



PENTAPOLIS[®]
Institute



Magazine e Guida per la sostenibilità urbana

ECO-MEDIA

RAPPORTO

**“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”
2022**



istituto per
la formazione
al giornalismo
Urbano


www.osa-ecomedia.it

RAPPORTO ECO-MEDIA 2022

“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”

“L’informazione è uno dei passaggi fondamentali nella transizione ecologica, con un ruolo determinante per centrare gli obiettivi di sviluppo sostenibile dettati dall’Agenda 2030 (ONU)”

Massimiliano Pontillo, Direttore *Rapporto Eco-Media*



INDICE

Agenda 2030:

ambiente e sviluppo sostenibile tra informazione, economia e politica 5

OSA - Osservatorio Sostenibilità e Ambiente..... 7

Rapporto Eco-Media 2022 - Introduzione metodologica 10

TV 11

RAI 1 14

RAI 3 17

RAI News 24 19

Canale 5..... 20

LA7..... 21

Sky TG24..... 22

TV2000 23

CARTA STAMPATA 24

La Repubblica 24

Il Corriere della Sera 26

La Stampa 27

Il Sole24Ore 28

Il Fatto Quotidiano..... 29

Il Giornale 30

Domani 31

Il Messaggero 32

La Nazione 33

Libero..... 34

WEB 35

larepubblica.it..... 36

ilcorrieredellaserait 38

ilfattoquotidiano.it 40

ilmessaggero.it 42

ilsole24ore.it..... 44

lanazione.it 46

tpi.it 48

domani.it 48

libero.it 52

RADIO 55

RTL..... 57

RAI Radio 1 58

Radio Capital 58

Radio 24..... 59

RDS 59

SOCIAL NETWORK 65

CONCLUSIONI 78

APPENDICE

IX Premio Pentapolis Giornalisti per la Sostenibilità 81



**CONSULTA
D'INDIRIZZO**



Giampiero Gramaglia
Lella Mazzoli
Massimiliano Pontillo

**CONSIGLIO
DI RICERCA**



Beatrice Greco
Enrico Mascilli Migliorini
Stefano Scibilia
Sara Spimpolo
Alice Tombesi
Guglielmo Maria Vespignani



AGENDA 2030:

AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE TRA INFORMAZIONE, ECONOMIA E POLITICA

Focus Cop27: risultati e delusioni

Anche se le date in cui si è svolta la Cop27 non rientrano nel periodo di monitoraggio di questo Rapporto, come l'anno scorso si è ritenuto di partire da qui. Il motivo è semplice: la Cop 27 di Sharm el-Sheikh ha confermato che questi appuntamenti sono diventati l'unico momento in cui i 'grandi' della Terra si riuniscono per discutere di finanza climatica, piani di mitigazione e transizione ecologica.

Le aspettative che gli attivisti - e non solo - riponevano nella Cop27, però, sono state deluse. Prima di tutto, non si è trovata una visione comune neppure sull'obiettivo di non superare l'aumento della temperatura a 1,5°C sopra i livelli preindustriali. Nel testo di Glasgow è rimasto quel riferimento al target "ben al di sotto dei 2°C", eredità dell'accordo di Parigi a cui molte economie ora si appoggiano. Se, poi, lo scorso anno Pechino e Nuova Delhi avevano ottenuto che nel testo finale fosse inserito il concetto di 'eliminazione graduale' del carbone, al posto di quello di 'eliminazione', l'India chiede ora che la formulazione 'riduzione graduale' sia estesa a tutti i combustibili fossili, non solo al carbone. Un notevole passo indietro rispetto all'entusiasmo che pure aveva accompagnato il summit di Glasgow, almeno fino all'ultima giornata.

Senza un piano per ridurre le emissioni globali di polveri sottili e CO₂, le nostre possibilità di contenere l'aumento delle temperature a 1,5 gradi si dimezzeranno già nel 2031, secondo Global Carbon Budget. Sono almeno 15mila le persone che in Europa, nel 2022, hanno perso la vita per cause direttamente legate al caldo. L'Europa è la regione che paga di più il cambiamento climatico: è infatti la regione con il riscaldamento più rapido. Tra il 1961 e il 2021 le temperature sono aumentate notevolmente, al ritmo di circa 0,5 °C per decennio.

