

ESR

ENTE PER LO SMALTIMENTO RIFIUTI DEL SOTTOCENERI

6934 BIOGGIO
Tel. 091 610 43 43 / Fax 091 610 43 44
n.IVA 267.839
e-mail: paolo.selldorf@enterifiuti.ch
sito web: www.enterifiuti.ch



Viale Reina 9 - 6982 AGNO
Tel. 091 610 16 30 - Fax 091 610 16 39
e-mail: segreteria@regionemalcantone.ch
sito web: www.regionemalcantone.ch

Agno – Bioggio, dicembre 2005

“Operazione territorio pulito” in viaggio per aumentare la qualità di vita e ridurre i rifiuti.

Operazione Territorio Pulito
Campagna contro la disseminazione di rifiuti
lungo le strade e le piazze pubbliche.

Rapporto finale

In viaggio per aumentare la qualità di vita e ridurre i rifiuti

Ente Smaltimento Rifiuti del Sottoceneri
Ente Turistico del Malcantone
Regione Malcantone

Comuni di: Agno, Bioggio, Caslano,
Magliaso, Manno, Ponte Tresa
Con il sostegno dell'Ufficio gestione rifiuti
del Dipartimento del territorio

buon viaggio

trash - questione di cultura

Fondazione Svizzera per la messa in pratica della protezione ambientale.
Coop, McDonald's, Migros, SBB, CFF, FFS, Swiss, Swiss Recycling,
Ufficio federale delle strade, Ufficio federale dell'ambiente, della foresta
e del paesaggio, Unione dei trasporti pubblici

Ing. P. Selldorf

Ing. M. Marcozzi

0. Introduzione

“Operazione territorio pulito” è un progetto pilota che è iniziato nel Malcantone nell’inverno 2003 e che si è concluso nell’autunno 2005. Con l’affissione di manifesti stradali lungo la strada cantonale che da Manno porta a Ponte Tresa si è voluto sensibilizzare i passanti a non abbandonare i rifiuti nei luoghi pubblici e in particolare lungo le strade contribuendo così ad una diminuzione dei costi di raccolta e ad un aumento dell’immagine turistica alla porta di entrata del Malcantone.

1. Chi ha partecipato?

Il progetto pilota “Operazione territorio pulito” è stato promosso dall’Ente smaltimento rifiuti del Sottoceneri (ESR), dall’Ente turistico del Malcantone (ETM) e dalla Regione Malcantone in collaborazione con i Comuni di Agno, Bioggio, Caslano, Manno, Magliaso e Ponte Tresa e con la ferrovia Lugano – Ponte tresa (FLP) ed ha goduto del sostegno dell’Ufficio gestione rifiuti (DT). Esso si è inserito in una campagna a favore di città e comuni vivibili, detta “trash-questione di cultura” promossa a livello nazionale dalla Fondazione PUSCH (Praktischer Umweltschutz Schweiz), e sostenuta dalla Confederazione, da alcuni Cantoni e da diverse organizzazioni private. Il progetto è nato grazie anche ad una collaudata collaborazione tra ESR, Regione Malcantone e ETM, che in passato avevano già cooperato a più riprese (ad es. all’azione “PUMA, Pulizia Malcantone”), coinvolgendo scuole, Comuni e privati per ripulire le valli malcantonesi. Attività con le scuole riprese con una serie di lezioni teoriche e pratiche (pulizia foce del Vedeggio) con gli allievi della scuola media di Agno. La scuola comunale di Agno ha pure partecipato attivamente al progetto organizzando interventi educativi con le classi e la pulizia degli spazi pubblici, nonché creando uno slogan: ***Un secondo per gettarli, 1000 anni per smaltirli!***

2. Cosa si intendeva fare?

Troppo spesso la gente si libera dei propri rifiuti nel modo più semplice abbandonandoli velocemente per evitare “due salutari passi” fino al prossimo cestino o gettandoli dall’auto in corsa creando un pericolo per gli altri utenti stradali; raccogliarli, inoltre, è rischioso e tutt’altro che semplice. Globalmente sono tonnellate di spazzatura che causano costi di trasporto e di incenerimento non indifferenti.

