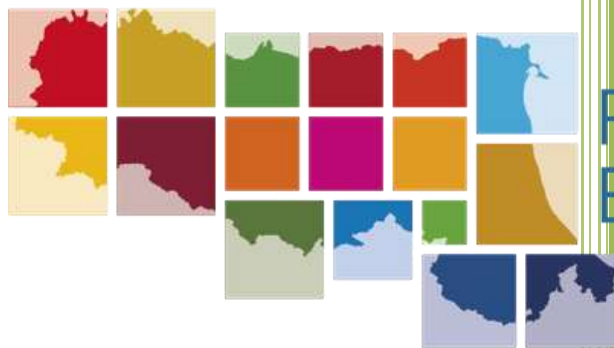


2022

Cabina di Regia Strategia Plastic-freeER: Report
gruppo di lavoro Informazione-Formazione

#Plastic-freeER



Regione
Emilia-Romagna
2030

Cabina di Regia #PlasticFreeER

Gruppo di lavoro “orizzontale” Informazione-Formazione

Hanno collaborato al presente documento i componenti del ‘Gruppo di lavoro informazione e formazione’ istituito dalla cabina di regia #Plastic-freeER della Regione Emilia-Romagna:

Paola Angelini, Paolo Azzurro, Elena Bosi, Giada Faccio, Paola Fagioli, Chiara Lodi, Antonio Kaulard, Francesco Malucelli, Gabriele Marzano, Davide Medici, Rebecca Orelli, Alessandro Rossi, Monica Soracase, Paolo Tamburini (coordinatore).



Sommario

Prima Parte: introduzione

1. Executive Summary3
2. Lo scenario di riferimento.....3
3. Il contesto e il fabbisogno comunicativo e formativo4
4. Obiettivi generali della strategia regionale10

Seconda Parte: comunicazione

5. I target della comunicazione13
6. Strategie e metodologie13
7. Obiettivi specifici della comunicazione, prodotti e realizzazioni14
8. Budget21
9. Monitoraggio e valutazione del Piano22

Terza Parte: Formazione

10. I target24
11. Strategie.....25
12. Obiettivi specifici della formazione, prodotti e realizzazioni.....27

Allegati

PRIMA PARTE: INTRODUZIONE

1. Executive Summary

Questo documento definisce il significato e l'organizzazione, le metodologie e gli strumenti, delle azioni comunicative e formative a supporto della strategia Plastic-freeER della Regione Emilia-Romagna avendo a riferimento un quadro europeo e internazionale. Richiama i riferimenti normativi e programmatici delle policy di sostenibilità, analizza i fabbisogni informativi e formativi e le competenze necessarie, i comportamenti sociali e i sistemi di gestione che è necessario implementare. Traduce gli obiettivi generali in obiettivi di comunicazione e di formazione e individua in modo mirato le azioni e gli strumenti idonei a raggiungerli e valutarne i risultati. Un documento commissionato dalla cabina di regia Plastic-freeER al suo 'Gruppo di lavoro informazione e formazione' e che sarà validato dalla stessa per offrirlo alla Giunta regionale che prenderà le decisioni necessarie alla sua realizzazione.

2. Lo scenario di riferimento

2.1 Elementi di interesse presenti in programmi regionali:

In questo primo paragrafo il riferimento agli elementi di interesse presenti nei programmi regionali; i riferimenti al quadro europeo e internazionale saranno invece di volta in volta richiamati nella trattazione dei paragrafi successivi.

Programma Presidenza Giunta

Il Programma di mandato della Giunta regionale 2020-2025 nella Sezione "Economia circolare" prevede tra le altre le azioni il nuovo Piano regionale dei rifiuti 2021-2026 e la strategia plastic-free fondata sulle 5 R: riconvertire, ridurre, ripulire, da rifiuto a risorsa.

Legge regionale n. 16 del 2015, art. 3 comma 5

La Regione, nell'ambito delle politiche della promozione degli acquisti verdi promuove l'acquisto e l'utilizzo di materiali riutilizzabili nei servizi di refezione pubblica.

Il DEFR 2021

Il Documento di economia e finanza regionale (DGR 788 del 29/06/2020 a pag. 331 e seguenti) indica l'obiettivo della promozione dell'economia circolare e definisce le strategie per la riduzione dei rifiuti e degli sprechi.

La strategia regionale 2030

Il Piano di sviluppo sostenibile ambientale, economico e sociale della Regione E-R in corso di redazione

La strategia plastic free regionale

La strategia regionale per la riduzione dell'incidenza delle plastiche sull'ambiente (approvata con DGR 2000 del 11/11/2019).

Vedi Allegato 1 (scheda plastica Annuario Arpae 2019)

Vedi Allegato 2 (Estratto presentazione Prof. Bellini Unibo)

2.2 Governance e attività della Cabina di regia plastic free e sistema di relazioni

La **Cabina di regia**, istituita dalla Regione Emilia-Romagna, è il cuore della strategia ‘plastic free’, approvata con DGR 2000 del 11/11/2019. Ha il compito di individuare modalità e tempistiche per l’attuazione delle azioni, ponendo particolare attenzione alle condizioni di accettabilità sociale ed alle ricadute economico occupazionali, ed effettuando un’analisi tecnico-economica del quadro di riferimento corredata della valutazione dei possibili impatti attesi. Suo obiettivo principale è supportare lo sviluppo della strategia regionale attraverso il raccordo e la collaborazione con gli altri enti coinvolti nelle misure e/o di altri settori regionali, coinvolgendo i rappresentanti dei settori economici, del mondo della ricerca e delle associazioni ambientaliste. La Cabina di regia sviluppa i campi di azione indicati nel successivo 3.1

Vedi **Allegato 3** (sistema di relazioni)

Soggetto	Natura	Livello istituzionale	Ruolo nel sistema	Tipologia di relazione	Modalità e tempi di relazione
Denominazione	Politica / organizzativa / ...	Pubblico (europeo / nazionale / regionale) / privato	Committente / stakeholder / shareholder,,, rispetto all'attività...	Formali / non formali	Scambio di informazioni / comitati / riunioni periodiche / incontri dirigenti ... - periodici / saltuari / su richiesta...

2.3 Enti, organizzazioni rappresentate nella Cabina di regia plastic free

- Regione e Agenzie ed enti in house
- Anci E-R
- Università ed enti di ricerca
- Associazioni di Imprese diverse filiere
- Ass. Consumatori e Ambiente
- Ausl – Sistema Sanitario regionale

3. Il contesto e il fabbisogno comunicativo e formativo

3.1 Concetti chiave

I bisogni comunicativi/formativi possono essere declinati in termini di consapevolezza da acquisire. Di seguito vengono sinteticamente indicati gli “elementi di consapevolezza” imprescindibili che dovrebbero guidare sia l’azione comunicativa che formativa:

- **La sostenibilità è una sfida complessa:** le sfide ambientali che si prospettano nel prossimo, immediato futuro, sono varie e interconnesse con danni potenzialmente irreversibili. Crisi

climatica, perdita di biodiversità, deforestazione, acidificazione degli oceani, inquinamento chimico - incluso l'inquinamento legato alla dispersione delle plastiche nell'ambiente: la ricerca di soluzioni per la mitigazione degli impatti delle attività umane sull'ambiente naturale non può prescindere da un'attenta analisi degli impatti delle possibili alternative sulle diverse "componenti ambientali". Un approccio semplificato, che non tenga conto della complessità e della molteplicità delle sfide ambientali che abbiamo di fronte, rischia di spostare gli impatti ambientali da un comparto ad un altro o da uno stadio della filiera ad un altro, privando di senso un termine, "sostenibilità", troppo spesso abusato. Il Principio europeo DNSH (Do Not Substantial Harm) ovvero il principio secondo il quale un'attività, per essere sostenibile, non deve arrecare un danno significativo all'ambiente, diventa imprescindibile nell'azione comunicativa e formativa per aiutare a **comprendere e imparare a gestire la complessità**.

- **La transizione ecologica ha bisogno tutti:** . È quanto mai necessario favorire e agevolare una maggiore percezione e consapevolezza dell'entità del cambiamento richiesto e dei ruoli che i diversi attori (istituzioni, imprese, cittadini) possono giocare per favorire e accelerare la transizione. I comportamenti individuali (cittadini) nelle scelte di acquisto e di consumo e nella corretta gestione dei rifiuti possono contribuire al processo di transizione ma è necessario intervenire a monte, ripensando non solo i prodotti ma anche i modelli di business (imprese), all'interno di un quadro di regole (istituzioni) che favorisca la diffusione e il consolidamento dei modelli di produzione e consumo compatibili con le sfide ambientali che abbiamo di fronte. **La raccolta differenziata non basta** Il miglioramento della raccolta differenziata dal punto di vista quantitativo e qualitativo e l'innovazione tecnologica nei processi di trattamento, selezione, recupero e riciclo dei rifiuti sono condizioni **necessarie ma non sufficienti** per evitare di superare quei **limiti ecosistemici** che garantiscono la stabilità della biosfera. Il Rapporto IPCC 2021, a 50 anni dal rapporto del Club di Roma "*The Limits to Growth*", ben rappresenta il concetto di *limite* e gli scenari che si aprono se decidessimo di proseguire oltre, incuranti delle conseguenze.
- **Eliminare, ridurre, riutilizzare:** È necessario, in primo luogo, ridurre drasticamente la produzione di rifiuti e il consumo di risorse evitando di spostare gli impatti da un comparto ambientale ad un altro o da uno stadio della filiera ad un altro. I risultati dello studio dell'UNEP¹ (Programma ambientale delle nazioni unite) condotto a partire da un'ampia review degli studi LCA presenti nella letteratura scientifica internazionale, restituiscono un messaggio chiaro e imprescindibile per l'azione comunicativa e formativa da avviare sul territorio regionale: i modelli del riuso, se correttamente configurati, permettono di conseguire benefici ambientali di gran lunga superiori al monouso, a prescindere dal materiale utilizzato.
- **Il problema è l'usa e getta non la plastica in sé:** preso atto che gli imballaggi in plastica sono un prezioso strumento per preservare e mantenere integri i prodotti, specie nelle filiere "lunghe", contribuendo, in taluni casi, alla riduzione dello spreco alimentare, allo stesso tempo si rileva la necessità di contrastare gli impatti ambientali negativi dell'utilizzo delle plastiche e di altri materiali in applicazioni monouso e l'utilizzo di imballaggi eccessivi o non necessari. Si ravvisa la possibilità di intervenire sul piano della comunicazione e delle formazioni promuovendo modelli di business e stili di consumo in linea con la gerarchia europea dei rifiuti, che, ovunque possibile, riducano a monte l'utilizzo di prodotti/imballaggi inutili o non necessari

¹ <https://www.lifecycleinitiative.org/activities/key-programme-areas/technical-policy-advice/single-use-plastic-products-studies/>

e promuovano alternative ai prodotti monouso basate sull'utilizzo di prodotti durevoli e riutilizzabili.

- **Raccolta differenziata non significa riciclo:** molte tipologie di imballaggi in plastica (inclusi piatti, bicchieri e contenitori per la somministrazione e l'asporto di alimenti), anche se conferibili in raccolta differenziata, non vengono selezionate ai fini dell'avvio a riciclo.
- **Biodegradabile/rinnovabile non significa sostenibile:** L'aggettivo "biodegradabile", da solo, non identifica in alcun modo la capacità di un materiale/prodotto di degradarsi completamente né all'interno di processi industriali di compostaggio, né tantomeno se lasciato/abbandonato/disperso nell'ambiente naturale (es. suolo, mare). Le materie prime utilizzate per la produzione degli articoli monouso in plastica biodegradabile e compostabile comunemente presenti sul mercato derivano inoltre dalla trasformazione degli amidi presenti in colture destinabili all'alimentazione umana e animale come mais, barbabietola e canna da zucchero. **Il suolo agricolo tuttavia è una risorsa scarsa**, ridotto anche a causa di politiche insediative eccessivamente espansive, già sovrasfruttato per la produzione di alimenti, allevamento di bestiame, colture energetiche (destinate alla produzione di biocarburanti/biocombustibili), produzione di legname etc. Sul [sito di ISPRA](#) si legge "L'utilizzo economico delle biomasse ("bioeconomia") è in aumento per via dello sfruttamento o della coltivazione, oltre che per gli scopi tradizionali, anche come materie prime alternative a quelle fossili e minerali. Ciò può portare a concorrenza nell'uso di suolo e acqua nonché ad aumenti della perdita di biodiversità, dei prezzi e dell'insicurezza alimentare, come già avvenuto nel recente passato".
- **Il miglior rifiuto è quello che non viene prodotto²:** Tutti i materiali hanno una filiera alle spalle con impatti ambientali sia in termini di consumo di risorse naturali che di emissioni/scarichi/rifiuti. La raccolta differenziata e il riciclo non sono sufficienti a compensare tali impatti. .

