

Fondazione
CARIPLO

TUTE SERVARE MUNIFICE DONARE • 1816



Plastic challenge, sfida alle plastiche monouso 2020

Il bando: «Plastic challenge: sfida alle plastiche monouso» 2020

Sostenere iniziative finalizzate alla riduzione del consumo di prodotti e imballaggi in plastica monouso e dei rifiuti che ne derivano, agendo sul cambiamento dei modelli di consumo e delle abitudini di acquisto



- > **Scadenza:** 12 giugno 2020; h 17.00
- > **Budget disponibile:** 950.000 euro
- > Contributo non superiore al **60%** dei costi totali di progetto
- > **Contributo minimo:** 25.000 euro
- > **Contributo massimo:** 90.000 euro



Linee Guida

SOGGETTI DESTINATARI



- **Capofila:** Organizzazioni private non profit **attive in campo ambientale**

Possibilità di presentarsi singolarmente o in partenariato con enti pubblici e/o privati non profit ammissibili

PROGETTI NON AMMISSIBILI



- Iniziative volte esclusivamente ad analisi e studi di fattibilità
- Azioni di sola sensibilizzazione, comunicazione o informazione sui temi oggetto del bando
- Iniziative già realizzate in tutto o nella quasi totalità al momento della presentazione della domanda di contributo
- Proposte coincidenti con la gestione ordinaria della attività usualmente svolte dall'ente richiedente
- Operazioni di acquisto di immobili (terreni, edifici), nuove edificazioni e ristrutturazioni
- Iniziative che prevedano attività di public engagement (pulizia di aree verdi, laghi e fiumi) superiori al 10% dei costi totali di progetto



Obiettivi

- Individuazione di **soluzioni efficaci** per la riduzione dei rifiuti in plastica monouso attraverso la **modifica dei comportamenti di vendita, acquisto e consumo**
- Implementazione di nuove strategie ispirate ai principi dell'**ecodesign** per la progettazione di prodotti e sistemi che consentano e favoriscano il **riuso e recupero**
- Supporto all'introduzione dei criteri di **GPP** (Green Public Procurement)
- Implementazione degli schemi di attuazione del principio della responsabilità estesa del produttore, che possano ispirarsi alla messa in opera di sistemi di deposito, **consegna e rimborso o tracciabilità del prodotto**
- Attuazione interventi volti a favorire la riduzione del **consumo eccessivo di acqua in bottiglia**
- Fornire alternative sostenibili volte a ridurre l'impiego di **plastica nel settore agricolo e florovivaistico**



Criteri di merito

- Coerenza tra le attività previste, le competenze dei proponenti e il contesto di intervento
- Evitino il ricorso alla sostituzione con altre tipologie di imballaggi usa e getta

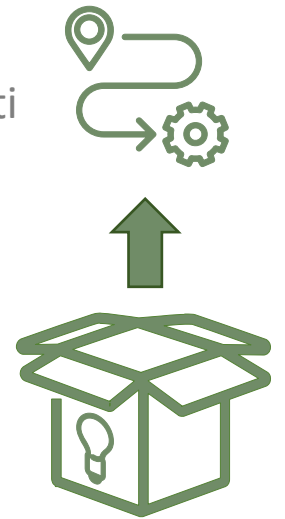
Priorità UE gestione rifiuti: Prevenzione > Riduzione > Riuso > Riparazione > Riciclo

- Identifichino ambienti o settori rilevanti ai fini dell'impatto di progetto
- Prevedono l'applicazione di pratiche coerenti con i principi dell'economia circolare
- Prevedano l'implementazione di tecniche riconducibili alla nudge theory
- Promuovano il coinvolgimento attivo della cittadinanza
- Siano sostenuti da una rete documentata di portatori di interesse
- Propongano soluzioni convenienti e facili da usare per gli utenti
- Prevedano l'implementazione di nuove tecnologie e iniziative innovative
- Presentino azioni di supporto volte all'identificazione dei gap legislativi in materia di packaging alimentare e requisiti igienico sanitari.



Perché la Nudge Theory?

