



COMUNE DI OLIVERI

Città Metropolitana di Messina



P.IVA/Codice Fiscale 00359110830

Piazza Pirandello – 98060 Oliveri (ME)

PEC info@pec.comune.oliveri.me.it

Tel. 0941/313201

www.comune.oliveri.me.it

All'Associazione dei Comuni Virtuosi

P.zza Matteotti, 17

60030 Monsano (AN)

Email: info@comunivirtuosi.org

OGGETTO: Domanda di partecipazione al “Premio Nazionale Comuni Virtuosi”

Il sottoscritto Dott. Francesco Iarrera, nato a Nyon (Svizzera) il 12/12/1974 c.f.: RRRFNC74T12Z133G, nella sua qualità di Sindaco pro-tempore del Comune di Oliveri (ME), con sede in Piazza Luigi Pirandello, C.A.P. 98060, codice fiscale 00359110830, recapito telefonico 0941313201, PEC: info@pec.comune.oliveri.me.it

CHIEDE

l'ammissione del Comune di Oliveri alla partecipazione al “Premio Nazionale Comuni Virtuosi”.

Allega alla presente:

1. Scheda riassuntiva dell'iniziativa.

Oliveri (ME), 29/10/2025



IL SINDACO

Dott. Francesco Iarrera



COMUNE DI OLIVERI

Città Metropolitana di Messina



P.IVA/Codice Fiscale 00359110830

PEC info@pec.comune.oliveri.me.it

www.comune.oliveri.me.it

Piazza Pirandello – 98060 Oliveri (ME)

Tel. 0941/313201

1. Scheda riassuntiva dell'iniziativa

“Il gioco che non è un gioco: bambini custodi dell'ambiente ad Oliveri”



INDICE

1. Introduzione
2. Idea progettuale
3. Obiettivi
4. Attività e metodologia
5. Partner
6. Risultati
7. Coinvolgimento della comunità
8. Comunicazione e disseminazione
9. Sostenibilità e replicabilità
10. Allineamento con l'Agenda 2030
11. Tempi di realizzazione ed attuazione
12. Conclusione

1. INTRODUZIONE

Oliveri è un piccolo borgo marinaro che custodisce un patrimonio naturale e paesaggistico unico, incastonato tra il Golfo di Patti e la Riserva Naturale dei Laghetti di Marinello. La sua straordinaria bellezza, tuttavia, porta con sé anche sfide concrete: durante la stagione estiva, l'aumento dei flussi turistici accresce il rischio di inquinamento e rende più complessa la gestione dei rifiuti e la tutela degli spazi comuni.

Consapevole di queste criticità, il Comune di Oliveri ha scelto di trasformarle in un'occasione di crescita collettiva, avviando un percorso innovativo di educazione ambientale e partecipazione civica. È in questo contesto che nasce l'iniziativa "Il gioco che non è un gioco: bambini custodi dell'ambiente ad Oliveri", ideata dal Sindaco Francesco Iarrera e costruita attorno a un principio semplice ma rivoluzionario: coinvolgere i bambini nella cura del territorio attraverso il gioco e il riconoscimento positivo.

Ispirata ai principi della token economy, l'iniziativa premia i comportamenti virtuosi trasformando la raccolta dei rifiuti in un'esperienza educativa, ludica e comunitaria. I più piccoli diventano così ambasciatori della sostenibilità, portando dentro le famiglie e nel tessuto sociale di Oliveri un messaggio chiaro: il rispetto dell'ambiente non è un dovere imposto dall'alto, ma un gesto quotidiano di responsabilità condivisa.

Con questo progetto, Oliveri dimostra che anche un piccolo comune può generare modelli innovativi di cittadinanza attiva e tutela ambientale, capaci di unire educazione, partecipazione e senso di appartenenza. "Il gioco che non è un gioco" non è soltanto un'iniziativa di sensibilizzazione, ma una buona pratica replicabile che contribuisce concretamente agli obiettivi dell'Agenda 2030 e ai valori fondanti del Premio Nazionale Comuni Virtuosi: promuovere comunità sostenibili, inclusive e consapevoli, in cui ogni gesto può diventare un esempio di cambiamento positivo.



