

AZIONE 4: scheda 4.7

NOME PROGETTO	Asti Ecoacquisti
----------------------	------------------

SOGGETTO ATTUATORE	Comune di Asti
---------------------------	----------------

SOGGETTI PARTNERS	Ascom-Confcommercio, Confesercenti, Gruppo 3°, Vie del Porfido, Borgo Antico
--------------------------	--

ANNO ATTIVAZIONE		AREA TERRITORIALE DI RIFERIMENTO	Asti
-------------------------	--	---	------

TARGET INIZIATIVA	Esercizi commerciali
--------------------------	----------------------

OBIETTIVI PREVISTI: Stimolare la cittadinanza alla consapevolezza che è possibile non comprare rifiuti. Coinvolgimento di 260 esercizi commerciali, aspettativa di adesione di almeno novanta esercizi.
--

DESCRIZIONE SPECIFICA DELLE AZIONI INTRAPRESE: Tavolo tecnico di lavoro. Firma dell'accordo operativo in Conferenza Stampa. Campagna di comunicazione cartacea, telefonica, virtuale e creazione di punti informativi.

<p>STRUMENTI UTILIZZATI: Giornali locali (5 uscite pubblicitarie); invio di una mail a tutti i dipendenti comunali e a tutti coloro che avevano partecipato nelle diverse attività e fasi del progetto; distribuzione di 40.000 pieghevoli, affissione di manifesti e locandine. Consegna di pieghevoli presso le scuole. Cinque punti informativi con il coinvolgimento degli "ecovolontari" che hanno dato un valore aggiunto alla campagna informativa perché conoscitori del territorio. Marketing telefonico. Conferenza Stampa.</p>	<p>MODALITÀ DI MONITORAGGIO E INDICATORI: Monitoraggio della vendita delle categorie di impegni sottoscritti dagli esercenti, vendita di prodotti: imballaggi ridotti, marchio ecolabel, compostabili, formati famiglia, prodotti con ricariche, vuoto a rendere, uso e vendita di carta riciclata, prodotti sfusi, restituzione ai fornitori di imballaggi secondari e terziari, azioni di promozione. Rispetto alle altre azioni intraprese da Achab Group gli indicatori sono stati: Mogliano Veneto(TV): 21 aderenti su 60 invitati (35%) e San Giovanni Lupatoto 23 aderenti su 120 invitati (19%). Questa iniziativa si situa nella media: 25,5%.</p>
---	--

RISULTATI OTTENUTI: Rispetto ai 260 invii fatti, hanno aderito il 25,5%: esercizi non aderenti 74,5%; grandi esercizi aderenti 5,5%, piccoli esercizi aderenti 20%. Risultato considerato nella media secondo l'esperienza di Achab Group.

PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA:

DEBOLEZZA:

- Comunicazione:
 - o consegna volantino ad ogni alunno perché il messaggio fosse recapitato a casa, non sempre è avvenuta la consegna in famiglia
 - o dispersione di pieghevoli senza il coinvolgimento diretto di un gruppo di cittadini promotore dell'iniziativa.
- Dati di riferimento:
 - o I dati della Camera di Commercio di Asti erano diversi da quelli dell'assessorato al commercio del Comune di Asti.
- I grandi supermercati non hanno dato disponibilità per un appuntamento.

FORZA: La presenza degli eco volontari ha facilitato il processo di comunicazione nei punti informativi perché riconosciuti dai cittadini ha dato maggiore credibilità e affidabilità al progetto. La partecipazione al tavolo tecnico del gruppo SMA ha contribuito alla riuscita del progetto. L'adesione al progetto del gruppo 3A che si occupa di distribuzione delle merci a molti piccoli esercizi dà la possibilità di ottenere risultati su un territorio più vasto.

PERSONE DI RIFERIMENTO	Achab Group
-------------------------------	-------------



Programma Interreg IV A 2007-2013