Secondo l'ultimo report dell'Organizzazione mondiale della sanità (Oms): "Nel 2021 gli eventi meteorologici e climatici ad alto impatto, inondazioni o tempeste, in circa l'84% dei casi, hanno provocato centinaia di vittime e colpito direttamente oltre mezzo milione di persone".

L'Italia

Secondo l'inviato speciale italiano per il clima, l'ambasciatore Alessandro Modiano: *"A mettere a rischio gli obiettivi non ci sono solo gli effetti della guerra in Ucraina. Le tensioni su Taiwan, per esempio, hanno ridotto la propensione di Pechino a collaborare"*. Secondo molti il vero risultato della Cop 27 è la creazione del fondo per il Clima per sostenere le politiche nei Paesi in via di sviluppo, cui l'Italia parteciperà con 840 milioni di euro ogni anno per cinque anni. Ad esempio, il continente africano intero è responsabile solo dell'1% delle emissioni di gas serra globali, eppure subisce gli effetti più catastrofici del surriscaldamento globale. Non è l'unica nota positiva. La Germania ha annunciato l'intenzione di uscire dall'Ect (Trattato della Carta dell'Energia), sistema che consente alle società dei combustibili fossili di citare in giudizio i governi per mancati profitti. Lo hanno già fatto Francia, Spagna e Paesi Bassi. L'Italia non può allinearsi perché oggi vorrebbe dire entrare in un deficit energetico. Come sottolinea Legambiente, a penalizzare l'Italia c'è *"il rallentamento nello sviluppo delle rinnovabili (che vede l'Italia 33esima nella classifica specifica) e una politica climatica nazionale ancora inadeguata"*. L'attuale Piano Nazionale Integrato Energia e Clima (Pniec), infatti, consente un taglio delle emissioni di appena il 37% rispetto al 1990 entro il 2030". Ciò in un contesto in cui l'esplorazione di nuovi giacimenti di petrolio e gas in tutto il mondo è aumentata del 12,4% (salendo a 160 miliardi di dollari).

Le parole del Ministro dell'Ambiente Pichetto Fratin

Gilberto Pichetto Fratin, il Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica nominato dal Premier Giorgia Meloni, ha dichiarato a margine dell'evento che *"dopo negoziati lunghi e difficili, il risultato più evidente di questa Cop27 è la creazione di un fondo per sostenere i Paesi più vulnerabili per affrontare le perdite e i danni conseguenti al verificarsi di eventi climatici estremi"*, mentre *"meno soddisfacenti sono stati i risultati ottenuti sul fronte cruciale delle azioni di mitigazione, dove si è probabilmente persa un'occasione importante"*. E ancora: *"Se la comunità internazionale non sarà in grado di mantenere i propri obiettivi in materia di mitigazione, oltretutto fortemente sostenuti dalla scienza, non saranno certo le politiche finanziarie a sostegno dei Paesi più vulnerabili a risolvere la sfida che devono affrontare"*. Così ha annunciato che *"si intende cominciare a lavorare intensamente già da domani per obiettivi più ambiziosi, da ottenere l'anno prossimo alla Cop28 negli Emirati Arabi"*, un altro paese che non rispetta i diritti umani.

OSA – OSSERVATORIO SOSTENIBILITÀ E AMBIENTE

Missione

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

OSA 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.

Primo e unico istituto di ricerca e think tank italiano indipendente 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 necessitano;
- incentivare una filiera produttiva di settore *green*, cercando così di arrivare a un prodotto finale con un minimo impatto ambientale;
- appassionare un pubblico sempre più ampio 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:

- **PENTAPOLIS** • Ideatore, definisce i temi e le key words, condivide gli obiettivi con i vari partner e favorisce lo sviluppo dell'iniziativa;
- **ISTITUTO PER LA FORMAZIONE AL GIORNALISMO DI URBINO** • analizza e monitora le diverse testate giornalistiche.

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 due **Ricerche annuali**: la conoscenza è presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e migliorare 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 soprattutto mainstream sui temi ambientali e di sostenibilità;
- **Leaders on social Research**, dedicato a come i decisori pubblici parlano di sviluppo sostenibile soprattutto sui social media.