I promotori, con questo progetto, miravano a poter ridurre la quantità dei rifiuti abbandonati e/o disseminati su di una strada molto trafficata e dove oggi il fenomeno è purtroppo visibile; sensibilizzare la popolazione, migliorare lo stato di salute dell’ambiente e contribuire ad

un'immagine turistica più consona alla bellezza della Regione pilota. Esso potrebbe in seguito essere riproposto in altre realtà comunali con i dovuti adattamenti, dopo avere valutato le esperienze della fase pilota malcantonese.

3. Cosa è stato fatto?

Concretamente sono stati realizzati dei manifesti illustranti tre realtà importanti del Malcantone: il lago, il nucleo e la strada, messe in secondo piano dalla gigantografia dei più comuni rifiuti disseminati e abbandonati sul territorio. Il messaggio dell'immagine viene rafforzato da un'etichetta con degli slogan in italiano e in dialetto, con l'obiettivo di stimolare la riflessione. Parallelamente la maggior parte dei Comuni coinvolti nel progetto hanno posato delle targhette sui propri cestini comunali per creare un'immagine coordinata e per divulgare gli intenti del progetto su tutto il territorio comunale.

In aggiunta alla terza affissione di manifesti stradali lungo la strada cantonale che da Manno conduce a Ponte Tresa, è stato realizzato un sondaggio presso gli utenti della Ferrovia Lugano - Ponte Tresa e in altri luoghi di svago particolarmente frequentati. Lo scopo di questa azione ha voluto verificare come la campagna viene percepita dagli abitanti della Regione e da altri fruitori, permettendo contemporaneamente di sensibilizzare gli intervistati. Agli intervistati è pure stata data l'opportunità di partecipare ad un piccolo concorso. I premi, 3 arcobaleni mensili per 3 zone, sono stati offerti dalle Ferrovie Luganesi SA in collaborazione con la Comunità tariffale Arcobaleno.

Importante segnalare che durante la nostra campagna a livello cantonale è stata presentata una mozione da Raoul Ghisletta e confirmatari intitolata "misure contro la dispersione di rifiuti da parte di automobilisti e viandanti". La Mozione chiede di varare misure che affrontino il problema della crescente dispersione di rifiuti da parte di automobilisti lungo le strade e da parte di viandanti nelle aree verdi del Cantone. Tra le misure suggerite nell'atto parlamentare rientrano buona parte delle azioni realizzate nell'ambito del presente progetto. Il Consiglio di Stato nella sua risposta ha citato il nostro progetto pilota tra le misure "anti-littering" in Ticino e conclude che la tematica rimane prioritaria, tenendo pure conto della valenza turistica del nostro Cantone. I servizi cantonali interessati unitamente al Gruppo di lavoro Info-Rifiuti, valuteranno la possibilità di promuovere e sostenere per il 2006 una campagna cantonale su questo tema.

4. Come abbiamo comunicato?

In primo luogo con i poster che sono apparsi per tre volte con una durata media di 2-3 settimane per affissione, in parte anche molto di più (ad es. nel comune di Agno). Le immagini sono pure state esposte sui vagoni e nelle stazioni della FLP e in alcuni punti scelti dai Comuni. Si ringrazia la SGA che ha pure messo a disposizione gratuitamente alcuni spazi in più.

L'esecuzione operativa del progetto è stata assunta dall'ESR e dalla Regione Malcantone. I Partner (Comuni e altri enti) del progetto sono stati convocati 4 volte:

26.11.2003, 01.10.2004, 22.03.2005 e 13.10.2005.

Per quanto concerne la comunicazione esterna sono stati inviati ai mass-media quattro comunicati stampa. La reazione dei media è stata molto positiva (vedi rassegna stampa allegata).

Sulla rivista gestione e servizi pubblici (n°1-maggio 2005) è pure apparso un articolo di presentazione del progetto.