3.2 Per una comunicazione plastic free rigorosa, coerente ed efficace

Formazione, informazione, comunicazione e partecipazione sono elementi imprescindibili di qualsiasi strategia che abbia l'ambizione di produrre cambiamenti significativi nelle abitudini di consumo e nei modelli di business. Non fa eccezione la strategia plasticfree-ER della Regione Emilia-Romagna, che si propone di ridurre, e dove possibile eliminare, l'utilizzo della plastica usa e getta e i relativi impatti sull'ambiente su tutto il territorio regionale.

Ai fini della definizione dei possibili strumenti, target e contenuti delle attività di formazione, informazione e comunicazione che possono contribuire al raggiungimento degli obiettivi della strategia regionale, è necessario definire più chiaramente gli obiettivi da perseguire e la "vision" alla base degli stessi. Qual è l'orizzonte verso quale tendere? Come si configura un'economia circolare della plastica? Quali sono le sue determinanti?

Fortunatamente, la strategia regionale non è un'iniziativa "isolata" e statica. **La riduzione degli impatti ambientali legati alla diffusione delle plastiche in applicazioni monouso è un obiettivo condiviso a livello Europeo**, e oggetto di forte attenzione a livello internazionale. Sul tema, si è sviluppata e

² La gerarchia sulla gestione dei rifiuti, che prevede al primo posto la prevenzione come illustrato dalla celebre "piramide rovesciata di Lansik", era già stata introdotta nel 1975 dalla Direttiva Quadro sui rifiuti: Direttiva 75/442/CEE del Consiglio, del 15 luglio 1975, relativa ai rifiuti <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A31975L0442>

continua a svilupparsi un'ampia letteratura e un'importante azione di regolazione e indirizzo a livello comunitario, la cui analisi fornisce le risposte alle domande sopra evidenziate.

Dall'analisi di tale quadro, condotta dal gruppo 'policy' della Cabina di Regia (se veda nel merito il documento "Plastica: norme e policy di riferimento"), emerge con chiarezza l'attenzione posta dal legislatore comunitario al **tema della prevenzione e del riutilizzo**, in coerenza con la gerarchia dei rifiuti di cui all'art. 4 della Direttiva 98/2008 e in linea con l'obiettivo di fondo alla base del "nuovo" paradigma dell'economia circolare: **la riduzione del consumo complessivo di risorse naturali**.

Nello specifico degli imballaggi e degli articoli monouso in plastica, il documento evidenzia come "la Direttiva 904/2019 (la cd. Direttiva SUP)³, nonché la Direttiva 94/62/CE come modificata dalla Dir. 852/2018⁴ nonché il Piano di Azione per l'Economia Circolare⁵ chiariscono inequivocabilmente quali sono gli obiettivi primari da perseguire, richiamando l'attenzione sulla **necessità di una drastica riduzione dei rifiuti e del consumo di risorse naturali** associato al ciclo di vita dei relativi prodotti, e sulla **promozione di sistemi basati sull'impiego di prodotti riutilizzabili**".

Nello specifico delle misure per contrastare la diffusione di prodotti in plastica monouso è opportuno richiamare quanto riportato in particolare nel Considerando 2 della Direttiva SUP, il quale recita "*La presente direttiva promuove **approcci circolari che privilegiano prodotti e sistemi riutilizzabili sostenibili e non tossici, piuttosto che prodotti monouso**, con l'obiettivo primario di ridurre la quantità di rifiuti prodotti. Tale tipo di prevenzione dei rifiuti è in cima alla gerarchia dei rifiuti di cui alla direttiva 2008/98/CE del Parlamento europeo e del Consiglio [...]*".

Va inoltre ricordato, ai fini di una corretta formazione/informazione sulle implicazioni della Direttiva SUP per imprese e cittadini, che la stessa **non esclude** dal suo campo di applicazione i prodotti in plastica monouso biodegradabili e compostabili né i prodotti monouso in cellulosa laminata in plastica. Le restrizioni e le ulteriori regole/target presenti nella Direttiva si applicano cioè, secondo il legislatore europeo, sia alle plastiche tradizionali che alle plastiche realizzate interamente o parzialmente da biomasse e ai prodotti che "contengono plastica", indipendentemente dal fatto che siano o meno biodegradabili e compostabili.

In coerenza con il quadro delineato a livello comunitario e con il framework sviluppato a livello internazionale dalla Ellen MacArthur Foundation⁶, l'azione comunicativa/formativa legata alla strategia regionale, ferme restando le azioni previste al suo interno, dovrebbe darsi quindi un chiaro **obiettivo**: quello di **favorire, promuovere e stimolare l'adozione di modelli, comportamenti e prassi operative in linea con una precisa gerarchia che affermi il primato delle azioni di prevenzione (eliminazione, riduzione, riutilizzo) rispetto a quelle volte alla sostituzione dei prodotti in plastica monouso con altri prodotti monouso, a prescindere dal materiale utilizzato**.

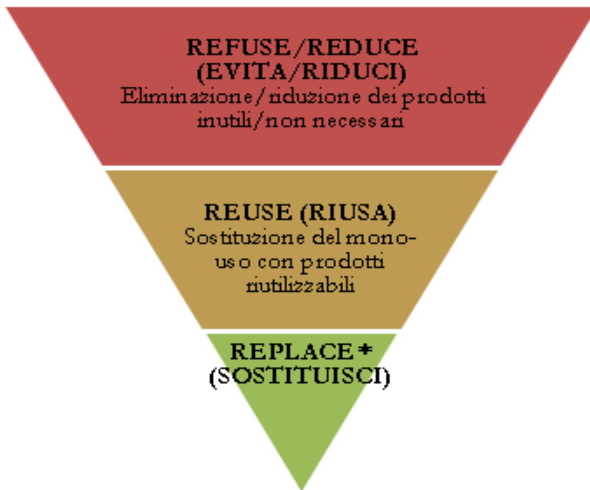
³ Direttiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 5 giugno 2019 sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0904>

⁴ Direttiva (UE) 2018/852 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, che modifica la direttiva 94/62/CE sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A32018L0852>

⁵ COM(2020) 98 final – Comunicazione della Commissione al parlamento Europeo, al Consigli, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni - Un nuovo piano d'azione per l'economia circolare - Per un'Europa più pulita e più competitiva - <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0098>

⁶ <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/plastics/overview>

UNA GERARCHIA PER LE MISURE “PLASTIC-FREE”



***REPLACE (SOSTITUISCI):** la sostituzione del monouso in plastica tradizionale con prodotti monouso alternativi dovrebbe essere limitata ai casi in cui sia impossibile (ad es. per motivi di carattere igienico-sanitario) scegliere le prime due opzioni e **qualora la sostituzione comporti benefici**

ambientali complessivi superiori in un’ottica di ciclo di vita.

3.3 Bisogni comunicativi e formativi

Cittadini/Consumatori/Scuole

- Comprensione e condivisione di alcuni concetti basilari quali quelli sopra enunciati.
- Perché è importante ridurre il consumo dei prodotti in plastica monouso?
- Perché la sostituzione dei prodotti in plastica monouso con alternative monouso non è la soluzione?
- Cos’è il Greenwashing? Come si configura nel settore delle plastiche?
- Perché è importante promuovere la diffusione di alternative riutilizzabili?
- Il monouso è più sicuro (dal punto di vista igienico/sanitario) del riutilizzabile?
- Perché la raccolta differenziata non basta a rendere sostenibile la filiera?
- Cosa si fa a livello nazionale e in Regione Emilia-Romagna per ridurre la diffusione dei prodotti monouso e i relativi impatti sull’ambiente?
- Cosa potrebbero fare le imprese?
- Cosa possono fare i cittadini/consumatori?
- Quali sono le attività economiche impegnate nella riduzione del monouso (a prescindere dal materiale) sul territorio?

Pubblica amministrazione

- Comprensione e condivisione di alcuni concetti basilari quali quelli sopra enunciati.
- Qual è la vision europea sulla “transizione ecologica/economia circolare”?

- Quali gli obiettivi/target previsti/in discussione e quali le ricadute sulla filiera della plastica?
- Perché è necessario un cambio di paradigma? Quali sono i rischi? Qual è l'attuale "traiettoria"?
- Qual è il paradigma da cambiare? E come si configura il nuovo modello?
- Cosa si fa a livello nazionale e in Regione Emilia-Romagna per ridurre la diffusione dei prodotti monouso e i relativi impatti sull'ambiente?
- Come costruire una strategia locale coerente ed efficace che promuova i modelli della prevenzione e del riuso? e in particolare:
 - ✓ Quali misure è possibile adottare per ridurre la dipendenza dal monouso negli ambiti di diretta competenza della pubblica amministrazione (uffici comunali, altre sedi di proprietà o di diretta competenza dell'amministrazione comunale – es. polizia municipale, sale conferenze, centri civici, biblioteche, impianti sportivi pubblici - , società ed enti partecipati o controllati dal Comune, manifestazioni, convegni, eventi pubblici organizzati presso strutture comunali, scuole comunali, incluso il servizio di ristorazione scolastica, strutture socio-sanitarie e assistenziali di competenza comunale, alloggi di edilizia residenziale pubblica)
 - ✓ Quali misure è possibile adottare per coinvolgere imprese, cittadini e associazioni verso il comune obiettivo di ridurre l'utilizzo di prodotti monouso?
- Quali sono i modelli della prevenzione e del riuso applicabili nei settori tradizionalmente dipendenti dal monouso?
- Quali iniziative prendere come riferimento/ispirazione?
- Quali limiti e quali le opportunità legate all'emergenza COVID per la diffusione di sistemi basati sull'utilizzo di prodotti riutilizzabili?

Imprese

- Comprensione e condivisione di alcuni concetti basilari quali quelli sopra enunciati.
- Qual è la vision europea sulla "transizione ecologica/economia circolare"?
- Quali gli obiettivi/target previsti/in discussione e quali le ricadute sulla filiera della plastica?
- Perché è necessario un cambio di paradigma? Quali sono i rischi? Qual è l'attuale "traiettoria"?
- Qual è il paradigma da cambiare? E come si configura il nuovo paradigma per la filiera della plastica?
- Cosa si sta facendo a livello nazionale e in Regione Emilia-Romagna per ridurre la diffusione dei prodotti monouso e i relativi impatti sull'ambiente?
- Quali sono i possibili approcci/soluzioni/modelli applicabili per ridurre la produzione di rifiuti da prodotti in plastica monouso e, più in generale, per migliorare la "circularità" della filiera della plastica?
- Vincoli e opportunità economiche e occupazionali legate alla riconversione produttiva dal monouso al riutilizzabile;
- Eliminare gli imballaggi inutili o non necessari attraverso l'innovazione: quali strumenti, tecnologie, esperienze?
- Dal monouso ai modelli del riuso: quali strumenti, tecnologie, esperienze?
- Migliorare la progettazione degli imballaggi ai fini del riuso e del riciclo: quali strumenti?

Pro loco

- Comprensione e condivisione di alcuni concetti basilari quali quelli sopra enunciati.
- Come costruire eventi senza monouso?
- Come comunicare correttamente le iniziative “plastic-free” /”monouso-free”?

