Scheda progetto

Denominazione soggetto promotore	Coca-Cola HBC Italia srl		
Titolo	**Missione ecoTribù**		
Categoria Premio Pianeta Acqua (cancellare le alternative non desiderate)	Educazione		
Durata complessiva del progetto			
data inizio	**2007**	**data fine**	**in corso**
Responsabile del progetto			
Cognome	Alessandro	**Nome**	Magnoni
Ruolo ricoperto all'interno dell'Organizzazione concorrente	Public Affairs & Communication Director		
Telefono	02 2707 7560	**E mail**	davide.macchia-guest-@cchellenic.com

Sintesi del progetto/esperienza (Massimo 20 righe)

Sensibilizzare alla riduzione dei consumi idrici, alla diminuzione degli sprechi e al riciclo dell'acqua sono punti fondamentali della strategia aziendale. All'interno del progetto **missione ecoTribù**, a partire dal 2007 sono state attivate numerose iniziative per bambini:

1) **Libro "Il mistero dell'acqua scomparsa".** Volume didattico realizzato con lo scopo di educare le giovani generazioni a un consumo critico della risorsa idrica al fine di minimizzare gli sprechi d'acqua nella vita quotidiana. Il libro unisce la componente narrativa a quella educativa ed è stato distribuito ad oggi in **oltre 400.000 copie**.
2) **Cartone animato.** La storia de "Il mistero dell'acqua scomparsa" è diventata anche un cartone animato (**premiato al Giffoni Film Festival 2009**) che rappresenta l'evoluzione visiva e un ulteriore supporto ai contenuti veicolati dal libro.
3) **Acquando.** 4 weekend con attività di gioco e animazione sul tema dell'acqua, concorsi scolastici, mostre fotografiche e iniziative pratiche a tutela dell'ambiente.
4) **Tana della Lontra.** Percorso conoscitivo che permette ai ragazzi di studiare il simpatico animale considerato "indicatore" dello stato di salute dei fiumi.
5) **Kit scolastico.** Proposta educativa ludico/interattiva sul tema del risparmio idrico che ha coinvolto i personaggi protagonisti del libro e del cartone animato. **3.500 kit** distribuiti e **100.000 bambini della Scuola Primaria coinvolti**.
6) **Spettacolo teatrale.** Rappresentazione teatrale dell'omonimo volume didattico per educare a un consumo consapevole. Al termine di ogni pièce gli attori interagiscono con il pubblico e rispondono alle curiosità dei bambini. **Oltre 60 repliche in 30 città italiane**.

Descrizione analitica del progetto

Il contesto di riferimento del progetto: problematiche in cui si inserisce e soggetti destinatari

L'obiettivo dei progetti è quello di sensibilizzare ed educare all'uso consapevole dell'acqua, risorsa strategica di fondamentale importanza per l'umanità, per il pianeta e asset strategico dell'azienda, e stimolare l'applicazione di pratiche virtuose per ridurre gli sprechi. Coca-Cola HBC Italia ha scelto di rivolgersi in primis alle giovani generazioni per promuovere fin da bambini uno stile di vita attento al rispetto dell'acqua e dell'ambiente. I ragazzi, inoltre, si fanno loro stessi educatori all'interno delle famiglie, portando le good practices anche a casa. Le proposte ludiche, così come la maggior parte delle attività proposte durante le feste educative, sono state pensate principalmente per i più giovani per veicolare il messaggio dell'importanza della preservazione dell'acqua tramite iniziative che potessero essere vissute pienamente dai bambini.

Le attività implementate consentono in più di comunicare l'impegno concreto di Coca-Coca HBC Italia nei territori in cui hanno sede gli impianti produttivi sia sul fronte degli interventi tecnologici sugli impianti per la riduzione del consumo di acqua sia sul fronte della collaborazione con le comunità locali.

