

Scheda progetto

Denominazione soggetto concorrente **NUOVE ACQUE SPA**
 Titolo **PRO "GETTI D'ACQUA"**
 Categoria Premio Pianeta Acqua **Comunicazione**
 (cancellare le alternative non desiderate)
 Durata complessiva del progetto **ANNUALE RINNOVABILE**
 data inizio **01/01/2010** data fine **PROGETTO ANCORA IN CORSO**

Responsabile del progetto

Cognome **MENABUONI** Nome **FRANCESCA**
 Ruolo ricoperto all'interno dell'Organizzazione concorrente: **DIRETTORE GENERALE AGGIUNTO E DIRETTORE TECNICO**
 Telefono **0575/3391** E mail **francesca.menabuoni@nuoveacque.it**

Sintesi del progetto/esperienza (Massimo 20 righe)

Tale campagna ha avuto lo scopo di promuovere fra i cittadini comportamenti che incentivino la qualità della vita, la tutela della salute e che contribuiscano ad accrescere l'attenzione ai temi della sicurezza ambientale. Si è ritenuto possibile perseguire tali obiettivi attraverso azioni di educazione a un consumo responsabile e consapevole dell'acqua, stimolando la presa di coscienza individuale e collettiva sulla necessità di modificare i comportamenti quotidiani attraverso l'acquisizione del concetto di risorsa limitata. Attraverso la creazione di punti di erogazione di acqua potabile fruibili come accessibilità e visibilità in spazi pubblici (scuole, uffici, punti informativi delle amministrazioni), si è ritenuto di poter incentivare il messaggio che l'acqua fornita tramite la rete di acquedotto è di qualità superiore a quella delle acque minerali e soprattutto assolutamente sicura dal punto di vista igienico sanitario. Sono stati resi disponibili dei Kit informativi sulla qualità dell'acqua erogata, completi di bottiglia in vetro con logo dell'iniziativa al fine di promuovere anche l'utilizzo dell'acqua del rubinetto per uso potabile a livello domestico; sono stati forniti dei fontanelli di distribuzione dell'acqua del rubinetto, unitamente alle bottiglie, per uffici e scuole in tutti i 37 comuni dell'A.A.T.O.n.4 Alto Valdarno; infine, unitamente alle Amministrazioni Comunali sono state realizzate case dell'acqua. Pur non essendo le acque degli acquedotti tutte uguali la qualità, naturalmente è sempre garantita poiché le acque potabili devono soddisfare i rigidi parametri batteriologici e chimico-fisici fissati dalla legge a tutela della salute dei cittadini. Le campagne di comunicazione per incentivare le famiglie all'uso dell'acqua del rubinetto si sono principalmente concentrate fino ad oggi nello sfatare la convinzione, in gran parte influenzata dalla pubblicità, che le acque minerali siano qualitativamente migliori rispetto all'acqua erogata dal rubinetto. Pur non abbandonando tale tema, ne sono stati introdotti altri altrettanto importanti nel particolare contesto economico attuale: 1) il risparmio economico per famiglia; 2) il risparmio energetico ed ambientale

Descrizione analitica del progetto

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

Il progetto si rivolge a tutti gli utenti siano essi famiglie che enti pubblici, affinché facciano un uso appropriato dell'acqua in quanto risorsa primaria esauribile. Lo scopo è quello che far comprendere quali possono essere le abitudini quotidiane da modificare ed informare quindi l'utilizzatore finale che il servizio di acquedotto reso dal gestore permette un risparmio considerevole, sia in termini economici che energetici e ambientali nonché della risorsa stessa. Esso garantisce altresì che è qualitativamente superiore alle acque minerali, sia per la numerosità dei controlli effettuati, sia per le caratteristiche organolettiche della risorsa idrica erogata.

Gli obiettivi e gli aspetti innovativi e sperimentali

L'obiettivo della Società è quello di divulgare in maniera capillare in tutto il territorio gestito comportamenti che incentivino la qualità della vita, la tutela della salute e che contribuiscano ad accrescere l'attenzione ai temi della sicurezza ambientale e del risparmio ambientale energetico ed economico.

- Incentivare il messaggio che l'acqua fornita tramite la rete di acquedotto è di qualità superiore a quella delle acque minerali, attraverso la creazione di punti di erogazione di acqua potabile, fruibili come accessibilità e visibilità in spazi pubblici aperti;
- Promuovere l'informazione sulla qualità dell'acqua erogata dall'acquedotto pubblico;
- Diffondere l'informazione sul sistema di controlli di qualità che garantiscono le caratteristiche dell'acqua distribuita dal pubblico acquedotto;
- Incentivare il consumo domestico e nei luoghi pubblici di acqua distribuita dal pubblico acquedotto sensibilizzando le famiglie al risparmio economico, ambientale ed energetico che ne deriva.
 - 1) Risparmio economico dato dal costo nettamente inferiore dell'acqua del rubinetto rispetto a quello delle acque minerali
 - 2) Risparmio ambientale dovuto all'abbattimento di produzione di plastica e di emissione di CO2 non immessa nell'aria.

Fasi e modalità di realizzazione del progetto

- Fornitura fontanelli di distribuzione acqua del rubinetto;
- Fornitura tramite le Amministrazioni Comunali di bottiglie in vetro ad uffici pubblici, scuole e famiglie dell'A.A.T.O.n.4;
- Campagna di comunicazione Progetti d'acqua (brochures, mensile Provincia di Arezzo, mensile Comune di Arezzo, sito Nuove Acque, Acqua Focus, la newsletter allegata alla bolletta);
- Case dell'acqua dei comuni di Civitella della Chiana, Castiglion Fiorentino....
- Punti informativi sulla qualità dell'acqua del rubinetto (libricini qualitativi per acquedotto);
- Partecipazione ad iniziative e manifestazioni sportive ed ambientaliste promosse da varie associazioni nell'ambito Ato4;

Presenza di eventuali partner del progetto

La Campagna è stata promossa insieme ad A.a.t.o. 4 Alto Valdarno ed è stata parzialmente finanziata con finanziamenti pubblici stanziati dalla Regione Toscana, fatta eccezione per la realizzazione delle case dell'acqua dove hanno partecipato anche le rispettive Amministrazioni Comunali.

I risultati conseguiti o attesi

I risultati attesi sono quelli di veder aumentata la fiducia degli utenti verso la Società Gestore del servizio idrico, con conseguente aumento della soddisfazione dell'utente tramite la consapevolezza di bere acqua di ottima qualità. Pur attendendo i risultati della prossima indagine di Customer Satisfaction, stiamo già riscontrando richieste di informazioni puntuali sulla campagna effettuata, in quanto molti utenti ci contattano sia per conoscere l'esatta ubicazione delle case dell'acqua dove potersi approvvigionare, sia per sapere come poter reperire ulteriori bottiglie in vetro.

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

In occasione della prossima indagine di Customer Satisfaction ci aspettiamo di veder migliorati i risultati inerenti la soddisfazione degli utenti, rispetto agli indicatori precedenti evidenziati nella presentazione.

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.

allegati:

- 1) Presentazione
- 2) Brochures della Campagna;
- 3) Libricini qualitativi per aree territoriali
- 4) Erogatori di acqua personalizzati con logo della Campagna;
- 5) Bottiglie di vetro personalizzate con logo della Campagna;