



**“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”
2017**

Roma, 19 dicembre 2017
Sala Stampa Estera, Via dell’Umiltà 83/C



“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”
2017

INDICE

<i>Ambiente e sviluppo sostenibile tra informazione, economia e politica</i>	5
<i>OSA - Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media</i>	8
<i>Premio Pentapolis "Giornalisti per la Sostenibilità"</i>	10
<i>RAPPORTO ECO-MEDIA 2017: TV</i>	11
<i>Introduzione</i>	11
<i>Il peso dell'Ambiente nell'agenda dei TG Prime Time italiani</i>	11
<i>Analisi della categoria "Cronaca di disastri naturali"</i>	15
<i>Analisi della categoria "Condizioni metereologiche"</i>	17
<i>Analisi della categoria "Natura&Animali"</i>	20
<i>Analisi della categoria "Temi Ambientali "</i>	22

“L’informazione è uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un nuovo Eco-Rinascimento, con un ruolo determinante nel sostenere uno sviluppo economico sostenibile”

Massimiliano Pontillo, Presidente *Pentapolis Onlus*

CONSULTA D’INDIRIZZO

Andrea Caretta
Osservatorio di Pavia
Massimiliano Pontillo
Pentapolis Onlus
Enrico Giovannini
ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile

COMITATO SCIENTIFICO

Alfonso Cauteruccio
Greenaccord
Marco Frey
Fondazione Global Compact Network Italia
Walter Ganapini
Agenzia Europea per l’Ambiente
Francesco La Camera
Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
Stefano Laporta
Ispra
Raffaele Lorusso
Federazione Nazionale della Stampa Italiana
Alfonso Pecoraro Scanio
Fondazione UniVerde
Mario Salomone
Federazione Italiana Media Ambientali
Paola Spadari
Ordine dei Giornalisti - Lazio
Riccardo Valentini
Centro Euro-Mediterraneo Cambiamenti Climatici

CONSIGLIO DI RICERCA

Vittorio Cobianchi
Osservatorio di Pavia
Giovanni Sarani
Osservatorio di Pavia

AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE TRA INFORMAZIONE, ECONOMIA E POLITICA

L’articolo 21 della nostra Costituzione sancisce *“la pienezza dei diritti di ciascuno all’accesso all’informazione e all’espressione libera delle proprie opinioni e alla possibilità di diffonderle con ogni mezzo”*.

Comprendere dove ci troviamo, quindi, costituisce la prima e fondamentale tappa di un percorso culturale che possa consentire di avere una visione d’insieme, strategica, per affrontare in maniera democratica le sfide che ci aspettano nella rigenerazione di una società che sia più giusta e sostenibile. Certamente compiti non facili, ancor di più oggi che siamo di fronte a cambiamenti radicali, a stravolgimenti, che necessiterebbero di una guida anzitutto responsabile e, invece, continuiamo ad assistere, sostanzialmente indifesi, all’espandersi e intrecciarsi di alcune questioni rilevanti assai critiche: climatica, economica, sociale e proprio quella dell’informazione.

Il ruolo della conoscenza, i meccanismi attraverso i quali la stessa si costruisce e si trasmette, l’informazione in senso lato rappresentano un diritto dei cittadini e un dovere delle amministrazioni: un interesse generale da preservare e incentivare, uno dei pilastri fondamentali dell’esercizio del diritto di cittadinanza ma anche una leva per agire sulle politiche di sviluppo sostenibile e sul mercato.

Anche la *Convenzione di Aarhus* (Danimarca), adottata nel 1998 ed entrata in vigore nel 2001, a cui ha aderito anche l’Unione Europea, mette in risalto la centralità dell’informazione e il suo più ampio accesso.

La società in cui viviamo e che abbiamo delineato (e contribuito) a costruire, soprattutto negli ultimi decenni, si poggia prevalentemente su un modello energivoro e consumista che continua a produrre danni sempre più difficili da ricomporre.

Tra le cause principali di tutto ciò è l’aver “dimenticato” il significato di Bene Comune, un valore sostituito da troppi interessi particolari che minacciano costantemente l’uguaglianza e la coesione sociale. Lo stesso bene rappresentato dalla cultura, dall’informazione, è saldamente concentrato nelle mani di chi detiene di volta in volta il potere politico ed economico, che così riesce a raccontare la sua realtà, anche rispetto alle tematiche ambientali e di sostenibilità. Si rende necessaria una drastica inversione di marcia che implichi un livello di comunicazione decisamente diverso da quello di cui oggi può fruire il cittadino.

L'informazione può essere uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un nuovo "Eco-Rinascimento", con un ruolo determinante sia nella promozione di un diverso e migliore sviluppo economico, sia nel modificare gli atteggiamenti delle persone e sia per diffondere valori e comportamenti coerenti.

La sua rilevanza è stata recentemente riconosciuta anche dall'Ipcc e dalle Nazioni Unite, come la piattaforma necessaria per la riconversione ecologica dell'intero sistema.

Se fino a non troppo tempo fa l'ecologia e la sostenibilità erano confinate in posizioni secondarie, lontano dagli interessi di massa e in fondo alla classifica dei temi che fanno audience, oggi se ne registra una certa accoglienza che, però, deve trovare ancora una sua dignitosa legittimazione: è il mainstream che può fare la differenza, affinché entri più facilmente nelle case della gente, la quale attribuisce proprio alla tv un carattere di autorevolezza.

Ugualmente importante sono radio e carta stampata.

E sicuramente anche il web e i social network possono dare un forte contributo nella diffusione dell'ecologia, dandole potenza, profondità e scambio; ma c'è ancora un gran rumore di fondo, è un "ambiente" troppo confuso dove permane una criticità delle fonti e si trova tutto e il contrario di tutto.

Dall'inizio degli anni '80 abbiamo assistito a uno sviluppo di riviste specializzate in natura (*Airone*), in politica ambientale (*La Nuova Ecologia*), altre legate a un filone scientifico (*Science* e *Geo*) o con un approccio ai consumi (*Il Salvagente* e *Terra Nuova*) o alla finanza (*Valori*).

Per arrivare a una vera e propria esplosione di testate web (tra cui Greenme, Greenstyle, Rinnovabili, Lifegate, Ecoincitta).

Mentre, tranne qualche positiva eccezione, tv e radio latitano; e l'ambiente ha i suoi picchi in alto solo a seguito di disastri naturali o emergenze legate al dissesto idrogeologico, e trattato prevalentemente come fatto di cronaca.

Certo è che, rispetto a 20 anni fa, l'informazione su questi temi è avanzata nel nostro Paese; ma c'è bisogno di un giornalismo di settore più moderno, capace di cogliere l'elemento di attualità e soprattutto di connettersi con le questioni economiche: il

green, purtroppo, tende ancora ad essere eccessivamente spettacolarizzato e non viene percepito nelle forti attinenze con il sistema produttivo; rileviamo molte denunce sui guasti causati dall'inquinamento e ancora poca attenzione alle eco-soluzioni tecnologicamente sempre più possibili e vantaggiose.

Oggi i governi parlano di economia, crescita e tasse senza percepire e comprendere del tutto il profondo legame con le risorse che arrivano dalla natura e che dettano la stabilità del nostro ecosistema.