Terzo Settore

- Comprensione e condivisione di alcuni concetti basilari quali quelli sopra enunciati.
- Come costruire eventi senza monouso?
- Come comunicare correttamente le iniziative “plastic-free” /”monouso-free”??

4. Obiettivi generali della strategia regionale

4.1 Obiettivi generali strategia regionale

La strategia regionale indica in sintesi i seguenti punti:

- informare i target di riferimento dei vantaggi e praticabilità della progressiva sostituzione dei prodotti in plastica monouso e delle bottiglie di plastica nelle sedi delle amministrazioni locali, degli enti, società e organizzazioni a questi collegati e per gli organizzatori esterni di eventi ospitati nelle sedi delle amministrazioni locali;
- sensibilizzare i collaboratori delle amministrazioni locali a utilizzare propri contenitori per consumare bevande calde e fredde, compatibilmente con quanto previsto dalla normativa sull’igiene e la sicurezza degli alimenti, e a mettere in atto comportamenti in grado di ridurre la dispersione della plastica nell’ambiente;
- stimolare e incentivare la progressiva sostituzione di beni di consumo e strumentali monouso con alternative riutilizzabili da parte di soggetti ed organizzazioni privati;
- accrescere la consapevolezza dei cittadini sugli effetti derivanti dalla dispersione o dalla gestione impropria dei rifiuti che derivano dall’utilizzo dei prodotti in plastica monouso così da favorire l’adozione di comportamenti più responsabili impiegando soluzioni alternative.

In specifico, gli obiettivi operativi della strategia plastic-freeER sono:

1. Avvalersi di una cabina di regia per l’analisi integrata di policy, modalità di attuazione e monitoraggio;
2. Promuovere la progressiva sostituzione dei prodotti in plastica monouso di cui alla parte B) dell’Allegato della Direttiva (UE) 2019/904 e delle bottiglie di plastica nelle sedi dell’Amministrazione regionale, delle Agenzie regionali e delle società *in house* della Regione; in particolare, la Regione intende:
 - a) ridurre progressivamente l’utilizzo e la distribuzione di bottiglie e stoviglie in plastica monouso come cucchiaini e palette, dai distributori di bevande;
 - b) promuovere, nei confronti dei dipendenti, l’utilizzo dei propri contenitori per il consumo di bevande calde e fredde, compatibilmente con quanto previsto dalla normativa sull’igiene e la sicurezza degli alimenti;
 - c) ridurre progressivamente l’utilizzo dei prodotti in plastica monouso eventualmente utilizzati durante gli eventi e/o riunioni che si svolgono all’interno delle sedi regionali, anche qualora organizzati da soggetti esterni all’ente che si avvalgono di servizi di catering;

- d) predisporre materiali informativi per favorire il corretto conferimento dei rifiuti nei contenitori per la raccolta differenziata in prossimità dei punti ristoro, se presenti;
 - e) promuovere azioni di sensibilizzazione tra i dipendenti in relazione ai comportamenti in grado di ridurre la dispersione della plastica nell'ambiente.
3. Concessione del patrocinio e dell'uso del logo solo ad eventi pubblici che dichiarino di non utilizzare i prodotti in plastica monouso;
 4. Promozione della sostituzione di stoviglie in plastica monouso nella ristorazione collettiva (ospedali, mense scolastiche, mense aziendali);
 5. Adozione di provvedimenti per ridurre la somministrazione di alimenti in stoviglie/contenitori di plastica monouso sulle spiagge, all'interno delle aree protette della Regione, nonché durante lo svolgimento di feste, manifestazioni pubbliche e sagre organizzate da soggetti pubblici o privati qualora assistiti da contributo pubblico. Nello specifico degli stabilimenti balneari, la definizione delle modalità con cui ridurre progressivamente l'utilizzo della plastica monouso per la somministrazione di cibi e bevande è demandata all'Ordinanza balneare regionale definita dall'Assessorato al Turismo e Commercio e di prossima emanazione;
 6. Promozione di eventi sportivi sostenibili senza plastica monouso;
 7. Favorire la diffusione, nel settore del commercio al dettaglio, di modelli basati sulla vendita di prodotti sfusi e sul vuoto a rendere;
 8. Iniziative di educazione dei cittadini attraverso i centri di educazione alla sostenibilità della rete regionale RES;
 9. Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente marino;
 10. Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica in ambito fluviale;
 11. Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica negli spazi pubblici;
 12. Incentivi del Fondo d'Ambito: La linea LFB3 del Fondo d'Ambito di cui all'art. 4 della Legge Regionale 16/2015 dovrà essere destinata anche ad azioni di prevenzione che prevedano la sostituzione dei prodotti in plastica monouso e/o la riduzione di imballaggi in plastica monouso;
 13. Finanziamenti del Piano d'azione Ambientale per iniziative di contrasto alla plastica monouso;
 14. Azioni e contributi alle imprese e ai laboratori di ricerca che intendono sviluppare progetti di ricerca e di sviluppo sperimentale per tecnologie sostenibili e plastic free;
 15. Monitoraggio delle azioni di riduzione dei rifiuti plastici attraverso il "Portale della prevenzione" istituito sul sito web della Regione.

La strategia e le azioni di formazione/informazione da mettere in campo per sostenere la concreta e coerente attuazione di tali misure dovrà necessariamente tener conto di quanto detto nei paragrafi precedenti e in quelli successivi, promuovendo ovunque possibile la diffusione di comportamenti, prassi operative e modelli di business in linea con la richiamata gerarchia che dà **priorità ai modelli della prevenzione e del riuso** illustrati nel documento elaborato dal gruppo di lavoro "Tecnologie" della cabina di regia, rispetto a quelli che prevedono il mantenimento del modello "usa e getta".

4.2 Aggiornamento degli obiettivi della strategia regionale in coerenza con le direttive UE e le elaborazioni dei Gdl della Cabina di regia Plastic free-ER

Nel seguito vengono delineati gli obiettivi e i concetti generali alla base dell'azione formativa/comunicativa in modo tale da garantire la necessaria coerenza delle azioni previste dalla strategia regionale e delle relative azioni di formazione/comunicazione con la gerarchia "plastic-free" richiamata al par. 2.2:

a) Promozione della gerarchia "plastic-free"

Favorire, promuovere e stimolare l'adozione di comportamenti e prassi operative in linea con una precisa gerarchia che affermi il primato delle azioni di prevenzione rispetto a quelle volte alla

sostituzione dei prodotti in plastica monouso con altri prodotti monouso, ferma restando l'esigenza di garantire le misure necessarie per salvaguardare la salute di operatori e consumatori.

b) Il problema è l'usa e getta non la plastica

Promuovere, nei confronti di tutti i principali target di cui al par.5, la consapevolezza che il problema principale è l'usa e getta e non la plastica in sé.

c) Contenitori riutilizzabili e prassi igieniche

Al fine di favorire la diffusione dei modelli del riuso con particolare riferimento alle applicazioni relative ai contenitori per alimenti e bevande a contatto con alimenti, è necessario definire e promuovere la conoscenza delle prassi igieniche per il corretto utilizzo di prodotti riutilizzabili e contrastare la generale percezione che il monouso sia più sicuro (dal punto di vista igienico-sanitario) del riutilizzabile.

d) Promuovere nuovi modelli di business

Favorire, promuovere e stimolare la nascita e il consolidamento di nuovi modelli di business basati sull'utilizzo di prodotti riutilizzabili (es. prodotti ricaricabili, vuoto a rendere su cauzione, prodotto come servizio etc...) nei settori tradizionalmente legati all'impiego di prodotti monouso in plastica, con particolare riguardo ai seguenti ambiti:

- Ristorazione/somministrazione di alimenti e bevande per il consumo sul posto e da asporto;
- Strutture ricettive turistiche (alberghi, B&B, stabilimenti balneari, case vacanze etc.);
- Commercio al dettaglio;
- Eventi;

prevedendo iniziative in collaborazione con le associazioni delle imprese che possano diventare dei modelli di riferimento per una loro rapida diffusione, anche grazie ad appropriati incentivi economici.

e) Promuovere il modello BYOC (Bring your own container)

Promuovere la diffusione del modello "BYOC – Bring your own container" (porta il tuo contenitore) ovvero l'utilizzo da parte dei consumatori, dei propri contenitori portati da casa per l'acquisto di alimenti e bevande presso i punti vendita della distribuzione commerciale e negli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

f) Littering

Accrescere la consapevolezza dei cittadini sugli effetti derivanti dalla dispersione o dalla gestione impropria dei rifiuti che derivano dall'utilizzo dei prodotti in plastica monouso, incluse le plastiche biodegradabili e compostabili, così da favorire l'adozione di comportamenti più responsabili.

SECONDA PARTE: COMUNICAZIONE

5. I target della comunicazione

I target dell'azione di comunicazione a supporto della strategia plastic free, ovvero le specifiche popolazioni da coinvolgere con azioni comunicative, e i relativi sottoinsiemi di riferimento, sono i seguenti:

- Amministrazioni pubbliche
- Imprese
- Consumatori
- Scuola
- Enti del terzo settore

6. Strategie e metodologie

Gli approcci e le scelte di fondo dell'azione comunicativa della strategia plastic free.

6.1 Tipologie e metodologie di comunicazione

Le scelte da operare nel piano di comunicazione plastic free dal punto di vista dei tipi di azioni comunicative privilegiati e degli oggetti cui essi sono finalizzati sono di seguito indicate. Nel piano di comunicazione plastic free le tipologie di azioni comunicative sono 4 e corrispondono anche al tipo di relazione che si intende istituire con i propri target, dalla semplice ricezione passiva alla relazione attiva):

- **Informare** (possibili oggetti: la *mission* istituzionale della strategia plastic free; le opportunità per PA, cittadini e imprese, ecc.);
- **Sensibilizzare** (possibili scopi: “preparare il terreno a...”; evidenziare la positività di un obiettivo, ad es. “Perché sostituire il monouso con alternative riutilizzabili?”, “Perché fare la raccolta differenziata degli imballaggi in plastica?”)
- **Coinvolgere** (con finalità educativa, partecipativa, di cambiamento di comportamenti, ecc.);
- **Formare** (con finalità formativa, promozione di conoscenze e competenze).

6.2 Sinergie e reti

Le alleanze, le partnership, le sponsorizzazioni interistituzionali, pubblico-privato, con soggetti profit e non profit che la Cabina di regia Plastic-freeER intende creare e valorizzare per la sua azione comunicativa sono quelle rappresentate nel paragrafo 1.4 e nell'Allegato 3 ‘sistema di relazioni’ Plastic-freeER.

6.3 Linguaggi e stili

Compito di questo documento è conseguentemente indicare **le scelte prioritarie rispetto a linguaggio e stili** che si intendono privilegiare (anche se in modo non necessariamente esclusivo) nella azione comunicativa, in coerenza con le analisi e obiettivi sopra indicati. Ecco alcune delle possibili alternative che potrebbero essere sviluppate:

- **Semplice / appropriato / funzionale / emozionale / tecnico razionale / giuridico amministrativo**
- **Diretto / indiretto**

- **Differenziato / indifferenziato**
- **Autorevole / amichevole**

6.4 Convergenza di canali e strumenti

Grazie alla collaborazione tra le organizzazioni pubbliche e private che fanno parte della cabina di regia della Strategia #PlasticFreeER è possibile attivare sinergie e valorizzare prodotti e iniziative di comunicazione e partecipazione. Occorre dunque perseguire scelte di razionalizzazione degli strumenti per contenere la spesa, nel corso della realizzazione del Piano di comunicazione, mettendo in gioco i prodotti comunicativi realizzati dai partner e le piattaforme già disponibili.

7. Obiettivi specifici della comunicazione, prodotti e realizzazioni

La necessità è quella di progettare e pianificare la comunicazione declinando gli obiettivi della strategia in corrispondenti obiettivi di comunicazione e relative azioni e strumenti secondo un sistema integrato e di immagine coordinata sviluppato da una rete multistakeholder.

