



Sfida all'ultima Sporta - Linee guida per la segreteria operativa del comune partecipante

Come partire

La segreteria organizzativa del comune ha il ruolo di referente comunale per la segreteria organizzativa centrale dell'ente promotore dal quale riceve in prima battuta un regolamento a cui tutte le iniziative locali dei comuni partecipanti alla sfida devono conformarsi collaborando a eventuali sinergie a livello di comunicazione congiunta se previste.

Compito della segreteria è quindi quello di organizzare un piano di azione locale, sulla base del regolamento, che includa la gestione della comunicazione e dell'operatività prendendo in considerazione eventuali risorse umane a disposizione, da quelle eventualmente disponibili all'interno degli uffici comunali a quelle potenzialmente coinvolgibili provenienti dalle diverse realtà associative del territorio : eco volontari, pro loco, gruppo scout, unire, ecc.

Sulla base delle forze a disposizione va redatto un piano di azione di massima e relativa tabella di marcia scegliendo tra quanto mettiamo a disposizione come materiali e suggerimenti sul sito per questa iniziativa che copre le aree di intervento elencate a seguito.

Sulla base dei primi incontri e relativi riscontri ricevuti dai partecipanti a livello di suggerimenti o indicazioni su criticità si andrà a redarre il piano e la tabella di marcia definitivi.

Comunicazione e coinvolgimento dei singoli esercizi commerciali e grande distribuzione

Singoli esercizi

Tramite riunioni dedicate o visite dei volontari presso gli esercizi va evidenziato:

- in cosa consiste la campagna Porta la Sporta e l'iniziativa Sfida all'ultima Sporta: come si svolge, chi collabora, quale è l'obiettivo, date di inizio e fine
- quali materiali verranno affissi e distribuiti
- come verranno conteggiati i sacchetti risparmiati, presentazione del modulo scaricabile da noi predisposto disponibile tra i materiali correlati all'iniziativa
- ruolo e compiti che eventuali collaboratori volontari potrebbero avere nel coinvolgimento degli esercizi commerciali come attività informative, di raccolta adesioni, di distribuzione di materiale informativo per distribuzione o affissione (consigliate affissioni in tutti gli esercizi, anche se non partecipanti)
- come e con quale cadenza verranno raccolti i dati sui sacchetti risparmiati (se a cura dei volontari che passeranno presso gli esercizi o tramite invio diretto da negozi a segreteria)
- come possono trasmettere ai clienti informazioni sull'iniziativa e come potranno stimolarli a partecipare (consigliata visita al sito di Porta la Sporta sezione *Entra in azione : cosa puoi fare come negozio* e *FAQ* risposte a domande frequenti)
- quanto sia importante la loro partecipazione ai fini della riuscita dell'iniziativa a vantaggio della

scuola locale

-che meno sacchetti distribuiti significherebbe per ciascun negoziante un risparmio economico significativo.

Grande Distribuzione Organizzata

Il coinvolgimento dei punti vendita della grande distribuzione va pianificato sin da subito poiché i responsabili dei punti vendita generalmente non possono prendere decisioni in merito alla tipologia di contributo che si va a richiedere ma è necessario richiedere il parere e l'autorizzazione delle direzioni competenti. Va inoltre verificata nell'ambito di una loro adesione, oltre al piano di comunicazione, anche la possibilità di fornire i dati di interesse e cioè il numero delle transazioni/scontrini effettuati senza addebito dei sacchetti e a quale scadenza. Può rivelarsi necessario, qualora un punto vendita GDO accenti gli acquisti della popolazione di due o più comuni confinanti che i dati vengano ripartiti tra il bacino di comuni.

Raccolta e trasmissione dati sul totale dei sacchetti risparmiati

Raccolta dati

In osservanza a quanto contenuto nel regolamento dell'ente promotore va definito il modello di scheda da adottare per la trasmissione dei dati da parte dei singoli esercizi, la cadenza temporale e le modalità di trasmissione. Tra i materiali correlati all'iniziativa è disponibile un modello di modulo esercente da noi predisposto su base mensile.

Per quanto riguarda la grande distribuzione modalità e cadenza temporale della trasmissione dati vanno concordati coniugando le richieste dell'ente promotore con quanto i singoli gruppi possano fornire in relazione ai propri programmi informatici e tempi di elaborazione dei dati richiesti.