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.

RAPPORTO ECO-MEDIA 2022

Quanto la tematica ambientale caratterizza e determina l'informazione in Italia? Qual è stato il percorso compiuto dall'informazione, durante questo terzo anno di pandemia, verso l'effettiva consapevolezza delle problematiche che vanno dai fenomeni atmosferici catastrofici fino al problema della gestione e del consumo delle risorse naturali?

Il **Rapporto Eco Media 2022** intende fornire alcuni elementi di analisi per una riflessione sulla comunicazione giornalistica della tematica ambientale e della sostenibilità, al fine di valutare l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento e l'impegno che le fonti di informazione hanno profuso per far sì che il peso di questa tematica fosse adeguatamente comunicato.

L'informazione non è un mestiere semplice, ma un compito necessario.

Comprendere cosa succede, avere una visione d'insieme più ampia e sistemica costituisce la prima e fondamentale tappa di un cammino culturale per affrontare le sfide che ci aspettano nella rigenerazione di una società migliore. È uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un "Eco-Rinascimento".

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

Certo è che, rispetto all'inizio di questo secolo, l'informazione ambientale è senz'altro cresciuta in termini quantitativi nel nostro paese, ma c'è bisogno di un giornalismo più moderno, capace di connettersi con le questioni economiche: il green, purtroppo, tende ad essere eccessivamente spettacolarizzato e non viene percepito del tutto nelle forti attinenze con il sistema produttivo. C'è inoltre ancora poca attenzione alle eco-soluzioni tecnologicamente sempre più possibili e è fondamentale che le tematiche di sostenibilità ambientale non siano solo relegate alle emergenze, al meteo e ai disastri naturali, ma abbiano uno spazio più ampio, visibile e costante che possa alimentare un circolo emulativo virtuoso generale.

Siamo sicuri che il passaggio verso uno sviluppo più sostenibile vada presentato e comunicato come una rinuncia, un lungo elenco di privazioni, abitudini da cancellare, azioni da non fare? Corriamo il rischio che continuerà a restare in una nicchia, quando in realtà dovremmo parlare, enfatizzando questo racconto, di un futuro presente fatto di case più confortevoli ed efficienti, di meno traffico e smog nelle città, di cibi biologici e più sicuri, di crescita dell'occupazione. Il punto, cioè, è che si può vivere meglio senza

sacrifici.

Serve un cambio di paradigma: una sostenibilità e un'ecologia del desiderio, non solo del dovere.

In questi anni si è evidenziata una presenza mediatica ancora non corrispondente alle esigenze globali, e soprattutto discontinua. Esiste un problema di priorità: quando la pressione e l'attivismo da parte della stampa "più influente" sulle questioni d'interesse raggiungerà un giusto livello, produrrà un'attenzione maggiore anche della politica, che tende a concentrarsi sulle sollecitazioni più avvertite dall'opinione pubblica.

È necessario, quindi, un messaggio non frammentato e disgiunto, ma che sappia connettere i vari aspetti, unire le questioni, dando notizie chiare e reali, usando una terminologia corretta, e coniugare il necessario ma "freddo" dato scientifico con l'esigenza di entrare nel cuore delle persone. Solo così si sentiranno più predisposte ad agire.

INTRODUZIONE METODOLOGICA

Il Rapporto Eco Media 2022 presenta alcune novità rispetto alle precedenti edizioni.

Innanzitutto in alcune delle 10 parole chiave selezionate: ambiente e clima, biologico, climate change (o cambiamento climatico), energia rinnovabile (o rinnovabili), green economy, inquinamento, mobilità sostenibile, sviluppo sostenibile (o Agenda 2030), transizione ecologica ed economia circolare.

Le due parole chiave del report dell'anno scorso (vaccini e Covid o coronavirus) sono state abbandonate, a favore di un ritorno all'ambiente.

Il monitoraggio ha avuto un arco temporale più ampio - dal primo gennaio al 30 settembre 2022 - che ha tenuto conto delle occorrenze rilevate in tutti i giorni del periodo selezionato (e non più in un campione di giorni).

