

2013

**consumabile**  
FAI COME SE FOSSI A CASA TUA

# ConsumAble 2013

## IL CONTESTO

- Le strategie / azioni per la sostenibilità attraversano una fase di rallentamento in Europa e in Italia (con specifiche differenze interne)
- La Pubblica Amministrazione vale il 17% del PIL nazionale (il possibile e necessario contributo per la sostenibilità è rilevante)
- Metodologie e strumenti disponibili e utili per promuovere il cambiamento
- Opportunità di integrare pluralità di iniziative RER fino ad ora scollegate (e tante buone pratiche attivate dagli eell):
  - Piano di azione per i consumi pubblici 2013
  - Progetto Green ICT
  - Spending review vs consumi sostenibili
  - Piano triennale INFEAS 2011-2013
  - Programmi per l'Educazione alimentare
  - Incentivi del Mobility manager per mezzi pubblici

## ConsumAbile 2013

### GLI OBIETTIVI

Prima di ridire agli altri cosa fare (la sostenibilità), facciamolo noi (PA) più seriamente

Verso un sistema di coerenze, rafforzare la credibilità dell'emittente

- Più informazione, formazione, applicazione del Green Public Procurement (GPP), e dei sistemi e strumenti di gestione sostenibile nella PA (energia, mobilità, alimentazione, acqua, rifiuti, ecc.)
- Incrementare, attraverso sensibilizzazione e occasioni per 'mettersi alla prova', il comportamento sostenibile dentro e fuori la PA dei collaboratori (uso ecoefficiente e appropriato risorse, ecc.)

## ConsumAbile 2013

### LA STRATEGIA

- Veicola messaggi positivi, concreti, leggeri, stimolanti (suscitare un sorriso parlando di cose serie, fornire strumenti per mettersi alla prova e misurare i risultati)
- Strumenti e prodotti coerenti con il fine: no carta
- Si armonizza con obiettivi e strumenti di comunicazione interna delle organizzazioni (clima, motivazione, condivisione saper fare)
- Coinvolgere attivamente la rete sul territorio dei 37 CEAS (Centri di educazione alla sostenibilità)
- Promuovere la partecipazione attiva dei target attraverso il conferimento di un'impronta wiki e social alla campagna e la condivisione di buone pratiche già esistenti

## Consumabile 2013

### GLI AMBITI

- 1. La Pubblica Amministrazione come cliente/consumatore di beni e servizi e gestore della logistica che hanno un impatto**  
Azioni rivolte a: decisori politici, responsabili degli acquisti e della logistica, singoli lavoratori (ruolo di influencer)
- 2. Vita quotidiana della e nella Pubblica Amministrazione**  
Azioni rivolte a: cambiamento comportamenti dei dipendenti in direzione della sostenibilità

# ConsumAbile 2013

## I TARGET

### Principale

- Sistema delle autonomie locali (collaboratori di Regione e Comuni)
- Aziende e strutture regionali autonome, strutture sanitarie, istituzioni scolastiche e universitarie

### Secondario

- Sistema economico regionale / fornitori beni e servizi
- Cittadini emiliano-romagnoli, in quanto clienti/utenti delle PA

# ConsumAbile 2013

## I PARTNER

La campagna sarà realizzata coinvolgendo in un progetto integrato le strutture RER e la rete di soggetti già esistenti sul territorio.

A livello regionale:

(promotore Servizio Comunicazione, ed. alla sostenibilità e str. Partecipazione.

Agenzie: Ex Press, Centro Antartide, Re Design):

- Direzioni Generali e URP regionale
- Agenzie: INTERCENT-ER; ERVET; ARPA
- Ass. consumatori e ambientaliste

A livello comunale e territoriale:

- Comuni e CEAS
- ANCI
- MULTIUTILITY e ASL

# ConsumAbile 2013

## LE AZIONI

- **Manuale (e-book)** per diffondere Linee guida sul Green Public Procurement in Emilia-Romagna
- **Vademecum** per comportamenti sostenibili dei dipendenti delle PA
- **Formazione/accompagnamento** per decisori e gestori (incontri, webinar, tutorial video, seminari su Strategie per gli Acquisti Verdi in Emilia-Romagna)
- **Wastebuster** – caccia allo Spreco. Per incoraggiare la partecipazione attiva alla campagna e il radicamento delle buone pratiche nella vita lavorativa quotidiana
- Riorganizzazione, implementazione e sviluppo delle **pagine web** dedicate alla campagna per mettere a disposizione di tutti gli eell i prodotti e gli applicativi di ConsumAbile 2013

# ConsumAbile 2013

## STRUMENTI E CANALI

- Web Intranet delle organizzazioni
- Video pillole virali per mostrare ‘così è meglio/ si può fare’
- Segnaletica della sostenibilità
- Gadget
- App per smartphone e tablet
- Mappa della sostenibilità

## ConsumAbile 2013

LOGO E PAY OFF



Restyling del logo per comunicare il cambio di indirizzo e target della campagna, pur restando in continuità con le precedenti edizioni

Il pay off fa leva sulla maggiore attenzione che prestiamo solitamente alla nostra abitazione quindi sulla familiarità e desiderabilità del comportamento sostenibile. In altri termini: nel lavoro come a casa, la sostenibilità si può fare.

# ConsumAbile 2013

## DECLINAZIONI TEMATICHE

consumabile

consumabile

consumabile

consumabile

consumabile

consumabile

consumabile

consumabile