5. Quanto è costato?

Descrizione	COSTI		RICAVI	
	Preventivo	Consuntivo	Preventivo	Consuntivo
3 affissioni (offerta SGA-Last minute), stampa posters e diversi	12'000.00	12'141.60		
Imprevisti:	1'200.00			
sondaggio e concorso		3'720.90		
Concetto e grafica manifesti (*)	13'101.30	13'252.90		
contributo della Confederazione e di altri Enti		-5'000.00	5'000.00	
Cantone			1'000.00	1'000.00
ESR			5'000.00	5'657.70
RM			5'000.00	5'657.70
ETM			2'000.00	2'000.00
Comuni:			9'800.00	9'800.00
Agno, Bioggio, Caslano, Magliaso, Manno, Ponte Tresa				
TOTALE	26'301.30	24'115.40	27'800.00	24'115.40

(*) in collaborazione con la Fondazione per la pratica della protezione dell'ambiente in Svizzera (PUSCH)

Da segnalare che l'ente turistico del Malcantone ha pagato il fotografo per la realizzazione delle immagini riprodotte sui poster. Questi costi, unitamente alle prestazioni lavorative dell'ing Selldorf (ESR) e dell'ing. Marcozzi (RM), non sono inclusi nella tabella.

6. Cosa abbiamo imparato?

Alla fine del progetto pilota è stato promosso un sondaggio di 5 domande, il cui obiettivo principale era quello di capire l'opinione degli intervistati in merito alla tematica dell'abbandono dei rifiuti. I risultati principali, unitamente ad alcune considerazioni conclusive sono riprese in questo capitolo.

Delle 5 domande, le prime 2 domande si riferivano esclusivamente ai manifesti mentre le altre 3 si proponevano di capire il comportamento degli intervistati verso l'abbandono dei rifiuti.

Vedi allegato: 5 domande.

Dai risultati ottenuti si ricava che il 60% degli intervistati ha visto il manifesto, e nella maggior parte dei casi il manifesto è stato visto sul treno della FLP e da parte dei giovani. Si tratta di un dato positivo che occorrerà tenere in considerazione anche per il futuro.

Occorre considerare che quasi tutte le interviste sono state svolte sul treno della FLP e non sulla strada, come si voleva fare in un primo momento.

Non essendo stato possibile promuovere un sondaggio sugli automobilisti lungo l'asse Manno-Ponte Tresa, non possiamo stabilire se l'affissione abbia avuto un'impatto positivo anche su di essi. Sembra comunque plausibile che se ha fatto colpo sull'utente del treno lo faccia pure sull'automobilista.

Tra tutti i dati raccolti si nota una differenza, piuttosto accentuata tra le risposte date dai giovani e quelle date dagli adulti. Per quel che riguarda invece maschi e femmine, bisogna tenere conto che in generale non c'è una notevole differenza, tranne nel caso della domanda no. 3.

Dall'analisi svolta possiamo affermare che i giovani non vengono particolarmente colpiti dal manifesto, mentre gli adulti sono positivamente impressionati non solo dal manifesto, ma anche dal genere di campagna.

Deriva anche che i giovani gettano più facilmente rifiuti, sono meno disciplinati e sensibili alla salvaguardia dell'ambiente, mentre gli adulti hanno un comportamento più adeguato e responsabile riguardo al problema dell'abbandono dei rifiuti. Da dati rilevati oltre Gottardo

risulta che coloro che abbandonano i rifiuti sono ben presenti in tutte le classi d'età, però nello stesso studio si rileva che sono i giovani a consumare maggiormente prodotti da asporto, che sono poi quelli che vengono per lo più abbandonati.

In merito alla domanda "Le è già capitato di gettare dei piccoli rifiuti (per esempio mozzicone di sigaretta, cartacce, gomma da masticare, ...) dal finestrino del treno o dell'auto?" è interessante constatare che esiste una notevole somiglianza delle risposte tra intervistati ticinesi e italiani (dati di un sondaggio del 2002): una percentuale equivalente risponde "sì", rispettivamente "no". Nel nostro sondaggio sono poco meno del 50%. Spesso gli interpellati indicavano di gettare i mozziconi di sigaretta.

