



ENTRA NEL LOOP, SCEGLI IL RIUSO

Relazione conclusiva



RELAZIONE CONCLUSIVA DI PROGETTO

Relazione conclusiva del progetto “Entra nel Loop, scegli il riuso” presentato dal Comune di Modena nell’ambito del Bando ATERSIR 2023 sulla prevenzione dei rifiuti.

Last Minute Market – Impresa Sociale
26/10/2024

Relazione conclusiva

Sommario

Informazioni di base	2
Coordinamento generale del progetto	3
Struttura del Progetto	3
Premessa: genesi dell' iniziativa	3
Condivisione del piano operativo	5
Progettazione e realizzazione del piano di comunicazione	7
Bicchieri riutilizzabile e token	9
Espositori da banco	11
Vetrofania	12
Locandina & Poster	14
Magliette per il personale.....	15
Sottobicchieri.....	15
Spillette e portachiavi	16
Vele da esterno e accessori	17
Conferenza stampa di lancio.....	18
Canale Instagram della campagna.....	20
Facilitatori & tutoraggio in strada	20
Fase pilota.....	21
Criticità del modello oggetto di sperimentazione	21
Aspetti positivi della sperimentazione.....	22
Conclusioni e suggerimenti	23

Informazioni di base

Titolo progetto <i>Titolo nella domanda di finanziamento</i>	Portami con te in #viaGallucci – dal monouso al riutilizzabile nella somministrazione di bevande per il consumo da asporto
Titolo progetto <i>Titolo utilizzato per finalità di comunicazione</i>	Entra nel Loop, scegli il riuso
Tipologia <i>Tipologia progettuale secondo la classificazione di cui all'art. 2 del bando ATERSIR</i>	Progetto sperimentale
Obiettivo	Il progetto intende sperimentare modalità organizzative nella somministrazione di bevande che consentano di ridurre la produzione di rifiuti e gli impatti ambientali derivanti dall'impiego di bicchieri monouso, attraverso l'utilizzo di bicchieri riutilizzabili e restituibili all'esercente, con lavaggio effettuato direttamente dagli esercizi di somministrazione.
Prodotti/rifiuti target	Bicchieri monouso in plastica tipicamente utilizzati per la somministrazione di bevande (birra, cocktails, altre bevande alcoliche etc...) per il consumo to-go.
Ambito di applicazione della sperimentazione	Somministrazione di bevande in bicchieri riutilizzabili e restituibili per il consumo in esterno
Località	Modena, Via Gallucci
Partner e altri soggetti coinvolti nella realizzazione del progetto	- Comune di Modena - Hera S.p.A. - Last Minute Market S.r.l. - Coop. Soc. La Lumaca - Commercianti di via Gallucci che hanno aderito alla sperimentazione
Periodo di svolgimento	Febbraio-Luglio 2024
Coordinamento generale delle attività	Last Minute Market Impresa - Sociale S.r.l.

Coordinamento generale del progetto

Coerentemente con quanto indicato nella domanda di finanziamento, l'attività di coordinamento generale del progetto è stata affidata dal Comune di Modena alla società Last Minute Market S.r.l. la quale, nel dettaglio si è occupata di:

- Assicurare una comunicazione efficace tra i partners (proporre, organizzare e moderare gli incontri tra i partners e con i referenti degli esercenti di Via Gallucci anche al fine di identificare il modello operativo della sperimentazione);
- Assicurare il monitoraggio dello stato di avanzamento dei lavori rispetto al cronoprogramma;
- Predisporre il piano di comunicazione e l'immagine coordinata del progetto;
- Ideare e realizzare tutti i materiali di comunicazione (inclusi bicchieri e relativa grafica) utilizzati nel corso del progetto;
- Predisporre, gestire e aggiornare il canale social del progetto su Instagram¹;
- Monitorare l'andamento della fase operativa del progetto, con particolare riguardo al comportamento dei locali che hanno aderito alla sperimentazione e alla risposta degli utenti/clienti dei locali;
- Individuare e proporre misure correttive nei casi di difformità tra modalità operative concordate con i locali aderenti e prassi;
- Formare e coordinare l'attività dei facilitatori per favorire l'engagement degli utenti e la comprensione delle nuove modalità di somministrazione;
- Gestire ordini e pagamenti con i fornitori;
- Predisporre la relazione finale in oggetto;

Struttura del Progetto

Il progetto è stato articolato secondo le fasi inizialmente previste, come descritte nella documentazione trasmessa ad ATERSIR in occasione della sottomissione della domanda di finanziamento:

1. Fase preliminare: condivisione del piano operativo
2. Fase: progettazione e realizzazione dei materiali di comunicazione
3. Fase: Identificazione e formazione dei facilitatori
4. Fase di comunicazione preliminare
5. Fase pilota vera e propria
6. Predisposizione del Rapporto conclusivo

Premessa: genesi dell'iniziativa

L'idea alla base del progetto, ovvero la sperimentazione di modalità di somministrazione di bevande per il consumo da esterno che consentissero di limitare la produzione e l'abbandono di rifiuti da bicchieri monouso, nasce inizialmente nell'ambito dell'iniziativa "Abbiamo nel cuore²", un concorso promosso da HERA S.p.a., rivolto ad associazioni, famiglie, scuole, gruppi, e imprese del territorio che premia progetti e iniziative finalizzate alla riduzione dei rifiuti, al miglioramento della loro gestione e alla cura del territorio.

¹ https://www.instagram.com/entra_nel_loop/

² <https://www.gruppohera.it/offerte-e-servizi/casa/ambiente/iniziative/abbiamo-nel-cuore>

In tale contesto, con il supporto di alcuni facilitatori, un gruppo di sette esercenti attività di somministrazione attivi in via Gallucci a Modena, ha presentato congiuntamente un progetto volto a sperimentare l'utilizzo di bicchieri riutilizzabili in sostituzione del monouso per la somministrazione di bevande in esterno. Il progetto è risultato tra i vincitori del concorso HERA, beneficiando di una fornitura di bicchieri riutilizzabili per un controvalore pari a 5.000 euro. A valle del concorso HERA, il Comune di Modena ha manifestato interesse per l'iniziativa e ha valutato positivamente l'opportunità di accedere alle risorse del Bando ATERSIR per integrare la fornitura dei bicchieri (coperta da HERA) con un servizio professionale di consulenza e affiancamento per garantire il coordinamento generale delle attività, la definizione puntuale del modello operativo oggetto della sperimentazione, la progettazione e la realizzazione del piano di comunicazione, la facilitazione ed engagement degli utenti.

Nonostante l'apparente semplicità del progetto proposto, l'introduzione nel contesto in esame di modalità di somministrazione basate sull'utilizzo di contenitori riutilizzabili inseriti in un circuito di riutilizzo presenta infatti diverse complessità da non sottovalutare, come meglio evidenziato nel seguito.