- Trasformazione modalità di produzione e offerta di beni e servizi
- Modifica modelli di uso e consumo beni e servizi
- Transizione verso modelli di progettazione che rendano la prevenzione e il riutilizzo possibili, facili e convenienti
- Ecodesign per prevenzione, riutilizzo e riparazione
- Promuovere sperimentazioni sostenibili e innovative ai sistemi di offerta e consegna dei prodotti





Fondazione
CARIPLO

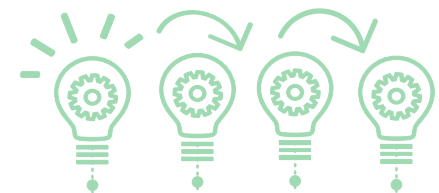
TUTE SERVARE MUNIFICE DONARE • 1816



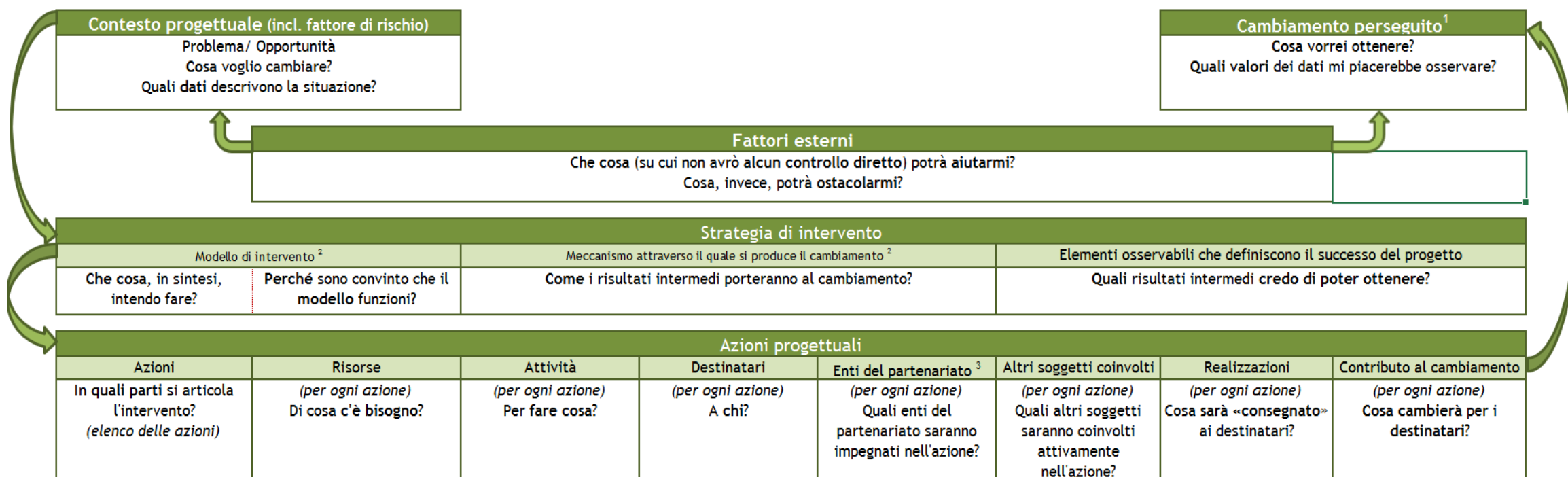
Come introdurre un intervento di Nudge
in un progetto Plastic - free

Il quadro logico per un intervento di nudge

- > Definire l'**obiettivo**: quale comportamento vogliamo modificare? 
- > Identificare i **meccanismi**: quali sono i nessi causali?
- > Scegliere una **strategia** di intervento: analizzare i possibili interventi e selezionare il nudge adatto 
- > Effettuare **test**: la strategia identificata ci permette di raggiungere l'obiettivo?