Criterio di calcolo

Il criterio di calcolo proposto per determinare il comune vincitore è quello adottato nella competizione americana a cui si ispira **Sfida all'ultima Sponta**.

Per avviare in pratica al fatto che potrebbero competere tra loro comuni con differenze sensibili come numero di abitanti è necessario considerare il totale complessivo dei sacchetti risparmiati da un comune rapportandolo al dato pro-capite. Vince cioè il comune dove il numero di acquisti effettuati senza sacchetto è più alto come valore pro-capite.

Per fare un esempio pratico, vediamo nella tabella a seguito l'esempio della cittadina X di 5000 abitanti che ha risparmiato 100.000 sacchetti comparato al risultato della cittadina Y di 30.000 abitanti che ha risparmiato 500.000 sacchetti. Risulta vincente la cittadina X che ha raggiunto un numero più alto di sacchetti risparmiati all'ambiente per abitante.

Cittadina X 100.000 sacchetti 5000 abitanti $100000 : 5000 = 20$	Cittadina Y 500.000 sacchetti 30.000 abitanti $500000 : 30.000 = 16,6$
--	--

Comunicazione e coinvolgimento dei cittadini

La comunicazione riveste un ruolo importantissimo visto il contributo che ogni cittadino può dare per far vincere il proprio comune impegnandosi in prima persona e influenzando gli altri.

Tutti i canali di comunicazione istituzionali come il sito web, bacheche, newsletter o altri organi di informazione periodici dovrebbero essere sfruttati al massimo delle loro potenzialità e per tutta la durata della competizione. Parallelamente andrebbero inviati periodici comunicati stampa e aggiornamenti su come sta andando l'iniziativa ai media locali: giornali, radio, televisioni, siti e blog popolari della zona.

Inoltre con la collaborazione degli esercenti locali possono essere affisse nei negozi locandine e distribuito materiale informativo. Infine appositi corner informativi allestiti in spazi comunali durante i mercati rionali, davanti ai centri commerciali e gestiti dai collaboratori volontari dell'iniziativa possono essere di grande efficacia per raggiungere ed informare il maggior numero possibile di

cittadini.

Coinvolgimento delle scuole

Secondo quanto proposto nelle **Linee guide per l'Ente Promotore**, all'atto della manifestazione di interesse del comune a partecipare all'iniziativa, i dirigenti scolastici in collaborazione con l'ente promotore dovranno indicare alcuni dei lavori richiesti dagli edifici scolastici in caso di vittoria.

Come potenziale beneficiaria del montepremi la scuola dovrebbe garantire un impegno a 360 gradi per coinvolgere le famiglie. Con la collaborazione del corpo docente i ragazzi possono essere informati e sensibilizzati diventando così promotori della trasmissione del messaggio in famiglia spingendo i genitori a partecipare.

La sezione del sito **scuole** offre materiali e spunti per attività che possono essere intraprese con i ragazzi coinvolti nell'iniziativa a seconda delle decisioni del corpo docente e delle interazioni possibili con il piano di offerta formativa (POF).

Le attività di coinvolgimento dei ragazzi delle scuole locali, oltre a percorsi interni potrebbero uscire dalle mura scolastiche sfociando, in coordinamento con la segreteria organizzativa, in attività promosse verso l'esterno che possono diventare parte integrante dell'azione a vari livelli.

I ragazzi, con il supporto degli insegnanti o dei genitori, potrebbero presidiare corner informativi, partecipare alla raccolta dati presso alcuni negozi, organizzare mostre o altri eventi tematici a supporto dell'iniziativa e dei suoi obiettivi.

Si potrebbe inoltre, come avvenuto con successo in numerose scuole italiane, coinvolgere alcuni genitori in un laboratorio di cucitura sporte fatte con la raccolta di tessuti e materiali di recupero. Le borse, decorate successivamente dai ragazzi e/o corredate da un volantino di porta la sporta o da un volantino o messaggio con testo da loro creato, potrebbero essere regalate dai ragazzi ai cittadini alle uscite dei negozi in cambio di solenne promessa di utilizzo quotidiano.