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di comunicazione	Azioni e strumenti di comunicazione
Creare un clima favorevole alle azioni pratiche con una campagna ombrello di sensibilizzazione e informazione	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicare il “senso” della strategia #Plastic-freeER 	<ul style="list-style-type: none"> • Logo • Manifesto/locandina • Video promozionale • Campagna social • Segnalibri/decalogo da diffondere attraverso la rete delle biblioteche
Progressiva sostituzione dei prodotti in plastica monouso e delle bottiglie di plastica nelle sedi dell’Amministrazione regionale, delle Agenzie regionali e delle società in house della Regione (vedi in dettaglio 3.1)	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento dirigenti e personale degli uffici acquisti degli enti • Coinvolgimento del personale dipendente e dei visitatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure digitale • Video pillole • Sezione intranet aziendale dedicata ai comportamenti virtuosi • Decalogo • Logo • Azioni di <i>ambient e guerrilla marketing</i> (post-it con i consigli del decalogo) da affiggere nei luoghi dove i comportamenti virtuosi/viziosi sono più probabili) • Diffusione di un Vademecum digitale con suggerimenti ed esempi di buone pratiche

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di comunicazione	Azioni e strumenti di comunicazione
		<ul style="list-style-type: none"> • Azioni di marketing sociale, attraverso le intranet aziendali, rivolte ai dipendenti degli enti
<p>Promozione della sostituzione di stoviglie in plastica monouso nella ristorazione collettiva (ospedali, mense scolastiche, mense aziendali)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione di capitolati di gara per l'affidamento dei servizi di ristorazione collettiva nei quali sia previsto l'utilizzo di stoviglie riutilizzabili in alternativa al monouso 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure digitale • Video pillole • Sezione intranet aziendale dedicata ai comportamenti virtuosi • Patrocinio / Logo • Newsletter • Comunicazioni mirate rivolte ad Intercent-ER ed altre centrali degli acquisti • Comunicazioni mirate a gestori della ristorazione collettiva e agli utenti delle mense
<p>Adozione di provvedimenti per ridurre la somministrazione di alimenti in stoviglie/contenitori di plastica monouso sulle spiagge, all'interno delle aree protette della Regione, nonché durante lo svolgimento di feste, manifestazioni pubbliche e sagre organizzate da soggetti pubblici o privati</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusione ai gestori di impianti e di eventi ed ai consumatori, di Regolamenti approvati dagli enti locali • Diffusione a cittadini e consumatori di Regolamenti approvati dagli enti locali • Sottoporre la concessione del patrocinio all'assunzione di impegni coerenti con la strategia #Plasticfre-ER • Adottare nella co-progettazione di eventi, impegni coerenti con la strategia #Plastic-freeER 	<ul style="list-style-type: none"> • Circolari applicative • Video pillole • Pagina Facebook • Patrocinio / Logo • Motivo Facebook per post con "marchio di qualità/adesione alla strategia #Plasticfre-ER" • Brochure digitale (con bozza regolamento tipo, altri atti utili a semplificare il lavoro amministrativo)
<p>Promozione di eventi sportivi sostenibili senza plastica monouso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione dei modelli della prevenzione e del riuso negli eventi sportivi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina Facebook

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di comunicazione	Azioni e strumenti di comunicazione
	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusione di buone pratiche già attivate in Regione, Italia, Europa • Concessione del patrocinio e dell'uso del logo solo ad eventi pubblici che non utilizzano i prodotti in plastica monouso 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo Facebook per post con “marchio di qualità/adesione alla strategia #Plastic-freeER” • Videopillole • Testimonial mondo sportivo (vedi esperienza ‘scarpe al centro’) • Vele, roll-up e poster promozionali • Patrocinio / Logo
Implementazione della vendita di prodotti sfusi nel settore del commercio al dettaglio	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere le attività del settore del commercio al dettaglio che hanno adottato modelli basati sulla vendita di prodotti sfusi e sul vuoto a rendere • Comunicazione rivolta alle aziende produttrici del settore incentrata sulle buone pratiche già sperimentate 	<ul style="list-style-type: none"> • Vademecum • Banca dati buone pratiche • Pagina Facebook • Newsletter
Iniziative di educazione dei cittadini attraverso i centri di educazione alla sostenibilità della rete regionale RES	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni dimostrative locali a cura dei Centri educativi in cui coinvolgere scuole, cittadini e i consumatori in esperienze dove toccare con mano gli stili di vita sostenibili 	<ul style="list-style-type: none"> • Moduli ed eventi locali progettati e gestiti dai Ceas, in presenza e in e-learning (vedi progetti esecutivi dei Ceas 2021/22) • Pagina Facebook (ciclo di post) • Motivo Facebook per post con “marchio di qualità/adesione alla strategia #Plastic-freeER”
Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente marino	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione e i risultati delle iniziative di raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente marino 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina Facebook (ciclo di post) • Patrocinio / Logo • Vele, roll up e poster promozionali

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di comunicazione	Azioni e strumenti di comunicazione
		<ul style="list-style-type: none"> • Associarsi ad eventi regionali o locali (Legambiente ‘puliamo il mondo, Proloco, feste sport) • Azioni di ambient e guerrilla marketing (post it /targhe con consigli virtuosi) da affiggere nei luoghi dove si è compiuta la raccolta • Evento di livello regionale – giornata mondiale degli oceani – coinvolgendo Ass. pescatori, bagnini, Ceas, volontariato e scuole, in cui, in simultanea nei principali territori, raccogliere rifiuti plastici nell’ambiente marino
<p>Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica in ambito fluviale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione e i risultati delle iniziative di raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente fluviale 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina Facebook (ciclo di post) • Patrocinio / Logo • Pagina facebook • Vele, roll up e poster promozionali • Associarsi ad eventi regionali o locali (Legambiente ‘puliamo il mondo, Proloco, feste sport) • Azioni di ambient e guerrilla marketing (post it /targhe con consigli virtuosi) da affiggere nei luoghi dove si è compiuta la raccolta • Evento di livello regionale – giornata mondiale degli oceani – coinvolgendo volontariato e scuole, in cui, in simultanea nelle principali città e territori, raccogliere rifiuti plastici nell’ambiente fluviale
<p>Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica negli spazi pubblici</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione e i risultati delle iniziative di raccolta dei rifiuti in plastica negli spazi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina Facebook (ciclo di post) • Patrocinio / Logo

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di comunicazione	Azioni e strumenti di comunicazione
	<p>pubblici. Particolare attenzione andrà posta alla necessità di veicolare un messaggio chiaro che promuova la riduzione della produzione dei rifiuti alla fonte piuttosto che l'aumento del quantitativo di rifiuti raccolti in maniera differenziata.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vele, roll up e poster promozionali • Associarsi ad eventi regionali o locali (Legambiente 'puliamo il mondo, Proloco, feste sport) • Azioni di ambient e guerrilla marketing (post it /targhe con consigli virtuosi) da affiggere nei luoghi dove si è compiuta la raccolta • Eventi locali a cura di Comuni, Ceas, volontariato e scuole, in cui, in simultanea nelle principali città e territori, raccogliere rifiuti plastici nell'ambiente urbano
<p>Incentivi del Fondo d'Ambito - Finanziamenti del Piano d'azione Ambientale. - Azioni e contributi alle imprese e ai laboratori di ricerca che intendono sviluppare progetti di ricerca e di sviluppo sperimentale per tecnologie sostenibili e plastic free</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fare conoscere a imprese e organizzazioni le opportunità di finanziamento per la realizzazione di progetti e iniziative di prevenzione volti alla riduzione dei rifiuti da prodotti in plastica monouso. • Supportare l'ideazione e la realizzazione della sezione del portale regionale sulla prevenzione dedicata al tema dei rifiuti da prodotti in plastica monouso in modo tale da garantire la necessaria coerenza con gli obiettivi generali. • Promuovere le conoscenze delle "best practices" finanziate con risorse del Fondo d'ambito/Piano d'azione ambientale 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web regionale sulla prevenzione • siti web di organizzazioni della Cabina di regia • Newsletter • Banca dati delle "best practices"

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di comunicazione	Azioni e strumenti di comunicazione
Monitoraggio delle azioni di riduzione dei rifiuti plastici	<ul style="list-style-type: none"> • Supportare l'ideazione e la realizzazione della sezione del portale regionale sulla prevenzione dedicata al tema dei rifiuti da prodotti in plastica monouso in modo tale da garantire la necessaria coerenza con gli obiettivi generali di cui al cap. 4 • Favorire la raccolta e la pubblicazione sul portale della prevenzione delle iniziative "plastic-free" avviate sul territorio regionale coerenti con la gerarchia di cui al punto 1 del cap. 4 	<ul style="list-style-type: none"> • "Portale della prevenzione" istituito sul sito web della Regione • Banca dati delle "best practices" • Realizzazione di infografiche e visual data per rendere conto dei benefici apportati (vedi il progetto Arpae 'leggere i dati e farne buon uso')

7.1 Esempi di buone pratiche comunicative.

Chi li ha visti? (Emilia-Romagna)

E' la campagna promossa dalla Regione Emilia-Romagna che ricostruisce il percorso dei rifiuti dopo la raccolta differenziata, divulga i dati sul loro recupero e sensibilizza gli emiliano-romagnoli sul tema della gestione sostenibile dei rifiuti. Il progetto è realizzato con la collaborazione di ARPAE, Enti locali, gestori dei servizi e degli impianti, CONAI e Consorzi di filiera. Un tassello di una più ampia strategia di sostenibilità (Agenda 2030). L'ottava edizione contiene un focus specifico sulla plastica e sulla strategia #Plastic-FreER.

[Chi li ha visti? - 8ª Edizione — Ambiente \(regione.emilia-romagna.it\)](http://regione.emilia-romagna.it)

#wechoosereuse (international)

Campagna di comunicazione/sensibilizzazione per la diffusione di alternative riutilizzabili al monouso promossa dal movimento internazionale "Break Free From Plastic". Singoli cittadini, imprese, NGOs e Comuni possono aderire alla Campagna sottoscrivendo un documento che definisce obiettivi e impegni delle parti.

<https://wechoosereuse.org/>

Reopen with reuse (USA e Canada)

Campagna promossa da Upstream (Organizzazione non governativa con base in USA e Canada), in collaborazione con Oceanic Global, Clean Water Fund, Safer States, Greenpeace, Plastic Pollution Coalition, etc., rivolta agli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande volta a promuovere l'utilizzo



di contenitori e articoli riutilizzabili in alternativa al monouso in fase di riapertura delle attività post-COVID.

<https://docs.google.com/document/d/1SmzaR3U-yL5Rn4VQcdK37ZcR54HT1VUTw8ikoOL7iKY/edit>

Bring your own container (BYOC) Campaign (Singapore)

Campagna promossa da Zero waste Singapore volta a promuovere l'utilizzo da parte dei consumatori dei propri contenitori portati da casa in alternativa al monouso (bottiglie, tazze, bicchieri, contenitori per alimenti, posate, cannucce) per l'acquisto di alimenti e bevande negli "hawker centres", luoghi destinati al consumo ed alla somministrazione di alimenti e bevande in cui operano contemporaneamente più operatori.

<http://www.byosingapore.com/byo-container/>

Porta la sporta (Italia)

Porta la Sporta lanciata nel 2009 dall'associazione comuni virtuosi è stata l'unica iniziativa nazionale che ha coinvolto centinaia di enti locali e migliaia di punti vendita della GDO in diverse iniziative sino al 2014. La campagna ha informato circa gli effetti negativi della plastica sull'ambiente (e del monouso in genere) quando l'argomento non era ancora noto al grande pubblico. Ma soprattutto ha promosso l'uso di contenitori riutilizzabili a partire dalla sporta in tutte le occasioni di acquisto del quotidiano.

<https://comunivirtuosi.org/campagne/porta-la-sporta/>

Rethink plastic (International)

Campagna promossa da Rethink Plastic, alleanza tra le principali NGO europee attive e parte del movimento Break Free From Plastic.

<https://rethinkplasticalliance.eu/campaign/>

Stop plastic pollution (International)

Campagna promossa da Greenpeace International volta a promuovere la diffusione dei prodotti e degli imballaggi riutilizzabili nella prassi operativa delle imprese.