Nel complesso, si evidenzia una presenza ancora discontinua nel sistema mediatico. Esiste un problema di priorità: la poca pressione e il non brillante attivismo da parte della stampa "più influente" sulle questioni ecologiche produce una disattenzione della politica, che tende a concentrarsi sulle sollecitazioni maggiormente avvertite dall'opinione pubblica; rischiando di dimenticare che la sostenibilità, dall'energia alla mobilità, dall'alimentazione ai rifiuti e all'urbanistica, è destinata a condizionare in maniera determinante l'economia del futuro: una economia circolare, capace di conciliare l'interesse generale con quello particolare, e rimettere in movimento l'occupazione, soprattutto giovanile.

OSA - Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media

Missione

Nel 2014 viene istituito, per la prima volta in Italia, l'*Osservatorio Eco-Media* (www.osservatorioecomedia.it), con l'obiettivo di dare una fotografia periodica su come le tematiche ambientali vengono trattate sui maggiori mezzi d'informazione.

Da questa proficua esperienza, e come sua "naturale" evoluzione, si è deciso di ampliarne i contenuti dando così vita all'*Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media – OSA* – che intende fornire elementi di analisi (monitoraggio dei media, mappature degli stakeholder, analisi valoriali) per una riflessione sulla comunicazione della sostenibilità, al fine di valutare la natura dell'informazione, l'autorevolezza delle fonti e l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento.

OSA, primo e unico think tank italiano permanente sull'informazione relativa agli obiettivi dello sviluppo sostenibile e all'ambiente, si pone le seguenti finalità di:

- raccogliere dati primari e aggiornati sui flussi dell'informazione relativamente alle tematiche di sostenibilità, in ambito nazionale ed europeo;
- stimolare i grandi editori, ossia coloro che governano il sistema mediatico, affinché i temi d'interesse abbiano lo spazio e la continuità che meritano;
- incentivare una filiera produttiva di settore *green*, cercando così di arrivare a un prodotto finale con un minimo impatto ambientale;
- appassionare un nuovo pubblico di lettori puntando sulla sostenibilità;
- divulgare le buone pratiche, pubbliche e private, alimentando così un circolo emulativo virtuoso;
- favorire il dibattito tra esperti, studiosi, manager e professionisti della comunicazione, studenti e cittadini interessati, fornendo materiali e strumenti d'analisi sull'informazione della sostenibilità.

Organizzazione

OSA si propone di raggiungere gli obiettivi prefissati grazie al contributo e alla professionalità di diversi attori:

- **OSSERVATORIO DI PAVIA** e **PENTAPOLIS ONLUS** • Ideatori, definiscono i temi da monitorare, condividono gli obiettivi con i vari partner e favoriscono lo sviluppo dell'iniziativa; monitorano le diverse audience e garantiscono qualità scientifica e continuità alle attività concordate;

- **PARTNER** • Co-partecipano, di volta in volta, al sostegno (anche economico) per la raccolta e l'interpretazione dei dati e lo svolgimento delle molteplici attività;
- **AUDIENCE** • Rappresenta i media da monitorare e/o da analizzare;
- **COMITATO SCIENTIFICO** • Ha il compito di supervisionare e garantire la qualità delle varie iniziative.

Obiettivi

I risultati delle ricerche sono funzionali all'obiettivo più generale di promuovere e sostenere un processo di advocacy, dentro e attraverso i media. I Rapporti e la loro divulgazione possono, infatti, fornire informazioni utili agli stakeholder (associazioni, enti, istituzioni, aziende), costituire oggetto di presentazione e dibattito nell'ambito di eventi aperti al pubblico (conferenze, seminari, tavole rotonde e workshop), ospitati da enti pubblici, scuole, università, favorire il confronto e la discussione dei risultati (attraverso attività seminariali e formative destinate alle scuole, ai media così come ad altre figure professionali operanti nel settore della comunicazione), rafforzare la consapevolezza sul ruolo strategico dei media nella divulgazione e promozione dello sviluppo sostenibile.

Per raggiungere i suoi obiettivi OSA realizza **2 Ricerche annuali**: la conoscenza è presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e migliorarne il benessere; e una serie di attività di comunicazione, formazione e sensibilizzazione in grado di coinvolgere i mass media, le istituzioni, le imprese, la società civile, le scuole e il grande pubblico.

Attività

Cardine del progetto è l'analisi quali/quantitativa che monitora l'attenzione e gli atteggiamenti espressi sul tema della sostenibilità.

L'analisi di OSA è composta da due assi di ricerca periodici:

- **Rapporto Eco-Media**, dedicato in modo specifico all'informazione sui temi ambientali all'interno dell'agenda dei Tg Prime Time italiani ed europei;
- **2030 Agenda Media Monitor**, dedicato alla presenza e alle modalità di presentazione dei temi legati alla sostenibilità all'interno dell'agenda dei Tg Prime Time italiani e europei.

OSA organizza una serie di attività di comunicazione ed iniziative editoriali: forum, conferenze, workshop, tavole rotonde, sito web, newsletter, pubblicazioni, per divulgare i risultati delle indagini e per promuovere gli obiettivi dello sviluppo sostenibile.

Premio “Giornalisti per la Sostenibilità”

Il **Premio Pentapolis “Giornalisti per la Sostenibilità”** vuole promuovere e diffondere un’informazione e una cultura più attente all’ambiente, alla responsabilità sociale, allo sviluppo sostenibile.

È un riconoscimento simbolico assegnato ai giornalisti italiani che si siano particolarmente distinti per l’impegno in favore della divulgazione, anche scientifica, delle tematiche di sostenibilità.

Vuole enfatizzare quanto di buono accade in Italia attraverso il racconto di best practices di imprese, istituzioni, associazioni e singoli cittadini: oltre la denuncia, quindi, storie da cui prendere esempio.

Sono presi in considerazione articoli e servizi pubblicati su carta stampata, web, radio e tv.

IL RAPPORTO ECO-MEDIA 2017: TV

Introduzione

Questo Rapporto propone una breve sintesi dei principali risultati di un monitoraggio annuale dell’informazione sull’ambiente. Come campione da analizzare è stata scelta l’edizione del Prime Time dei telegiornali delle sette reti nazionali (Rai1, Ra2, Rai3, Rete4, Canale5, Italia1, La7).

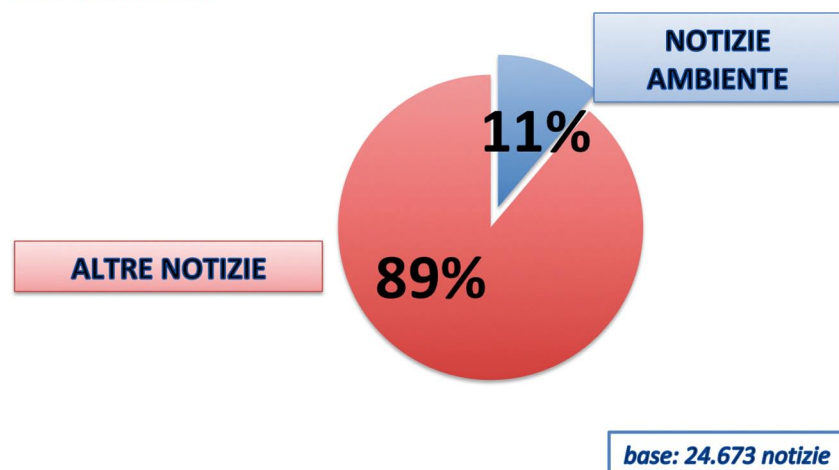
Il monitoraggio riguarda il 2017; i dati proposti sono relativi al primo semestre dell’anno, ovvero dal 1° gennaio al 30 giugno.