Ciò è stato possibile anche grazie al supporto tecnico di due strumenti di monitoraggio: la piattaforma *Volopress* per **radio, tv, quotidiani e web**, e la piattaforma *Shareablee* per i social. Le testate monitorate sono state **Rai1, Rai2, Rai3, Rai News 24, Canale 5, La7, Sky Tg24 e Tg 2000** per la televisione. **Il Corriere della Sera, Domani, Il Fatto Quotidiano, Il Giornale, Libero, Il Messaggero, La Nazione, La Repubblica, Il Sole 24ore, The Post Internazionale (Tpi)** per carta e web. **Rtl, Rai Radio 1, Radio 24, Rds, Radio Capital** per le emittenti radiofoniche.

Nel caso di ambiente e clima si è scelto di unire le parole in un'unica ricerca per ridurre la possibilità di occorrenze fuori contesto (come, ad esempio, "ambiente di lavoro", o "clima disteso") che la piattaforma non fosse in grado di distinguere da quelle specificamente legate ai temi ambientali ed ecologici.

Per i **social** sono stati monitorati i profili **Facebook, Instagram e Twitter** dei quotidiani.

Nel caso de *Il Fatto Quotidiano*, le parole chiave monitorate si trovano solo nei profili social “Il Fatto quotidiano ambiente e veleni”, mentre per quanto riguarda *La Repubblica* sono stati presi in considerazione solo i profili social generalisti della testata (Green & Blue, pur essendo stata monitorata, non è rientrata nel conteggio complessivo delle occorrenze della testata, perché molti dei post si ripetevano sui diversi profili social).

SEZIONE TV

Quadro sintetico

Rispetto ai monitoraggi degli anni precedenti, l'utilizzo della piattaforma Volopress di raccolta e smistamento delle parole chiave utilizzate per il Rapporto Eco Media 2022 ha indirizzato la ricerca su più ampie latitudini rispetto al solo palinsesto informativo delle reti. All'interno dei dati raccolti per le reti televisive monitorate (Rai1, Rai2, Rai3, Rai News24, Canale5, LA7, TV2000, SkyTg24) si includono quindi anche i programmi di varietà, intrattenimento, approfondimento politico e in generale tutte le trasmissioni della rete registrate sulla piattaforma Volopress.

Questa premessa non si applica chiaramente per i due canali all-News monitorati (SkyTg24 e Rai News24).

Per evitare una registrazione fuorviante di dati riguardanti parole con potenziale ambiguità, in particolare le parole clima e ambiente, si è deciso di registrare come valide soltanto le occasioni in cui queste parole compaiono insieme nelle trasmissioni. Tale scelta è stata operata al fine di ridurre il margine di errore semantico che le parole stesse assumono nel contesto in cui vengono utilizzate, pur riducendo consapevolmente il numero assoluto di registrazione delle stesse, in quanto in alcune occasioni sarà stato tralasciato il loro singolo utilizzo pertinente.

Le parole chiave maggiormente nominate sono *ambiente* e *clima*, *cambiamento climatico* e *transizione ecologica*. Su quest'ultima, che registra il risultato più alto delle altre, influisce però in maniera determinante la denominazione dello specifico Ministero. Le keywords meno utilizzate sono, invece, *economia circolare*, *green economy* e *mobilità sostenibile*, nonostante anche per quest'ultima influisca la denominazione del Ministero. Nessuna occorrenza, in nessuna delle testate Rai, è stata registrata per *Agenda 2030*, mentre vi è stata almeno una registrazione, durante il periodo monitorato, per ognuna delle emittenti private.

Nel periodo preso in analisi, è bene segnalare che un buon numero di occorrenze per diverse parole chiave – come *biologico*, *energia rinnovabile*, *mobilità sostenibile* e *sviluppo sostenibile* – sono da imputare alla presenza di pubblicità che affrontano il tema: Amazon parla del progetto di nuovi magazzini che sfruttino le rinnovabili, la mobilità sostenibile è spesso al centro delle reclame delle automobili e si parla di biologico accostato al cibo o a prodotti cosmetici.