Il quadro logico di progetto



Esempi: MIWA & All things hair refillery

Meccanismo Refill on the go

> Benefici:

- ⌋ Riduzione degli sprechi
- ⌋ Concept accattivante
- ⌋ Sistema deposito e premi

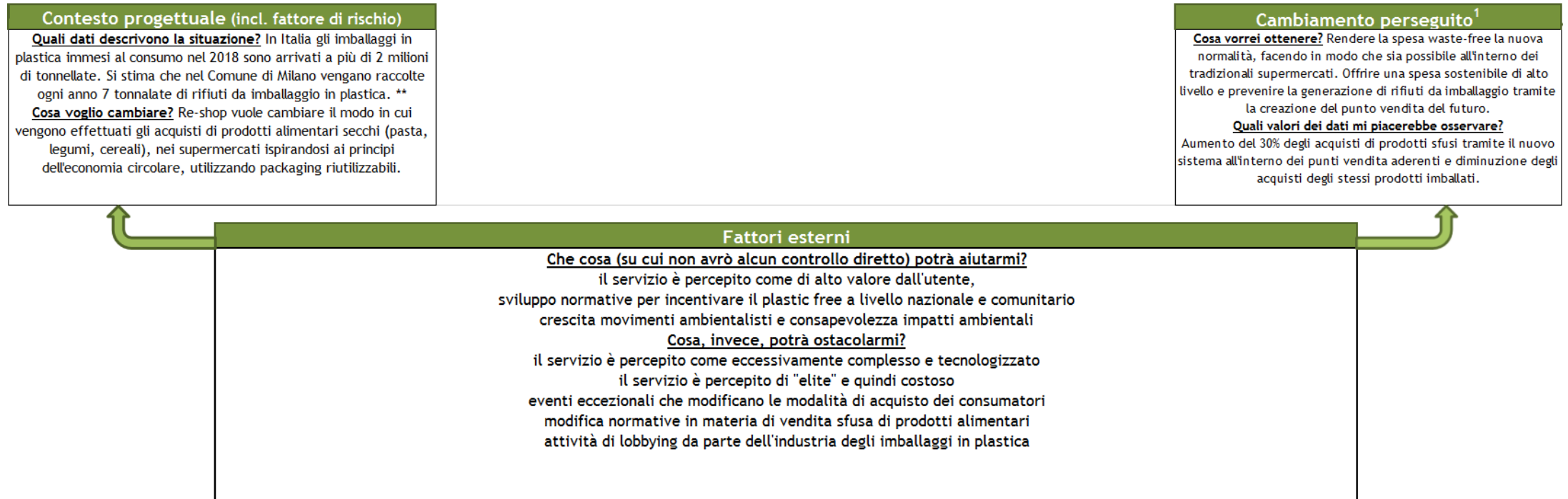
> Ostacolo:

- ⌋ Come motivare l'utente a scegliere questa opzione?



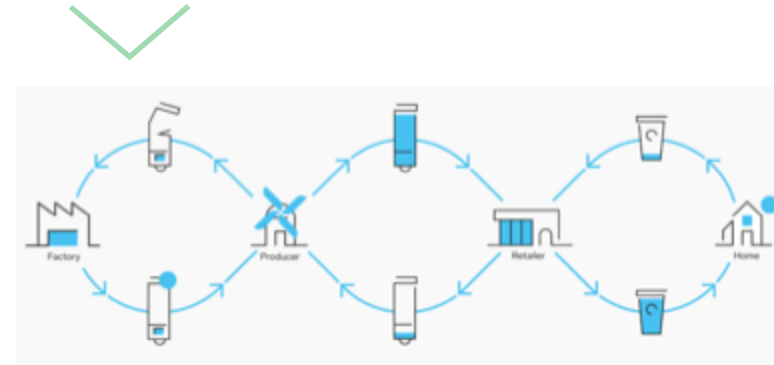
Un esempio di quadro logico: contesto, obiettivo e fattori esterni