Il peso dell’Ambiente nell’agenda dei TG Prime Time italiani

Lo scopo della ricerca è quello di evidenziare il peso quantitativo delle notizie dedicate all’Ambiente sul totale dell’agenda proposta dai principali telegiornali e studiarne le principali connotazioni.

Il totale delle notizie presentate nei primi sei mesi del 2017 nelle edizioni Prime Time dei sette principali Tg italiani è stato di 24.673 notizie; di queste sono state 2.760 quelle dedicate all’Ambiente in generale. Il peso relativo in questo primo semestre risulta quindi essere dell’11%. Con la definizione “Ambiente in generale” intendiamo tutte le notizie nel cui racconto l’Ambiente ricopre un ruolo fondamentale, in tutte le sue possibili accezioni. Vengono quindi comprese all’interno di questa definizione anche le notizie che riportano la cronaca degli effetti di disastri naturali e anche quelle che narrano la cronaca degli eventi atmosferici.

PESO NOTIZIE SULL'AMBIENTE SUL TOTALE DEI TG PRIME TIME



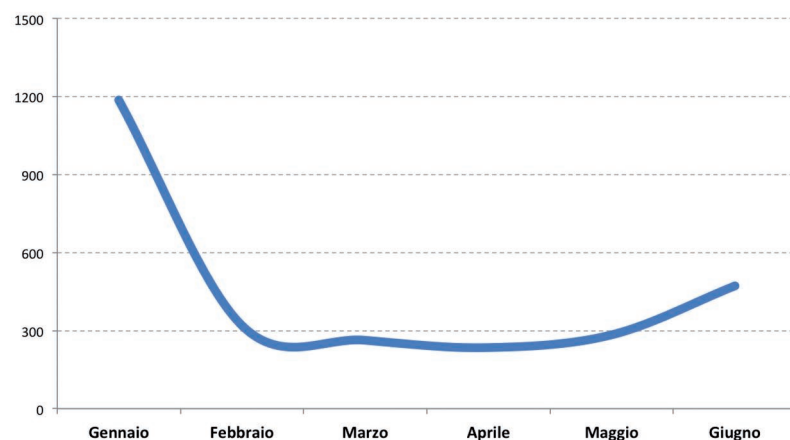
L'analisi dell'andamento dell'attenzione ai Temi ambientali durante i sei mesi oggetto del monitoraggio segnala un evidente picco nei primi due mesi dell'anno; la causa sono le scosse di terremoto registrate nel mese di gennaio nelle stesse zone dell'Italia centrale già colpite dal sisma del 2016, e le condizioni metereologiche particolarmente rigide registrate sempre in quei mesi in tutta Italia e in particolare proprio nelle zone dell'Italia centrale; condizioni metereologiche eccezionali che sono state in parte causa della tragedia di Rigopiano, altro focus delle notizie di quei mesi.

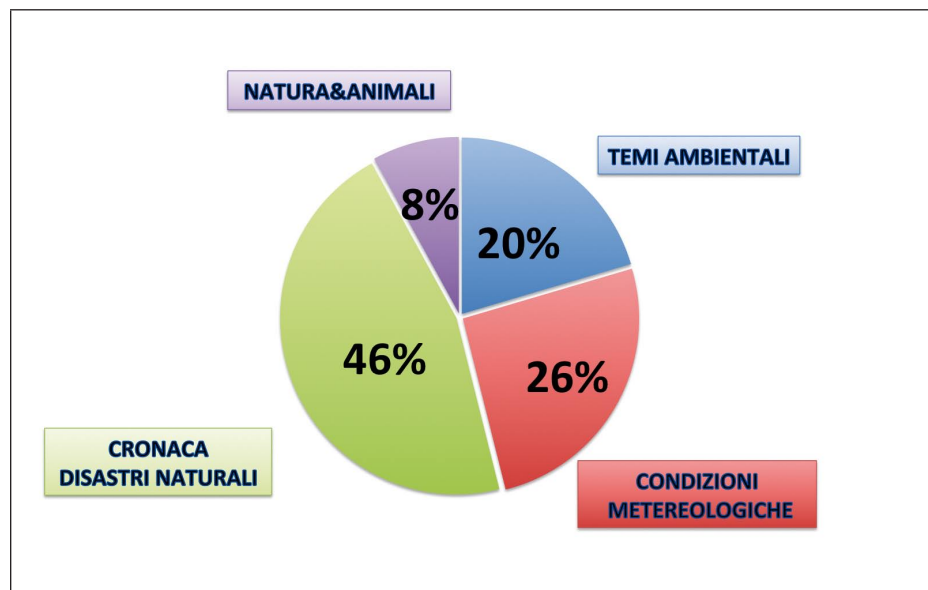
Il primo dato proposto è la classificazione delle **2.760** notizie sulla base di quattro categorie:

- **Cronaca dei Disastri Naturali**, ovvero le notizie in cui l'elemento centrale è rappresentato dal racconto degli effetti diretti e indiretti prodotti da eventi catastrofici naturali, come terremoti, eruzioni vulcaniche, tsunami, ecc..;
- **Condizioni Metereologiche**, ovvero le notizie in cui l'elemento centrale è rappresentato dal racconto degli effetti diretti e indiretti prodotti dalle condizioni del tempo atmosferico;
- **Temi Ambientali**, ovvero le notizie in cui l'elemento centrale è rappresentato dal racconto del rapporto che lega l'uomo e l'ambiente naturale, che presenta elementi positivi e critici;
- **Natura&Animali**, ovvero le notizie in cui l'elemento centrale è rappresentato dalla presentazione "documentaristica" delle bellezze naturali e del mondo animale e dal rapporto tra uomo e animali.

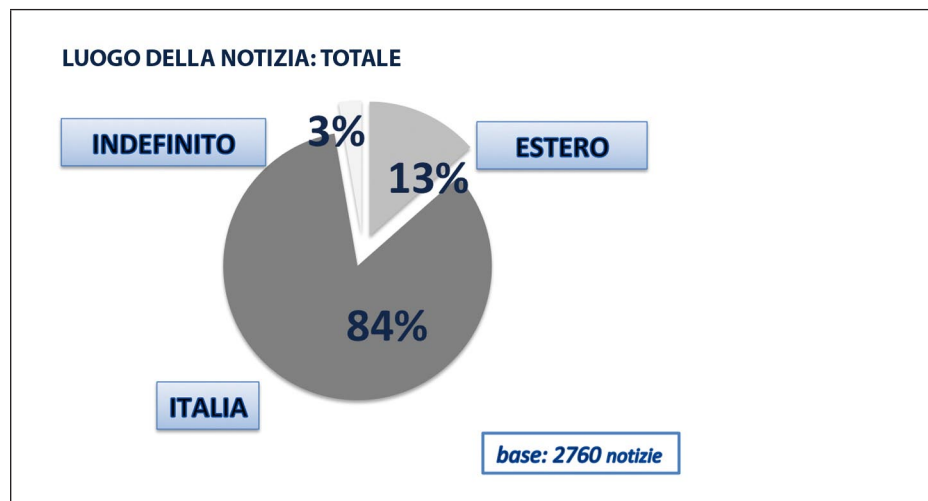
Come mostra il grafico seguente, il peso maggiore nell'agenda dei Tg Prime Time è rappresentato dalle notizie che raccontano lo "scontro" tra uomo e fattori naturali, ovvero la **Cronaca di Disastri Naturali**, 46%, e le **Condizioni metereologiche**, categoria che copre il 26% delle notizie. I **Temi ambientali** rappresentano il 20% delle notizie, mentre **Natura&Animali** arriva all'8%.

