalle presenti linee guida.

In particolare, l'attività di monitoraggio può essere svolta su due direttrici diverse e complementari:

- La verifica della corretta realizzazione del piano attraverso il controllo delle singole azioni in relazione al raggiungimento dei risultati prefissati;
- La rilevazione della crescita del livello di conoscenza e di soddisfazione dei target in un'azione di feed back continuo degli aspetti culturali e tangibili del piano, tesa a registrare bisogni emergenti, miglioramento delle condizioni generali della qualità dei servizi, percezioni della qualità della vita, ecc.



A tale scopo, saranno realizzati dei report periodici, che costituiscono la base comune per la condivisione dei dati e delle esperienze analizzate, permettendo la valutazione dei risultati e degli stati di avanzamento e di scostamento dagli obiettivi.

Gli strumenti presi in considerazione, come le rilevazioni qualitative e quantitative, ottenute per mezzo di questionari (customer satisfaction), le tecniche di marketing sociale e le occasioni di contatto con i target di riferimento, costituiranno un utile strumento di valutazione e, se necessario, di correzione dei messaggi e delle azioni di comunicazione.

La partecipazione dei cittadini, infatti, è di fondamentale importanza per la buona riuscita di un sistema di raccolta differenziata.

### **RISULTATI ATTESI DALLA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE**

La campagna di sensibilizzazione ambientale ha lo scopo di promuovere un nuovo modo di rapportarsi con la catena dei beni di consumo, il loro utilizzo e il recupero dei loro scarti.

La finalità è quella di fornire ai cittadini del comune di Domanico uno stimolo alla risoluzione di alcune questioni ecologiche tuttora aperte e controverse, quali l'eccessivo consumismo, la logica dell'usa e getta, lo scarso rispetto dell'ambiente.

Ci si aspetta quindi di far maturare un senso di maggiore responsabilità e di rispetto verso la natura e nella gestione delle risorse, di far accrescere la loro disponibilità al riutilizzare i prodotti normalmente destinati alla discarica e, infine, di far comprendere e far divenire

proprio il concetto di rifiuto visto non più come scarto, ma come risorsa.

La continua informazione e sensibilizzazione ambientale deve, quindi, puntare a sviluppare:

- Conoscenza ed apprezzamento per le attività informative sui rifiuti e sull'ambiente;
- Maggiore sensibilità verso l'ambiente con una maggiore attenzione verso il riciclaggio dei rifiuti e l'uso del territorio;



- Maggiore consapevolezza ambientale nel settore commerciale, artigianale ed industriale che si può tradurre in un sistema innovativo ed efficiente di materiale riciclabile;
- Aumento della raccolta differenziata oltre quelli che sono i parametri normativi;
- Valorizzare i piccoli gesti che mirano a migliorare l'igiene ed il rispetto per l'ambiente.