

Consumabile – Impariamo a stare al mondo

Paolo Tamburini¹ e Pier Francesco Campi²

1. Dirigente responsabile del Servizio Comunicazione, Educazione alla Sostenibilità - Regione Emilia-Romagna

2. Responsabile portale Ermesambiente per il Servizio Comunicazione, Educazione alla sostenibilità della Regione Emilia-Romagna



Finalità del progetto (ed eventuale base argomentativa di partenza)

La campagna intende coordinare, consolidare e sviluppare le iniziative di sensibilizzazione e promozione dell'adozione di stili di vita sani e sostenibili e di consumi consapevoli rivolte ai cittadini e promosse da diverse strutture della Regione Emilia-Romagna, ma anche dalle numerose realtà associative, istituzionali o volontaristiche che si dedicano ai temi oggetto della campagna.

Quella che si intende realizzare è una campagna di comunicazione a forte valenza educativa incentrata sulla promozione della salute e la salvaguardia dell'ambiente attraverso scelte di consumo sicure, salutari, sostenibili e solidali che possono incidere sugli stili di vita di giovani e adulti.

Criteri che lo ispirano

Riuscire a contestualizzare le azioni già messe in campo dalla Regione Emilia-Romagna in una più ampia cornice o filo conduttore unitario in modo tale da costruire un messaggio più forte ed omogeneo, valorizzare le iniziative preesistenti, raggiungere un maggior numero di consumatori, realizzare economie di scala nella produzione e gestione di materiali informativi ed eventi nonché nell'utilizzo dei diversi media e canali comunicativi di cui la Regione dispone.

Enti/Organizzazioni/Associazioni che si prevede di coinvolgere e loro ruolo nel progetto

La campagna di comunicazione "Consumabile" è realizzata dal **Servizio Comunicazione, Educazione alla Sostenibilità** che ha coordinato gli interventi delle **Direzioni Generali della Regione Emilia-Romagna: Ambiente, Agricoltura, Mobilità, Cultura, Attività Produttive, Sanità, l'Osservatorio per l'educazione stradale e la sicurezza.**

Progetto realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento 2009 della Regione Emilia Romagna con l'utilizzo dei fondi del **Ministero dello Sviluppo Economico e grazie al contributo di Hera, Enia, Aimag, Cosea, Legacoop, Coop Adriatica.**

E con la collaborazione di:

Comune di Bologna Settore Mobilità Urbana, UISP, FIAB, Monte Sole Bike Group, Touring Club Italiano, Ufficio Biciclette del Comune di Ferrara, Urban Center Bologna, Istituto Storico Parri Emilia- Romagna, Associazione Amici di Piazza Grande, Associazione Cirenaica, Associazione L'Altra Babele, Associazione Macigno, Associazione Terzo Millennio, Comitato Piazza Verdi, ilikebike.org, Legambiente, WWF CNA Bologna, Consorzio il Biologico, Osservatorio nazionale della produzione e del mercato del miele, RFI, Flexiblelove, Vetrina della sostenibilità, ACU, Adiconsum, Arco, Casa del consumatore, Cittadinanza attiva, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega consumatori, Unione consumatori, CEA Anima Mundi, CEA Centro Idea, CEA CIREA, CEA Comune Rimini, CEA Reggio Emilia, CEA San Cesario, CEAS Olmo, Labter Cervia, Provincia di Ferrara, WWF Rimini.

Gli interventi sono stati realizzati operativamente in collaborazione con:

Centro Antartide/Università Verde e Agenzia di comunicazione Pablo

Descrizione del progetto

Ogni intervento intende promuovere l'adozione di stili di vita salubri e sostenibili, proponendo occasioni concrete per metterle in pratica. La predisposizione della campagna ha previsto una prima analisi delle esigenze e dei temi trattati dalle diverse Direzioni Generali della Regione Emilia-Romagna, compiendo una specifica ricognizione sui materiali, azioni, progetti in corso e siti internet già attivi allo stato dell'arte. Individuati gli elementi e raccolte le indicazioni necessarie è stato scelto il linguaggio da utilizzare in relazione al multi target a cui è rivolta la campagna, valutando infine come idonea l'adozione di uno stile informale ed ironico volto a sviluppare e mettere in pratica le "abilità" dei cittadini nei diversi campi in cui agiscono come traduzione concreta delle proprie aspirazioni e dei propri valori e principi.