ANDAMENTO ATTENZIONE SU AMBIENTE



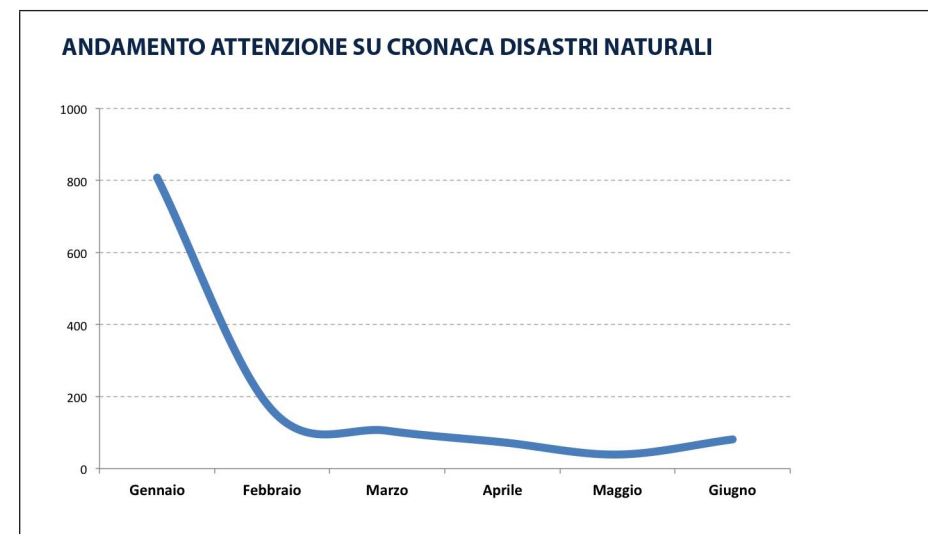


Un altro dato generale riguarda il luogo di provenienza della notizia, ovvero se la notizia riguarda l'Italia, un paese Estero o un luogo non definito.



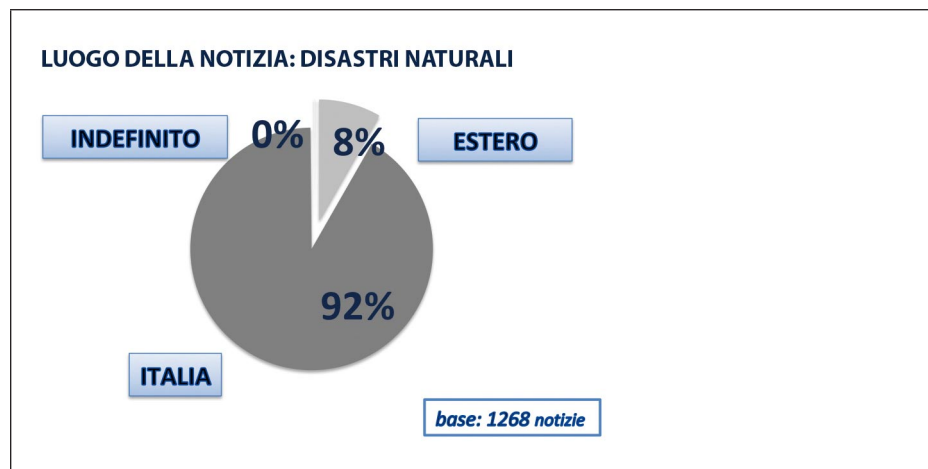
La stragrande maggioranza delle notizie analizzate racconta vicende che avvengono all'interno del nostro territorio nazionale.

Analisi della categoria "Cronaca di Disastri naturali"



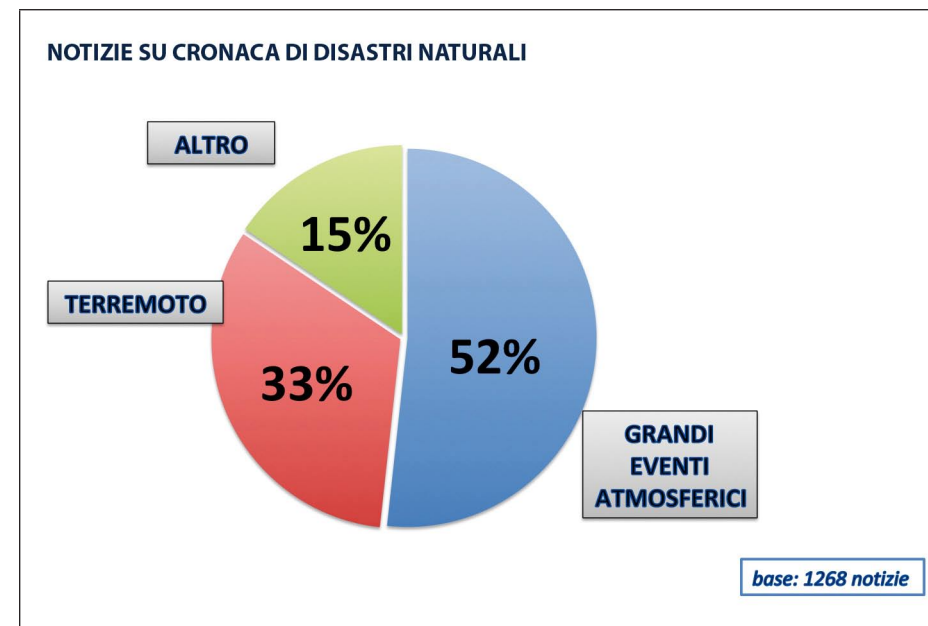
L'andamento delle notizie legate alla **Cronaca di Disastri Naturali** è strettamente legato al posizionamento temporale dei due eventi che producono la netta maggioranza delle notizie: le scosse di terremoto registrate nell'Italia Centrale e la valanga che travolge l'Hotel Rivapiana di Rigopiano, determinando la strage degli occupanti.

Le notizie di questa categoria raccontano vicende che si svolgono quasi solamente in Italia.



Il peso delle notizie sul **Terremoto** copre il 33% dell'intera categoria. Le notizie riguardano gli aiuti portati alla popolazione, ma anche la cronaca dei disagi che la popolazione già colpita dal sisma del 2016 continua a sostenere, oltre alla cronaca del discontinuo processo di ricostruzione.

