



Soggetto proponente

**Denominazione Consorzio dei Comuni della Valle d'Aosta - Bacino Imbrifero Montano della Dora Baltea (BIM)
- Autorità d'Ambito Territoriale Ottimale della Valle d'Aosta per il Servizio Idrico Integrato**

Breve presentazione del soggetto concorrente

Il Consorzio dei Comuni della Valle d'Aosta - Bacino Imbrifero Montano della Dora Baltea è un consorzio obbligatorio tra i 74 comuni della Valle d'Aosta, ufficialmente istituito con decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 328 del 29 ottobre 1955 ai sensi della legge 27 Dicembre 1953 n. 959.

Il suo principale scopo istituzionale, fino a qualche anno fa, era la riscossione per conto dei Comuni della Valle d'Aosta, dei sovraccanoni dovuti dai concessionari di grandi derivazioni d'acqua per la produzione di energia idroelettrica, e la redistribuzione delle risorse finanziarie così ricavate ai Comuni stessi sotto forma di contributi per la costruzione di scuole, strade, ecc. A questo importante ruolo, negli ultimi anni, si è aggiunto quello di autorità dell'ambito territoriale ottimale del servizio idrico integrato in Valle d'Aosta, assegnato al Consorzio BIM dal Governo regionale, con la LR 27/99, ed in questa veste il Consorzio è occupato nella riorganizzazione del servizio idrico integrato regionale, attraverso azioni politiche ed amministrative verso i Comuni, i quali sono ancora i gestori del Servizio Idrico.

Il Consorzio è munito di una struttura amministrativa e dal 2007 di una struttura tecnica permanente per il Servizio Idrico integrato.

Progetto/esperienza

Come ti risparmi l'acqua!

Ambito territoriale prevalente del progetto: ATO unico della Valle d'Aosta

Durata complessiva del progetto: 7 mesi

data inizio luglio 2007

data fine gennaio 2008

Responsabile del progetto/esperienza

Cognome Vighetti Nome Roberto

Ruolo ricoperto all'interno dell'Organizzazione concorrente Direttore - segretario

Sintesi del progetto/esperienza

Il Consorzio ha studiato per il 2007 una campagna informativa per il risparmio della risorsa idrica, rivolta a tutti i valdostani, popolazione sensibile ai comportamenti rispettosi dell'ambiente, ma meno coinvolta sui problemi di approvvigionamento idrico per le caratteristiche naturalistiche della Valle d'Aosta, tra le regioni più ricche di acqua. Dunque lo scopo della campagna informativa era quello di far conoscere ed in qualche modo educare l'opinione pubblica su alcuni comportamenti virtuosi per un consumo "consapevole" della risorsa idrica. Non si è voluto creare un allarmismo, ma risvegliare la coscienza critica delle persone, sottolineando l'aspetto etico e rispettoso insito in queste azioni, nei confronti sia delle popolazioni che non hanno accesso alle riserve d'acqua potabile, sia del nostro pianeta, ed inoltre anche di quello economico: non sprecando acqua si risparmia anche sulla bolletta dell'acqua. La campagna del 2007 si è svolta in due fasi. La prima fase prevedeva la pubblicazione sugli organi di informazione a maggiore diffusione locale di una serie di tavole (7) su cui erano indicati i comportamenti virtuosi per il risparmio dell'acqua nelle varie attività che svolgiamo quotidianamente. Una tavola era introduttiva dell'argomento. Le altre erano suddivise con i seguenti titoli: "Je me lave mieux", "Cucino e risparmio", "Je fais attention", "Innaffio il giusto", "Entretien et réparation", "Vado oltre". In totale sono state pubblicate 24 pagine. La seconda fase ha visto la realizzazione di un opuscolo informativo che raccoglie al suo interno tutte le tavole pubblicate sui giornali, implementate con altre informazioni. Questo opuscolo è stato recapitato, a partire dalla fine del mese di novembre 2007, a tutte le famiglie valdostane (62340 opuscoli), insieme ad una lettera di accompagnamento ed un foglio di stickers adesivi, riportanti alcuni suggerimenti, scritti in modo simpatico e con una grafica accattivante, ad esempio "Ogni goccia vale!", "Non ti spreco!", "Innaffio quando serve!".