Il logo CONSUMABILE, utilizzato nella prima campagna del 2007, è accompagnato da un nuovo pay off IMPARIAMO A STARE AL MONDO. L'attitudine a diventare "consumAbile" allargandosi gli ambiti di azione possibile, viene declinata in cinque sottocategorie che riprendono l'uso del codice colore per permettere un più facile orientamento all'utente della campagna:

1) RicaricAbile: accompagnato dal pay off SE SALVI L'UOVO OGGI AVRAI LA GALLINA

DOMANI, orientato alla salvaguardia delle risorse naturali, al turismo responsabile, ma anche all'adozione di stili di vita sobri e salutarì (attività motoria quotidiana, limitazione all'uso di sostanze o alcolici, etc);

2) TrasportAbile: accompagnato dal pay off Pensa coi piedi e usa la testa . O

viceversa dedicato alla promozione della mobilità sostenibile;

3) RisparmiAbile: accompagnato dal pay off per consumare meno fai il pieno di attenzione in cui si tratterà il tema delle piccole azioni quotidiane che costituiscono una prima ed importante fonte di risparmio individuale e collettivo;

4) MangiAbile: accompagnato dal pay off PER NUTRIRSI BENE NON SI PUO' DIGERIRE

TUTTO che affronta il tema dell'alimentazione (biologico, tipico, locale, sano, ma anche equo e solidale) come leva per aumentare la sostenibilità dei nostri comportamenti e la qualità della nostra vita;

5) AbitAbile: accompagnato dal pay off per mettere un tetto ai consumi

chiudi fuori gli sprechi dedicato invece agli accorgimenti tecnici e tecnologici,

alle scelte di investimento (grande e piccolo) per rendere i luoghi di lavoro, di studio, di vita, meno costosi, energivori e - quindi - più sostenibili.

I segni grafici che identificano le sottocategorie sono composti da tratti semplici, colori netti a distinguere le diverse aree, testi (a partire dai titoli) diretti e comprensibili, giocati sul filo dell'ironia e del paradosso in modo da attirare l'attenzione e suscitare riflessione e adesione alle indicazioni presentate. Lo schema concettuale della campagna è di fornire una cornice grafica unitaria e riconoscibile in cui possano essere ricondotte le diverse linee di azione della regione e degli altri soggetti coinvolti senza stravolgere l'identità di comunicazione e di segno che si sono sviluppate.

I materiali prodotti consistono in:

folder informativi, 60.000 copie - locandine, 5.000 copie - borsine, 15.000 pezzi - gioco CONSUMABILE versione PIAZZA, 1 pezzo - gioco CONSUMABILE versione da tavolo, 2.500 pezzi - gioco CONSUMABILE versione internet. Per l'allestimento dei 25 info-point nei centri commerciali e fiere della regione, è previsto l'utilizzo di tablet PC.

E' prevista una campagna di spot radiofonici a copertura regionale e conterrà anche brevi contenuti redazionali e spot visual radio. Totale spot messi in onda per singolo evento: 392

Totale spot per l'intero ciclo: 1.568

E' prevista la realizzazione di un video di 10 minuti che raccoglie le immagini più significative di "Pedalando per Kyoto". Il video sarà inserito nel portale Ermesambiente e nei canali dedicati (canale Ermesambiente su youtube; canale Ermes su youtube; sito Informer dell'Agenzia Stampa della Giunta Regione ER...).