Lo spazio maggiore all'interno della categoria lo occupano però le notizie dedicate al racconto dei **Grandi Eventi Atmosferici**; in particolare il peso maggiore lo gioca la tragica vicenda della valanga di Rigopiano. Spazio minore in questi sei mesi si registra per altre calamità naturali come gli incendi, tifoni, eruzioni vulcaniche.

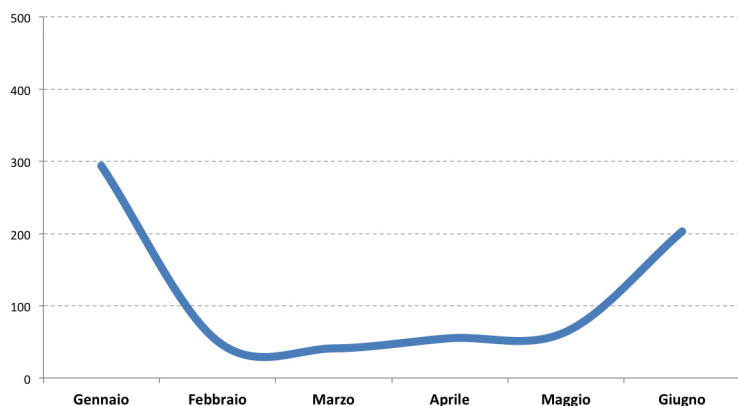


L'importanza quantitativa di questa categoria sul totale delle notizie la rende significativa per identificare una delle principali caratteristiche narrative della rappresentazione dell'Ambiente all'interno dell'informazione televisiva. In queste notizie l'Ambiente non è mai reale protagonista del racconto, ma è lo sfondo su cui si raccontano vicende spesso drammatiche, oppure la causa scatenante improvvisa e imponderabile con cui le vittime devono misurarsi. L'Ambiente risulta quindi essere qualcosa a cui l'uomo deve adattarsi, qualcosa su cui l'uomo di fatto non ha particolare possibilità di azione e quindi precise responsabilità dirette.

Analisi della categoria "Condizioni metereologiche"

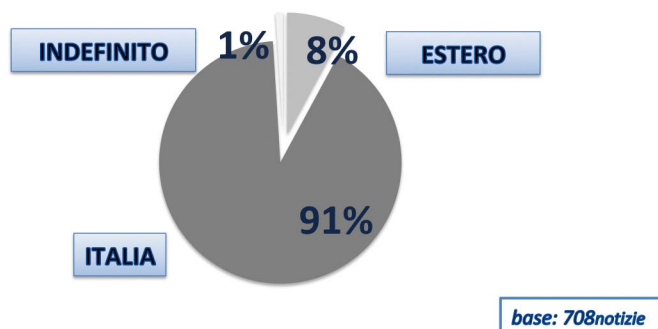
La categoria delle **Condizioni metereologiche** ha un andamento che segnala due picchi stagionali molto evidenti; quello di gennaio in cui si registra l'ondata di maltempo che porterà poi al drammatico disastro naturale della valanga di Rigopiano, e quello di giugno, quando al contrario sono le temperature elevate che portano a registrare una emergenza relativa alla siccità.

ANDAMENTO ATTENZIONE SU CONDIZIONI METEOROLOGICHE



Anche per la categoria delle **Condizioni meteorologiche**, il luogo di origine delle notizie è con netta prevalenza l'Italia.

LUOGO DELLA NOTIZIA: CONDIZIONI METEOROLOGICHE



Come per la categoria dei disastri naturali, l'importanza quantitativa di questa categoria è tale da identificare una precisa caratteristica narrativa della rappresentazione dell'Ambiente all'interno dell'informazione televisiva.

In questo caso sicuramente è la suggestione patemica collegata all'Ambiente, ovvero lo stato emotivo di attesa per qualcosa che "sta per succedere". Le notizie che

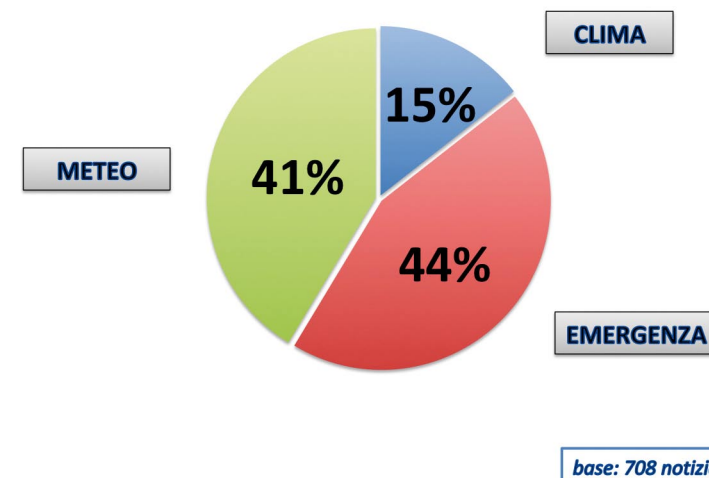
appartengono a questa categoria si articolano in tre grandi temi che a loro modo rappresentano tre gradi differenti di allarme.

Il primo grado è rappresentato dalle notizie sul **Meteo**, (la rubrica Meteo è estranea alla nostra analisi), ovvero la cronaca delle condizioni del tempo meteorologico sia quando iniziano a rappresentare una variazione rispetto alle aspettative stagionali, sia quando contengono i presupposti di un possibile peggioramento.

Il tema dell'**Emergenza** (44% delle notizie) rappresenta il secondo livello di allarme, che comunque è temporalmente delimitato, un'emergenza destinata a terminare, ad avere una fine.

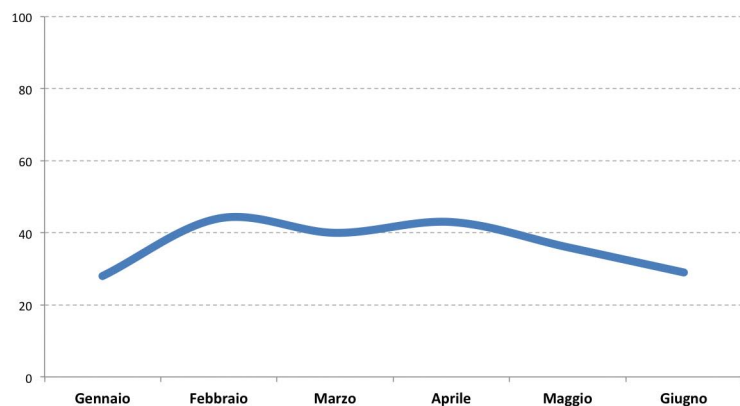
Il terzo tema, il **Clima** (15%), rappresenta il terzo livello di allarme, ovvero la sistematizzazione dell'emergenza, la registrazione dell'eccentricità meteorologica, la sua trasformazione in un cambiamento ormai irreversibile del clima, con le collegate conseguenze ed effetti permanenti sulla vita dell'uomo.