Scorcio panoramico di Oliveri

2. IDEA PROGETTUALE

Basato sulla teoria del rinforzo positivo, “Il gioco che non è un gioco” nasce dalla volontà di unire educazione, gioco e impegno civico in un’unica esperienza. L’intuizione del Sindaco Francesco Iarrera è stata semplice quanto geniale: trasformare un gesto spesso percepito come noioso – raccogliere i rifiuti – in un’avventura stimolante e gratificante per i più piccoli.

I bambini che contribuiscono a raccogliere rifiuti trovati in spiaggia o sul territorio, si presentano al Comune con il sacchetto prodotto e ricevono in cambio, direttamente dal Sindaco, un Ticket per l’accesso gratuito alle giostre del Luna Park, i giochi acquatici del Water Games Marinello e i gadget offerti dal WWF Italia.

Il cuore dell’iniziativa è tutto qui: educare al rispetto dell’ambiente senza imporre regole, ma stimolando la curiosità e la voglia di partecipare. Non è solo un gioco, perché dietro al divertimento c’è un messaggio forte e chiaro: i gesti quotidiani di ciascuno hanno un impatto reale sulla qualità della vita e sulla bellezza dei luoghi.

La potenza di questa idea risiede nel suo carattere inclusivo: non coinvolge soltanto i bambini, ma attira famiglie, residenti, turisti e partner locali. Il singolo atto di raccogliere un rifiuto si trasforma in un’esperienza collettiva che rafforza il senso di comunità, diffonde buone pratiche e valorizza il territorio.

In questo modo, Oliveri dimostra che anche un piccolo borgo può dare vita a un modello replicabile altrove: un’iniziativa capace di rendere la sostenibilità non un dovere, ma un’opportunità di crescita, gioco e futuro condiviso.

3. OBIETTIVI

- **Qualitativi**

L’obiettivo centrale è sensibilizzare i bambini al rispetto dell’ambiente, costruendo così cittadini del futuro più disponibili alla cura degli spazi e alla tutela dell’ambiente.

Un altro obiettivo è rafforzare il senso di comunità: il gioco diventa occasione per unire famiglie, residenti e turisti in un’esperienza condivisa che valorizza il bene comune. La coesione sociale contribuisce a valorizzare il territorio: mantenere pulite spiagge, piazze e spazi pubblici significa preservare la bellezza di Oliveri e renderla più accogliente per cittadini e visitatori.

Si tratta di un modello replicabile, capace di ispirare altre comunità italiane, dimostrando che anche realtà di piccole dimensioni possono attuare progetti innovativi e di impatto.

- **Quantitativi**

L’iniziativa si propone di coinvolgere almeno 100 bambini e, indirettamente, oltre 300 persone tra famiglie, residenti e turisti. Si punta alla raccolta di 500 chili di rifiuti

nelle aree pubbliche, con un impatto visibile sulla riduzione dell'inquinamento. I premi offerti dai partner garantiscono un riconoscimento concreto a ogni partecipante, stimolando la motivazione e la continuità dell'impegno. Si punta infatti a riuscire a distribuire almeno 300 premi.

Attraverso questi obiettivi "Il gioco che non è un gioco" dimostra come educazione, partecipazione e sostenibilità possano fondersi in un'iniziativa capace di generare cambiamento culturale e risultati concreti, rafforzando l'identità di Oliveri come comunità attenta al futuro.

4. ATTIVITA' E METODOLOGIA

"Il gioco che non è un gioco" è stato costruito intorno a un approccio innovativo che trasforma la raccolta differenziata e le buone pratiche ambientali in un gioco a premi, capace di coinvolgere bambini e famiglie attraverso un linguaggio accessibile e divertente. L'attività non si è limitata a trasmettere nozioni, ma ha puntato sull'esperienza diretta, facendo vivere ai partecipanti l'importanza di gesti quotidiani come la corretta separazione dei rifiuti o la riduzione degli sprechi.

La metodologia adottata si fonda su tre pilastri principali. Il primo è quello della "gamification", ovvero l'utilizzo di meccaniche di gioco per stimolare l'apprendimento e rendere più motivante la partecipazione. Grazie a questo approccio, i bambini hanno potuto interiorizzare concetti complessi attraverso sfide semplici, immediate e divertenti.

Il secondo pilastro è quello della "partecipazione attiva", che ha visto bambini e famiglie non come spettatori passivi ma come attori principali di un percorso comunitario.