Gli obiettivi e gli aspetti innovativi e sperimentali

Libro “Il mistero dell’acqua scomparsa”, cartone animato e kit scolastico.
Il format implementato consente ai ragazzi di farsi loro stessi educatori all’interno delle famiglie, portando le buone pratiche anche a casa. Ogni kit scolastico – pensato per le classi terza, quarta e quinta della scuola primaria – è composto da:

- 1 guida docenti;
- 30 copie del libro “Il mistero dell’acqua scomparsa”;
- 1 dvd del cartoon “Il mistero dell’acqua scomparsa”;
- 30 copie del quaderno operativo “La squadra blu”;
- 1 poster cornice per la classe;
- 1 pieghevole per il concorso;

Il kit veicola i messaggi attraverso attività didattiche interattive per le classi, con momenti di approfondimento individuale. I kit favoriscono un apprendimento divertente e interattivo di ciò che concerne i temi del risparmio idrico. Ogni classe ha partecipato ad un concorso, pensato per coinvolgere maggiormente i ragazzi, e per ogni classe partecipante Coca-Cola HBC Italia ha destinato un contributo al Centro Visita della Riserva Naturale della Valle dell’Orfento, nel parco della Majella.
In quell’area infatti, nel 2009 l’azienda ha realizzato, in collaborazione con il Corpo Forestale dello Stato, la “**Tana della Lontra**”.

Spettacolo Teatrale. Lo spettacolo “Il mistero dell’acqua scomparsa” rappresenta un contenitore culturale innovativo che unisce la suggestione fiabesca ed avventurosa del teatro, con musiche e canzoni, all’approfondimento didattico dei contenuti. Ogni spettacolo si conclude con un dialogo aperto tra il cast e il pubblico, un momento di dibattito sui messaggi veicolati dalla pièce.

“**Acquando – La festa trasparente per natura**”. Il progetto è stato creato per seguire il percorso di Coca-Coca HBC Italia di sensibilizzazione all’uso consapevole dell’acqua. Sotto un unico concetto ombrello, si è creato un format di evento – un weekend “full immersion” sul tema dell’acqua - che è stato declinato ad hoc a livello locale in collaborazione con enti, associazioni e istituzioni locali di quattro città italiane, da nord a sud.

Fasi e modalità di realizzazione del progetto

Le attività legate al progetto Missione ecoTribù si sono sviluppate nel corso degli ultimi anni in un crescendo di iniziative coerenti e complementari fra loro:

2007: **"Il mistero dell'acqua scomparsa"**, il **libro** didattico realizzato per i ragazzi delle scuole medie allo scopo di educare le giovani generazioni al consumo consapevole della risorsa idrica al fine di minimizzare gli sprechi d'acqua nella vita quotidiana.

2008: dal libro viene realizzato l'omonimo **cartone animato**, premiato in occasione del Giffoni Film Festival 2009, il principale festival cinematografico internazionale per ragazzi.

2008: l'interesse verso il delicato problema dell'uso consapevole della risorsa idrica si è sviluppato, dopo il lancio del libro e del cartone animato, nel corso di **"Acquando – La festa trasparente per natura"**, i 4 weekend dedicati all'acqua e svoltisi in prossimità degli stabilimenti di Coca-Cola HBC Italia. Un'attività che conferma l'impegno dell'azienda presso i territori in cui opera e le comunità che ospitano i siti produttivi.

2009: per consentire ai giovanissimi di entrare direttamente in contatto con la natura e provare in prima persona a preservare un ambiente naturale incontaminato, è stata inaugurata la "**Tana della Lontra**", un percorso conoscitivo realizzato, con il Corpo Forestale dello Stato, all'interno della Riserva Naturale Valle dell'Orfento a Caramanico Terme (Pescara). Seguendo l'itinerario sviluppato nella riserva, i ragazzi hanno avuto modo di conoscere, grazie al gioco e all'esperienza diretta, questo straordinario indicatore "naturale" dello stato di conservazione dei corsi d'acqua che è la lontra. *La tana della Lontra* fa parte di un più vasto progetto di conservazione della lontra e di tutela dell'ambiente acquatico indispensabile alla sua esistenza.

2009-2011: realizzato nel 2009, lo **spettacolo teatrale** è ancora in tour in numerose città italiane. Nelle diverse tappe, riservate alle scuole o aperte al pubblico, lo spettacolo "Il mistero dell'acqua scomparsa" ha coinvolto e divertito migliaia di persone, adulti e bambini, grazie ad un contenitore culturale innovativo che unisce la suggestione fiabesca ed avventurosa del teatro, con musiche e canzoni, all'approfondimento didattico dei contenuti.

