



Comitato italiano
www.contrattoacqua.it

Le campagne del CICMA per la promozione dell'acqua di rubinetto

Le campagne promosse dal CICMA per concretizzare i principi sanciti dal Manifesto dell'acqua a sostegno della "acqua del sindaco" sono stati finalizzati al coinvolgimento

- ✓ Sindaci e statuto degli Enti locali
- ✓ Aziende di gestione del servizio idrico (in particolare quelle pubbliche, controllate dai comuni)
- ✓ Cittadini: partecipazione attiva al risparmio idrico
- ✓ Consumatori/utenti dei servizi

Le principali campagne a sostegno dell'acqua di rubinetto/ acqua di rete promosse stimulate dal Contratto Mondiale sull'acqua sintetizzate per tipologie

1. Sindaci e Statuti degli Enti locali

- **Carta degli Enti locali e dei cittadini** (Ferrara 22 marzo 2002)
- **Dichiarazione Acqua come diritto universale** (Dichiarazione approvata Campidoglio Roma 10 Dicembre 2003, sottoscritta da 50 Comuni)
- Diversi Comuni, tra cui la città di Milano hanno introdotto, successivamente **nello statuto il riconoscimento del diritto all'acqua** e adottato l'acqua di rete negli uffici comunali e nelle scuole pubbliche

2. Aziende

- **Decalogo per la gestione pubblica del servizio idrico integrato** (inserimento negli statuti dei Comuni ed Aziende; proposta alle Aziende della Carta dei servizi e regolamenti per la gestione (22 MARZO 2003- Anno internazionale dell'acqua)
- **Promozione della Associazione italiana delle Aziende Pubbliche per l'acqua** aperte alla partecipazione e confronto con i cittadini
- **Proposta della Carta dei Servizi e della Etichetta** delle caratteristiche acqua pubblica adottata dapprima spontaneamente dalle Aziende, poi introdotte modello standard con leggi regionali . Le Carte dei servizi introducono anche la proposta della etichetta che presenta le caratteristiche dell'acqua erogata dalle società di gestione per Comuni.
- Accoglimento della proposta di realizzazione, destinando quote degli utili, nei comuni a punti di erogazione pubblica di acqua di rete (sindaco) e poi delle **Case dell'acqua**
L'idea di costruire nelle città e nei luoghi pubblici fontanelle o erogatori di acqua è una delle proposte contenute nel Manifesto dell'acqua lanciata nel 2005 dal Comitato italiano per contrastare i processi di mercificazione dell'acqua. (*)
- Adozione di **un Protocollo aggiuntivo della Carta dei servizi** del gestore CAP per Comuni della Provincia di Milano

3. Azioni verso i cittadini

- Lancio della campagna **Portatori d'acqua** finalizzata a stimolare e premiare comportamenti responsabili di risparmio idrico e di uso dell'acqua di rete rivolta ai cittadini, alle scuole ed ai Sindaci (attestato dei portatori d'acqua); la campagna è stata realizzata anche in Francia ed in Canada. (Marzo 2003-2005 - vedi sito: www.portatoridacqua.org)
- Campagna di mobilitazione che ha portato a bloccare la proposta di legge per introdurre confezioni monodosi di acqua in bottiglia
- Campagna "**Non lasciamoci imbottigliare dalle multinazionali**". Lanciata nel 2005 per incentivare l'uso dell'acqua di rubinetto rispetto all'acqua in bottiglia, scoraggiare la produzione di rifiuti in plastica e l'inquinamento creato dal trasporto nazionale. Adesione alla campagna promossa da rivista Altraeconomia/legambiente "**Imbrocciamola**"
- Campagne "**Acqua bene comune**", nelle scuole con azioni di sensibilizzazione e monitoraggio dei comportamenti delle famiglie tramite indagini condotte dagli studenti con sostegno finanziario da parte delle Aziende di gestione dei servizi

4. Azioni di sensibilizzazioni verso i consumatori

- La **Coop** accogliendo una proposta del CICMA ha adottato (2010) la campagna "**Acqua di casa mia**" per promuovere l'acqua del sindaco e l'acquisto di acqua minerale imbottigliata alle fonti più vicine al punto vendita, come contributo per la riduzione del CO2. Non ha potuto accogliere la richiesta del Cicma di non vendere acqua minerale in bottiglie nella catena di vendita Coop
- Campagna di sensibilizzazione attraverso le catene di distribuzione **l'Associazione nazionale consumatori della COOP** nel 2012 ha lanciato una nuova campagna a livello di soci, con cartelloni nei punti **Coop** e successivamente ha sottoscritto un accordo tra Coop e associazione di categoria **Federutility** per informare i consumatori sulla qualità dell'acqua di rubinetto con coinvolgimento delle aziende associate. "**Sull'acqua il massimo della trasparenza**": è stato lo slogan della campagna nazionale che ha coinvolto nel 2013 ben 500 punti vendita della Coop. Nei centri commerciali, nei megastore con presenza Coop sono state esposte le tabelle contenenti i parametri sulla qualità dell'acqua di casa e distribuiti milioni di opuscoli informativi descrittivi di ciascuno dei parametri chimico-fisici esaminati.

A Milano la campagna **Coop** è stata realizzata in collaborazione con **MM Servizio idrico**

In Provincia di Milano con **CAP Holding**

Il **Cicma** ha partecipato ad alcuni eventi dimostrativi presso punti Coop ed ai banchetti info realizzati con presenza dei tecnici di laboratorio delle Aziende dell'acqua