Descrizione analitica del progetto

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

La Valle d'Aosta è da sempre considerata la regione dei ghiacciai, dei torrenti alpini, dei fontanili nei villaggi, e il fatto stesso che sia una delle regioni italiane con la più alta produzione di energia idroelettrica, le conferiscono l'immagine di una regione particolarmente ricca di acqua. Per tutto questo, la sensibilità verso il risparmio idrico, soprattutto negli ultimi decenni, è stata abbastanza limitata. Anche le amministrazioni locali dimostrano un'attenzione debole verso questo argomento. La riorganizzazione in corso del Servizio Idrico, ed alcune situazioni di criticità idrica dovute principalmente alla diminuzione degli apporti idrici degli ultimi anni, hanno portato tutti verso una consapevolezza maggiore dell'importanza di questa risorsa. Per questo motivo, sia le pagine pubblicitarie pubblicate sui giornali, sia gli opuscoli inviati a tutte le famiglie erano destinati a tutti i cittadini, cercando di coinvolgere anche i più piccoli, attraverso uno strumento un po' diverso come il foglio di adesivi.

Gli obiettivi e gli aspetti innovativi e sperimentali

L'obiettivo principale è quello di stuzzicare l'attenzione degli utenti del Servizio Idrico, valdostani e non, sia utenti domestici, che utenti commerciali. È la prima azione di sensibilizzazione che viene svolta in Valle d'Aosta esclusivamente verso il risparmio della risorsa idrica intesa come acqua potabile. Il carattere di regione turistica, con una spiccata propensione per il turismo a contatto con la natura, aveva già visto azioni di tipo ambientalistico, ma mai incentrate sull'acqua che sgorga dagli acquedotti ed entra nelle abitazioni. La campagna sui giornali e poi direttamente nelle abitazioni, è sembrato un modo mirato per coinvolgere ed interessare il più gran numero di persone. Ogni fase è stata preceduta da conferenze stampa e sul sito del Consorzio BIM è stata inserita una pagina ad hoc che riprende le tavole pubblicate e gli argomenti.

Fasi e modalità di realizzazione del progetto

Il progetto del 2007 prevedeva principalmente due fasi. La prima di informazione "pubblicitaria" d'impatto, attraverso la pubblicazione sugli organi di stampa delle tavole informative in cui sono indicati i comportamenti virtuosi che ogni cittadino può seguire nella vita quotidiana. Le tavole propongono alcuni consigli suddivisi per argomenti: l'igiene personale e il bagno, la cucina, l'utilizzo degli elettrodomestici e degli impianti di riscaldamento, l'irrigazione dei giardini, la manutenzione degli impianti, la riparazione delle perdite, e l'uso oculato dell'acqua. Da luglio a novembre sono state pubblicate 24 tavole, con un'attenzione maggiore per i gesti quotidiani e le azioni più semplici da mettere in pratica. Dalla seconda metà di novembre è iniziata la seconda fase di informazione più "diffusa", attraverso il recapito nelle case di tutte le famiglie valdostane dell'opuscolo, accompagnato da una lettera di presentazione e dal foglio in formato A5 di stickers adesivi, quest'ultimo pensato più per i giovani. Essendo una regione bilingue, sia le tavole che l'opuscolo riportano delle sezioni scritte in francese.

Presenza di eventuali partner del progetto

Il progetto è stato realizzato interamente dal Consorzio BIM, utilizzando le sue strutture e le sue risorse economiche, ed appoggiandosi ad un grafico e ad un consulente per la comunicazione. L'iniziativa ha avuto il patrocinio dell'Assessorato regionale della Valle d'Aosta all'ambiente, al territorio ed alle opere pubbliche.

I risultati conseguiti o attesi

Non sono stati previsti e studiati, ad oggi, sistemi per la valutazione dei risultati. Si sottolinea che nel mese di dicembre, la struttura del BIM ha ricevuto e-mail, telefonate e lettere di plauso per l'iniziativa; non sono mancate anche le critiche legate ai malcostumi delle amministrazioni pubbliche (leggasi fontanili sempre aperti, perdite dell'acquedotto comunale non tempestivamente riparate, costo eccessivo dell'acqua potabile). Allo stesso tempo alcuni operatori turistici hanno richiesto una fornitura maggiore di stickers adesivi da utilizzare nelle loro strutture commerciali (alberghi, bar, ristoranti). Quello che ci si proponeva era di sollecitare l'attenzione dell'opinione pubblica su una questione che in Valle d'Aosta non ha mai avuto grande risalto. Riteniamo di aver colto nel segno e che questa azione vada proseguita con altre iniziative.