Il terzo è la "premialità educativa", che ha consentito di rafforzare la motivazione attraverso la consegna di premi offerti dai partner, trasformando ogni piccolo successo in un riconoscimento tangibile.

Dal punto di vista operativo, le attività sono state organizzate in un inizio e una fine, coincise con il periodo estivo. Ogni partecipazione è stata registrata e valorizzata attraverso i social, innescando un circolo virtuoso che ha stimolato la continuità dell'impegno e consolidato l'apprendimento. La comunicazione è stata gestita garantendo visibilità e trasparenza all'iniziativa e rafforzando il senso di appartenenza.

L'iniziativa si è rivelata particolarmente efficace: non solo ha reso più chiari e immediati i concetti di sostenibilità, ma ha anche stimolato la costruzione di una comunità più coesa, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030, che incoraggia percorsi educativi inclusivi e strategie innovative per favorire comunità sostenibili e resilienti.

5. PARTNER

Un elemento distintivo è stato il coinvolgimento di partner locali e nazionali che hanno fornito i premi da scambiare con i rifiuti raccolti.

Il Luna Park dei Fratelli Tofaro, realtà storica dell'intrattenimento locale, ha fornito biglietti gratuiti per le giostre, trasformando l'impegno ambientale in momenti di divertimento puro.

Il Water Games Marinello, punto di riferimento del turismo balneare, ha offerto ingressi per attività acquatiche, legando il gioco alla bellezza del mare e alla fruizione sostenibile delle sue risorse.

Infine, il WWF Italia, simbolo di tutela ambientale a livello internazionale, ha partecipato donando gadget e materiali educativi, dando al progetto una dimensione più ampia e una forte legittimazione etica.

Questi partner non si sono limitati a fornire premi, ma hanno condiviso la visione di fondo: educare le nuove generazioni attraverso esperienze concrete, trasformando un gesto di cura ambientale in un'occasione di gioia, scoperta e appartenenza.

La loro presenza ha reso l'iniziativa più credibile e coinvolgente, rafforzando la rete di sostegno e dimostrando come la sinergia tra istituzioni, imprese e associazioni possa produrre risultati concreti per il territorio.

Grazie a questo supporto, "Il gioco che non è un gioco" è riuscito a superare i confini di una semplice attività comunale, diventando un modello virtuoso di collaborazione pubblico-privato e un esempio replicabile anche in altri contesti.



WWF Italia - Partner Ufficiale de "Il gioco che non è un gioco"

6. RISULTATI

"Il gioco che non è un gioco" ha prodotto risultati che hanno superato le aspettative iniziali, confermando la sua capacità di incidere in maniera concreta nella comunità e sul territorio.

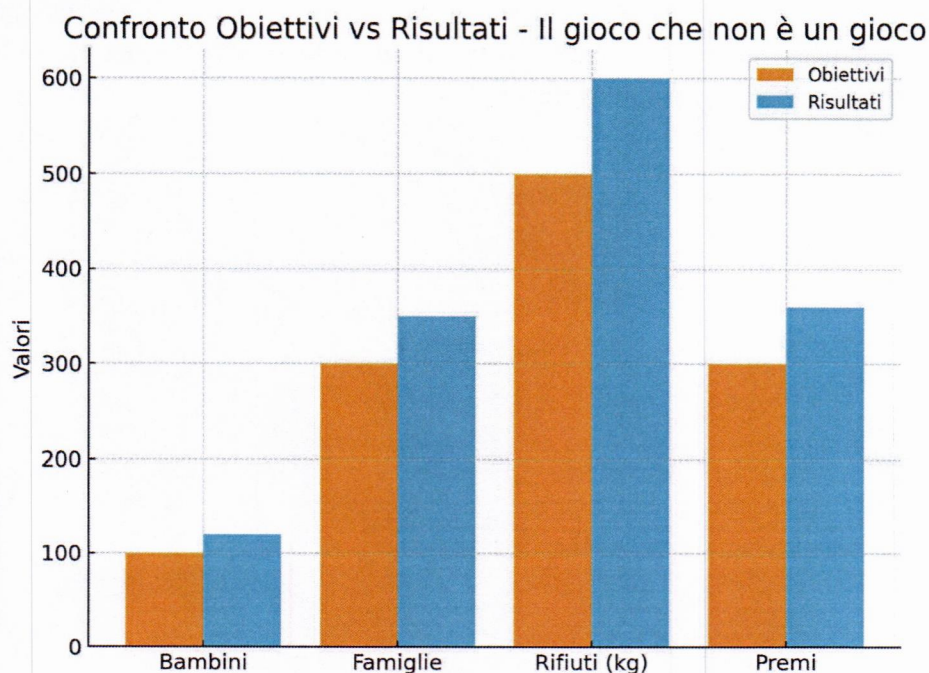
L'obiettivo era di coinvolgere un numero significativo di bambini e famiglie in un percorso ludico-didattico sulla sostenibilità, e i dati raccolti dimostrano che la risposta è stata straordinaria.