Condivisione del piano operativo

Nella scelta del modello di riuso oggetto della sperimentazione, non sono stati presi in considerazione i cd. modelli digitali, già diffusi e operativi in diversi paesi europei quali, solo per citarne alcuni tra i più conosciuti e diffusi, Vytal³ (Germania), Bumerang⁴ (Spagna), SwapBox⁵ (Olanda), Kleenhub⁶ (Danimarca), Recycle (Svizzera) etc, considerati nel contesto in oggetto “troppo sofisticati”. Come già evidenziato nel progetto presentato, il modello concordato con gli esercenti è quello della “vendita del bicchiere + token”, un modello relativamente semplice, che non si avvale di tecnologie digitali e caratterizzato dai seguenti elementi base:

- Il bicchiere riutilizzabile viene venduto al cliente, in aggiunta al prezzo della consumazione;
- Il cliente potrà restituire il bicchiere **in uno qualsiasi dei locali aderenti** alla sperimentazione in cambio di un bicchiere pulito o di un token, un gettone che potrà scambiare a sua volta con un bicchiere pulito in occasione di una nuova consumazione;
- Lavaggio dei bicchieri e bilanciamento bicchieri/token tra i diversi locali a cura degli esercenti.

Si noti che in tale modello l'utente non può recuperare il costo del bicchiere restituendolo all'esercente come nel modello classico basato sulla cauzione. Di fatto, tale configurazione abilita il cd. modello “BYOC”, acronimo inglese di “Bring your own container” – “porta il tuo contenitore”, dove il contenitore, ovvero il bicchiere in questo caso, anche per ovvie necessità di standardizzazione del formato, è quello realizzato per il progetto e messo a disposizione dagli esercenti che partecipano alla sperimentazione.

Si evidenzia che il modello basato sulla cauzione è stato discusso e successivamente scartato nella fase di confronto preliminare che ha preceduto la predisposizione del progetto per i seguenti motivi:

- Complessità relativa alla gestione fiscale delle cauzioni;
- Complessità relativa alla gestione operativa dei resi negli orari di affollamento;
- Nel modello con cauzione, in assenza supporti digitali, non sarebbe stato gestibile il meccanismo che consente agli utenti di riconsegnare il bicchiere in un locale diverso da quello in cui è stata pagata la cauzione.

La fase preliminare del progetto, come da progetto presentato, è stata dedicata al confronto tra i partner e gli esercenti coinvolti nella sperimentazione sul piano operativo del progetto. Sono stati discussi/e e condivisi/e in questa fase:

- Le tempistiche dell'iniziativa
- L'organizzazione della conferenza stampa di lancio del progetto
- Gli aspetti operativi del modello
- Gli aspetti generali propedeutici alla predisposizione del piano di comunicazione e dei relativi materiali/contenuti
- Le attività volte a favorire l'engagement degli utenti finali

³ <https://www.vytal.org/>

⁴ <https://youbumerang.com/>

⁵ <https://www.swap-box.com/>

⁶ <https://www.kleenhub.com/>

In particolare, nel merito del modello operativo già concordato con gli esercenti (Bicchiere riutilizzabile + token), sono stati discussi alcuni aspetti ulteriori:

1. La compresenza o meno, nei locali coinvolti, dell'opzione monouso con quella riutilizzabile;
2. Il costo del bicchiere per l'utenza;
3. Il tipo di incentivo/disincentivo da utilizzare per favorire l'opzione riutilizzabile in caso di compresenza con il monouso;
4. Eventuali modalità operative "speciali" da adottare in occasione delle giornate di lancio dell'iniziativa per favorire l'adozione del bicchiere riutilizzabile e la comprensione del meccanismo di restituzione.

1. Compresenza o meno dell'opzione monouso con l'opzione riutilizzabile

È stata lasciata al confronto con gli esercenti la scelta tra due modalità operative nella somministrazione di bevande per il consumo in esterno:

- a) **singola opzione**: utilizzo esclusivo del bicchiere riutilizzabile realizzato nell'ambito del progetto;
- b) **doppia opzione**: compresenza dell'opzione riutilizzabile con l'opzione monouso.

È stato messo in evidenza fin dall'inizio che, in caso di scelta della "doppia opzione"

- sarebbe stato necessario prevedere un meccanismo incentivante/disincentivante per orientare gli utenti verso la scelta dell'opzione riutilizzabile;
- l'opzione riutilizzabile avrebbe dovuto essere quella di default;
- sarebbe stato più complesso fornire le necessarie spiegazioni ai clienti specie nella fase di avvio della sperimentazione e in particolar modo nelle situazioni di particolare affollamento.

Nonostante sia stata fortemente spinta la **singola opzione** (ovvero l'utilizzo esclusivo del bicchiere riutilizzabile), gli esercenti coinvolti nel progetto si sono resi disponibili a sperimentare il bicchiere riutilizzabile solo con la "doppia opzione" (ovvero con la compresenza dell'opzione riutilizzabile con quella tradizionale del bicchiere "usa e getta"). I timori rappresentati dagli esercenti nell'utilizzo esclusivo del bicchiere riutilizzabile sono prevalentemente legati a questioni di "concorrenza interna", ovvero al rischio paventato che, di fronte alla sola opzione riutilizzabile, alcuni clienti potessero scegliere un locale diverso dove poter consumare con bicchiere usa e getta il quale *"non costa nulla e non deve essere restituito"*.

2. Il costo del bicchiere per l'utenza

Trattandosi di un costo che non può essere recuperato per l'utente nel modello oggetto della sperimentazione, la definizione del costo del bicchiere rappresenta un fattore particolarmente importante. Il costo del bicchiere incide infatti in maniera rilevante sulla scelta tra bicchiere riutilizzabile e monouso da parte dell'utente. Gli elementi che hanno guidato la scelta del costo del bicchiere all'utenza (1 euro nel caso in esame) sono i seguenti:

- Il costo applicato al bicchiere (con grafica personalizzata) deve essere maggiore del costo di acquisto (0,60€ + IVA nel caso in esame). A regime (terminato il progetto), la mancata riconsegna del bicchiere da parte dell'utente non può tradursi in un costo per l'esercente;
- Il costo del bicchiere deve essere sufficientemente elevato da rappresentare un incentivo alla restituzione dello stesso da parte dell'utente;
- Il costo del bicchiere non deve essere eccessivo, onde evitare, specie nel contesto oggetto della sperimentazione, che l'utente opti per la soluzione monouso o per un altro locale.