<https://www.greenpeace.org/international/act/lets-end-the-age-of-plastic/>

#Contactlesscoffee (UK)

Campagna promossa da City to Sea volta a promuovere l'utilizzo di tazze riutilizzabili per la somministrazione di bevande in alternative al monouso. Negli esercizi di somministrazione. Particolarmente interessante il video a supporto della campagna che mostra passo passo le modalità operative che consentono ad un esercizio di somministrazione di somministrare bevande nel contenitore portato dall'utente senza alcun contatto.

<https://www.citytosea.org.uk/contactless-coffee/>

Zero Waste Raamsticker (Olanda)

Iniziativa promossa da Zero Waste Netherland finalizzata al coinvolgimento degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande verso l'adozione del modello "BYOC". Gli esercizi aderenti ricevono una vetrofania nella quale campeggia il messaggio "porta con te tranquillamente i tuoi contenitori" da esporre nel locale e vengono inseriti in una mappa on-line accessibile da dispositivo mobile.

<https://zerowastenederland.nl/zero-waste-raamsticker>

Conscious Cup Campaign (Irlanda)

Iniziativa avviata da un gruppo di individui legati al movimento "Zero waste Ireland" volta a promuovere la diffusione del modello "BYOC" per l'acquisto/somministrazione di bevande nei caffè irlandesi. La campagna aderisce all'iniziativa #wechoosereuse promossa da Break Free From Plastic.

<https://consciouscup.ie/>

Responsible Café (Australia)

Iniziativa avviata a partire dal 2013 in Australia dalla ONG "[Responsible Runners](#)". Promuove un sistema di rating dei caffè australiani sulla base di uno schema a punti collegato all'adozione di una serie di comportamenti "virtuosi". La disponibilità di tazze riutilizzabili, la promozione del modello "BYOC" e l'adesione alla rete "refill my bottle" sono tra le principali azioni dello schema.

<https://responsiblecafes.org>

Packbuddy campaign (Bremen, Germany)

La campagna promuove la diffusione del modello "BYOC" per l'acquisto/somministrazione di bevande e alimenti da asporto. Gli esercizi di somministrazione che aderiscono alla campagna espongono una vetrofania per comunicare ai consumatori la loro adesione all'iniziativa e la possibilità per gli stessi di essere "serviti" nei propri contenitori.

<http://packbuddy.de/>

8. Budget

Sarà definito successivamente alla approvazione del Piano da parte di RER

8.1 Obiettivi e azioni

Il budget va articolato per azioni comunicative. Si propone una struttura per "centri di costo", che consenta una successiva riclassificazione complessiva dei costi previsti. Qui sotto si riporta una struttura esemplificativa di foglio di calcolo.

Budget dei costi per azioni														
Azioni	Obiettivo generale di riferimento	Costi per acquisti esterni									Ore/anno per sede dedicate			
		Stampa	Web	Campagne di comunicazione	Fiere, convegni, eventi	Multimedia	Pubblicità istituzionale	Studi, ricerche, progettazione, formazione	Altri costi	Totale per azione	Dirigenti	PO	D	C
										€	-			
										€	-			
										€	-			

8.2 Budget riclassificato per centri di costo

La riclassificazione del budget per centri di costo consente di effettuare valutazioni sulla congruenza dell'investimento (finanziario e in ore/uomo) su specifici strumenti/canali comunicativi in relazione alla natura e al peso strategico degli obiettivi perseguiti.

La tabella sotto riportata esemplifica la riclassificazione per centri di costo, ottenibile in automatico da un foglio di calcolo a partire dai dati della tabella precedente.

Un'ulteriore riclassificazione riferita agli obiettivi generali (per totali o per voci di costo) è ottenibile, ad esempio, attraverso una tabella pivot di excel, anch'essa sotto esemplificata.

Riclassificazione dei costi per centro di costo

Costi per acquisti esterni	€	-
Stampe	€	-
Web	€	-
Campagne di comunicazione	€	-
Fiere, convegni, eventi	€	-
Multimedia	€	-
Pubblicità istituzionale	€	-
Studi, ricerche, progettazione, formazione	€	-
Altri costi	€	-

Ore uomo persone dedicate	0
Dirigenti	0
PO -	0
D	0
C	0

Riclassificazione dei costi per obiettivi generali

Obiettivi generali	Costi totali per acquisti	Ore/uomo dedicate			
		Dirigenti	PO	D	C

9. Monitoraggio e valutazione del Piano

Il monitoraggio e la valutazione del Piano avranno dimensione sia quantitativa che qualitativa. La standardizzazione del piano di monitoraggio ha lo scopo di consentire raffronti.

9.1 Verifica di processo

Lo scopo è verificare se le azioni programmate sono state correttamente messe in atto. La verifica comprende i tempi e i costi. Si realizza in itinere (indicare le scadenze temporali di verifica) ed ex-post.

9.2 Verifica di efficienza / efficacia

Ha lo scopo di verificare il grado di congruenza degli strumenti rispetto agli obiettivi. Si realizza in itinere (indicare le scadenze temporali di verifica) ed ex-post.

9.3 Verifica dell’impatto della comunicazione

Ha lo scopo di misurare il grado di raggiungimento degli obiettivi di comunicazione. Si realizza ex-ante, in itinere ed ex-post. Le tabelle sotto riprodotte propongono esempi di possibile articolazione del sottoparagrafo.

Es. 1

Valutazione dell'impatto comunicativo				
Azione	Obiettivo specifico	Parametri di verifica	Indicatori	Scadenze di verifica

Es.2

Valutazione dell'impatto comunicativo				
Attività oggetto di monitoraggio / valutazione	Output attesi	Out take attesi	Strumenti di valutazione qualitativa	Scadenze di verifica

TERZA PARTE: FORMAZIONE

10. I target

Questo capitolo illustra i target dell'azione di formazione a supporto della strategia plastic free, ovvero gli specifici target della popolazione, imprese, pubblica amministrazione coinvolte dall'azione formativa.

- Pubbliche amministrazioni di diversi livelli: Regione, Comuni, Unioni, ecc.
- Imprese (diverse filiere)
- Professionisti
- Studenti (di Scuole e di Università)
- Cittadini
- Consumatori
- Organizzazioni non profit (associazioni, volontariato, ecc.)
- Sindacati
- Organizzazioni Datoriali
- Partiti politici

Allo stato attuale i target sono determinati da chi propone l'offerta di formazione senza aver attuato analisi che coinvolgano il lato della domanda di formazione sul tema Plastic Free. Per analizzare il lato domanda di formazione, si rende necessario svolgere attività di coinvolgimento dei vari target di utenti. Tale attività sarebbe utile anche a costruire percorsi di co-produzione di formazione, maggiormente impattanti poi sull'esito dell'attività formativa.

Tipologie e metodologie saranno differenti in base al target di riferimento (studenti prossimi al mondo del lavoro, imprenditori, dipendenti pubbliche amministrazioni, ecc.) e alle competenze richieste:

- **Studenti universitari**
Effettuare un corso triennale e/o magistrale specifico su plastic free risulta complesso. Si potrebbe promuovere la trattazione dell'argomento come parte di un corso d'esame. A tal proposito un approccio multi-inter-disciplinare è importante che venga adottato in quanto l'argomento è comune a più corsi (economia, biologia, chimica, architettura, ecc.).
- **Imprenditori, professionisti e dipendenti pubblici**
si potrebbe pensare a corsi dedicati di una giornata, o comunque di una durata ridotta. Come concetti si potrebbe evidenziare:
 - l'importanza della "piramide" (eliminazione, riuso, sostituzione) questo ci collega anche al "gap" cognitivo che è stato individuato dal gruppo di lavoro sulla comunicazione;
 - contesto in cui si è inseriti, modalità di passaggio da plastic a plastic free;
 - visione condivisa, ecc. (sono solo esempi).L'imprenditore potrebbe aver anche bisogno di una formazione più tecnica che possa permettergli di passare da una "produzione" plastic a una plastic free.
- **Studenti scuole inferiori e superiori**
Organizzare incontri formativi presso le scuole di ogni grado. Ad esempio, il Dipartimento di Economia e Management, in collaborazione con eco&eco e con il CEAS "Centro Idea di Ferrara", organizza incontri presso gli istituti superiori del territorio ferrarese, durante i quali tratta argomenti come green economy, green jobs, economia circolare, valutazione ecosistemica, ruolo dell'innovazione nella transizione ecologica, e via dicendo.

11. Strategie

Questo capitolo esplicita l'approccio e le modalità attuative dell'azione formativa della strategia plastic free.

La platea dei possibili destinatari delle attività di formazione e i singoli interventi formativi potranno essere individuati a seconda delle esigenze formative dei soggetti coinvolti (ad esempio una prima suddivisione del target di utenti della formazione dovrebbe separare gli utilizzatori dall'industria del packaging). Le attività formative dovranno dettagliatamente definirsi attraverso un coinvolgimento delle regione, degli enti di formazione, delle imprese e delle organizzazioni datoriali, oltre che dei destinatari della formazione stessa (singoli utenti, imprese, ecc.).

11.1 Tipologie e metodologie di formazione

Questo paragrafo indica le scelte operate dal piano di formazione dal punto di vista dei tipi di azioni formative privilegiate e degli oggetti cui essi sono finalizzati alla formazione e alla promozione di promozione di conoscenze e competenze.

I **percorsi didattici** sono tutti quei percorsi, solitamente erogati da una università, la cui partecipazione dà luogo all'attribuzione di **crediti formativi** e al rilascio di un attestato, come un diploma. Appartengono ai percorsi didattici quindi:

- i corsi di laurea triennali
- i corsi di laurea magistrale
- i master
- i dottorati
- i corsi di perfezionamento
- le summer schools
- i corsi singoli
- journey
- living lab

Per **attività formative e informative non didattiche** si intendono invece tutte quelle attività, erogate da diversi enti, associazioni, o istituzioni, sotto forma di:

- seminari di base
- workshop avanzati
- convegni
- congressi
- corsi di formazione a qualifica

Le attività formative non presuppongono necessariamente l'attribuzione di crediti formativi e il rilascio di un certificato. Le attività possono essere distinte in attività di base e attività avanzate. Le attività formative di base non richiedono particolari conoscenze pregresse per essere frequentate. Al contrario, le attività formative avanzate, necessitano conoscenza pregresse di entità diversa in dipendenza dall'obiettivo formativo.

Le attività formative relative alle imprese ed agli imprenditori possono trovare spazio e confronto sui contenuti, metodologie di erogazione eventuali finanziamenti all'interno dei programmi della formazione continua ed all'interno del quadro dei fondi strutturali in particolare FSE.

11.2 Sinergie e reti

Questo paragrafo definisce le alleanze, le partnership, le sponsorizzazioni che la Struttura intende creare e valorizzare per la sua azione comunicativa.

Le Università della Regione sono i soggetti principali per la formazione in ambito di percorsi didattici. Le esperienze della regione sono variegata e contestuali alle singole realtà. Un primo elenco, non esaustivo, delle iniziative universitarie già realizzate si trova esplicitato nella sezione obiettivi. Si potrebbe cogliere l'opportunità offerta dall'approfondimento di Plastic Free per riconoscere una formazione di base a livello congiunto, ossia almeno riconosciuta da tutte le università, che abbia ad oggetto i temi plastic free. Potrebbe trattarsi di un nuovo percorso formativo progettato assieme o derivare dall'integrazione di un percorso di una università specifica da parte di altre università.

Si segnalano, fra gli altri, l'Osservatorio sulla sostenibilità e il Sustainability and Circular Economy LAB dell'Università di Bologna, il Centro per la sostenibilità e i cambiamenti climatici della Bologna Business School, il Cercis, CEntre for Research on Circular economy, Innovation and SMEs e il Centro di ricerca sul valore pubblico dell'Università di Ferrara. Da considerare anche SEEDS, un centro interuniversitario con sede presso l'Università di Ferrara a cui partecipa anche l'Università di Bologna, oltre ad altre università italiane.