120 bambini, ben oltre i 100 previsti, e 350 famiglie hanno partecipato attivamente alle attività, superando di gran lunga le 300 inizialmente stimate. Anche sul piano dell'impatto ambientale i risultati sono stati superiori alle attese: sono stati raccolti 600 chilogrammi di rifiuti differenziati, contro i 500 ipotizzati, a dimostrazione che la sensibilizzazione ha generato comportamenti immediatamente concreti. Perfino sul fronte dei premi, grazie al sostegno dei partner locali e nazionali, si è potuto arrivare alla distribuzione di 360 riconoscimenti, rispetto ai 300 programmati, incentivando ulteriormente la partecipazione e rendendo più gratificante l'esperienza per i più piccoli.

Ma al di là dei numeri, ciò che rende questa iniziativa particolarmente efficace è la qualità dei cambiamenti che ha innescato. I bambini hanno imparato che la raccolta differenziata non è soltanto un dovere civico, ma può diventare un gesto quotidiano carico di significato, mentre le famiglie hanno riscoperto l'importanza della collaborazione e della responsabilità condivisa. Attraverso un approccio ludico, l'iniziativa è riuscita a trasmettere valori profondi, trasformando un'attività di sensibilizzazione in un momento di crescita collettiva.

L'efficacia dell'iniziativa non si misura dunque solo nelle cifre, pur significative, ma nella capacità di radicare nella comunità una nuova consapevolezza ambientale e sociale. Oliveri, grazie a questa esperienza, ha dimostrato che anche un piccolo centro può diventare un laboratorio di buone pratiche replicabili, in grado di unire educazione, sostenibilità e coesione sociale in un unico percorso virtuoso.

Non a caso i risultati ottenuti dialogano direttamente con gli obiettivi dell'Agenda 2030, in particolare con quelli legati alla qualità dell'educazione, alle comunità sostenibili e alla lotta contro il cambiamento climatico. In questo modo il progetto si inserisce in una visione più ampia, proiettando Oliveri tra i comuni capaci di contribuire, con azioni concrete, a un futuro più equo e sostenibile.



7. COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITA'

Uno degli elementi di maggiore forza dell'iniziativa "Il gioco che non è un gioco" è stato il profondo coinvolgimento della comunità di Oliveri. L'iniziativa non si è limitata a coinvolgere bambini e famiglie come semplici destinatari, ma li ha resi veri protagonisti di un processo partecipativo e collettivo. Il gioco ha rappresentato un'occasione di aggregazione in cui la comunità ha potuto ritrovarsi, condividere esperienze e valori e costruire un percorso educativo comune, trasformando l'attività ludica in un'esperienza di cittadinanza attiva.

Le famiglie hanno preso parte all'iniziativa con entusiasmo, accompagnando i bambini e sostenendoli nelle diverse fasi del percorso. In questo modo, l'iniziativa ha rafforzato il dialogo intergenerazionale, stimolando nei più piccoli la curiosità e la voglia di apprendere e negli adulti la responsabilità di trasmettere buone pratiche di sostenibilità. La partecipazione non si è limitata a un singolo evento, ma si è tradotta in un vero e proprio movimento comunitario che ha creato nuove reti di collaborazione e ha generato un senso di appartenenza condiviso.

Fondamentale è stato anche il contributo del tessuto sociale ed economico locale: scuole, associazioni e attività produttive hanno sostenuto l'iniziativa, contribuendo a diffonderne i valori e a garantirne l'impatto. La comunicazione ha svolto un ruolo chiave, con un mix di canali tradizionali e digitali che hanno permesso di raggiungere un pubblico ampio e diversificato, rafforzando l'eco dell'iniziativa oltre i confini comunali.