3. Incentivo/disincentivo per favorire l'opzione riutilizzabile in caso di compresenza con il monouso

La compresenza dell'opzione riutilizzabile con quella monouso impone, al fine di orientare gli utenti verso la scelta del riutilizzabile, la definizione di un meccanismo incentivante/disincentivante. A parità di condizioni, infatti, la "comodità" dell'usa e getta per l'utente, il suo radicamento nella prassi e nel comportamento quotidiano, e il costo dell'opzione riutilizzabile (addebitato in occasione della prima consumazione), rappresenterebbero una barriera alla scelta dell'opzione riutilizzabile. La proposta avanzata dal gruppo di lavoro nei confronti dei locali aderenti è stata quella di prevedere un costo aggiuntivo pari a 0,50 euro nel caso di opzione per il bicchiere usa e getta o, viceversa, uno sconto di 0,50 euro, nel caso di opzione per il bicchiere riutilizzabile. Tale proposta è stata rigettata dagli esercenti. Ancora una volta, i timori sollevati, sono di natura "concorrenziale": la paura che a fronte di una differenza di prezzo tra monouso e riutilizzabile, la clientela potesse essere spinta a consumare in un altro locale dove il bicchiere usa e getta *"non costa nulla e non deve essere restituito"*. Come alternativa alla differenza di prezzo tra monouso e riutilizzabile è stato concordato di prevedere un meccanismo incentivante basato su una tessera a punti: tale meccanismo avrebbe dovuto prevedere una "bevuta omaggio" per il cliente al raggiungimento di 10 bevute con bicchiere riutilizzabile nello stesso locale.

4. Modalità operative "speciali" da adottare in occasione delle giornate di lancio dell'iniziativa per favorire l'adozione del bicchiere riutilizzabile e la comprensione del meccanismo di restituzione.

Al fine di favorire l'avvio della sperimentazione, tenuto conto delle ricadute negative (sulla scelta del riutilizzabile) dovute alla presenza di un costo aggiuntivo applicato al bicchiere riutilizzabile in occasione della prima consumazione, è stata concordata la cessione gratuita del bicchiere riutilizzabile agli utenti **in occasione delle prime due giornate di lancio dell'iniziativa** (venerdì 12 e sabato 13 aprile 2024). La cessione gratuita del bicchiere, accompagnata dalla presenza di facilitatori opportunamente formati presenti in strada, avrebbe dovuto garantire un più agile avvio delle nuove modalità di somministrazione e una più rapida circolazione, tra gli utenti di via Gallucci, delle informazioni relative al meccanismo "bicchiere + token".

Al fine di assicurare il rispetto, da parte di tutti gli esercenti coinvolti nell'iniziativa, delle modalità operative della sperimentazione concordate nella fase iniziale, Last Minute Market, in qualità di coordinatore generale del progetto, ha proposto la sottoscrizione di un protocollo di intesa/lettera di adesione tra Comune di Modena ed esercenti prima dell'avvio della fase di sperimentazione vera e propria. Il fac-simile di lettera di adesione è disponibile in Allegato 1. La proposta di lettera di adesione non ha tuttavia avuto seguito, ritenendo sufficiente l'impegno verbale preso nella fase di consultazione iniziale.

Progettazione e realizzazione del piano di comunicazione

Il progetto prevedeva la predisposizione e l'attuazione di un piano di comunicazione articolato in due principali componenti:

- a) una comunicazione rivolta direttamente agli utenti di Via Gallucci, attraverso supporti di comunicazione posizionati all'interno ed eventualmente all'esterno dei locali;
- b) una comunicazione diffusa, istituzionale e non, volta a promuovere il progetto e le sue finalità.

Gli aspetti di comunicazione, come evidenziato nel progetto presentato, costituiscono un elemento essenziale e non “accessorio” o “marginale” per la buona riuscita della sperimentazione. Questa affermazione è valida, tanto più, nel contesto oggetto della presente iniziativa, caratterizzato da una forte presenza di utenti serali, dalla compresenza di esercenti che non aderiscono alla sperimentazione e da una radicata “cultura” dell’usa e getta con annessi problemi di abbandono di rifiuti a terra. Non a caso, il progetto ha previsto il supporto di esperti della comunicazione e di esperti di modelli del riuso per l’ideazione e la realizzazione degli strumenti di comunicazione, in modo tale da veicolare messaggi coerenti con gli obiettivi del progetto, informare correttamente sulle “soluzioni” disponibili e favorire il coinvolgimento degli utenti verso il comune obiettivo di ridurre la produzione di rifiuti.

Alla base del piano di comunicazione sono stati posti i seguenti elementi/concetti chiave:

- **Il problema non è la plastica: è il monouso:** la comunicazione deve essere “agnostica” rispetto al materiale con cui è realizzato il bicchiere. l’attenzione deve spostarsi dalla riduzione della plastica alla riduzione del monouso ovvero dei prodotti usa e getta, a prescindere dal materiale utilizzato.
- **Focus sul riuso, come alternativa al monouso:** la comunicazione deve promuovere il riutilizzo quale alternativa al monouso per ridurre i rifiuti e gli impatti ambientali legati all’usa e getta.
- **Scegli il riuso:** l’opzione “riutilizzabile” deve essere promossa rispetto al bicchiere usa e getta.
- **Restituisci il bicchiere:** Il bicchiere riutilizzabile non è un gadget: la comunicazione deve promuovere la restituzione del bicchiere da parte dell’utente, anche valorizzando l’incentivo previsto: ogni 10 consumazioni con bicchiere riutilizzabile, una consumazione omaggio. Il successo dell’iniziativa, sul piano ambientale, si misura infatti sul tasso di restituzione del bicchiere da parte degli utenti.
- **Comprensione del modello:** il modello bicchiere + token deve essere “spiegato”

I “messaggi” proposti nel Piano di comunicazione sono i seguenti:

- a) Entra nel loop, scegli il riuso
- b) Usa e getta? No grazie! – Gallucci street sceglie il riuso
- c) Gallucci street ♡ reuse – fai la tua parte, scegli il riuso
- d) Usa e getta? Scegli il riuso! - Gallucci street
- e) Cambia abitudini, scegli il riuso - Gallucci street
- f) Gallucci street sceglie il riuso - Aiutaci a ridurre i rifiuti, scegli il bicchiere riutilizzabile
- g) Gallucci street sceglie il riuso: perché scegliere l’usa e getta quando hai un’alternativa riutilizzabile?
- h) Questo locale si impegna a ridurre i rifiuti. Fai la tua parte, scegli il riuso – Gallucci Street
- i) Riduci i rifiuti un bicchiere alla volta. Fai la tua parte, scegli il riuso – Gallucci Street
- j) Fai un regalo all’ambiente e alla tua città. Scegli il riuso – Gallucci Street
- k) Questo locale aderisce alla sperimentazione promossa dal Comune di Modena in collaborazione con HERA per la riduzione dei rifiuti da bicchieri usa e getta. Fai la tua parte, scegli il riuso – Gallucci Street

Come sarà evidente nel seguito del documento, il claim principale scelto per le attività di comunicazione è il primo: **“Entra nel loop, scegli il riuso”**. Nel seguito vengono presentati brevemente i materiali, gli strumenti e le iniziative realizzate nell’ambito del Piano di Comunicazione, e in particolare:

- Bicchiere riutilizzabile “brandizzato” e token
- Espositori da banco
- Vetrofania
- Locandina & Poster
- Magliette per il personale
- Sottobicchieri
- Spillette e portachiavi
- Vele da esterno e altri accessori
- Conferenza stampa di lancio
- Facilitatori in strada
- Canale Instagram della campagna