Per la specifica iniziativa "Pedalando per Kyoto" 18-19 settembre: Depliant, 35.000 copie - locandine, 650 copie - manifesti, 550 copie - cartoline asta di biciclette, 2.000 copie - bandiere per staffetta alimentare, 50 pezzi - striscione 1mx8m affisso su via Indipendenza a Bologna, 1 pezzo - Visual diapo per cinema e monitor autobus servizio pubblico ATC - 5 moduli - targhe Pedalando per Kyoto; 1.000 pezzi - bandiere, 10 pezzi - mappa gigante prodotti alimentari della regione Emilia-Romagna, 1 pezzo - allestimento video-box, 1 pezzo

La campagna si realizzerà in 4 fasi specifiche

a) La prima, già realizzata, ha riguardato l'organizzazione di **"Pedalando per Kyoto"** una grande manifestazione di due giorni (18-19 settembre 2009) che si è svolta a Bologna coinvolgendo, oltre al Comune, decine di Associazioni ed Organizzazioni.

Descrizione, riferimenti, programmi, materiali e alcune foto, ai seguenti indirizzi:

http://www.ermesambiente.it/wcm/ermesambiente/primo_piano/2009/settembre/02_pedalandoperkyoto/articolo1.htm

www.ermesambiente.it/consumabile

<http://ilboemilia.gelocal.it/multimedia/home/10919933/1>

Resoconto finale: Oltre 3.000 le persone hanno preso parte ai diversi appuntamenti previsti dal ricco calendario di "Pedalando per Kyoto", la due giorni di eventi organizzati da Regione Emilia-Romagna e Comune di Bologna in occasione della Settimana Europea della Mobilità Sostenibile per lanciare la nuova edizione di "Consumabile", la campagna regionale per la promozione di stili di vita sani e sostenibili. Il calendario è stato aperto con il convegno "Economia e sostenibilità: la chiave dello sviluppo futuro" a cui hanno preso parte personalità del calibro di **Vandana Shiva** e **Antonio Cianciullo** a fianco degli assessori regionali **Lino Zanichelli**, **Duccio Campagnoli** e **Tiberio Rabboni**. Gli appuntamenti convegnistici sono proseguiti lungo tutto l'arco delle due giornate con 6 workshop dedicati ai veri temi del vivere sostenibile, delle energie alternative, l'isolamento dei

fabbricati, la qualità dell'alimentazione e dei prodotti del territorio e per un totale di oltre 300 presenze complessive. Grande partecipazione anche gli eventi organizzati in Piazza Nettuno. Più di 2.000 sono stati i gadget ecosostenibili distribuiti: sporte di tela riutilizzabili, pubblicazioni dedicate alla bicicletta e sacche ad alta visibilità per i ciclisti. La **ciclofficina** ha riparato gratuitamente più di 300 biciclette, dotandole tra l'altro di paletta distanziatrice rifrangente, oltre 400 le **marchiature contro il furto**, centinaia i ragazzi che hanno partecipato festosamente all'asta di biciclette e tanti pure i ciclisti arrivati a Bologna da tutta la regione per la **ciclostaffetta alimentare** di sabato. Il videobox allestito in Piazza Renzo Imbeni prima e in Piazza Nettuno ha contestualmente raccolto 50 **messaggi di sostenibilità**: gli impegni personali che altrettanti cittadini si sono assunti e le richieste alle amministrazioni pubbliche per l'adozione di precise azioni. Infine all'Urban Center di Sala Borsa resterà aperta al pubblico fino ad ottobre inoltrato la **mostra** inaugurata venerdì 18 con i migliori progetti di edilizia sostenibile realizzati da giovani architetti bolognesi.