Il coinvolgimento della comunità si è quindi tradotto non soltanto in partecipazione numerica, ma in un vero e proprio patto educativo e civico che ha reso Oliveri un modello di collaborazione attiva. Questa dimensione partecipativa rappresenta forse il risultato più prezioso, perché garantisce che i comportamenti virtuosi appresi continueranno a vivere e a diffondersi ben oltre la durata dell'iniziativa stessa.

In questa prospettiva, l'iniziativa dialoga direttamente con gli obiettivi dell'Agenda 2030, in particolare con l'Obiettivo 11 – Città e comunità sostenibili – contribuendo a costruire una comunità più inclusiva, resiliente e attenta al futuro. Oliveri, grazie a questa esperienza, dimostra come anche un piccolo centro possa diventare un laboratorio di sostenibilità, in grado di ispirare pratiche replicabili in altri territori.

Il Sindaco Francesco Iarrera con alcuni partecipanti a "Il gioco che non è un gioco"



8. COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

La comunicazione ha rappresentato un elemento fondamentale per il successo dell'iniziativa "Il gioco che non è un gioco", non solo per garantire la massima partecipazione della comunità di Oliveri, ma anche per diffondere i valori e i risultati raggiunti oltre i confini locali. L'intera strategia è stata costruita per essere inclusiva, multicanale e facilmente accessibile, in modo da coinvolgere un pubblico eterogeneo fatto di bambini, famiglie, associazioni, scuole e attività economiche.

Sin dalla fase di lancio, l'iniziativa è stata promossa attraverso i canali istituzionali del Comune, i social network e gli strumenti di comunicazione tradizionali come locandine e avvisi pubblici. Questa combinazione ha permesso di raggiungere capillarmente i cittadini, stimolando curiosità e adesione. Particolare attenzione è stata rivolta al linguaggio, studiato per essere immediato, accattivante e vicino ai bambini, senza però rinunciare alla chiarezza e alla trasparenza necessarie per coinvolgere gli adulti.

La disseminazione non si è esaurita con la promozione delle attività, ma è proseguita durante e dopo lo svolgimento dell'iniziativa. Le giornate di gioco e raccolta sono state raccontate attraverso reportage fotografici, video e aggiornamenti sui social, trasformando i partecipanti stessi in ambasciatori dell'iniziativa. Questa scelta ha rafforzato il senso di comunità e ha permesso di amplificare il messaggio grazie al passaparola e alla condivisione spontanea dei contenuti.

Un ulteriore aspetto di rilievo è stata la valorizzazione del ruolo dei partner, che attraverso la visibilità garantita dalla comunicazione hanno potuto associare la propria immagine a un'iniziativa educativa e sostenibile. Questo ha consolidato la rete di sostegno locale e ha reso più solida la percezione dell'iniziativa come esperienza collettiva.

La fase di disseminazione finale, infine, ha permesso di dare continuità all'esperienza, presentando i risultati raggiunti non solo alla comunità di Oliveri ma anche a un pubblico più ampio, posizionando l'iniziativa come buona pratica replicabile. In questo modo, la comunicazione ha assunto una funzione strategica: non solo strumento di informazione, ma veicolo di sensibilizzazione e di ispirazione, in piena coerenza con i principi dell'Agenda 2030, che riconosce il ruolo chiave della diffusione della conoscenza e della condivisione di esperienze nella costruzione di società sostenibili.

9. SOSTENIBILITA' E REPLICABILITA'

Uno degli aspetti più significativi dell'iniziativa "Il gioco che non è un gioco" è la sua capacità di generare un impatto che va oltre il singolo evento, ponendo le basi per una sostenibilità duratura e per una facile replicabilità in altri contesti. L'iniziativa, infatti, è stata concepita non come un'esperienza isolata, ma come un modello educativo e sociale che può essere riproposto e adattato in diversi territori, mantenendo intatta la sua efficacia.

La sostenibilità dell'iniziativa si fonda su tre elementi chiave. In primo luogo, il coinvolgimento diretto della comunità, che ha permesso di radicare comportamenti virtuosi

nella quotidianità di famiglie e bambini. In secondo luogo, la collaborazione con i partner locali e nazionali, che hanno reso possibile non solo la distribuzione dei premi, ma anche la costruzione di un network di sostegno pronto a supportare future edizioni. In terzo luogo, l'approccio educativo basato sul gioco, che continua a produrre effetti anche dopo la conclusione dell'iniziativa, poiché i valori e le competenze apprese restano impressi nei partecipanti e vengono trasmessi attraverso la condivisione familiare e comunitaria.