In linea generale, le tematiche ambientali finiscono al centro del dibattito e ottengono un numero più alto di occorrenze in conseguenza ad episodi di cronaca e catastrofi naturali. Il crollo della Marmolada a luglio, la crisi idrica e le ondate di calore dell'estate e l'alluvione delle Marche a settembre hanno fatto registrare diversi picchi di utilizzo delle parole chiave. La curva, però, scende rapidamente e, passato qualche giorno, ambiente e clima tornano ad essere nominati una volta al giorno, se non meno.

Il tema ambientale entra anche nel dibattito politico, ma non lo fa in maniera pregnante. Il cambiamento climatico e le energie rinnovabili vengono spesso evocate quando si parla della guerra in Ucraina e delle sue conseguenze. Il caro bollette e il rincaro delle materie prime accende un faro sulla necessità di incentivare le rinnovabili e il conflitto spinge alcuni politici a temere che la lotta al cambiamento climatico rallenti.

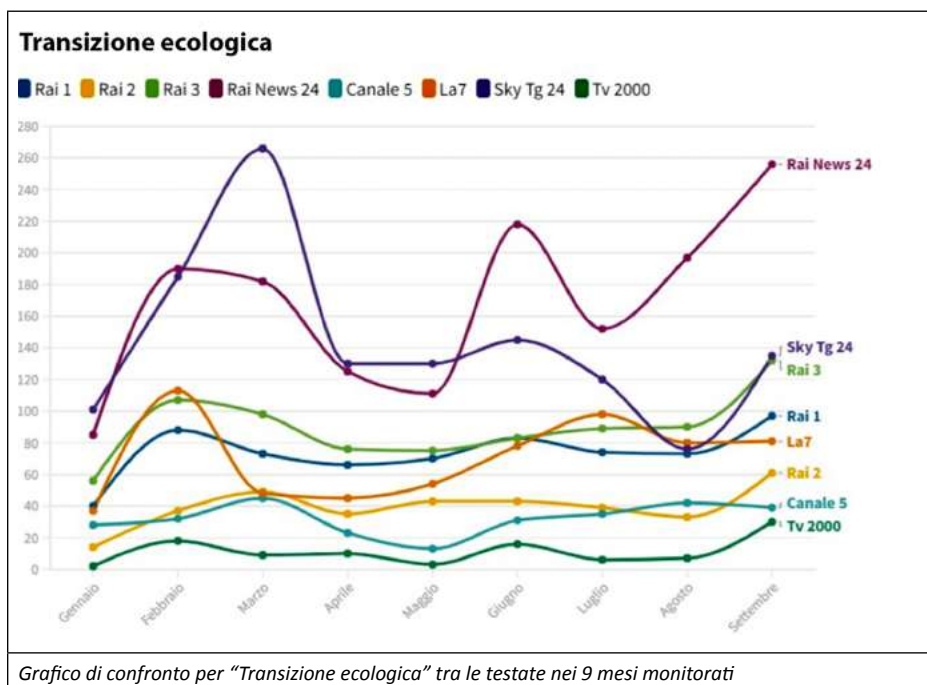
Tolto il dibattito sui rincari, però, il tema ambientale è poco trattato durante la campagna elettorale. L'unica eccezione per la parola chiave *sviluppo sostenibile*: a metà agosto si registra un picco di utilizzo, poiché esso fa parte del programma elettorale della coalizione di centro-sinistra.

Le quattro testate Rai, quindi, parlano di ambiente quando a farlo sono i politici o quando la cronaca lo impone. Lo spazio dedicato all'approfondimento è poco, ma esiste. In questo campo, è Rai 3 a fare da padrona. I suoi programmi pomeridiani – come **Geo**, durante la settimana, e come **Il Posto Giusto** e **Kilimangiaro**, nel fine settimana – affrontano spesso tematiche ambientali e lasciano anche spazio a ricerche scientifiche, progetti innovativi e buone pratiche. Oltre a **Sapiens – Un solo pianeta**, interamente centrato sull'ambiente, Rai 3 ha anche i Tg regionali che spesso dedicano spazio a realtà locali impegnate in campo ambientale.

