

Una lente e un questionario per dare "Scacco al sacco Viola"

Data : 23 marzo 2015

Una nuova campagna di controlli, ma anche un questionario per gli utenti che aiuti la società a capire come muoversi nel futuro.

Queste sono le nuove iniziative di Coinger per dare "**Scacco al Sacco Viola**" cioè abbassare la percentuale di incidenza del rifiuto differenziato, che nel corso del 2014 era aumentato in maniera significativa. Una campagna anticipata da una serie di segnali che hanno mostrato, nei comuni interessati, che stava per avviarsi un processo di "controllo": una grande **lente di ingrandimento**. «La campagna denominata "Scacco al sacco viola" vuole informare e sensibilizzare i cittadini in materia, ed è ideata e progettata in collaborazione con la società "Airone" - spiega l'amministratore Unico di di Coinger, **Fabrizio Taricco** - Riteniamo infatti che solo col coinvolgimento di tutti i principali attori della raccolta, privati, professionisti, imprese, enti e associazioni, si possa raggiungere l'obiettivo ambizioso di una percentuale di raccolta differenziata virtuosa, nell'ordine dell'80%»

Il punto di partenza è buono: a febbraio la produzione pro-capite di rifiuti ha registrato un calo, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. «Il peso del sacco viola è sceso di circa 5 chilogrammi, pari al 5,2%, passando dai 97,80 chilogrammi del 2014 agli attuali 92,76 - ha spiegato il direttore di Coinger, **Paride Magnoni** - Ma anche le differenziate si sono ridotte, nell'ordine degli 8 kg, pari al 4,4%. La riduzione del sacco viola sembra però più legata ad una riduzione generale della produzioni dei rifiuti. L'indifferenziato ha inciso a febbraio sulla raccolta nell'ordine del 29%, di cui 27% sacco viola e i restanti rifiuti ingombranti, seguito dall'umido (19%), vetro (15%), carta e cartone (12%), plastica e verde (7%), legno (3%). Nel complesso l'andamento della raccolta differenziata, su base mensile, registra una leggera flessione, passando dal 69,4% dell'anno scorso al 69,2% nel febbraio 2015».

Ma la guardia non va abbassata: «Leggiamo questi dati con soddisfazione - ha infatti commentato Taricco - ma il nostro obiettivo, come è noto, è quello di ridurre quanto più possibile la produzione di sacchi viola, per ragioni di economicità che si tradurrebbero in un risparmio non tanto per la società, quanto per gli stessi utenti».

Per questo, dal 7 aprile, scatteranno i controlli sui sacchi viola: «Che prima si concentreranno sulla presenza di sacchi non trasparenti, poi di altri elementi non conformi come carta, plastica e umido»: chi non sarà in regola "salterà un turno": il suo sacco non verrà ritirato, e si ritroverà con un adesivo che ne spiega il motivo. «La prima volta è stato difficile farlo recepire all'utente, ma il risultato ottenuto è stato eccellente» ha commentato **Alfredo Consiglio**, presidente della società Iseda, a cui materialmente affidato il servizio di raccolta. Questa volta, la campagna di sensibilizzazione sarà molto più partecipata: oltre a lettere e manifesti, verranno in aiuto al dialogo i nuovi social della società, la [pagina Facebook](#) e l'[account Twitter](#). «Sono aperti da poco ma hanno già un dialogo immediato con gli utenti- ha spiegato Magnoni - Un elemento in più di dialogo in un momento che può essere vissuto come difficile, ma che può portare a grandi

risultati».

Perchè: «L'azione non va intesa come punitiva, ma didascalica - ha sottolineato **Giorgio Ginelli**, presidente dell'assemblea dei soci - Differenziare meglio è utile, non solo per arrivare alla medaglia dell'80 per cento ma un risparmio concreto per i cittadini e gli amministratori: perchè quello che si risparmia viene utilizzato in altre iniziative. Il punto finale di questa azione è la tariffa puntuale, principio che va elaborato e su cui stiamo lavorando».

Accanto alla campagna di controllo sui sacchi viola, Coinger ha deciso di **chiedere agli utenti la loro opinione** e i problemi eventualmente riscontrati nella gestione dei rifiuti: il questionario è stato inviato per lettera a tutti gli utenti in questi giorni.