



Commissione  
europea



# Campagna Generation Awake

Generation Awake è una campagna di sensibilizzazione in tema di efficienza delle risorse. Si rivolge alla collettività per mostrare cosa si può fare tutti i giorni per ridurre gli sprechi e consumare risorse naturali come l'acqua, l'energia, il legno e i metalli in modo più ragionevole. È stata lanciata nel 2011 dalla Direzione generale Ambiente della Commissione europea, nell'intento di promuovere un'Europa più efficiente in termini di risorse e caratterizzata da un'economia verde (o «circolare»). La campagna invita le persone a riflettere sulle proprie abitudini di consumo e sulle conseguenze che esse comportano per l'ambiente, le risorse naturali, la qualità della vita, la salute e il benessere.

## A chi si rivolge?

La campagna è destinata alle persone di età compresa tra i 25 e i 40 anni, con un'attenzione particolare rivolta ai giovani adulti che vivono nelle città e alle famiglie con bambini piccoli.

## Cos'è l'efficienza delle risorse?

**Parlare di efficienza delle risorse significa fare di più con meno, utilizzando le risorse limitate in modo sostenibile e riducendo al minimo il nostro impatto sull'ambiente.** Il nostro futuro dipende dal modo in cui sfruttiamo risorse quali l'acqua, l'aria, i metalli, i minerali, le foreste, il suolo, il cibo e i sistemi di biodiversità: esse sono fondamentali per mantenere il nostro benessere e il nostro stile di vita. Tuttavia, stiamo consumando queste risorse molto più velocemente rispetto al tempo necessario perché si rigenerino.

In quanto individui e in quanto società, siamo chiamati a modificare le nostre abitudini in termini di sfruttamento delle risorse. In questo modo saremo in grado di garantire, per noi e per i nostri figli, un futuro caratterizzato da una buona qualità della vita, un'economia dinamica e un ambiente sano.

## Evoluzione della campagna Generation Awake

La campagna è stata avviata nell'ottobre del 2011 attraverso un sito Web [www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu) multilingue, una fan page su Facebook [www.facebook.com/GenerationAwake](https://www.facebook.com/GenerationAwake), un video virale [www.youtube.com/user/GenerationAwake](https://www.youtube.com/user/GenerationAwake) e attività di PR. All'inizio, ha visto come protagonisti Mario l'abitudinario, Antonello il paffutello e Iva l'impulsiva: borse della spesa parlanti che rappresentano le tipiche scelte di consumo.

Nel 2012, la campagna si è concentrata sul consumo dell'acqua ed è stato quindi introdotto un altro personaggio, Marino Acquabella, con nuovi contenuti e un video che promuove l'uso sostenibile dell'acqua. È stato creato un nuovo sito Web che affronta il tema del consumo indiretto di acqua che si cela dietro i beni di consumo quotidiani.

La campagna è ricorsa all'utilizzo dei media sociali per esortare i cittadini ad agire e a risparmiare risorse naturali. Ai fan di Facebook è stato chiesto di mostrare il significato che ha l'acqua per loro attraverso un'applicazione per taggare le fotografie. Il materiale inviato è stato raccolto in un'immagine di copertina postata sulla pagina Facebook di Generation Awake. I fan della pagina hanno anche votato i loro video preferiti.





Nel mese di gennaio **2013** è stata introdotta l'**applicazione Facebook** dal nome «Il mio buon proposito verde», per aiutare i fan a mantenere i buoni propositi ecologici per il nuovo anno e a condividere le proprie idee.

All'inizio del **2014** è stata avviata una nuova fase che punta i riflettori su una migliore gestione dei rifiuti, un elemento fondamentale per raggiungere gli obiettivi dell'economia verde. Alla campagna si è unito un nuovo personaggio, Ottone il bidone, che lancia un messaggio forte e chiaro: «i rifiuti, la cui creazione non può essere evitata, rappresentano una risorsa preziosa».

La campagna sta già ottenendo risultati tangibili. Il nostro sito Web ha registrato oltre **750 000 visitatori**, i video sono stati visualizzati più di **4,5 milioni di volte**, la comunità su Facebook conta circa **100 000 fan** e le attività di PR hanno prodotto almeno **1 100 articoli** relativi alla campagna.

## Chi può diventare sostenitore della campagna?

Tutte le organizzazioni pubbliche e private interessate a diffondere i messaggi di Generation Awake sono invitate a diventare sostenitori ufficiali della campagna. Per farlo, è sufficiente compilare il modulo di domanda presente nella sezione «La campagna» del sito Web [www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu)



## Perché sostenere la campagna?

Se si svolge **un'attività o si forniscono servizi utilizzando le risorse in modo efficiente, sostenendo la campagna è possibile promuovere il profilo ambientale della propria organizzazione**. Inoltre, si potrà prendere parte a un'azione di ampia portata, contribuendo a diffondere il messaggio secondo cui agire in modo sostenibile significa adoperare una scelta morale e commerciale, nonché il concetto secondo cui riducendo il quantitativo di rifiuti prodotti e facendo di più con meno, è possibile apportare benefici all'ambiente e all'economia.

I sostenitori **avranno accesso a informazioni e materiale** da poter usare in newsletter oppure siti Web. Inoltre, si avrà libero accesso al materiale grafico della campagna, nonché a foto e a video da utilizzare in pubblicazioni o in occasione di eventi.

Le organizzazioni sostenitrici, inoltre, **potranno accrescere la propria visibilità grazie al sito Web ufficiale della campagna**, in quanto il loro logo sarà visibile nella pagina dedicata ai sostenitori sul sito [www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu) (sezione «La campagna»). Questa sezione del sito, inoltre, offre una preziosa opportunità per creare una rete di contatti «verdi», in quanto mostra le altre organizzazioni e i gruppi di interesse dalle idee simili sparsi in tutto il territorio dell'UE.

Le domande provenienti dal settore pubblico (pubbliche amministrazioni, ONG, organizzazioni e enti pubblici, università, scuole) saranno accettate direttamente. I richiedenti riceveranno tutte le informazioni e i materiali necessari alle attività promozionali tramite e-mail. Le richieste di utilizzo del logo provenienti dal settore privato saranno valutate caso per caso. La DG ENV approverà o rifiuterà la richiesta entro 15 giorni dalla sua ricezione. L'autorizzazione a utilizzare il logo di Generation Awake è non esclusiva, internazionale e limitata al periodo della campagna, che dovrebbe concludersi alla fine del 2014, con la possibilità di un'eventuale proroga.

[www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu)

[www.facebook.com/GenerationAwake](https://www.facebook.com/GenerationAwake)

[www.youtube.com/user/GenerationAwake](https://www.youtube.com/user/GenerationAwake)