Nel sondaggio eseguito presso la foce della Magliasina la situazione di pulizia sul posto (c'erano molti rifiuti sparsi in giro?), era tale da forse aver influenzato le risposte date dagli intervistati. Inoltre vi era una presenza decisamente maggiore di adulti. L'inchiesta ha messo in evidenza che il 24% degli interpellati presenti alla foce "dimentica" di raccogliere i rifiuti contro un 53.5 % nel sondaggio italiano.

Dai risultati ottenuti alla domanda "I rifiuti che si accumulano lungo gli assi trafficati e nei luoghi pubblici la disturbano?" deriva che alla maggior parte delle persone (91.7%) dà fastidio stare in luoghi pubblici dove ci sono rifiuti, dove è sporco. Non c'è, in questo caso, distinzione netta fra giovani e adulti. Ciò è confermato anche per la Svizzera interna.

Dall'analisi incrociata tra le due domande risulta una chiara contraddizione poiché si nota che a praticamente tutte le persone piace vedere parchi, strade e mezzi di trasporto pubblici puliti, ma allo stesso tempo sono loro stessi a sporcare questi luoghi.

Questa constatazione deve farci riflettere sul fatto che probabilmente non si rendono conto o non si fanno scrupoli che il malcostume dell'abbandono dei rifiuti renda necessario predisporre un servizio di manutenzione dell'area pubblica che venga a recuperare i rifiuti ed il cui costo deve essere sostenuto dalla comunità.

Concludendo possiamo anche affermare che sicuramente la fascia d'età più problematica per gli aspetti legati all'abbandono dei rifiuti sono i giovani e proprio a loro dovranno essere indirizzate specifiche campagne di sensibilizzazione (ad es. tramite campagne SMS, pubblicità nei cinema, concorsi presso scuole superiori, lezioni di sensibilizzazione nelle scuole, ...).

7. Conclusioni

La tematica rimane di attualità e ora passa nelle mani del Gruppo di lavoro Info-Rifiuti. Il 19 e il 20 maggio 2006 avranno pure luogo a livello federale le giornate d'azione sui rifiuti in generale e sull'abbandono in particolare.

Riprendendo uno dei risultati del sondaggio, cioè la necessità di sensibilizzare maggiormente i giovani sull'abbandono dei rifiuti, il settore sensibilizzazione dell'ESR ha proposto quest'autunno, facendo tesoro anche delle esperienze raccolte presso la scuola di Agno, una lezione su questa tematica alle scuole del comprensorio.

L'ESR e la Regione Malcantone rimangono a disposizione dei Comuni nel caso in cui ritenessero opportuno riprendere questa tematica e organizzare delle campagne di sensibilizzazione a livello comunale. Segnaliamo a questo proposito che vi sono ancora a disposizione ca. 35 poster F4 per ogni soggetto.

Allegati

Rassegna stampa



CONCORSO

1° Premio: 1 abbonamento Arcobaleno mensile – 3 zone
2° Premio: 1 abbonamento Arcobaleno mensile – 3 zone
3° Premio: 1 abbonamento Arcobaleno mensile – 3 zone

Domanda:
Qual'è il nome del progetto pilota promosso dall'Ente Smaltimento Rifiuti del Sottoceneri, dall'Ente turistico del Malcantone e dalla Regione Malcantone?

Risposta:

Nome..... Cognome

Indirizzo

Telefono.....

**I PREMI SARANNO SORTEGGIATI IL 20,06,2005 PRESSO LA DIREZIONE FLP DI AGNO
 TRA TUTTE LE CARTOLINE PERVENUTE CON LA RISPOSTA CORRETTA**

I dati forniti con questa cartolina saranno trattati con la massima riservatezza e comunque al solo fine di dare corretta informazione al vincitore, non verranno registrati su alcun supporto elettronico e al termine del presente concorso verranno annullati e distrutti. A tale fine sono indispensabili nome cognome, indirizzo e numero di telefono. Non si tiene nessun tipo di corrispondenza con i partecipanti al concorso e sono escluse le vie legali. Il premio non può essere riscosso nel corrispondente monetario.