NOTIZIE SU CONDIZIONI METEOROLOGICHE



Analisi della categoria “Natura&Animali”

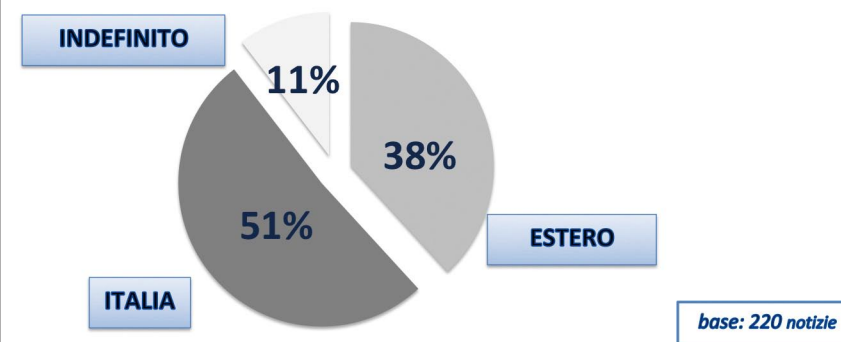
ANDAMENTO ATTENZIONE SU NATURA&ANIMALI



Il tema **Natura&Animali** mostra un andamento pressoché costante nei sei mesi oggetto del monitoraggio, quasi a mostrare di essere una rubrica fissa presente all'interno dell'informazione dei Tg Prime Time.

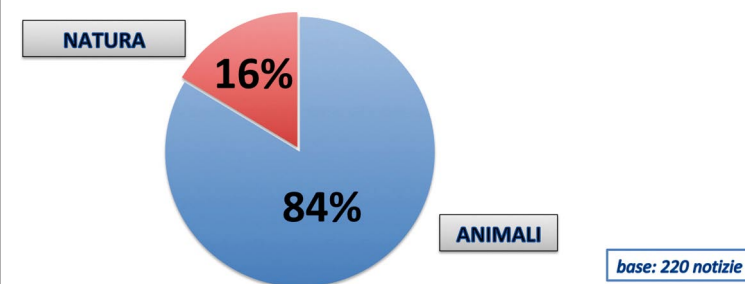
Anche il dato relativo all'origine della notizia mostra come la categoria si differenzi rispetto alle altre. L'Italia è origine di solo il 50% delle notizie.

LUOGO DELLA NOTIZIA: NATURA&ANIMALI

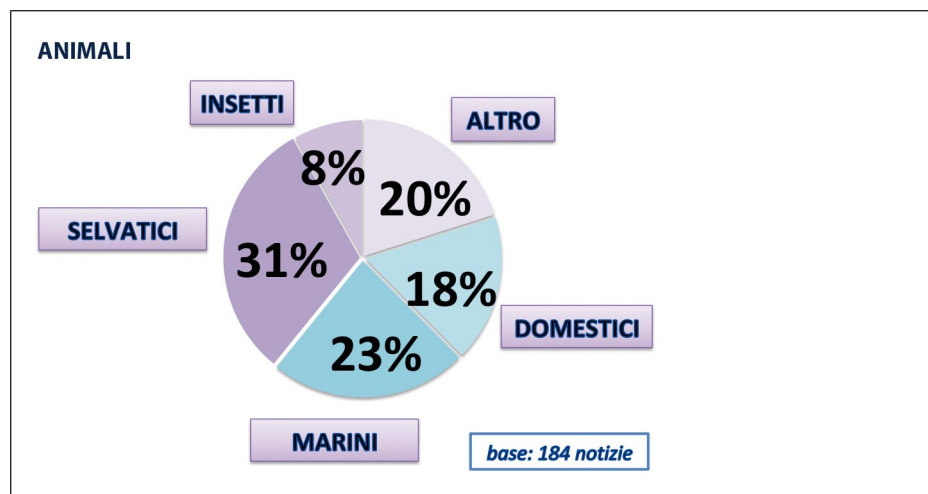


All'interno della categoria il peso maggiore è quello registrato dalle notizie sugli animali.

NOTIZIE SU NATURA&ANIMALI

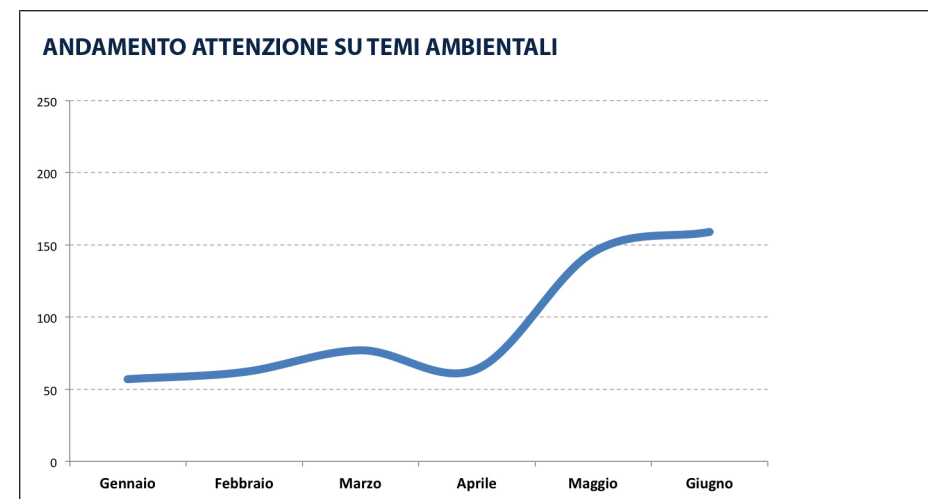


Ci è sembrato quindi interessante vedere a quali tipologie di animali si interessano in particolare i telegiornali. Gli animali domestici rappresentano solo il 18% delle notizie. Grande spazio viene dedicato agli animali selvatici, 31%, in particolare alla cronaca della ormai quotidiana “vicinanza” di animali come lupi, cinghiali, ecc.. a zone appartenenti a centri urbani. Da segnalare anche un interesse crescente per gli animali marini.

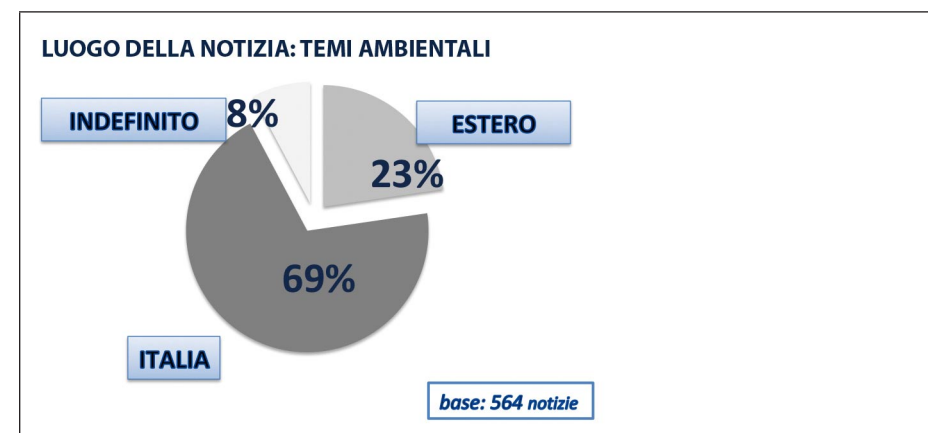


Analisi della categoria “Temi Ambientali”