Bicchiere riutilizzabile e token

La realizzazione del bicchiere è stata preceduta da un confronto (in seno alla cabina di regia e con gli esercenti coinvolti nella sperimentazione) volto ad identificare i principali elementi guida della progettazione grafica: tali elementi, coerentemente con gli elementi/concetti chiave che ispirano l'intera comunicazione sopra illustrati, sono elencati sinteticamente di seguito:

1. Piacevolezza: la grafica del bicchiere dovrà essere “piacevole” ma non troppo “accattivante” per evitare di incentivare l'utente a tenere il bicchiere come gadget;
2. Semplicità: la grafica del bicchiere deve essere semplice, con poco testo, ma efficace nel suo messaggio essenziale: quello di restituire il bicchiere e non abbandonarlo o tenerlo a casa come gadget;
3. Valorizzazione dei locali aderenti: la grafica del bicchiere dovrà includere un logo che identifichi in maniera riconoscibile la “location” dell'iniziativa;
4. Leggerezza: Dovrà essere possibile accedere ad informazioni ulteriori sull'iniziativa e sui locali aderenti senza “appesantire” la grafica del bicchiere.
5. Loghi partner: dovrà riportare i loghi dei partners di progetto.

Il risultato è mostrato nella figura seguente.

- Nella parte frontale del bicchiere è stato inserito il logo “Gallucci street”, realizzato per l'occasione;
- Nel retro del bicchiere è riportata la scritta “RETURNME”, e un Qrcode che rimanda alla pagina facebook di “Gallucci Street” per conoscere i locali aderenti all'iniziativa e approfondirne contenuti ed obiettivi.
- Nella parte bassa del bicchiere sono riportati i loghi dei partner del progetto.

Caratteristiche	Immagine
• Dimensione 500 ml, alto con tacca su 400 ml • Colorazione: Bianco opaco • Materiale: Polipropilene (PP) • Stampa: B/N	

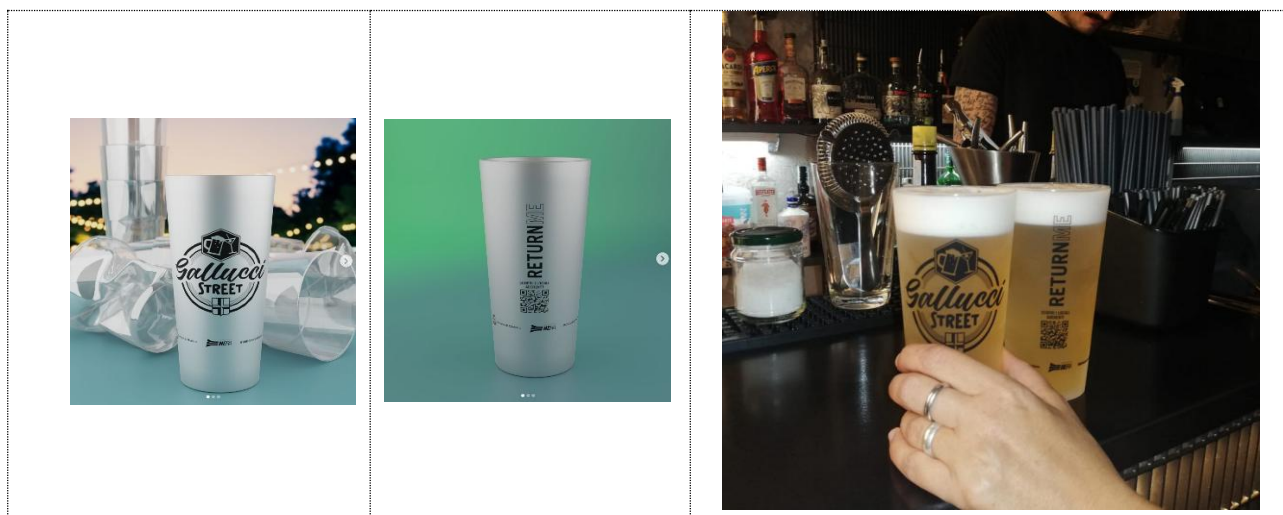


Figura 1. Bicchiere riutilizzabile da 500 cc, modello “alto”

I token (gettoni in plastica rigida) sono stati realizzati in 7 colorazioni diverse (una per locale), per facilitare l'operazione di ri-bilanciamento bicchieri/token tra i locali aderenti.



Figura 2. Immagine del token (es. verde)



Figura 3 - Token multicolori

Alla prima versione del bicchiere (modello alto da 500 cc) è stata aggiunta, su richiesta dei locali aderenti, una seconda versione (modello basso da 500 cc), più idonea alla somministrazione di bevande superalcoliche (es. cocktails). La grafica del secondo bicchiere è rappresentata nella figura seguente.



Figura 4. Bicchiere riutilizzabile da 500 cc, modello “basso”

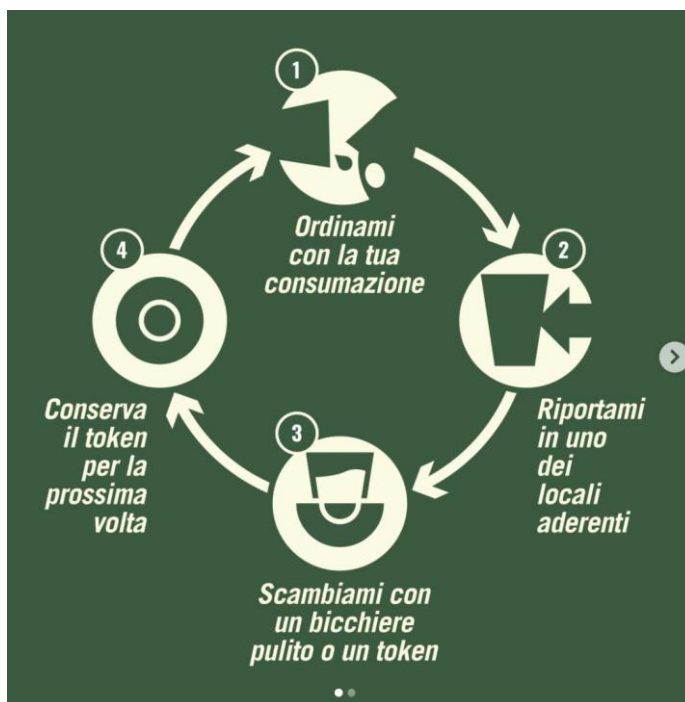
Espositori da banco

Per facilitare la comprensione, da parte degli utenti, del meccanismo alla base della sperimentazione (bicchiere riutilizzabile + token), è stato realizzato un espositore da banco in cartone ondulato con foro centrale sulla parte piana per l'alloggiamento del bicchiere. A tutti i locali aderenti è stato chiesto di esporre in maniera visibile l'espositore sul bancone, vicino alla cassa. I contenuti inseriti all'interno dell'espositore sono i seguenti:

- **Claim principale della campagna** (in alto a sx): Entra nel LOOP - Scegli il riuso
- **Testo descrittivo** (in alto a dx): “In collaborazione con **Comune di Modena, Hera** e il supporto di **Last Minute Market**, alcuni locali di **Gallucci Street** hanno scelto di sperimentare l'utilizzo di **bicchieri riutilizzabili e restituibili** per la somministrazione di bevande per il consumo “to-go”. Chiedi il bicchiere riutilizzabile al barista e restituiscilo dopo l'uso in uno qualsiasi dei locali aderenti in cambio di un bicchiere pulito o di un token.
- **Immagine esemplificativa del funzionamento del “Loop”** (al centro): visualizza i 4 passaggi racchiusi nel Loop. (vedi immagine a dx.)
- **Qr Code**: Qr Code per scoprire i locali aderenti con “landing page” sulla pagina facebook di “Gallucci Street”
- **Loghi partners** (in basso): Loghi di tutti i partner coinvolti nel progetto, inclusi i loghi ATERSIR e Regione Emilia-Romagna come richiesto dal Bando.
- **Claim secondario della campagna** (sup. orizzontale a sx): Riduciamo i rifiuti un bicchiere alla volta
- **Canale Instagram della campagna** (sup. orizzontale a dx): Logo Instagram + nome del canale attivato per la comunicazione social.



Figura 5. Espositore da banco



Vetrofania

La vetrofania (apposta sulla vetrina dei locali aderenti) permette di identificare visivamente i locali che mettono a disposizione l'opzione riutilizzabile per le consumazioni in esterno e restituire il bicchiere dopo l'uso senza ricorrere al Qr Code. La grafica, coerente con l'impianto generale della campagna, declina il claim generale della campagna dal punto di vista del locale: **"Questo locale sceglie il riuso"** sottolinea una scelta precisa del locale tra riutilizzabile e "usa e getta" e ne fa un carattere distintivo della propria identità.

Entra nel LOOP

Questo locale sceglie il riuso



**Riduciamo i rifiuti,
un bicchiere alla volta**



entra_nel_loop

Progetto sperimentale promosso dal Comune di Modena
in collaborazione con HERA e Last Minute Market per la
riduzione dei rifiuti da bicchieri usa e getta

Con il contributo di ATERSIR e Regione Emilia-Romagna
Fondo d'Ambito Ex L.R.16/2015



**Comune
di Modena**



#abbiamonelcuore



Figura 6. Vetrofania

Locandina & Poster

Pensata per essere esposta all'interno dei locali e per la promozione sul web/social, la locandina riporta i contenuti e gli elementi grafici essenziali della campagna e invita l'utente a chiedere il bicchiere riutilizzabile al barista e a restituirlo dopo l'uso.

Entra nel LOOP

Scegli il riuso

In collaborazione con **Comune di Modena, Hera** e il supporto di **Last Minute Market**, alcuni locali di **Gallucci Street** hanno scelto di sperimentare l'utilizzo di **bicchieri riutilizzabili e restituibili** per la somministrazione di bevande per il consumo "to-go".

COME FUNZIONA IL LOOP?

1. **Ordinami con la tua consumazione**
2. **Riportami in uno dei locali aderenti**
3. **Scambiami con un bicchiere pulito o un token**
4. **Conserva il token per la prossima volta**

Riduciamo i rifiuti, un bicchiere alla volta

Scegliere il bicchiere riutilizzabile consente di **ridurre drasticamente la produzione di rifiuti**, riducendo allo stesso tempo il consumo di risorse naturali (materie prime, acqua, energia), gli impatti ambientali e il littering.

Chiedi il bicchiere riutilizzabile al barista e restituiscilo dopo l'uso in uno qualsiasi dei locali aderenti in cambio di un **bicchiere pulito** o un **token**.

Progetto sperimentale promosso dal Comune di Modena in collaborazione con HERA e Last Minute Market per la riduzione dei rifiuti da bicchieri usa e getta

Comune di Modena

HERA

#abbiamonelcuore

last minute market

Con il contributo di ATERSR e Regione Emilia-Romagna Fondo d'Ambito Ex L.R.16/2015

AGENZIA REGIONALE AMBIENTE

Progetto a cura di

Figura 7. Locandina / Poster

Magliette per il personale

Per aumentare la visibilità dell'iniziativa, mantenendo un'immagine coordinata della Campagna, sono state realizzate e messe a disposizione dei baristi/e dei locali aderenti magliette di diverse taglie da indossare durante l'orario di lavoro. La grafica della maglietta riporta davanti il logo "Gallucci Street" e, nel retro, in maniera ben visibile, il claim principale della campagna oltre ai loghi dei partners.



Figura 8 - Magliette

Sottobicchieri

A corredo dei bicchieri, sono stati realizzati e messi a disposizione dei locali aderenti dei sottobicchieri da tavolo in cartoncino pressato per favorire la visibilità della campagna anche durante la consumazione "sul posto" all'interno dei locali.



Figura 9 - Sottobicchieri

Spillette e portachiavi

Spille e portachiavi, sono stati pensati sia per il personale dei locali, sia come gadget a disposizione dei facilitatori per il coinvolgimento dei passanti.



Figura 10. Spillette e portachiavi

In una fase successiva è stato realizzata anche una cartolina sagomata a forma di bicchiere, rappresentata nella figura seguente, ad integrazione dei materiali a disposizione dei facilitatori della campagna presenti in strada.



Figura 11. Cartolina sagomata



Vele da esterno e accessori

Le vele sono state pensate per aumentare la visibilità dei punti informativi presenti all'esterno dei locali, nel mezzo di via Gallucci, dove le facilitatrici della Cooperativa "La Lumaca" hanno stazionato con banchetto, materiale informativo, accessori e gadget" per i primi XX finesettimana a partire dall'inizio della sperimentazione, per favorire il coinvolgimento dei passanti/utenti dei locali.



Figura 12. Vela da esterno



Figura 13. Cornice + accessori

Conferenza stampa di lancio

Venerdì 10 aprile 2024, due giorni prima dell'inizio della sperimentazione vera e propria, si è tenuta, in via Gallucci a Modena, la conferenza stampa di lancio dell'iniziativa. Il comunicato stampa (cfr. Allegato 2) predisposto congiuntamente dalla cabina di regia del progetto è stato veicolato dagli uffici comunicazione di HERA. Presenti l'assessore all'Ambiente del Comune di Modena, Alessandra Filippi, il responsabile Area Ambiente Modena del Gruppo Hera, Paolo Paoli, Last Minute Market e i titolari di alcuni dei locali coinvolti nel progetto.