Dal punto di vista della replicabilità, l'iniziativa presenta caratteristiche che la rendono facilmente adattabile: costi contenuti, meccaniche semplici, alto livello di coinvolgimento e una metodologia chiara. Qualsiasi comunità, piccola o grande, può adottare questa esperienza calibrandola sulle proprie risorse e peculiarità, mantenendo intatto lo spirito di fondo. Inoltre, la forte componente ludica e premiale rende il modello universale, capace di stimolare partecipazione in contesti culturali differenti.

Questa dimensione di sostenibilità e replicabilità proietta Oliveri come un laboratorio di buone pratiche a livello nazionale, in grado di contribuire concretamente agli obiettivi dell'Agenda 2030, in particolare a quelli relativi all'istruzione di qualità, alla costruzione di comunità sostenibili e alla promozione di modelli di consumo e produzione responsabili. L'esperienza dimostra che anche un piccolo comune può diventare promotore di innovazione sociale e ambientale, indicando una strada percorribile e replicabile per altre realtà che vogliono investire sulla formazione e sulla coesione comunitaria.

10. ALLINEAMENTO CON L'AGENDA 2030

L'iniziativa "Il gioco che non è un gioco" si inserisce pienamente nel contesto degli obiettivi dell'Agenda 2030, contribuendo in modo concreto alla realizzazione di una società più sostenibile, inclusiva e responsabile.

Attraverso l'esperienza diretta, l'iniziativa ha promosso l'educazione di qualità (Obiettivo 4), offrendo ai bambini strumenti pratici e coinvolgenti per comprendere l'importanza della tutela ambientale e del rispetto delle regole civiche. L'apprendimento non è stato solo teorico, ma costruito attorno a gesti quotidiani e azioni concrete, trasformando la conoscenza in comportamenti virtuosi.

Parallelamente, l'iniziativa ha rafforzato il concetto di comunità sostenibile (Obiettivo 11), favorendo la partecipazione attiva di famiglie, scuole, associazioni e partner locali. Oliveri si è così configurata come un laboratorio di pratiche collettive, in cui la cura del territorio, il senso di responsabilità e la collaborazione diventano valori condivisi e duraturi.

L'attenzione all'ambiente e la promozione di comportamenti consapevoli hanno permesso di incidere anche sugli Obiettivi 12 e 13, legati a modelli di consumo responsabili e alla lotta contro il cambiamento climatico. La raccolta dei rifiuti, la gestione sostenibile delle risorse e l'educazione al rispetto dell'ambiente si traducono in azioni concrete che hanno un impatto positivo immediato e replicabile nel tempo.

In sintesi, “Il gioco che non è un gioco” rappresenta un modello in cui educazione, partecipazione e sostenibilità dialogano direttamente con l’Agenda 2030. L’iniziativa dimostra come anche un piccolo comune possa contribuire agli obiettivi globali, generando cambiamenti locali concreti e fornendo un esempio replicabile per altre comunità, confermando che ogni azione, per quanto semplice, può diventare motore di trasformazione verso un futuro più equo, sostenibile e inclusivo.



**AGENDA
2030**

11. TEMPI DI REALIZZAZIONE ED ATTUAZIONE

L’iniziativa “Il gioco che non è un gioco” è stata ideata e realizzata all’interno di una pianificazione chiara e ben strutturata, che ha consentito di coniugare rapidità di attuazione, efficacia organizzativa e partecipazione diffusa. Il percorso progettuale ha avuto inizio nella primavera del 2025, quando l’Amministrazione Comunale, guidata dal Sindaco Francesco Iarrera, ha trasformato un’intuizione in un vero e proprio programma educativo e civico. Tra i mesi di Aprile e Maggio 2025 si è svolta la fase di ideazione e preparazione, durante la quale sono stati definiti gli obiettivi, le modalità di partecipazione, le regole del “gioco” e le partnership operative con il WWF Italia, il Luna Park dei Fratelli Tofaro e il Water Games Marinello.