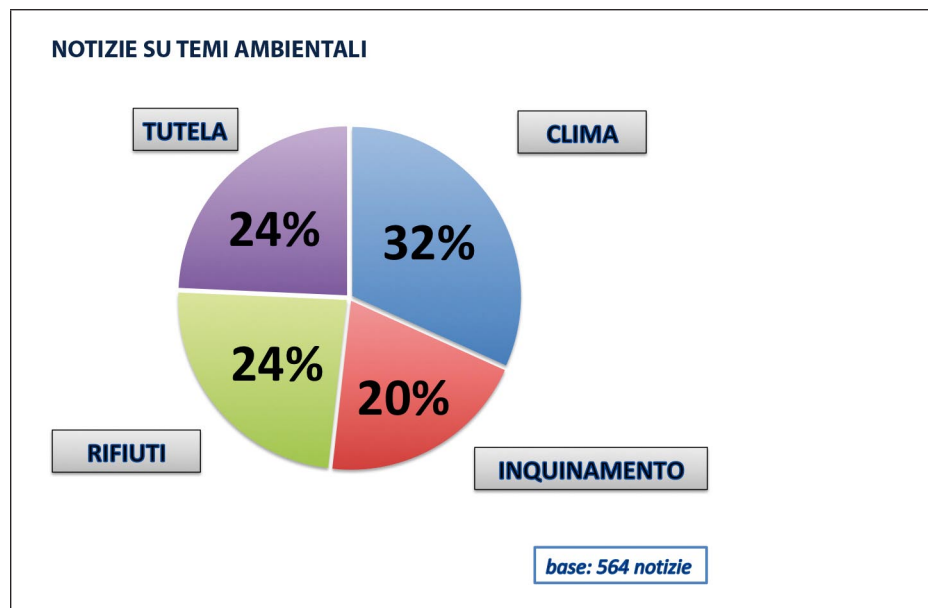
La categoria dei **Temi ambientali** è quella che sicuramente offre maggiori spunti di interesse e riflessione, rappresentando l'azione diretta dell'uomo sull'Ambiente. Il suo andamento temporale nei sei mesi dell'analisi risulta contrario rispetto a quello delle due categorie quantitativamente maggioritarie, **Condizioni metereologiche** e **Cronaca Disastri Naturali**. Si registra infatti un andamento crescente con il picco delle notizie posizionato nei mesi di maggio e giugno.



Anche il luogo d'origine delle notizie di questa categoria mostra come le stesse siano meno concentrate sulla realtà italiana, ma abbiano anche uno scenario internazionale.



La categoria appare composta da temi che hanno legami territoriali con l'Italia: Tutela dell'Ambiente, gestione dei Rifiuti, denuncia di situazioni di Inquinamento; mentre il Tema del dibattito sul Clima presenta una collocazione più globale.

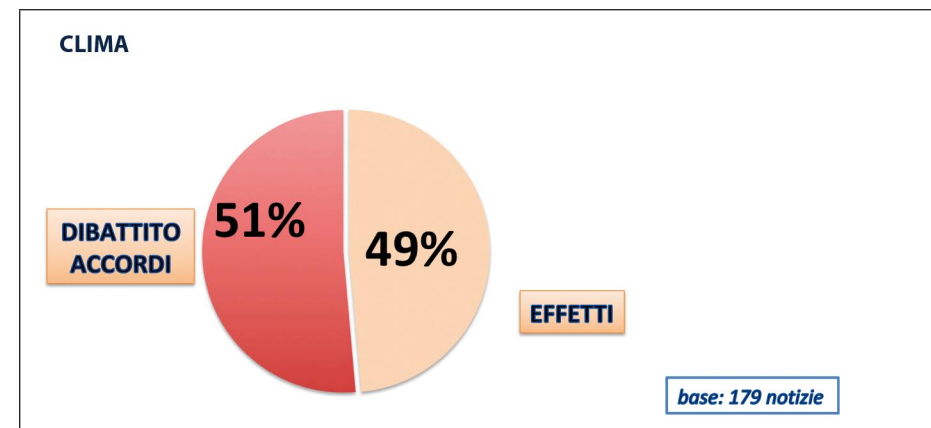


Visto l'interesse di questa categoria di notizie abbiamo scomposto ogni tema nelle sue principali componenti.

Ad esempio, per quanto riguarda il tema del Clima, le notizie si dividono quasi equamente tra quelle riguardanti il **dibattito** degli **accordi** sul clima e quelle che invece vogliono mostrare le evidenze, gli **effetti** dei cambiamenti climatici in atto.

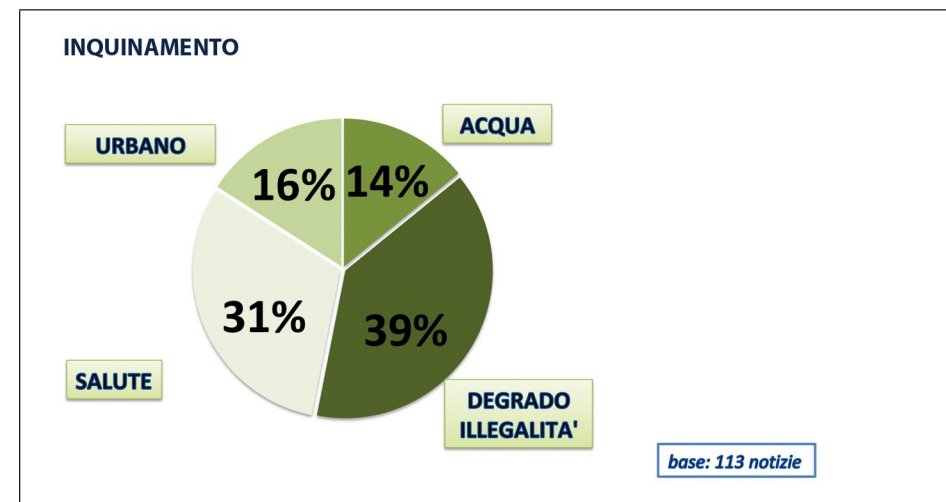
Alla classe **Dibattito e Accordi** appartengono ad esempio le notizie riguardanti la decisione del presidente Trump di rinegoziare gli accordi sul clima di Parigi.

Alla classe **Effetti** appartengono, ad esempio, le notizie relative allo scioglimento dei ghiacci dell'Antartide.