Presenza di eventuali partner del progetto

Tutti i progetti realizzati sotto l'unico "ombrello" di Missione ecoTribù si sono avvalsi di importanti partnership, oltre a ricevere il patrocinio di numerosi enti ed associazioni, in particolare:

- Libro "Il mistero dell'acqua scomparsa". Il volume, scritto da Laura Walter ed illustrato da Benedetta Pasetto, è stato realizzato da Coca-Cola HBC Italia e **Fondazione AIDA** (focalizzata su programmi educational per bambini) con il Patrocinio del **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali**, di **Regione Veneto**, **Regione Abruzzo**, **Regione Basilicata**, di **ARPA Veneto** e di numerose amministrazioni locali ed uffici scolastici. Le emissioni derivanti dalla produzione de "Il mistero dell'acqua scomparsa", inoltre, sono state compensate dalla piantumazione di alberi in Costa Rica e nel Parco Del Ticino grazie al progetto Impatto Zero® di Lifegate per un totale di 15.000 m2 di nuove foreste piantate.

- Kit scolastico. Realizzato con il patrocinio di **Cittadinanzattiva onlus**.

- Spettacolo teatrale. Realizzato con la collaborazione della **Fondazione culturale AIDA di Verona**, ottenendo il Patrocinio di **ISPRA** (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale)

- Acquando. Ha ottenuto il Patrocinio delle località nelle quali si è realizzato l'evento e di numerosi istituti, fra gli altri: Provincia di Biella, Provincia di Verona, Provincia di Potenza e Regione Basilicata, Provincia de L'Aquila e Regione Abruzzo, ARTA Abruzzo, Confindustria Basilicata, Mineracqua.

- Tana della Lontra. Realizzata con il Patrocinio della Regione Abruzzo ed il supporto del Corpo Forestale dello Stato e del Ministero delle Politiche Agricole, Forestali e Ambientali.

I risultati conseguiti o attesi

Il kit ludico-didattico è stato distribuito in **3.500 copie** (rapidamente esaurite) raggiungendo **oltre 100.000 bambini della Scuola Primaria**. Il concorso "Un tuffo nella sostenibilità" legato al kit didattico ha visto la partecipazione di **654 scuole in tutta Italia con oltre 16.000 studenti coinvolti. Sono stati 2.840 gli elaborati presentati.**

Il libro "Il mistero dell'acqua scomparsa" è stato distribuito ad oggi in **oltre 400.000 copie** su tutto il territorio nazionale.

Lo spettacolo teatrale è andato in scena in **30 città italiane per un totale di oltre 70 repliche**. Lo spettacolo ha ottenuto un'ottima copertura mediatica a livello locale e nazionale.

La manifestazione "Acquando" ha coinvolto circa **10.000 persone** tra dipendenti Coca-Cola HBC Italia e cittadini delle 4 sedi dove si sono svolte le feste, generando l'interesse della stampa locale e nazionale.

Tute le iniziative implementate attraverso il progetto "missione ecoTribù" hanno contribuito ad

aprire una riflessione costruttiva sulla problematica, coinvolgendo la scuola, le famiglie, le comunità locali. La collaborazione tra azienda e istituzioni ha sottolineato l'importanza dell'impegno individuale nel rispetto della vitale risorsa.

L'attuazione di missione ecoTribù è la manifestazione concreta della volontà di Coca-Cola HBC Italia di applicarsi per un società più rispettosa della risorsa idrica e dell'ambiente, a fianco dell'impegno concreto per una produzione industriale sempre più sostenibile.

In caso di risultati attesi evidenziare alcuni indicatori quantitativi utili per la determinazione del livello di raggiungimento dell'obiettivo

Tutte le iniziative, sulla base dei risultati precedentemente illustrati, hanno superato le aspettative previste alla vigilia.

La diffusione capillare sui territori in cui è presente l'azienda, l'apprezzamento delle comunità e delle istituzioni coinvolte, e l'ampia visibilità mediatica raggiunta a livello nazionale, ci consentono di affermare che l'insieme dei progetti realizzati ha raggiunto e superato gli obiettivi stabiliti in partenza.

In caso di necessità possono essere inserite righe aggiuntive.
Può essere presentata ulteriore documentazione ma non si garantisce di tenerne conto in sede di valutazione.