

Publiacqua

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

scheda di partecipazione



Il nostro progetto di comunicazione sul risparmio idrico ...

Publiacqua ha introdotto fra le priorità della politica aziendale l'impegno sociale per la diffusione di senso civico e l'educazione della popolazione ad un utilizzo corretto dell'acqua potabile attraverso un progetto pluriennale di sensibilizzazione contro lo spreco. La questione del risparmio è un tema ineludibile oggi. La risorsa acqua, per il vivere moderno, è sempre più indispensabile ma è anche sempre meno disponibile anche a causa di comportamenti sbagliati che tutti noi abbiamo e su cui dovremo, per forza, riflettere con attenzione e serietà.

Attraverso lo sviluppo di questo progetto Publiacqua vuol "vendere" non una merce ma un modello di comportamento socialmente responsabile. Il fine di queste campagne infatti è di indurre un numero sempre maggiore di cittadini non a consumare più acqua ma a consumarne di meno per assicurarne a tutti una quantità sufficiente a soddisfare i bisogni primari.

Il progetto, iniziato nel 2003, ha raggiunto ogni anno circa un milione di cittadini ed ha ottenuto gradualmente i risultati attesi. I messaggi trasmessi anno dopo anno, con visuals sempre diversi per evitare l'effetto del *deja vu*, ma con precisi elementi di continuità (la mascotte *Salvo la Goccia* e il *pay-off* "Acqua usiamola bene"), hanno sviluppato un concetto essenziale: ciascuno di noi può fare la sua parte per preservare la risorsa più importante per la vita. Tutti possono risparmiare acqua nel compimento dei rituali gesti quotidiani. Basta usare la testa. Ed è facile come fosse un gioco ma indispensabile per il futuro nostro e dei nostri figli.



2003

Soggetto: Auto con scritta ironica sul lunotto polveroso che, da sempre, ha avuto il ruolo di *'lavagna pubblica'*. Questo medium improprio, ma familiare, viene, in questa campagna, utilizzato per lanciare un segnale in controtendenza: non più un'irrisione alla pigrizia del proprietario dell'auto polverosa, ma un appello paradossalmente agito proprio dall'auto che si raccomanda di non sprecare acqua per compiere un'operazione che in effetti è tutt'altro che irrinunciabile.

Strumenti utilizzati: Manifesti sui muri delle città, stendardi, spot radiofonici ed inserzioni sui quotidiani, depliant di 'consigli per l'uso', ed il lancio, con uno spot televisivo, di un personaggio legato all'acqua ed al risparmio idrico, che è divenuto il soggetto parlante delle campagne educative di Publiacqua.

Obiettivi: Questa campagna si proponeva di ottenere un effetto immediato di riflessione e di informazione rispetto alla diminuzione naturale di disponibilità di risorsa legata al clima in determinati periodi dell'anno.



**Durante i mesi estivi ed autunnali
usiamo l'acqua con coscienza.**

E' preziosa..... :)

**Campagna di sensibilizzazione
contro lo spreco dell'acqua.**





2004

Soggetto: Una serie di attrezzi di uso comune esemplificativi di gesti e precauzioni funzionali ad un uso carretto dell'acqua.

Il primo attrezzo, il più importante, è la testa: *risparmiare acqua si può ... riflettendo !*

Strumenti utilizzati: Manifesti sui muri delle città, stendardi, spot radiofonici ed inserzioni sui quotidiani, depliant, dinamica urbana.

Obiettivi: Invitare tutti ad utilizzare con intelligenza una risorsa finita come l'acqua.

Attrezzo per risparmiare acqua (n°1)

Quando adopri l'acqua usa sempre la testa. Consumare meno acqua non è difficile. Basta pensarci

ACQUA USIAMOLA BENE

Publacqua

This advertisement features a close-up of the back of a human head, which is the 'tool' being promoted. The text is in white on a black background. A small cartoon character logo is in the bottom right corner.

Attrezzo per risparmiare acqua (n°57)

Lava l'automobile senza usare acqua corrente. Se usi il secchio e la spugna risparmi 130 litri d'acqua ogni lavaggio.

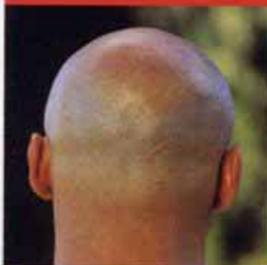
ACQUA USIAMOLA BENE

Publacqua

This advertisement shows a metal bucket and a sponge. The text is in white on a red background. A small cartoon character logo is in the bottom right corner.



Ci sono tanti modi per risparmiare acqua



(N°1) La tua testa

Quando adopri l'acqua usa sempre la testa. Consumare meno acqua non è difficile. Basta pensarci.