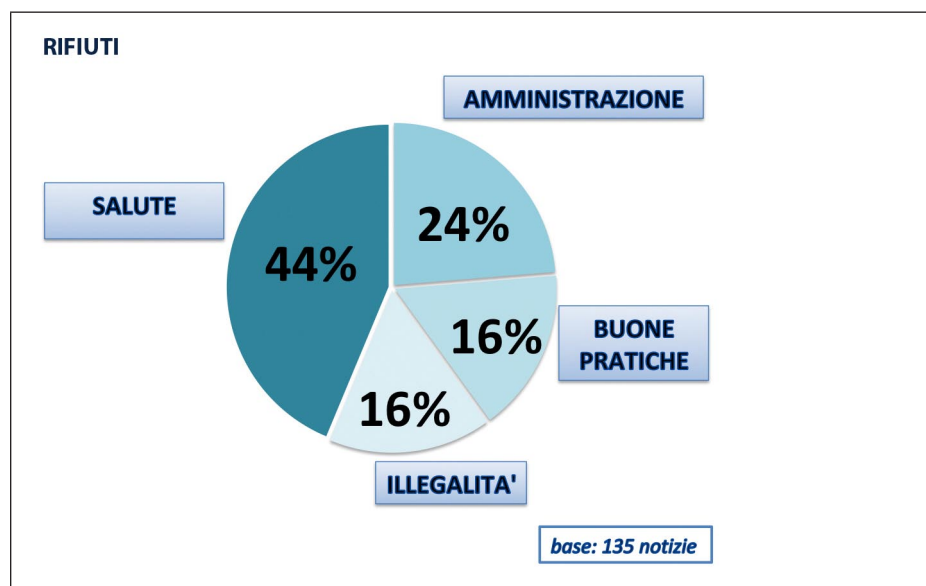
Il tema dell'**Inquinamento** si compone delle notizie dedicate:

- alla denuncia di episodi di illegalità e degrado, come le notizie riguardanti le truffe sui dati relativi alle emissioni di scarico delle vetture diesel di alcune marche produttrici;
- agli effetti sulla salute dei diversi tipi di inquinamento, come gli studi epidemiologici relativi alla Terra dei Fuochi;
- all'inquinamento da polveri sottili nei centri urbani;
- al crescente inquinamento delle acque, inquinamento di plastiche per l'acqua marina e contaminazioni da sostanze nocive, come il PFAS, per l'acqua dolce.



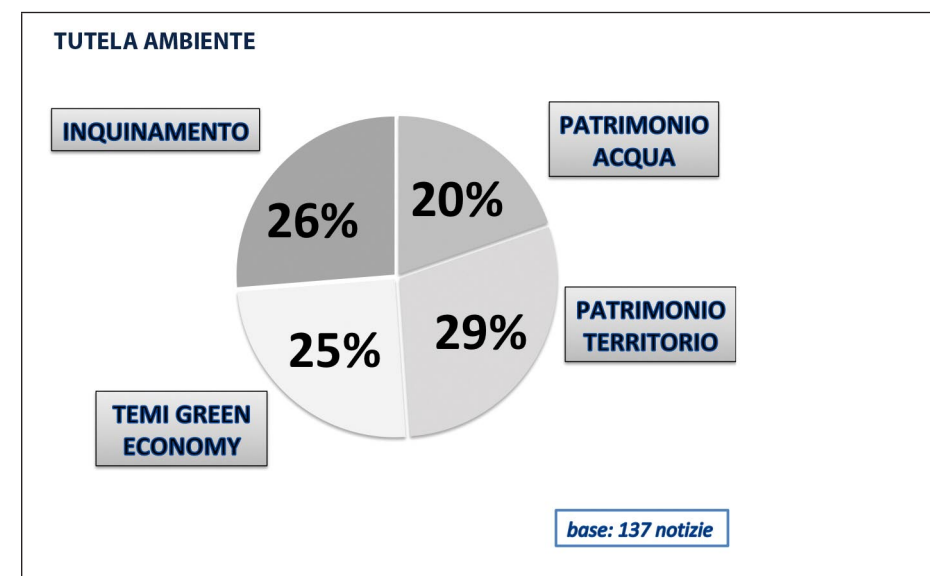
Il tema dei **Rifiuti** si compone delle notizie dedicate:

- alla denuncia di episodi di illegalità e degrado legati alla gestione dei rifiuti;
- agli effetti sulla salute prodotti dalla gestione dello stoccaggio delle diverse tipologie di rifiuti;
- alla gestione dei rifiuti da parte delle amministrazioni comunali o regionali. Appartengono a questa categoria anche parte delle notizie relative alle polemiche sulla gestione della raccolta rifiuti del Comune di Roma;
- alle buone pratiche nella gestione dei rifiuti del Comune di Roma.



Il tema della **Tutela Ambientale** si compone delle notizie dedicate:

- alla tutela e alla valorizzazione del Territorio inteso come Patrimonio da preservare e da utilizzare anche come volano dell'attività economica, alla tutela e alla valorizzazione del mare. Ad esempio, le notizie relative all'assegnazione delle Bandiere Blu per le spiagge migliori;
- ai principali temi della Green Economy (mobilità sostenibile, biodiversità, energie rinnovabili, ecc..);
- alle iniziative e manifestazioni per lottare contro possibili fonti di inquinamento, come ad esempio discariche o il gasdotto TAP.



PROGETTI

CONVEGNI



EVENTI



PREMI



RICERCA



INFORMAZIONE



TENIAMO IN ALTISSIMA CONSIDERAZIONE LA SICUREZZA E LA TUTELA DELL'AMBIENTE



Energia nel rispetto dell'ambiente: per Terna è una scelta culturale.

Per Terna il rispetto dell'ambiente è una leva strategica. Ecco perché dialoghiamo con WWF, Legambiente e Greenpeace per un progetto Paese più sostenibile. Oltre 600 km di vecchi elettrodotti dismessi dal 2010 al 2015 liberando vaste aree nelle regioni italiane. Un utilizzo di sostegni innovativi a ridotto impatto ambientale, per un ingombro 10 volte inferiore rispetto a quelli tradizionali. Questa è la cultura ambientale di Terna: utili per il Paese.



MATER-BI

BIOPLASTICA BIODEGRADABILE E COMPOSTABILE
L'ORIGINALE
 CONTROLLATA, ITALIANA, GARANTITA

QUALITÀ AL PRIMO POSTO

La licenza d'uso del marchio MATER-BI vincola i partner di NOVAMONT al rispetto di uno stringente disciplinare e a rigorosi controlli (più di 1000 ad oggi) che verificano il rispetto delle condizioni ideali di filatura e la rispondenza dei manufatti ai parametri qualitativi rilevanti: natura del materiale, caratteristiche meccaniche e funzionalità.

LA GARANZIA DI UN MARCHIO ITALIANO

MATER-BI sancisce un sistema di produzione virtuoso, interamente sviluppato sul territorio italiano, dando vita ad una filiera produttiva che coinvolge dall'agricoltore al compostatore, dal trasformatore al rivenditore. Ricerca e filiera produttiva italiana.

A PROVA DI QUALSIASI SMALTIMENTO

Sul fronte ambientale, MATER-BI presenta caratteristiche uniche. Contiene materie prime rinnovabili, è biodegradabile e compostabile, è lo strumento ideale per la raccolta della frazione umida e si trasforma in fertile e utile compost.

**Il carburante si otterrà
anche dalle bucce
di mela. In Italia.**

Oggi, stiamo trasformando i rifiuti organici in bio-olio. Lo stiamo facendo nel nostro Centro Ricerche per le Energie Rinnovabili e l'Ambiente. Eni con l'Italia.



Abbiamo l'energia per vederlo.
Abbiamo l'energia per farlo.

EcoComunicazione.it



Con l'Adesione del Presidente della Repubblica



Promosso da:



Insieme a:



OSSERVATORIO
di Pavia

In partenariato con:



In collaborazione con:



Con il patrocinio di



Con l'adesione di:



Con il sostegno di:



Con il contributo di:



Partner tecnici:



Pentapolis Onlus è un'associazione di comunicatori e giornalisti che promuove l'ambiente, la responsabilità sociale e lo sviluppo sostenibile.



www.pentapolis.eu - info@pentapolis.eu