Figura 14. Conferenza stampa di lancio

La notizia è stata ripresa e promossa da diverse testate e tv locali:

Rassegna stampa

- **Il Resto del Carlino:** Una movida 'ecologica'. In via Gallucci arrivano i bicchieri riutilizzabili⁷
- **Modenatoday.it:** Via Gallucci tutela l'ambiente: sette locali scelgono il riuso⁸
- **Modenaindiretta:** Movida "ecologica", birra nei bicchieri di plastica riutilizzabili⁹
- **Modena 2000:** "Entra nel loop", in via Gallucci a Modena vince la tutela dell'ambiente: sette locali scelgono il riuso¹⁰
- **TV Qui:** Sostenibilità ambientale, in Via Gallucci stop ai bicchieri usa e getta¹¹

⁷ <https://www.ilrestodelcarlino.it/modena/cronaca/una-movida-ecologica-in-via-gallucci-arrivano-i-bicchieri-riutilizzabili-b86680d5>

⁸ <https://www.modenatoday.it/attualita/entra-nel-loop-bicchieri-sostenibili-via-gallucci-12-aprile-2024.html>

⁹ <https://www.modenaindiretta.it/movida-ecologica-birra-nei-bicchieri-plastica-riutilizzabili-video/>

¹⁰ <https://www.modena2000.it/2024/04/10/entra-nel-loop-in-via-gallucci-a-modena-vince-la-tutela-dellambiente-sette-locali-scelgono-il-riuso/>

¹¹ <https://www.tvqui.it/sostenibilita-ambientale-in-via-gallucci-stop-ai-bicchieri-usa-e-getta/>

- **LaPressa:** Modena, via Gallucci: Hera lancia bicchieri in plastica riutilizzabili¹²
- **TRC Modena:** Movida "ecologica", birra nei bicchieri di plastica riutilizzabili¹³
- **TV Qui Modena:** Sostenibilità, in via Gallucci stop ai bicchieri usa e getta¹⁴

Canale Instagram della campagna

Di comune accordo con i locali aderenti, come concordato nella fase di confronto iniziale, è stato attivato e gestito, per tutta la durata della sperimentazione, un canale Instagram della campagna¹⁵ gestito da Last Minute Market. Il riferimento al canale Instagram è stato inserito in tutti i materiali di comunicazione. Il canale è stato utilizzato per promuovere l'iniziativa sui social, invitare i frequentatori di via Gallucci ad utilizzare (e restituire) il bicchiere riutilizzabile, pubblicare immagini e brevi video-interviste ai locali realizzate dai facilitatori "sul campo" e raccogliere il punto di vista degli utenti sull'iniziativa.



Figura 15. Canale instaram dell'iniziativa – Frontespizio

Facilitatori & tutoraggio in strada

La presenza di facilitatori in strada per favorire l'engagement degli utenti e la comprensione delle nuove modalità di somministrazione è stata prevista fin dalla redazione del progetto, e fortemente richiesta dai locali aderenti. Prima dell'inizio delle attività "sul campo" è stata condotta, a cura di Last Minute Market, una breve attività di formazione/informazione ai facilitatori sugli obiettivi del progetto e le attività da realizzare. La durata prevista inizialmente per la presenza di facilitatori in strada era di un mese (nei finesettimana), ma si è protratta fino alla fine di giugno, su richiesta esplicita dei locali aderenti. Le attività sono state svolte da collaboratrici della Cooperativa sociale "La Lumaca" che hanno garantito la loro presenza in strada a partire dalle 20.30 (quando ancora la somministrazione avviene quasi esclusivamente con bicchieri riutilizzabili in

¹² <https://www.lapressa.it/articoli/societa/modena-via-gallucci-hera-lancia-bicchieri-in-plastica-riutilizzabili>

¹³ <https://telpnr.telpress.it/news/2024/04/10/2024041000093120995.MP4>

¹⁴ <https://telpnr.telpress.it/news/2024/04/10/2024041001145428398.MP4>

¹⁵ https://www.instagram.com/Entra_nel_loop/

vetro) fino a tarda serata (23.30), quando, di norma, è prevalente la somministrazione per il consumo da esterno con bicchieri usa e getta

12 Serate in cui è stata garantita la presenza di 2/3 facilitatori dedicati in strada	
• venerdì 12 aprile • sabato 13 aprile • venerdì 19 aprile • sabato 20 aprile • venerdì 26 aprile • sabato 27 aprile	• venerdì 3 maggio • sabato 4 maggio • venerdì 7 giugno 2024 • venerdì 14 giugno 2024 • venerdì 21 giugno 2024 • venerdì 28 giugno 2024

L'interazione con "il pubblico" nel contesto in esame non è risultata particolarmente efficace. Mediamente sono state realizzate una ventina di "interazioni" in ogni serata, tra risposte a domande, brevi interviste, foto-selfie da caricare su instagram. La presenza in strada (oltre al canale Instagram) ha permesso in ogni caso di seguire da vicino l'andamento del progetto, specie in relazione al comportamento dei locali nel merito degli aspetti operativi concordati nella fase preliminare, e raccogliere le impressioni degli utenti. A valle di ogni giornata la Cooperativa La Lumaca ha infatti predisposto un breve resoconto, condiviso con la cabina di regia, registrando il numero e la "qualità" delle interazioni, consentendo di intervenire in maniera puntuale sui gestori dei locali, in caso di "disallineamento" rispetto alle prassi operative concordate, e di adattare, passo dopo passo, le modalità e gli strumenti a disposizione dei facilitatori per favorire il coinvolgimento degli utenti.

Fase pilota

La fase pilota vera e propria, in cui sono state avviate dai locali le modalità di somministrazione previste dalla sperimentazione, è iniziata il 12 aprile 2024. Ad ogni locale è stata consegnata inizialmente solo parte della dotazione di bicchieri/token prevista e i materiali di comunicazione realizzati (es. locandina, vetrofania, magliette, espositore da banco, spille...).

Nonostante l'intesa fase preliminare di confronto con i locali aderenti all'iniziativa, si sono registrati, da parte di alcuni locali, comportamenti opportunistici, non in linea con gli aspetti operativi concordati. Tali comportamenti sono stati rilevati grazie alla presenza costante nei finesettimana delle facilitatrici in strada e grazie ad alcune segnalazioni pervenute sulla pagina Instagram dell'iniziativa. La reiterazione di tali comportamenti, nonostante il tentativo di dialogo promosso dalla cabina di regia del progetto ha portato all'"espulsione" dall'iniziativa di due dei sette locali inizialmente coinvolti a circa un mese di distanza dal lancio.

Al di là dei comportamenti opportunistici sopra menzionati, favoriti anche dall'impossibilità di far ricorso a strumenti sanzionatori per la mancata osservazione degli aspetti operativi della sperimentazione, è opportuno evidenziare alcune criticità relative al modello sperimentato.

Criticità del modello oggetto di sperimentazione

1. La presenza di ulteriori locali oltre a quelli che hanno aderito alla sperimentazione ha generato timori e reticenze tra gli esercenti coinvolti in materia di "concorrenza", con particolare riguardo a due aspetti cardine che costituivano la proposta di modello operativo iniziale: l'utilizzo esclusivo di bicchieri

riutilizzabili; la predisposizione, in caso di compresenza dell'opzione monouso, di un meccanismo incentivante/disincentivante volto a favorire la scelta dell'opzione riutilizzabile.