(N°26) Spazzolino da denti

Se chiudi il rubinetto mentre ti lavi i denti risparmi fino a 200 litri d'acqua in un mese.



(N°16) Chiave inglese

Ripara subito anche le più piccole perdite. Un rubinetto che perde 30 gocce al minuto spreca circa 200 litri d'acqua al mese e 24.000 all'anno.



(N°31) Mattone

Per risparmiare con lo scarico del water si possono installare cassette del WC con lo scarico differenziato. Oppure si può ridurre la quantità d'acqua mettendo un mattone nelle cassette.



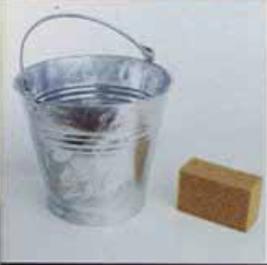
(N°73) Telefono

Quando vedi una fontanella sempre aperta, o ti accorgi di una tubatura che perde, chiedi al servizio guasti di Publiacqua d'intervenire. Segnala guasti e perdite al numero verde **800 314 314**.



(N°39) Contatore

Controlla il contatore: se continua a girare anche con tutti i rubinetti chiusi, bisogna intervenire per eliminare perdite nelle condutture o riparare eventuali guasti all'impianto.



(N°57) Secchio e spugna

Lava l'automobile senza usare acqua corrente. Utilizzare un secchio permette di risparmiare 130 litri ogni lavaggio.



(N°85) Scopa

Spazza vialetti e marciapiedi anziché pulirli con l'acqua: risparmi così fino a 10.000 litri d'acqua in un anno.



**Consumare meno acqua non è difficile.
Basta pensarci.**



DEPLIANT

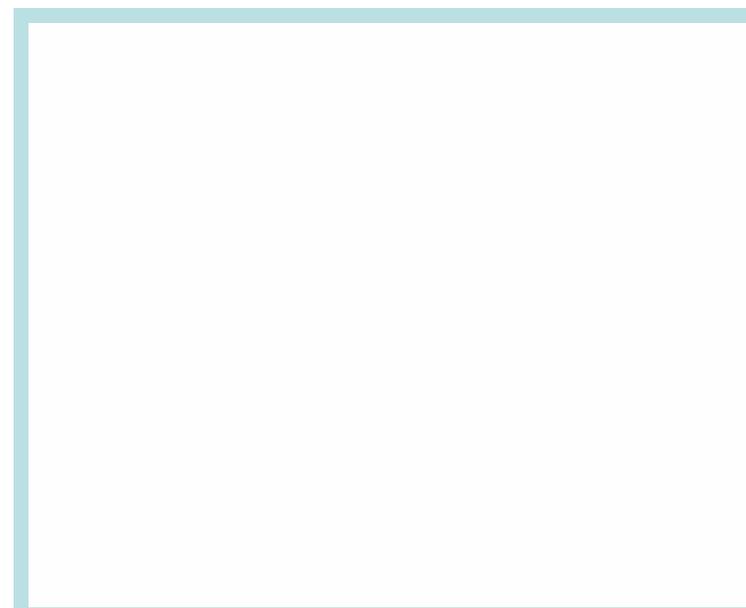


2005

Soggetto: Un serbatoio virtuale con la colonnina che misura il livello dell'acqua, chiara e limpida e quindi molto ristoratrice e vitale solo al guardarla.

Strumenti utilizzati: Manifesti sui muri delle città, spot radiofonici e video per TV e cinema, inserzioni sui quotidiani, dinamica urbana, calendario da tavolo.

Obiettivi: Far comprendere che usare l'acqua evitando ogni spreco è non solo importante, ma indispensabile per non rimanerne senza e ... non toccare il fondo.





ancora 2005

L'annoso problema dello spreco di risorsa idrica che avviene con le perdite occulte è stato affrontato con una vera e propria campagna.

Le perdite occulte sono molto più diffuse di quello che pensiamo: con questa campagna si è proposto uno strumento per evitare di pagare alti consumi d'acqua per questo inconveniente nonché un inutile spreco d'acqua.