Quadro logico del progetto



Un esempio di quadro logico: meccanismo e strategia

Strategia di intervento		
Modello di intervento ²	Meccanismo attraverso il quale si produce il cambiamento ²	Elementi osservabili che definiscono il successo del progetto
<p><u>Che cosa, in sintesi, intendo fare?</u> Re-shop offre un sistema intelligente di acquisto tramite contenitori riutilizzabili che assicura igiene e efficienza, minimizzando i rifiuti da imballaggio.</p> <p><u>Perché sono convinto che il modello funzioni?</u> Il modello si adatta alla logistica e agli standard igienico sanitari dei supermercati Il sistema di deposito e premi incentiva le aziende ad offrire i propri prodotti tramite la struttura Re-shop e i consumatori ad acquistare i prodotti sfusi offerti tramite i contenitori riutilizzabili</p>	<p><u>Come i risultati intermedi porteranno al cambiamento?</u> Grazie ad una capsula riutilizzabile che Re-shop fornirà al produttore, quest'ultimo potrà offrire il proprio prodotto sfuso nel supermercato, la capsula sarà inserita nello stand espositivo Re-shop che si troverà all'interno del punto vendita.</p> <p>Il consumatore potrà acquistare la quantità di prodotto che desidera con il contenitore riutilizzabile. Il sistema di erogazione del cibo sfuso si trova all'interno del negozio, nel quale possono trovarsi gli stessi prodotti imballati tradizionalmente; offrendo un'alternativa facile disponibile si aumentano le possibilità di prova del servizio da parte dell'utente il quale, se soddisfatto, è maggiormente incentivato a riutilizzarlo. Inoltre a fronte dell'acquisto iniziale del contenitore riutilizzabile, l'utente godrà di uno sconto sull'acquisto del prodotto.</p>	<p><u>Quali risultati intermedi credo di poter ottenere?</u> Crescente riduzione degli acquisti di alcuni prodotti già imballati e aumento delle spese effettuate tramite il sistema Re-shop. Quantità di utenti che dopo il primo acquisto tramite il sistema innovativo continua ad effettuare gli acquisti con i contenitori riutilizzabili. Spazio dedicato alla spesa sfusa all'interno del punto vendita/ supermercato Quantità e varietà crescenti di prodotti offerti dalle aziende tramite il sistema di acquisto package free.</p>



Un esempio di quadro logico: azioni I

Azioni progettuali							
Azioni	Risorse	Attività	Destinatari	Enti del partenariato ³	Altri soggetti coinvolti	Realizzazioni	Contributo al cambiamento
In quali parti si articola l'intervento? (elenco delle azioni)	(per ogni azione) Di cosa c'è bisogno?	(per ogni azione) Per fare cosa?	(per ogni azione) A chi?	(per ogni azione) Quali enti del partenariato saranno impegnati nell'azione?	(per ogni azione) Quali altri soggetti saranno coinvolti attivamente nell'azione?	(per ogni azione) Cosa sarà «consegnato» ai destinatari?	(per ogni azione) Cosa cambierà per i destinatari?
Azione 1: Sistema Offerta e Acquisto sfuso Re-shop	Enti competenti Responsabili catena Supermarket Ricercatori	Analisi norme igienico sanitarie per la vendita sfusa dei prodotti individuati	Responsabili catena supermercati Aziende produttrici	Associazione Reuse4change (capofila) Università degli studi di Milano	Super-market one, Supermercato SpesaFacile Comune di Milano ASL	Vademecum per la vendita sfusa di prodotti alimentari secchi	Possibilità per i supermercati partecipanti di installare i distributori Re-shop all'interno dei propri punti vendita
	Aziende produttrici Responsabili catena Supermarket Personale supermarket	Installazione stand Re-shop nei supermercati partecipanti	Personale supermarket Responsabili supermarket	Associazione Reuse4change (capofila) Pasta Fiore	Super-market one, Supermercato SpesaFacile Comune di Milano	Sistema Re-shop installato all'interno dei punti vendita tradizionali partecipanti al progetto	Disponibilità del sistema Re-shop all'interno del punto vendita
	Aziende produttrici Responsabili catena Supermarket Personale supermarket	Avvio della sperimentazione lato Offerta del sistema di delivery dei prodotti sfusi dall'azienda al supermarket	Personale supermarket Aziende produttrici	Associazione Reuse4change (capofila) Pasta Fiore	Super-market one, Supermercato SpesaFacile	Sistema di delivery dei prodotti sfusi ai supermarket Formazione funzionamento nuovo sistema di offerta sfusa dei prodotti	Inizio sperimentazione delivery prodotti tramite il sistema Re-shop
	Personale supermarket Clienti supermarket	Avvio della sperimentazione lato Consumo di acquisto dei prodotti sfusi all'interno del supermarket	Personale supermarket Clienti supermarket	Associazione Reuse4change (capofila)	Super-market one, Supermercato SpesaFacile	Formazione funzionamento nuovo sistema di spesa sfusa Informazione sui vantaggi della scelta di spesa sfusa	Inizio sperimentazione spesa autonoma nel nuovo punto vendita con il sistema di vendita Re-shop