I CEAS - Centri di Educazione alla Sostenibilità, coordinati da ArpaE - sono una rete consolidata di 38 strutture specializzate distribuite su tutto il territorio regionale che realizzano attività educative per far crescere, nella popolazione giovane e adulta, conoscenze, comportamenti e capacità di azione su aspetti globali e locali della sostenibilità. La rete è già attiva nel supportare la Regione nella promozione della propria Agenda 2030, sia nella task force 2030 sia nel gruppo di lavoro EAS del Sistema Nazionale Protezione Ambientale (Snpa). Il Programma Infeas 2020-2022 sviluppa una didattica trasformativa e promuove competenze interdisciplinari attraverso cinque aree di azione educative in adesione e a supporto agli SDGs. Tra le aree di azione vi sono quelle della "Gestione sostenibile delle risorse" e della "Economia circolare" all'interno delle quali opera il progetto educativo plastic free parte integrante della omonima strategia regionale tesa a sensibilizzare all'utilizzo di alternative alla plastica monouso ed alla corretta gestione dei rifiuti in plastica per ridurre l'impatto sull'ambiente, in particolare quello marino.

In quest'ambito specifico 12 Ceas sono impegnati a realizzare:

- un catalogo delle buone pratiche di riduzione delle plastiche usa e getta;
- una indagine per identificare gli utilizzatori di beni di consumo e strumentali usa e getta nel proprio territorio di riferimento;
- una mappatura dei luoghi dove maggiore è la presenza e il consumo di prodotti usa e getta;

azioni per la riduzione delle plastiche usa e getta coinvolgendo stakeholder locali (comunicazione).

Gli Enti di formazione accreditati, in particolare quelli che lavorano sulla formazione continua e permanente con le imprese del territorio in modo sinergico e che sono in grado di veicolare velocemente e nel modo adeguato, le informazioni e le buone pratiche.

I CAT, Centri di Assistenza Tecnica alle imprese del commercio, che operano sulla base della Legge Regionale numero 14 del 1999 e appositamente autorizzati da Delibera di Giunta Regionale, che svolgono la propria attività di supporto ai settori del commercio e dei pubblici esercizi in tutti gli ambiti aziendali, compresa l'introduzione di nuove funzioni e pratiche aziendali.

11.3 Convergenza di canali e strumenti

Grazie alla collaborazione tra le organizzazioni pubbliche e private che fanno parte della cabina di regia è possibile attivare sinergie e valorizzare prodotti e iniziative di formazione e partecipazione. Questo paragrafo esplicita le scelte di razionalizzazione degli strumenti che la Struttura intende realizzare per attivare sinergie e contenere la spesa, nel corso della realizzazione del Piano di formazione.

Occorre preliminarmente distinguere fra iniziative formative di base e avanzate.

12. Obiettivi specifici della formazione, prodotti e realizzazioni

Questo paragrafo si propone di censire le attività formative già in essere e le possibili applicazioni al contesto Plastic-freeER. Gli obiettivi specifici saranno legati a obiettivi generali di formazione che saranno riconducibili a esigenze e target specifici.

Le attività proposte prevedono sempre, quando possibile, attività di base e attività avanzate, per consentire a tutto il potenziale degli obiettivi di formazione di accrescere le competenze sul tema.

Inoltre, quando si promuove la ricerca di soluzioni a problemi pratici o quando esistono già esperienze annoverabili fra le buone pratiche si propongono i living lab come strumenti di diffusione delle esperienze.

Infine occorrerebbe valutare la realizzazione di un MOOC (Massive Open On line Courses) sul tema delle plastiche, che potrà essere usato in modo versatile come formazione di base nell'ambito della strategia Plastic Free E-R. I MOOC prevedono il rilascio di un badge al termine del percorso, ma possono essere anche fruiti a pillole, mettendo a sistema e ricapitolando quindi anche molte azioni previste nel piano di comunicazione (per tutte le categorie di utenti).

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di formazione	Azioni e strumenti di formazione
Creare un clima favorevole alle azioni pratiche con una campagna ombrello di sensibilizzazione e informazione	<ul style="list-style-type: none"> Comunicare il “senso” della strategia #Plastic-freeER 	<ul style="list-style-type: none"> Seminari di base MOOC

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di formazione	Azioni e strumenti di formazione
<p>Progressiva sostituzione dei prodotti in plastica monouso e delle bottiglie di plastica nelle sedi dell'Amministrazione regionale, delle Agenzie regionali e delle società in house della Regione (vedi in dettaglio 3.1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento dirigenti e personale degli uffici acquisti degli enti • Coinvolgimento del personale dipendente e dei visitatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminari di base • Workshop (dirigenti e personale uffici acquisti) • MOOC • Life long learning
<p>Promozione della sostituzione di stoviglie in plastica monouso nella ristorazione collettiva (ospedali, mense scolastiche, mense aziendali)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione di capitolati di gara per l'affidamento dei servizi di ristorazione collettiva nei quali sia previsto l'utilizzo di stoviglie riutilizzabili in alternativa al monouso 	<ul style="list-style-type: none"> • MOOC • Seminari di base • Workshop avanzati • Challenge • Living LAB
<p>Adozione di provvedimenti per ridurre la somministrazione di alimenti in stoviglie/contenitori di plastica monouso sulle spiagge, all'interno delle aree protette della Regione, nonché durante lo svolgimento di feste, manifestazioni pubbliche e sagre organizzate da soggetti pubblici o privati</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusione ai gestori di impianti e di eventi ed ai consumatori, di Regolamenti approvati dagli enti locali • Diffusione a cittadini e consumatori di Regolamenti approvati dagli enti locali • Sottoporre la concessione del patrocinio all'assunzione di impegni coerenti con la strategia #Plastic-freeER • Adottare nella co-progettazione di eventi, impegni coerenti con la strategia #Plastic-freeER 	<ul style="list-style-type: none"> • MOOC • Seminari di base • Workshop avanzati • Living LAB

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di formazione	Azioni e strumenti di formazione
Promozione di eventi sportivi sostenibili senza plastica monouso	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione dei modelli della prevenzione e del riuso negli eventi sportivi. • Diffusione di buone pratiche già attivate in Regione, Italia, Europa • Concessione del patrocinio e dell'uso del logo solo ad eventi pubblici che non utilizzano i prodotti in plastica monouso 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminari di base • Challenge • MOOC
Implementazione della vendita di prodotti sfusi nel settore del commercio al dettaglio	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere le attività del settore del commercio al dettaglio che hanno adottato modelli basati sulla vendita di prodotti sfusi e sul vuoto a rendere • Formazione rivolta alle aziende produttrici del settore incentrata sulle buone pratiche già sperimentate 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminari di base • Workshop avanzati • Formazione per imprese e professionisti e organizzazioni datoriali • Master per imprese e specialisti • Living LAB con imprese per diffusione buone pratiche • MOOC
Iniziative di educazione dei cittadini attraverso i centri di educazione alla sostenibilità della rete regionale RES	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni dimostrative locali a cura dei Centri educativi in cui coinvolgere scuole, cittadini e i consumatori in esperienze dove toccare con mano gli stili di vita sostenibili 	<ul style="list-style-type: none"> • Incontri a cura di CEAS • MOOC • Videoconferenze e seminari a cura degli Enti di Formazione Accreditati
Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente marino	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione e i risultati delle iniziative di raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente marino 	<ul style="list-style-type: none"> • Incontri a cura di CEAS • MOOC • Videoconferenze e seminari a cura degli Enti di Formazione Accreditati

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di formazione	Azioni e strumenti di formazione
Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica in ambito fluviale	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere la diffusione e i risultati delle iniziative di raccolta dei rifiuti in plastica in ambiente fluviale 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri a cura di CEAS MOOC
Iniziative per favorire la raccolta dei rifiuti in plastica negli spazi pubblici	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere la diffusione e i risultati delle iniziative di raccolta dei rifiuti in plastica negli spazi pubblici. Particolare attenzione andrà posta alla necessità di veicolare un messaggio chiaro che promuova la riduzione della produzione dei rifiuti alla fonte piuttosto che l'aumento del quantitativo di rifiuti raccolti in maniera differenziata. 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri a cura di CEAS e Comuni Life long learning videoconferenze e seminari a cura degli Enti di Formazione Accreditati
Immettere nel mercato del lavoro la figura del Tecnico Plastic -free	formare giovani ed esperti per affiancare imprese/organizzazioni nella gestione della Strategia Plastic-free	Corsi di formazione lavoro a cura degli enti di formazione accreditati

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di formazione	Azioni e strumenti di formazione
<p>Incentivi del Fondo d'Ambito - Finanziamenti del Piano d'azione Ambientale. - Azioni e contributi alle imprese e ai laboratori di ricerca che intendono sviluppare progetti di ricerca e di sviluppo sperimentale per tecnologie sostenibili e plastic free</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fare conoscere a imprese e organizzazioni le opportunità di finanziamento per la realizzazione di progetti e iniziative di prevenzione volti alla riduzione dei rifiuti da prodotti in plastica monouso • Supportare l'ideazione e la realizzazione della sezione del portale regionale sulla prevenzione dedicata al tema dei rifiuti da prodotti in plastica monouso in modo tale da garantire la necessaria coerenza con gli obiettivi generali di cui al cap. 3 • promuovere le conoscenze delle "best practices" finanziate con risorse del Fondo d'ambito/Piano d'azione ambientale 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminari di base • Workshop avanzati • Living LAB • Challenge • Attività realizzate da Enti di Formazione accreditati e Centri di Assistenza Tecnica al Commercio

Obiettivi plastic-free Regione E-R	Obiettivi di formazione	Azioni e strumenti di formazione
Monitoraggio delle azioni di riduzione dei rifiuti plastici	<ul style="list-style-type: none"> • Supportare l'ideazione e la realizzazione della sezione del portale regionale sulla prevenzione dedicata al tema dei rifiuti da prodotti in plastica monouso in modo tale da garantire la necessaria coerenza con gli obiettivi generali di cui al cap. 3 • Favorire la raccolta e la pubblicazione sul portale della prevenzione delle iniziative "plastic-free" avviate sul territorio regionale coerenti con la gerarchia di cui al punto 1 del cap. 3 	

12.1 Esempi di buone pratiche formative

Laurea Magistrale internazionale in Global Change Ecology and Sustainable development (Università di Bologna)

Realizzata dall'Università di Bologna, nello specifico dal dipartimento di Scienze Biologiche, Geologiche e Ambientali, propone un corso di laurea magistrale in lingua inglese e in lingua italiana con due percorsi separati e che prepara gli studenti sui temi dell'ecologia e dello sviluppo sostenibile <https://corsi.unibo.it/2cycle/GlobalChangeEcology/index.html>

Laurea Magistrale Green Economy and Sustainability (Università di Ferrara)

Realizzata dall'Università degli Studi di Ferrara, nello specifico il Dipartimento di Economia e Management, propone un corso di laurea magistrale in lingua inglese che prepara gli studenti sui temi della green economy e della sostenibilità <http://www.unife.it/economia/lm.economia/studiare/nuova-magistrale/sust>

Laurea Triennale in Scienze della natura e dell'ambiente (Università di Parma)

Realizzata dall'Università degli Studi di Parma, nello specifico dal Dipartimento di Scienze Chimiche, della Vita e della Sostenibilità Ambientale, https://cdl-sna.unipr.it/sites/cl69/files/breve_guida_scienze_della_natura_e_dellambiente_2020-21_0.pdf

Dottorato di ricerca in Economia e Management dell'Innovazione e della Sostenibilità (Università di Ferrara e Università di Parma)

Iniziativa di dottorato triennale dell'Università di Ferrara e di Parma
<http://www.unife.it/studenti/dottorato/it/corsi/riforma/economia>

Ph.D. Programme in Future earth, climate change and societal challenges (Università di Bologna)

Iniziativa di dottorato triennale in inglese dell'Università di Bologna <https://phd.unibo.it/future-earth-climate-change-societal-challenges/en>