Per contro, vi è invece una differenza tra lo stile e la frequenza dell'informazione ambientale nelle quattro reti private monitorate. Tolto il raffronto tra TV 2000 che, per ragioni di palinsesto, fa registrare meno occorrenze rispetto alle altre tre emittenti, si può riscontrare una maggior attenzione generale di LA7 rispetto a Canale 5: termini come *inquinamento*, *transizione ecologica*, *sviluppo sostenibile* sono presenti in misura largamente maggiore se confrontati alle occorrenze nella rete concorrente. Per ragioni che verranno esposte nel capitolo dedicato, è sconveniente anche operare un raffronto diretto in termini generali tra queste due reti e SKY TG 24. Quest'ultima emittente, tra le private, è quella dove l'informazione ambientale viene registrata numericamente più volte, e l'utilizzo dei termini anche meno frequenti nelle altre reti viene invece ripetuto molto più spesso.

Vale la pena, in conclusione, citare il risultato del confronto operato tra le reti Rai e le emittenti private monitorate su uno dei temi chiave dell'informazione ambientale

negli ultimi due anni: la transizione ecologica. Come riscontrabile dal grafico, risulta una netta differenza nelle modalità e nella frequenza di occorrenza nei vari periodi dell'anno, in particolare tra i due canali all-news. Mentre SKY TG 24 ha un'attenzione significativamente più marcata al tema all'inizio dell'anno, per poi scendere sensibilmente nei mesi successivi, le occorrenze a Rai news 24 risultano molto più altalenanti, ma allo stesso tempo in linea con lo scenario descritto sopra: la guerra in Ucraina, il conseguente caro energia ed anche i disastri ambientali estivi coincidono con un incremento dell'informazione legato alla transizione ecologica in tutte le reti Rai, al punto tale che la concorrente all-news viene raggiunta, a settembre, anche da Rai 3.



RAI 1

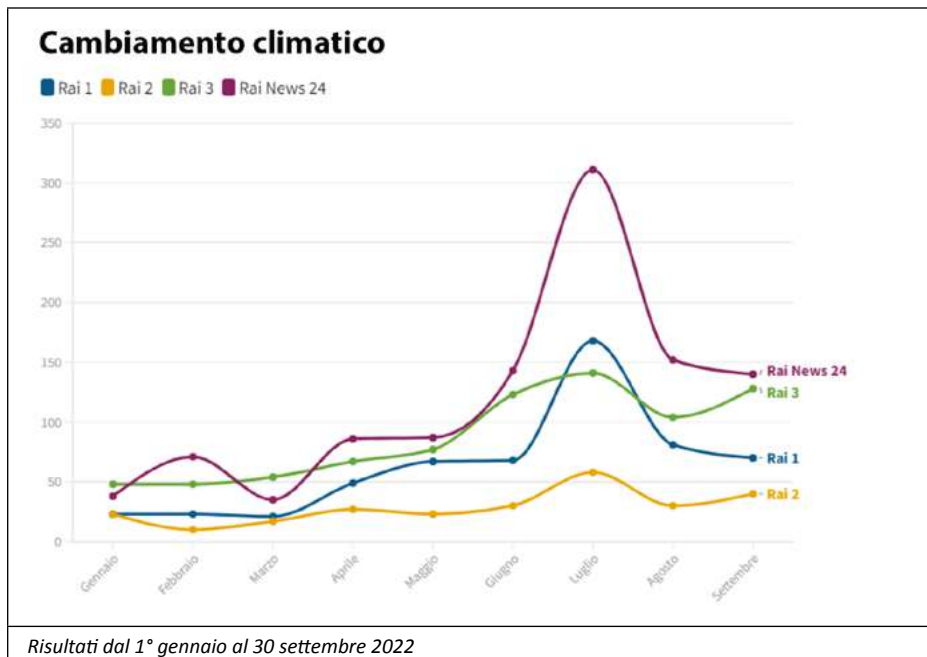
Per Rai 1, così per come tutte le altre testate Rai analizzate, le parole chiave maggiormente nominate sono *ambiente* e *clima*, *cambiamento climatico* e *transizione ecologica*. Su quest'ultima, che registra il risultato più alto delle altre, influisce però in maniera determinante la denominazione del Ministero.