Un esempio di quadro logico: azioni II

Azione 2: Sistema restituzione contenitore riutilizzabile MIWAA	Enti competenti Responsabili catena Supermarket Riceratori	Analisi norme igienico sanitarie per l'iginizzazione dei contenitori	Responsabili catena supermercati Aziende produttrici	Associazione Reuse4change (capofila) Università degli studi di Milano Pasta Fiore	Super-market one, Supermercato SpesaFacile Comune di Milano	Linee guida per la raccolta ed igienizzazione dei contenitori riutilizzabili	Possibilità per i supermercati partecipanti di avviare la sperimentazione di raccolta e riutilizzo dei contenitori
	Responsabili catena Supermarket Personale supermarket	Installazione del sistema di raccolta dei contenitori riutilizzabili presso i supermarket	Responsabili catena supermercati Personale supermarket Clienti supermarket	Associazione Reuse4change	Super-market one, Supermercato SpesaFacile	Sistema di raccolta dei contenitori installato all'interno dei punti vendita	Disponibilità di un sistema di raccolta dei contenitori riutilizzabili Re-shop
	Personale supermarket Clienti supermarket	Inizio sperimentazione raccolta contenitori riutilizzabili all'interno del punto vendita	Personale supermarket Clienti supermarket	Associazione Reuse4change	Super-market one, Supermercato SpesaFacile	Formazione su riconsegna contenitori riutilizzabili presso i punti vendita Raccolta contenitori riutilizzabili riportati dai clienti che hanno scelto i prodotti sfusi	Restituzione dei contenitori per igienizzazione e riutilizzo da parte delle aziende produttrici
	Personale supermarket Aziende produttrici	Inizio sperimentazione delivery contenitori riutilizzabili alle aziende produttrici per riutilizzo	Personale supermarket Aziende produttrici	Associazione Reuse4change Pasta Fiore	Super-market one, Supermercato SpesaFacile	Sistema di riconsegna dei contenitori alle aziende produttrici che così potranno continuare ad offrire i propri prodotti sfusi tramite il sistema Re-shop	Restituzione dei contenitori per igienizzazione e riutilizzo
Azione 3: Creazione dell'incentivo a scegliere l'alternativa riutilizzabile/ Scelta nudge	Riceratori	Scelta posizionamento postazione vendita prodotti sfusi Implementazione del sistema deposito/premio per i clienti	Responsabili catena supermarket Aziende produttrici	Associazione Reuse4change Università degli studi di Milano	Super-market one, Supermercato SpesaFacile	Incentivo per favorire la scelta dell'alternativa riutilizzabile da parte del cliente	Il cliente è più propenso a scegliere l'alternativa riutilizzabile
Azione 4: Valutazione intermedia	Riceratori	Raccolta dati e valutazione dei risultati intermedi di progetto	Responsabili catena supermarket Aziende produttrici	Università degli studi di Milano		Valutazione degli incentivi a scegliere l'alternativa riutilizzabile	Indicazioni per modifiche e miglioramento sistema



Nudge: cambiare la percezione di ciò che è normale



- Fornire **soluzioni accattivanti**, fare in modo che le persone vogliano l'alternativa;
- Modificare il tradizionale **sistema di deposito e premi**;
- Porre le **alternative riutilizzabili** sotto gli occhi del consumatore, fare in modo che le persone pensino all'alternativa mentre fanno la spesa;
- Ricordare alle persone le **conseguenze delle proprie scelte di consumo** al momento dell'acquisto.