Ma è stata proprio con la **ciclostaffetta gastronomica** che si è meglio evidenziato il legame possibile tra rispetto per l'ambiente, benessere fisico e qualità della vita. Ogni gruppo di ciclisti ha infatti portato una bandierina che rappresentava simbolicamente le specialità enogastronomiche tipiche del proprio territorio. Ad attenderli all'arrivo 9 ceste contenenti le specialità delle province emiliano-romagnole, che sono state regalate ai partecipanti nel corso di un'estrazione condotta dagli attori comici **Malandrino e Veronica**. Ottimo anche il risultato **dell'info point in Piazza Imbeni**, sede della Regione Emilia-Romagna, dove sono stati più di 200 i visitatori, di questi oltre 120 sono arrivati in ufficio con la bicicletta oppure hanno provato le nuove bici del bike sharing elettrico e si sono fatti fotografare in sella. Doppio appuntamento nelle serate di venerdì e sabato per le cene letterarie **"Il gusto del delitto"**. Al ristorante Eataty presso l'ex Ambasciatori e alla Cantina Bentivoglio gli scrittori **Maurizio Matrone, Giampiero Rigosi, Valerio Varesi e Licia Giaquinto** hanno letto ai commensali brani dei propri racconti tratti dall'antologia realizzata dall' Assessorato Agricoltura della Regione Emilia-Romagna, in cui ogni storia è costruita attorno ad un cibo tipico della regione. Gli stessi cibi che sono stati per l'occasione serviti in tavola. Hanno chiuso la manifestazione due importanti eventi culturali. "Sono stanco, parlerò solo pochi minuti", aveva avvertito il Prof. **Eugenio Riccomini**. La sua lezione aperta di storia dell'arte ha invece inchiodato in Piazza Nettuno per 40 minuti più di 200 persone che gli hanno poi tributato un lungo ed affettuoso applauso. **Pino Cacucci** è invece stato la guida d'eccezione ad una ciclovisita dei luoghi della resistenza bolognese che ha chiuso la manifestazione nella serata di sabato.

Nota finale: la Rassegna Stampa della manifestazione comprende più di 140 articoli.

b) la seconda la partecipazione **alla fiera Ecomondo (28-31 ottobre 2009)** e ad altri eventi fieristici. L'allestimento dello stand di Ecomondo ed i temi presentati, gli eventi ospitati e la comunicazione delle iniziative, saranno tutti declinati sul lay out, grafica e pay off della campagna e coinvolgeranno scuole ed addetti ai lavori in presentazioni animate da quiz dedicati ai temi della campagna e al gioco "Consumabile" nella versione on line. Lo stand ospiterà 5 diverse postazioni internet per la presentazioni dei siti e materiali prodotti dalle diverse DG della Regione, un video-box per la raccolta delle dichiarazioni di impegno di un diverso stile di vita dei visitatori, un distributore gratuito di frutta-snack, un info point che distribuirà gadgets e brochure informativi e soprattutto offrirà indicazioni circa i servizi per la sostenibilità ambientale e la salute in ER. In questa occasione verrà presentato il **gioco Consumabile, versione da piazza** (metri 12 x 12) su cui le squadre si sfideranno con dadi e carte giganti.

c) la terza l'allestimento di **25 info-point gestiti interamente da personale delle Associazioni Consumatori** e dei Centri di Educazione Ambientale della regione. Principalmente di tratterà di Centri Commerciali, Fiere e Convegni dedicati all'ambiente ed alla salute di grande partecipazione di pubblico. Gli info-point raccoglieranno inoltre i materiali delle Associazioni e CEA;

d) l'organizzazione di **una serie di seminari** ed incontri con operatori del settore cittadini tenuti da professionisti altamente qualificati e docenti universitari:

Cosa metto nel carrello?
Consigli utili per l'acquisto e il consumo; GAS; vendita diretta aziendale; filiera corta; farmers markets
La dieta mediterranea e l'importanza del consumo di ortofrutta - Gli orti urbani – piccolo corso di giardinaggio sostenibile – reti di orti in città
L'agricoltura biologica – piccolo corso di cucina biomediterranea + degustazione/pranzo
Gli alimenti funzionali e i prodotti agroalimentari promotori di salute
I prodotti tipici (l'incontro include visita al museo e degustazione)

La **verifica/monitoraggio** delle attività realizzate si otterrà dal mix di diversi strumenti:

dettagliato resoconto di ogni singola attività programmata con indicazione di punti di forza e di debolezza; il numero di partecipanti; il numero dei materiali e gadgets distribuiti; la rassegna stampa di ogni singolo evento; il numero di visitatori dei siti internet di riferimento con i programmi, i commenti, le richieste di maggiori informazioni, le richieste di replica dell'iniziativa, ricevute attraverso corrispondenza diretta o mediante URP.