Nel mese di Giugno 2025, il progetto è stato ufficialmente presentato alla cittadinanza e promosso attraverso una campagna di comunicazione mirata, che ha utilizzato sia i canali istituzionali del Comune di Oliveri, sia strumenti informali e di prossimità, come locandine, incontri pubblici e attività di sensibilizzazione presso le scuole e le attività turistiche.

La fase operativa si è svolta durante l’intera stagione estiva, in particolare da Luglio a Settembre 2025, periodo in cui l’afflusso turistico rende più pressante il tema della gestione dei rifiuti e della cura del territorio. In questi mesi i bambini, accompagnati dalle loro famiglie, hanno potuto partecipare attivamente, raccogliendo rifiuti sul territorio comunale e ricevendo in cambio i premi messi a disposizione dai partner. L’attività è stata monitorata

costantemente dal Comune, che ha garantito la tracciabilità delle partecipazioni e la trasparenza nella distribuzione dei riconoscimenti.

La fase conclusiva, tra Settembre e Ottobre 2025, è stata dedicata alla valutazione dei risultati e alla raccolta dei dati quantitativi e qualitativi, che hanno confermato il successo dell'iniziativa. In questa fase si è lavorato anche alla progettazione di una possibile edizione successiva, con l'obiettivo di rendere il progetto un appuntamento stabile nel calendario comunale.

L'intero percorso si è caratterizzato per la capacità di unire programmazione e flessibilità, permettendo di rispondere in modo efficace alle esigenze della comunità e di garantire il pieno coinvolgimento dei cittadini. "Il gioco che non è un gioco" si propone così non come un evento isolato, ma come un'esperienza ciclica e continuativa, destinata a ripetersi e ad arricchirsi nel tempo, consolidando Oliveri come esempio concreto di comunità virtuosa e sostenibile.

12. CONCLUSIONE

L'iniziativa "Il gioco che non è un gioco" rappresenta la dimostrazione concreta di come anche un piccolo comune come Oliveri possa diventare un motore di innovazione sociale, educativa e ambientale, trasformando una semplice idea in un modello di buona pratica riconoscibile a livello nazionale. Ciò che poteva sembrare un gioco si è rivelato un percorso di educazione civica e ambientale diffusa, capace di generare cambiamenti reali e duraturi: bambini più consapevoli, famiglie più partecipi, un territorio più curato e una comunità più coesa e responsabile.

I risultati raggiunti, superiori alle aspettative iniziali, testimoniano la forza del progetto: oltre 600 chilogrammi di rifiuti raccolti, più di 120 bambini coinvolti e una rete di partner pubblici e privati che ha sostenuto l'iniziativa con entusiasmo. A questi numeri si affiancano risultati immateriali altrettanto significativi: la crescita del senso civico, la nascita di una coscienza ambientale condivisa e il rafforzamento del legame tra istituzioni e cittadini.

Il valore aggiunto dell'iniziativa risiede però nella sua replicabilità e sostenibilità nel tempo. "Il gioco che non è un gioco" ha dimostrato che l'educazione ambientale può essere affrontata con linguaggi innovativi, inclusivi e partecipativi, capaci di parlare ai più piccoli e di coinvolgere l'intera comunità. In tal modo Oliveri diventa un laboratorio di buone pratiche, coerente con le finalità del Premio Nazionale Comuni Virtuosi, promuovendo un modello di governance locale fondato sulla partecipazione, sulla creatività e sulla responsabilità condivisa.

L'iniziativa dialoga pienamente con gli Obiettivi dell'Agenda 2030 e con le categorie tematiche del Premio, in particolare quelle dedicate ai nuovi stili di vita e alla gestione sostenibile dei rifiuti, ponendo le basi per un processo educativo permanente e per un impegno civico che unisce istituzioni, cittadini e imprese in un'unica visione di futuro.

Con “Il gioco che non è un gioco”, Oliveri non presenta soltanto un’iniziativa, ma una visione di comunità virtuosa: un luogo in cui divertimento e responsabilità si fondono, in cui la tutela dell’ambiente diventa valore quotidiano e in cui ogni cittadino, piccolo o grande, si sente protagonista di un cambiamento positivo. Perché il futuro non si costruisce solo con grandi opere, ma con piccoli gesti che diventano grandi esempi, ed è proprio da questi gesti che nascono i comuni davvero virtuosi.