**Ci sono cose
che non puoi controllare...
ma puoi contenere.**

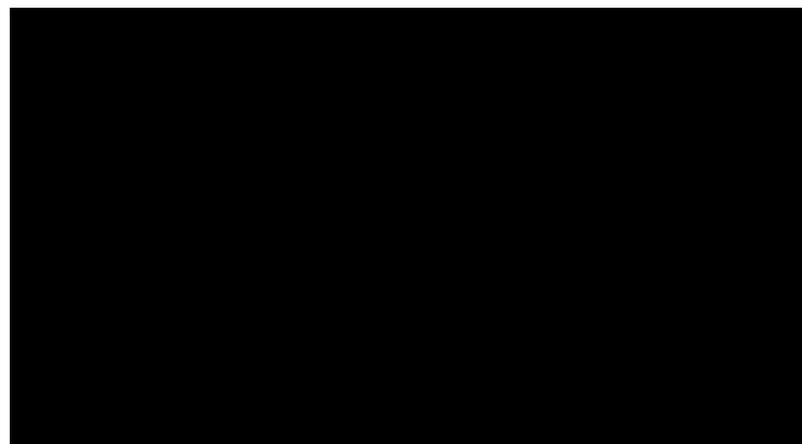
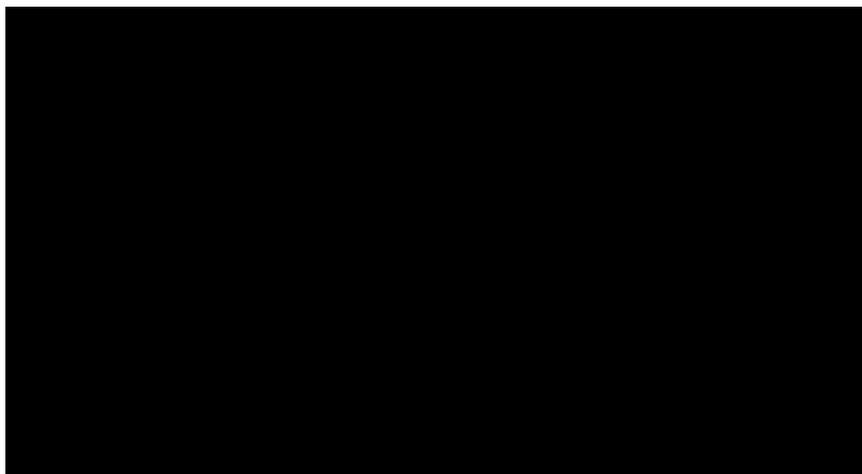
Publiacqua

*Contro i rischi di perdite d'acqua occulte,
assicurarsi conviene.*

**SOLO €2,40
PIÙ MUMU**

**NUMERO VERDE
800-236238**

Publiacqua



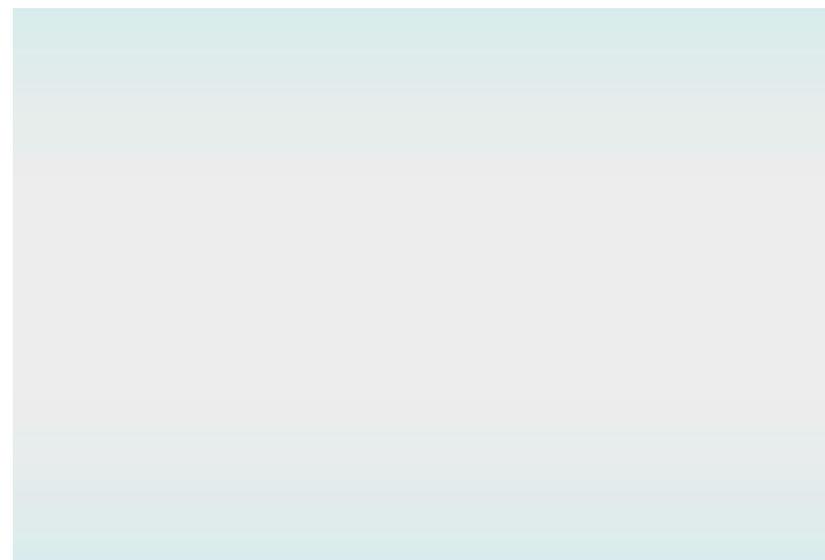


2006

Soggetto: Il messaggio, riprendendo una nostra scelta "filosofica", parzialmente abbandonata solo l'anno passato, è giocoso, non minaccioso e opprimente, e vuole sottolineare, con l'aiuto dei soggetti grafici che l'accompagnano, come risparmiare una risorsa preziosa come l'acqua sia tutt'altro che complicato, anzi semplice come un gioco, appunto.

Strumenti utilizzati: Manifesti sui muri delle città, spot radiofonici e video per TV e cinema, inserzioni sui quotidiani, dinamica urbana.

Obiettivi: diffondere la consapevolezza che risparmiare acqua, e quindi costruire il nostro futuro e quello dei nostri figli, è semplice come un gioco.





sempre 2006



ACQUA

NON SPRECARLA È UN GIOCO
...non rischiamo!



www.publiacqua.it



ACQUA

NON SPRECARLA È UN GIOCO
...aggiustiamo il tiro!



www.publiacqua.it