Le tematiche ambientali sono trattate quasi quotidianamente, ma sono spesso rapportate a questioni politico-economiche o riferite ad argomenti di cronaca. Poco spazio è lasciato all'approfondimento, che trova eventualmente posto nella trasmissione del mattino, **Uno Mattina**. Un picco si registra durante la Giornata mondiale dell'ambiente, il 5 giugno, e altri picchi legati a parole chiave come *cambiamento climatico* si evidenziano nei giorni successivi alle catastrofi naturali, come nel caso del crollo della Marmolada a luglio e dell'alluvione delle Marche a settembre. Un'attenzione costante al tema c'è per tutta l'estate, ma è sempre correlata a situazioni d'attualità, come lo scoppio di incendi, la crisi idrica e le ondate di calore che hanno caratterizzato la stagione estiva del 2022.

Ad indurre a fermarsi sul tema del cambiamento climatico, sono anche le dichiarazioni politiche. Così su Rai 1 se ne parla quando, tra fine maggio e inizio giugno, l'allora Ministro della Transizione Ecologica Roberto Cingolani e il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella lanciano l'allarme sulle conseguenze della guerra in Ucraina che rallenta la lotta al cambiamento climatico. Il conflitto tra Russia e Ucraina fa sì che si ritorni spesso sul tema delle energie rinnovabili: le sanzioni alla Russia e il dibattito sul rigassificatore di Piombino fa registrare un picco di occorrenze e anche il problema del caro bollette anima quasi quotidianamente trasmissioni e Tg di Rai 1.

Si parla di sviluppo sostenibile solo collegato a dinamiche politiche e le occorrenze maggiori sono dovute alla ripetizione di una pubblicità. Poco spazio è lasciato alla green economy e all'economia circolare. E anche il tema del biologico viene affrontato quasi esclusivamente collegato a cibi e ricette e spesso viene nominato proprio durante le pubblicità.

Spesso si registra un buon numero di occorrenze in campo ambientale nelle ore notturne, quando cioè vengono rilanciati servizi e notizie di Rai News 24.