Joint Ph.D. Programme in Environmental sustainability and wellbeing (internazionale)

Iniziativa di dottorato triennale internazionale con riconoscimento di titolo congiunto fra Università di Ferrara and Western Sydney University - WSU (Australia)

<http://www.unife.it/studenti/dottorato/it/corsi/riforma/environmental-sustainability-and-wellbeing>

Master Universitari

Master in Bioeconomy in the Circular Economy (Università di Bologna, Università di Torino, Università di Milano Bicocca, Università di Napoli Federico II)

Master in lingua inglese <http://masterbiocirce.com/>

Master in Green Management and sustainable business (Bologna Business School Università di Bologna)

Master in lingua inglese www.bbs.unibo.it/master-fulltime/gestione-dimpresa-green-management-and-sustainable-businesses/

Master in Sustainability and Business Innovation (Bologna Business School Università di Bologna)

Master in lingua italiana www.bbs.unibo.it/master-executive/sustainability-and-business-innovation/

Master in Green Energy and Sustainable Business (Bologna Business School Università di Bologna)

Master in lingua inglese www.bbs.unibo.it/global-mba/mba-green-energy-and-sustainable-businesses/

Master in Sustainability Transition Management (Bologna Business School Università di Bologna)

Master in lingua inglese <https://www.bbs.unibo.it/master-fulltime/master-in-sustainability-transition-management/>



Master in Sustainability and Energy Management (Università Bocconi)

Master in lingua inglese
www.unibocconi.eu/wps/wcm/connect/Bocconi/SitoPubblico_EN/Navigation+Tree/Home/programs/specialized+masters/MASEM+-+Master+in+Sustainability+and+Energy+Management/

Master in Packaging (Università di Parma)

Master in italiano <http://www.masterpackaging.unipr.it/il-percorso-formativo/>

Minor

Formazione universitaria rivolta sia a studenti universitari che a professionisti e imprese.

In tutto 30 crediti acquisibili in diverse discipline, con regole specifiche. Attualmente sono ancorati a un corso di laurea ma potrebbero diventare percorsi autonomi. Attualmente l'Università di Bologna ha attivato il **Minor in Energia elettrica e civile**.

Corsi singoli

Insegnamenti universitari fruibili singolarmente (Università di Bologna)

Circular economy and sustainable business models, Corso di Laurea Magistrale in Low carbon technologies and sustainable chemistry, Second cycle degree programme (LM) in Environmental Assessment and Management, Second cycle degree programme (LM) in Electronics and Telecommunications Engineering for Energy, Second cycle degree programme (LM) in Environmental Engineering, Second cycle degree programme (LM) in Civil Engineering

www.unibo.it/en/teaching/course-unit-catalogue/course-unit/2020/450065

Biopolymers and sustainable polymers

Second cycle degree programme (LM) in Low Carbon Technologies and Sustainable Chemistry

www.unibo.it/en/teaching/course-unit-catalogue/course-unit/2020/435259

Chimica delle materie plastiche e sviluppo sostenibile, corso di Laurea Magistrale in Didattica e comunicazione delle scienze naturali

<https://corsi.unibo.it/magistrale/DidatticaComunicazioneScienzeNaturali/insegnamenti/piano/2020/5704/B95/000/2020>

Summer/Winter School

Formazione concentrata in 5-10 giorni su tematiche specifiche diretta sia a laureati che a giovani professionisti nella prima fase di sviluppo della loro carriera.

The Journey, the Europe's largest climate innovation summer school <https://journey.climate-kic.org/>

What was first planned as a four-week summer adventure, evolved into an 8-week experience of meaningful online interactions, offline challenges and new, insightful approaches on how to change the world. During the summit, participants build on a common systemic vision and take collective action for climate.

Life Long Learning: Formazione basata su gruppi di lavoro accomunati da tematiche specifiche, in genere professionisti e imprenditori

Università di Bologna, per gruppi attivi su sostenibilità e servizi pubblici locali

Challenge Based Learning

Studenti e professionisti che sperimentano un approccio didattico collaborativo basato su delle sfide che vengono identificate e risolte dai partecipanti stessi. Attività previste nell'ambito del progetto Europe Horizon 2020 di cui è partner l'Università di Bologna BioPlastics <https://bioplasticseurope.eu>

Living Lab

Ambienti di innovazione aperta, in situazioni di vita reale, nei quali il coinvolgimento attivo degli utenti finali permette di realizzare percorsi di co-creazione di nuovi servizi, prodotti e infrastrutture sociali

Attività previste nell'ambito del progetto Europe Horizon 2020 di cui è partner l'Università di Bologna BioPlastics <https://bioplasticseurope.eu> e nel **Sustainability and Circular Economy Lab** del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna.

MOOC Massive Open On line Courses: Studenti, cittadini, che acquisiscono di nuove abilità e conoscenze, attraverso un'esperienza di apprendimento continuo on line. Una volta iscritti non c'è alcun obbligo di portare a termine il percorso formativo ed è possibile abbandonarlo in qualsiasi momento

Higher Education for Sustainable Development Goals dell'Università di Bologna

The course introduces the concept of Sustainable Development and the recent debate and policies promoted at the global level to face urgent environmental and societal challenges. 17 Sustainable Development Goals, the SDGs, aiming at addressing ambitious sustainability challenges by 2030, are presented across the course program. The course concludes with a call for action to accelerate and demonstrate the active commitment of the HE community. https://book.unibo.it/courses/course-v1:Unibo+HE4SDGs+2020_E2/about

INCONTRI e SEMINARI

Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna, Osservatorio sulla sostenibilità, organizza webinar e incontri per studenti e imprenditori su sostenibilità ed economia circolare www.disa.unibo.it

Yunus Social Business Center dell'Università di Bologna organizza incontri e attività per studenti e imprenditori sui temi dello sviluppo sostenibile e dello sviluppo sociale <https://ysbc.unibo.it/en>

Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Ferrara, in collaborazione con **eco&eco** e con il **CEAS Centro Idea di Ferrara**, organizza incontri presso gli istituti superiori del territorio ferrarese, durante i quali tratta argomenti come green economy, green jobs, economia circolare, valutazione ecosistemica, ruolo dell'innovazione nella transizione ecologica, ecc. <https://servizi.comune.fe.it/4346/centro-di-educazione-alla-sostenibilita-idea>

CEAS percorsi di educazione attivati dai 38 Ceas dell'Emilia-Romagna www.arpae.it/it/temi-ambientali/educazione-alla-sostenibilita/chi-siamo/i-centri-di-educazione-sul-territorio-1



Associazione dei Comuni Virtuosi rivolta ai Comuni (amministratori e funzionari) con **Scuola di Altra Amministrazione** per diffondere buone pratiche realizzate nei Comuni, spesso inerenti la sostenibilità e l'economia circolare <https://comunivirtuosi.org/>

Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Ferrara con **Centoform** alla preparazione di Junior Expert in Circular Economy www.centoform.it/courses/courses/32

Seminari su Geen economy e cambiamento climatico dell'**Università di Modena e Reggio Emilia** www.unimoresostenibile.unimore.it

Seminari su cambiamento climatico ed economia circolare realizzati dall'**Università di Modena e Reggio Emilia** e dalla **Libera Università del Crostolo** www.liberauniversitacrostolo.it

ULTERIORI INIZIATIVE

Community of Practice (CoP) on Reusable Packaging (Olanda)

Iniziativa promossa dall'Istituto olandese per gli imballaggi sostenibili (KIDV - *The Netherlands Institute for Sustainable Packaging*). Si tratta di una comunità che riunisce ricercatori, start-up e imprese che promuove la diffusione di alternative riutilizzabili agli imballaggi ed altri articoli monouso attraverso la condivisione delle conoscenze relative agli aspetti tecnici, economici e ambientali di tali applicazioni.

<https://kidv.nl/community-of-practice-reusable-packaging>

Creating effective systems for reuse (international)

Webinar sui modelli del riuso promosso da Zero Waste Europe (ZWE). Il webinar affronta in particolare il tema della progettazione e implementazione dal punto di vista dei comuni, di sistemi efficaci basati sull'utilizzo di prodotti riutilizzabili (es. contenitori per alimenti da asporto)

<https://zerowastecities.eu/webinar/creating-effective-systems-for-reuse/>

Upstream innovation (international)

Iniziativa promossa e realizzata dalla Ellen Macarthur Foundation (EMF) che delinea un framework di riferimento per le azioni volte a favorire la transizione in ottica circolare della filiera degli imballaggi in plastica. Nell'ambito di tale iniziativa la EMF mette a disposizione Report, materiali (es. ppt) a supporto delle attività di formazione, infografiche, video, linee guida e una banca dati di esempi pratici.

<https://plastics.ellenmacarthurfoundation.org/upstream>

ALLEGATI

Allegato 1a (scheda plastica da Annuario Arpae 2019)

Un mondo di plastica a 360°

APPROFONDIMENTO

Materie plastiche: materiali artificiali, costituiti per lo più da derivati del petrolio.
Caratteristiche della plastica: flessibile, leggera, igienica, di comodo utilizzo e stabile nel tempo.

La plastica, in meno di un secolo, ha conquistato quasi tutti i settori produttivi



Quanto dura la plastica?

L'estrema stabilità nel tempo della plastica ne provoca un accumulo inesorabile nell'ambiente. Di seguito vengono stimati i tempi di degrado dei più comuni oggetti di plastica trovati in mare. Si tratta, prevalentemente, di oggetti monouso il cui utilizzo dura pochi minuti, mentre la loro persistenza nell'ambiente dura anni



Quanti sono i tipi di plastica?

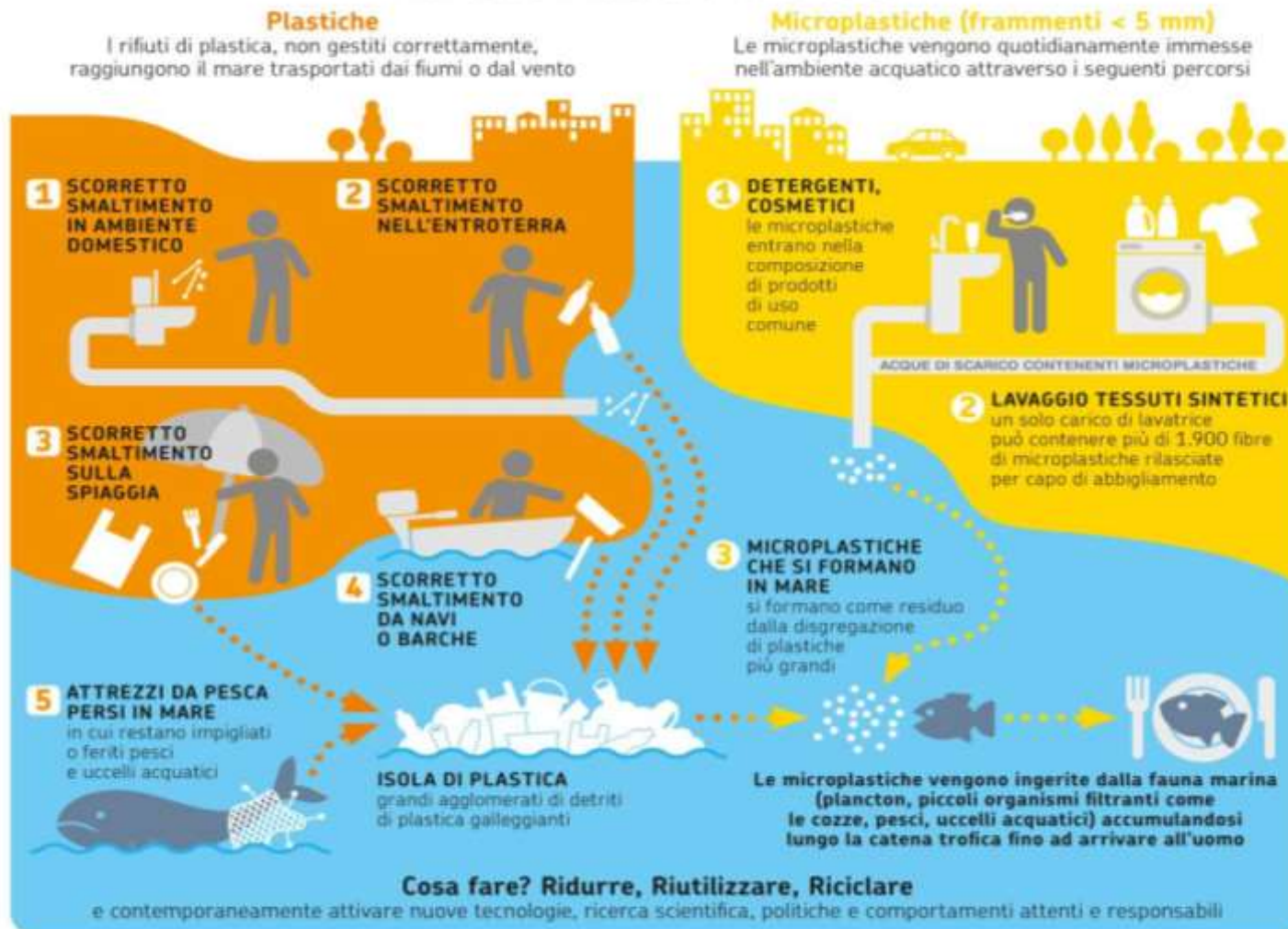
I polimeri plastici più diffusi nel mondo degli imballaggi



