

L'accesso
all'acqua
cambia tutto

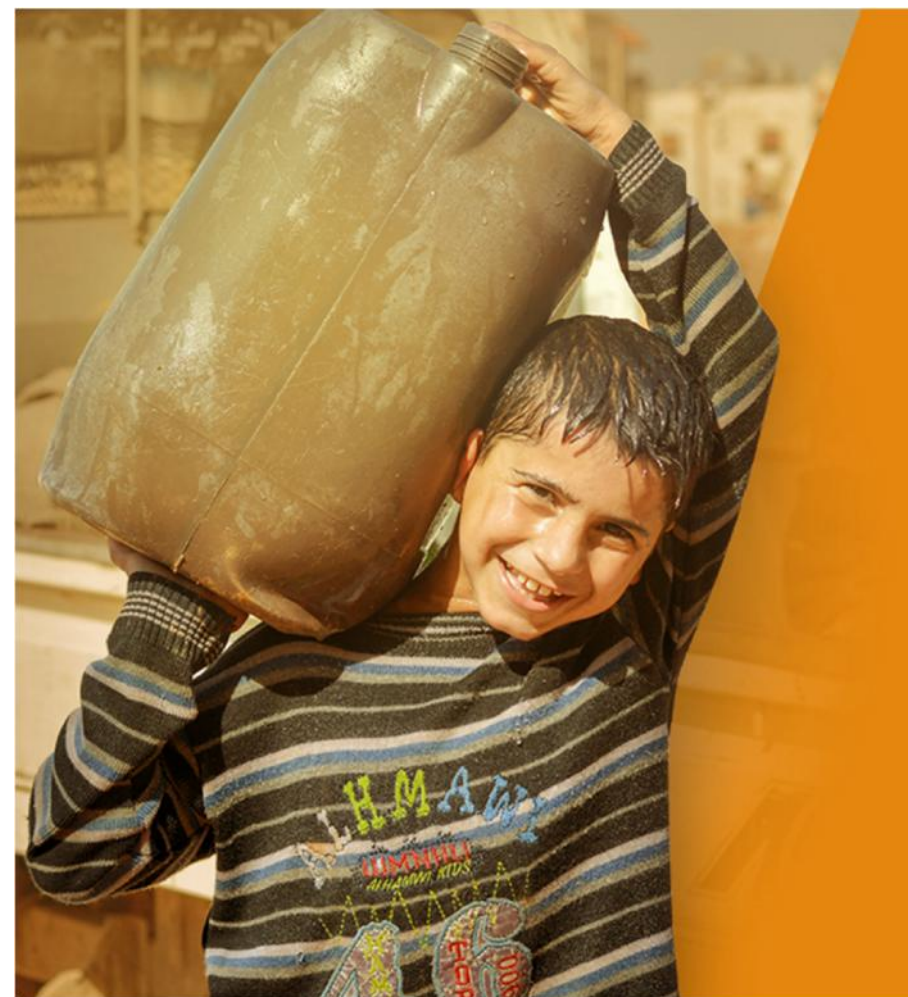




Perché una campagna sull'acqua

La crisi idrica rappresenta il principale rischio per la popolazione mondiale. Ogni giorno **ad oltre 600 milioni di persone viene negato l'accesso all'acqua**, con una ricaduta su altri diritti fondamentali.

Un accesso all'acqua più equo e corretto, infatti, è il presupposto per qualsiasi miglioramento delle condizioni di vita di una popolazione, dalla prevenzione delle malattie sino alla sviluppo sociale ed economico ed alla salvaguardia dell'ambiente.





Senza acqua, cosa resta?

L'accesso all'acqua è un diritto che diamo per scontato senza renderci conto che altri diritti fondamentali come quello all'istruzione, alla salute, al cibo e al lavoro, sono preclusi quando manca l'acqua.

Spesso anche in casi di emergenze dovute a conflitti o catastrofi naturali, questo bene prezioso scarseggia, privando le persone della possibilità di vivere dignitosamente.

La campagna porta il pubblico in quei contesti raccontando il tema in modo conciso ed onesto per farlo riflettere sul concetto che **'l'accesso all'acqua cambia tutto'**.





Il lancio

La campagna verrà lanciata a fine marzo, in concomitanza con la giornata Mondiale dell'Acqua e con la conferenza che GVC sta organizzando per il 31 marzo a Bologna. Durante questa occasione verrà inoltre presentato il paper *Water & Migration*, una ricerca sulla connessione tra migrazioni e non accesso all'acqua. A partire da aprile, oltre a tutta la comunicazione online, **la campagna sarà affissa all'interno degli spazi patrocinati dal Comune di Napoli e a Bologna.**





Azioni

- Presentazione campagna a Bologna all'interno della Conferenza internazionale Water & Migration.
- Lancio della campagna online
 - landing page;
 - Social Network;
 - Video virale;
 - sostegno Testimonial e Ambasciatori.
- Affissioni su Bologna e Napoli.
- Coinvolgimento sui territori di Enti Locali, Associazioni, Aziende e Cooperative, attraverso donazioni o patrocini non onerosi.



Perché le fontane del terzo millennio

L'idea è di utilizzare un hotspot ideale sia a livello funzionale che a livello **evocativo**.

Il tema della “**distanza dalle fonti di acqua pulita**” è uno dei motivi della comunicazione di campagna e trova la sua espressione, a livello territoriale, nel concetto di distanza fisica ossia di **chilometri** che separano questa fonte di acqua da quella successive.

L'obiettivo è quello di far riflettere il consumatore sulla **difficoltà di accesso all'acqua**.



Proposta



Proponiamo delle affissioni con tempi da concordare con le autonomie locali, con la possibilità di concordare l'individuazione del messaggio e l'inserimento dei loghi dei partner coinvolti. Verranno inoltre concordate azioni di visibilità sulla stampa locale e sui canali online.





Presentazione GVC

GVC è una ONG, laica e indipendente fondata a Bologna nel 1971.

Opera in oltre 20 Paesi con progetti di cooperazione internazionale e di emergenza.

Da oltre 40 anni lavora per riportare dignità nella vita di intere comunità private di diritti fondamentali.

Sostenere le popolazioni coinvolte in emergenze umanitarie come guerre e disastri ambientali, superare povertà e ingiustizie è l'obiettivo dei progetti di GVC.

GVC sviluppa progetti che coinvolgono direttamente individui, comunità e forze sociali, governi e amministrazioni locali per garantire a migliaia di persone l'accesso all'acqua, al cibo, alla salute, all'educazione e ad un reddito dignitoso.



Aiuti umanitari
e protezione civile