2. Costo del bicchiere: in assenza di incentivi/disincentivi che favoriscano l'opzione riutilizzabile, la previsione di un costo aggiuntivo per il bicchiere in occasione della prima consumazione (se l'utente non è già in possesso di un bicchiere o di un token), contribuisce ad accentuare la preferibilità per l'opzione monouso (più pratica in quanto non va restituita e può essere abbandonata, e più economica, in quanto a costo zero)
3. Difficoltà per gli esercenti di proporre l'opzione riutilizzabile "di default" negli orari di maggiore affollamento: la necessità di fornire "spiegazioni" all'utente al momento della somministrazione sul costo del bicchiere e sulle modalità di restituzione/token, ha fatto sì che, negli orari di maggiore affollamento, l'opzione di default proposta dai locali fosse il monouso, limitando le somministrazioni in bicchiere riutilizzabile ai soli già in possesso del bicchiere/token o che chiedevano espressamente il bicchiere riutilizzabile perché già a conoscenza dell'iniziativa e del suo funzionamento.
4. Difficoltà di restituzione del bicchiere "al banco" in cambio del token negli orari di maggiore affollamento
5. Confusione (da parte di alcuni utenti) del modello bicchiere+token con il modello "tradizionale" basato sul deposito cauzionale. Alcuni locali hanno lamentato la necessità di dover "discutere" con i propri utenti sul motivo per il quale venisse restituito il token invece che l'importo del bicchiere (1 euro).
6. Difficoltà di engagement degli utenti/consumatori da parte delle facilitatrici in strada negli orari di maggiore affollamento: scarsa disponibilità ad interagire da parte dei frequentatori della via.
7. Difficile scalabilità del modello: nel modello oggetto di sperimentazione, i locali che partecipano al sistema provvedono in autonomia al riequilibrio bicchieri-token. I bicchieri, infatti, possono essere restituiti in cambio del token in uno qualsiasi dei locali aderenti. Tale modello, senza il supporto di strumenti di tracciabilità digitale, può risultare "macchinoso" al crescere dei locali coinvolti.

Aspetti positivi della sperimentazione

1. Al netto delle criticità evidenziate, la sperimentazione ha consentito di "contaminare" un ambiente di consumo dominato dall'usa e getta, con linguaggi, elementi visivi e prassi basate sull'utilizzo di contenitori riutilizzabili e restituibili, dando centralità alla riduzione della produzione dei rifiuti.
2. I bicchieri realizzati e il materiale di comunicazione a corredo, scelti di comune accordo con i locali aderenti alla sperimentazione, hanno ricevuto un grande apprezzamento sia da parte dei locali che dei fruitori;
3. Il sondaggio condotto tramite il canale Instagram dell'iniziativa dopo la fase di avvio della sperimentazione e i feedback ricevuti dalle facilitatrici presenti in strada hanno restituito una percezione positiva da parte degli utenti finali, fatte salve alcune osservazioni ricevute nella fase preliminare relative al comportamento scorretto di alcuni dei locali che sono stati successivamente esclusi dalla sperimentazione.
4. Al termine della sperimentazione, i locali partecipanti (tutti i locali di partenza ad eccezione di quelli esclusi) hanno dato continuità alle nuove modalità di somministrazione che proseguono a tutt'oggi e tendono a radicarsi progressivamente nel tessuto sociale coinvolto.
5. La sperimentazione ha determinato una generale riduzione del fenomeno del littering nella via, fermo restando che tale riduzione, pur evidente, è limitata dalla presenza di altri locali che fanno uso esclusivo di bicchieri usa e getta per le consumazioni "to-go" e dalla difficoltà già evidenziata di proporre l'opzione riutilizzabile di default negli orari di maggiore affollamento.

Conclusioni e suggerimenti

Le criticità evidenziate nel corso della sperimentazione forniscono la base per alcune considerazioni e suggerimenti che riteniamo possano essere di grande utilità per le amministrazioni che vogliano affrontare il problema dei rifiuti (e del littering) nelle cd. “zone della movida”. Va evidenziato fin da ora che le cd. “zone della movida” sono contesti particolari, come lo sono d’altronde anche altri ambiti di applicazione dei modelli del riuso, che richiedono soluzioni e accorgimenti dedicati. Le zone della movida si distinguono infatti per alcuni elementi caratteristici:

- La presenza di molti locali di somministrazione in un unico luogo (strada/piazza) limitato;
- Sono un ambiente “aperto” (“open environment” nella nomenclatura inglese), il che presenta particolari complessità rispetto agli ambienti chiusi o semi-chiusi (es. aeroporti, stazioni, campus universitari, musei, palazzetti, stadi etc...);
- La presenza di un numero elevato di utenti/frequentatori, specie nei finesettimana e negli orari serali/notturni, che generano situazioni di “affollamento”, e di conseguenza code nei locali di somministrazione;

In tale contesto:

- Risulta difficile da parte dell’esercente, qualora l’utente non sia già in possesso del bicchiere/token o non lo richieda espressamente, dare priorità al bicchiere riutilizzabile negli orari di maggiore affluenza. Il costo non restituibile applicato al bicchiere risulta infatti un elemento che tende a generare incomprensioni e “fastidiose discussioni” tra esercenti e frequentatori;
- Risulta difficile, se non impossibile in alcuni orari, la riconsegna del contenitore al banco e la possibilità da parte degli esercenti di dialogare con i clienti sulle nuove modalità di somministrazione;
- Risultano poco visibili i materiali di comunicazione a sostegno dell’iniziativa, che “tendono a scomparire” dietro la folla e, più in generale, risulta bassa l’attenzione dei frequentatori in situazioni di affollamento verso stimoli di comunicazione esterni;
- La restituzione del bicchiere (in cambio di un bicchiere pulito o del token) deve poter avvenire in uno qualsiasi dei locali aderenti (se si opta, come nel caso in oggetto, per un bicchiere unico, uguale per tutti i locali) con le conseguenti complessità organizzative legate al riequilibrio bicchieri-token tra locali;

Ciò detto, le considerazioni a valle della sperimentazione di potenziale utilità per l’introduzione dei modelli del riuso nelle zone della movida possono essere sintetizzate come segue:

- a) **Perimetro:** L’iniziativa dovrebbe coinvolgere la maggioranza (meglio ancora se la totalità) dei locali presenti nella “zona target”. La definizione “regole del gioco” comuni a tutti i locali è un elemento essenziale per evitare il rischio (reale o percepito) di una concorrenza “ad armi impari” tra i diversi locali;
- b) **Regolazione:** Nel perimetro dei ruoli e delle responsabilità dei Comuni, andrebbe presa in considerazione la possibilità di disciplinare, con propria ordinanza, modalità di somministrazione comuni a tutti i locali della zona interessata (es. divieto di cessione gratuita del bicchiere usa e getta; obbligo di mettere a disposizione dell’utente un’opzione riutilizzabile e restituibile a condizioni non peggiorative rispetto a all’usa e getta...);
- c) **Motivazione e rispetto delle condizioni operative:** La motivazione degli esercenti che partecipano alla sperimentazione è un elemento essenziale che contribuisce al successo dell’iniziativa. Al fine di garantire il rispetto delle condizioni operative della sperimentazione da parte degli esercenti è inoltre necessaria

una fase di confronto preliminare alla quale dovrebbero partecipare TUTTI i soggetti coinvolti e la definizione di un accordo formale che disciplini ruoli e responsabilità di tutti gli attori, ivi incluse le condizioni operative alle quali devono attenersi gli esercenti;

d) **Monitoraggio:** il rispetto delle condizioni operative di cui al punto precedente, va monitorato nel corso della sperimentazione. Diversamente, vi è il rischio di comportamenti opportunistici o, semplicemente, di abbandono nel corso del tempo di uno o più degli aspetti operativi concordati inizialmente da parte di alcuni esercenti. Tali comportamenti, come ad esempio il rifiuto di riprendere il bicchiere in cambio del token o il ritiro del bicchiere riportato dall'utente senza la restituzione del token), possono inficiare la credibilità dell'intera iniziativa se non identificati subito;

e) **Aspetti operativi:**

- Andrebbe evitata la compresenza dell'opzione monouso con l'opzione riutilizzabile. Diversamente, il rischio è che, negli orari di maggiore affollamento, gli esercenti tendano ad utilizzare il monouso come opzione "di default", considerata l'impossibilità di dialogare con gli utenti sulle caratteristiche delle due opzioni. Tale soluzione, tuttavia, può essere osteggiata dai commercianti, che temono di perdere i clienti "di passaggio" o che non sono disponibili a pagare per il bicchiere o a restituire il bicchiere dopo l'uso.
- Qualora sia comunque prevista la compresenza dell'opzione monouso con l'opzione riutilizzabile, vanno necessariamente previsti e opportunamente comunicati, meccanismi incentivanti/disincentivanti a favore dell'opzione riutilizzabile. A titolo di esempio tali meccanismi possono essere: uno sconto (es. 50 ct.) in caso di scelta dell'opzione riutilizzabile; una maggiorazione (es. 50 ct.) in caso di scelta dell'opzione monouso; una consumazione omaggio, al raggiungimento di un certo numero di consumazioni con bicchiere riutilizzabile (es. 10). Diversamente, l'opzione monouso si presenta come l'opzione più favorevole, economica, e, in ultima analisi preferibile da parte degli utenti.
- Nel modello oggetto di sperimentazione, in caso di compresenza con l'opzione monouso, il costo del bicchiere (1 euro) si presenta come uno dei principali ostacoli alla scelta dell'opzione riutilizzabile da parte dell'utente e, prima ancora, alla proposta del bicchiere riutilizzabile come opzione di default da parte dell'esercente. Una delle principali soluzioni adottate in altri paesi europei (ed extra-europei) per ovviare a tale problema, è l'adozione di sistemi di riuso digitali, nei quali il bicchiere non viene né venduto né cauzionato, ma viene dato "in prestito", fatta salva l'applicazione di una penale (es. pari al costo del bicchiere) in caso di mancata restituzione del contenitore entro un certo periodo di tempo (es. 7 giorni). Tali modelli, sostanzialmente diversi da quello oggetto di sperimentazione, presuppongono il pagamento della consumazione mediante carta di credito/debito.
- Per ovviare alle problematiche legate alla difficoltà di restituzione del bicchiere in cambio del token negli orari di maggiore affollamento è possibile prevedere punti di restituzione (contenitori dedicati alla restituzione dei bicchieri riutilizzabili) opportunamente dislocati all'interno della via o in posizioni facilmente raggiungibili all'interno dei locali. Nel caso del modello in questione, tuttavia, il contenitore non può evidentemente restituire il token (o la cauzione nel modello con cauzione): il conferimento da parte dell'utente del bicchiere nel contenitore si configurerebbe come una donazione del bicchiere acquistato. Il progetto in questione potrebbe quindi integrare una donazione pari al valore del bicchiere acquistato (o di parte del suo valore, al netto dei costi di gestione e lavaggio) ad un ente/causa benefica. Tale soluzione, tuttavia, appare solo parzialmente

efficace (in quanto non consente la restituzione del token) e complessa da gestire (espone al rischio di un utilizzo improprio del contenitore come cestino dei rifiuti e richiede un intervento di svuotamento/controllo del riempimento/pulizia). In alternativa, sistemi di riuso digitali senza cauzione, come quelli citati sommariamente al punto precedente, essendo in grado di abbinare univocamente il contenitore con l'utente (o con la sua carta di credito), abilitano la restituzione del bicchiere in contenitori dotati di sistemi di riconoscimento o, in alternativa, in contenitori "tradizionali" che possono essere letti da uno scanner in grado di rilevare tutti i bicchieri restituiti (in tal caso nel bicchiere è integrato un Tag RFID). Esempi particolarmente promettenti di tali sistemi, che presentano una rapida diffusione a livello europeo ed extra-europeo, sono stati realizzati ad esempio da Vytal (Germania) e da Kleen-hub (Danimarca), esperienze già citate nel paragrafo "Condivisione del Piano operativo".

f) Aspetti di comunicazione

- È assolutamente necessario, ancorché non sufficiente, un importante investimento in comunicazione, prima e durante l'iniziativa. Il modello basato sull'usa e getta è infatti fortemente radicato nei comportamenti individuali, specie in contesti come quello oggetto della sperimentazione. Una comunicazione diffusa e capillare, rivolta ai frequentatori della zona in questione, sul funzionamento del sistema e sui principi alla base dell'iniziativa, andrebbe avviata con largo anticipo rispetto all'avvio delle nuove modalità di somministrazione, in modo tale da facilitare la partenza del nuovo sistema;
- Gli elementi/concetti chiave che dovrebbero ispirare la comunicazione sono quelli già riportati nel paragrafo *"Progettazione e realizzazione del piano di comunicazione"*;
- Nel modello oggetto della sperimentazione, è opportuno che le informazioni fornite agli utenti relative al gruppo di locali che partecipano all'iniziativa siano fornite su supporto digitale e non cartaceo (es. raggiungibile tramite Qr Code), in modo tale da poter aggiornare facilmente l'elenco in caso di fuoriuscita volontaria o forzata dalla sperimentazione di uno o più soggetti.
- Eventuali facilitatori presenti in strada per favorire la comprensione delle nuove modalità di somministrazione e favorire l'"engagement" degli utenti, andrebbero selezionati, ove fattibile e praticabile, tra persone "del posto", abituali frequentatori dei locali, per accorciare la distanza che inevitabilmente si crea con persone "esterne/estrane" all'ambiente.