Nota: i codici sopra utilizzati (Direttiva europea 94/62/CE) sono quelli che permettono l'individuazione dei diversi tipi di plastica ai fini del riciclo

Allegato 1b (scheda plastica da Annuario Arpae 2019)

LE VIE DELLA PLASTICA

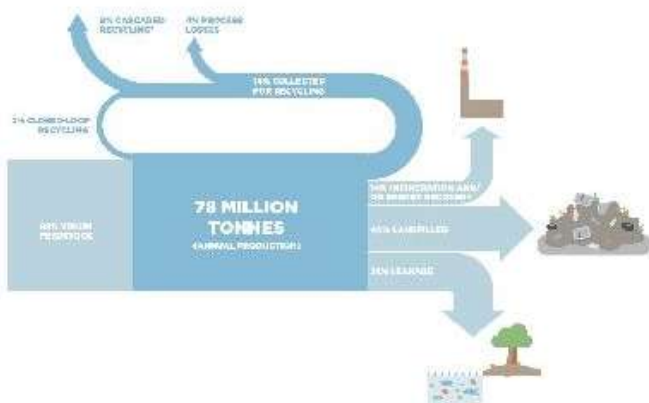


Allegato 2a (Estratto presentazione Prof Bellini Unibo – il contesto europeo)

Plastica, il contesto

Ciclo di vita dei prodotti plastici

Globale (2013)



Source: "The new plastic economy", Ellen MacArthur Foundation

Europa (2019)



Source: "Plastics – the facts 2019", Plastics Europe.



Allegato 2b (Estratto presentazione Prof Bellini Unibo – il contesto europeo)

(a proposito del termine “*Supply side*” si veda: https://www.treccani.it/enciclopedia/supply-side-economics_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/)

La sfida: riciclare non è sufficiente

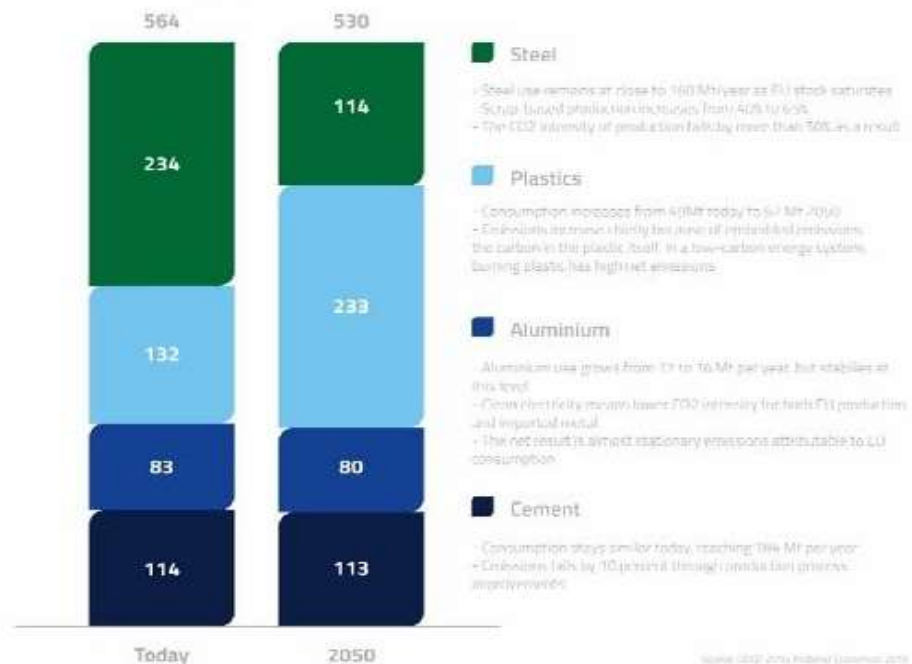
§ Le emissioni di CO2 legate alla plastica sono in crescita dalle attuali 132 a 233 Mt entro il 2050.

§ Le soluzioni «circolari» potrebbero ridurre le emissioni di CO2 fino a circa il 50% in Europa entro il 2050.

§ Per ora sono previsti sono approcci «supply-side».

§ In questo contesto sono necessarie anche azioni «demand-side».

Materials production emissions, 2015 and 2050
 Mt of carbon dioxide per year, EU



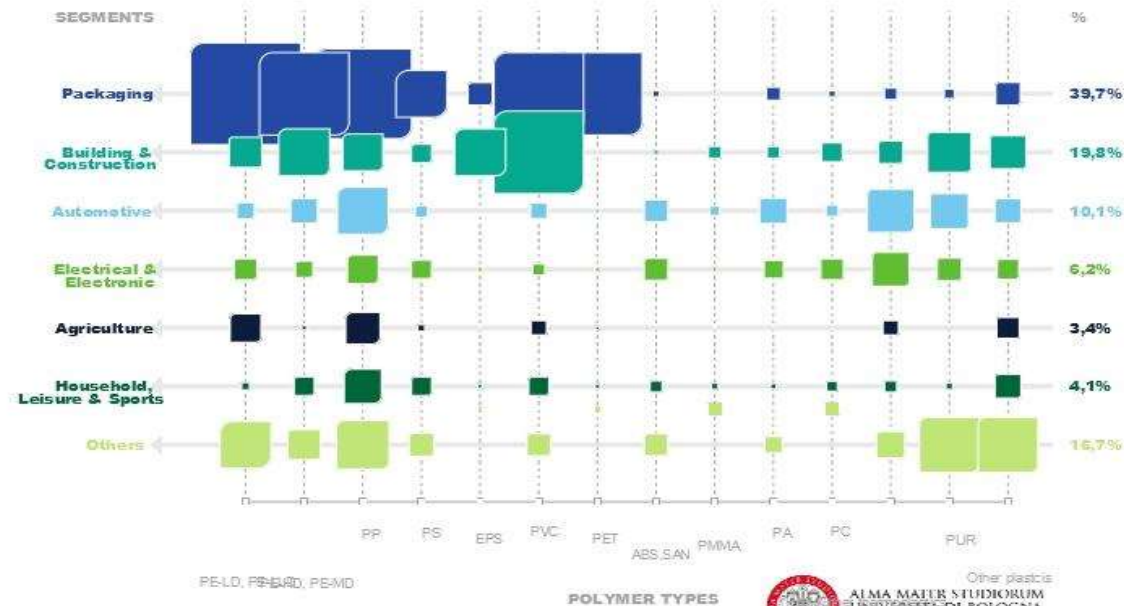
Allegato 2c (Estratto presentazione Prof Bellini Unibo – il contesto europeo)

La sfida: riciclare non è sufficiente

Le termoplastiche rappresentano una delle principali componenti della domanda complessiva di plastica che può essere riciclata

La mancata prevenzione dello spreco di plastica costa all'Europa più di 100 miliardi di euro all'anno.

La domanda di plastica in Europa era di oltre 51 Mt nel 2019.



Source: "Plastics – the facts 2019", Plastics Europe.





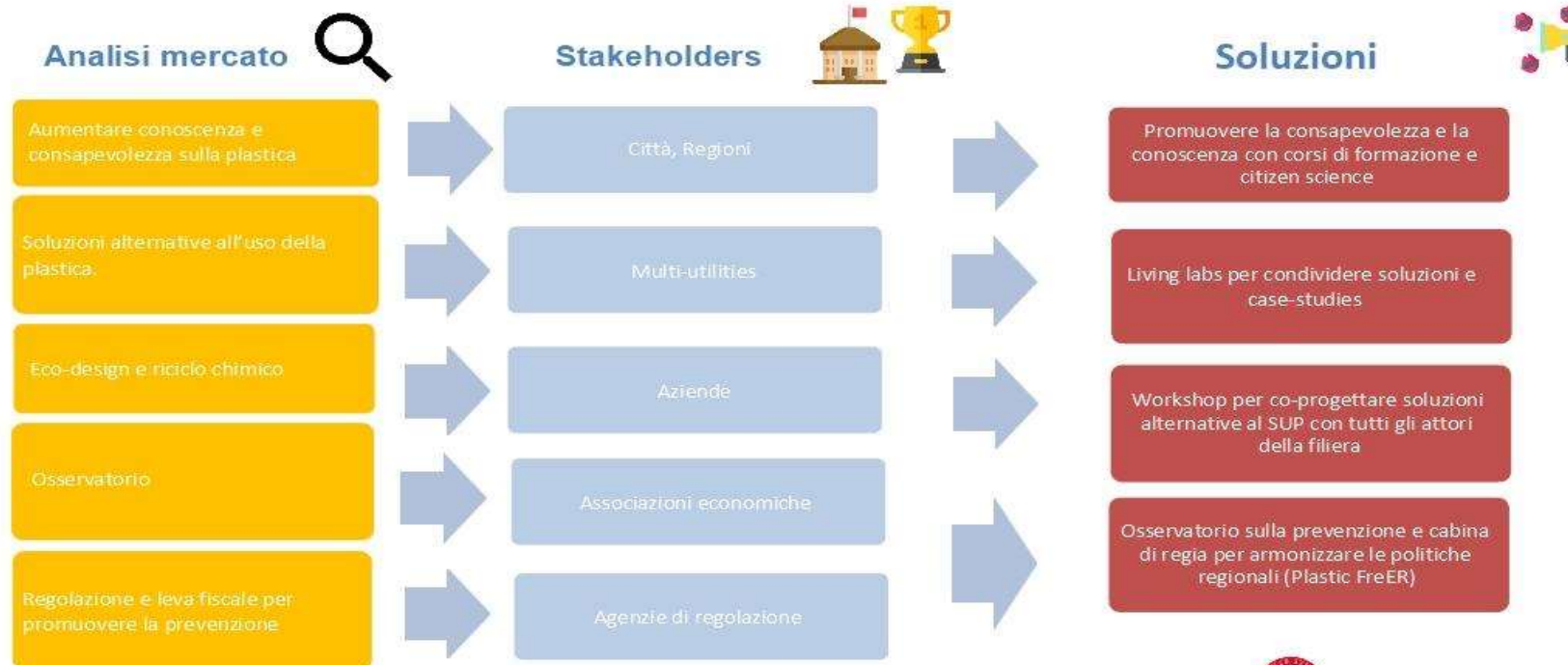
Allegato 3a (Estratto presentazione Prof Bellini Unibo - sistema di relazioni)

Sistema regionale per la riduzione della plastica (1/5)



Allegato 3b (Estratto presentazione Prof Bellini Unibo - sistema di relazioni)

Sistema regionale per la riduzione della plastica (2/5)



Allegato 3c (Estratto presentazione Prof Bellini Unibo - sistema di relazioni)

Sistema regionale per la riduzione della plastica (4/5)