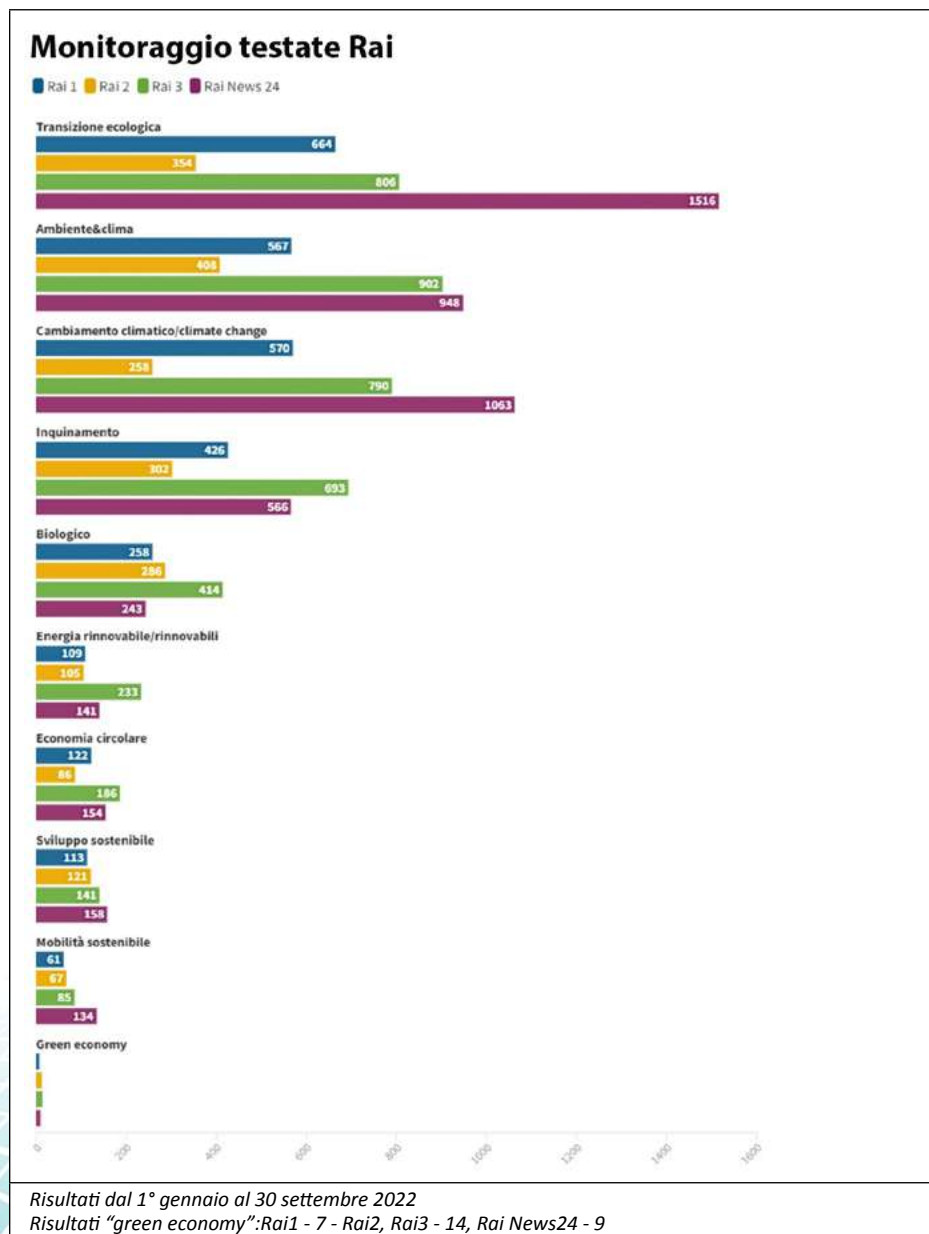
RAI 2

Nel periodo preso in analisi, registra sempre il numero minore di risultati per tutte le parole chiave e le tematiche ambientali si ritrovano quasi esclusivamente legate a questioni di cronaca e di politica.

Così si parla di *transizione ecologica* quasi esclusivamente quando si nomina il Ministro della Transizione Ecologica o quando, non molto spesso, la tematica viene evocata dai politici. La questione del cambiamento climatico viene affrontata in maniera più sistematica solo in prossimità di ricorrenze o catastrofi naturali: così si registra un picco di occorrenze per il 5 giugno, Giornata mondiale dell'ambiente, e poi il tema torna attuale nei giorni immediatamente successivi al crollo della Marmolada e all'alluvione delle Marche, ma non registra, in ogni caso, un picco significativo. Lo *sviluppo sostenibile* viene nominato più volte a metà agosto, cioè quando il Partito Democratico sta chiudendo il suo programma elettorale in vista delle elezioni del 26 settembre 2022, ma nel resto delle occorrenze a parlare di sviluppo sostenibile è solo la pubblicità. Allo stesso modo, le *energie rinnovabili*: il tema inizia ad entrare nel dibattito pubblico dopo lo scoppio della guerra in Ucraina e le rinnovabili vengono evocate quando si parla di rincari e caro energia. Molti dei picchi registrati su Rai 2 però sono dovuti alla ripetizione della pubblicità di un nuovo progetto Amazon.

Un discorso differente deve essere fatto per *mobilità sostenibile*. Oltre alle occorrenze collegate alla denominazione del Ministero (Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità sostenibili), Rai 2 presta un'attenzione costante al tema nella giornata di

domenica, quando cioè va in onda il **Tg2 Motori**, che spesso dedica una sezione alla mobilità sostenibile.



RAI 3

Tra le testate Rai analizzate, Rai 3 risulta essere senza dubbio quella che presta un interesse costante e sistematico alle tematiche ambientali. Dal punto di vista prettamente numerico, si può notare che Rai3 supera di misura Rai 1 e Rai 2 per tutte le parole chiave analizzate. Diverso è il discorso se si prende come termine di paragone Rai News 24, che – in quanto canale all-news – ripropone ciclicamente all'interno della giornata tematiche e servizi, registrando così un numero di occorrenze spesso più alto. Si può però osservare che, nel caso di parole chiave come *biologico*, *economia circolare*, *energia rinnovabile*, *green economy* e *inquinamento*, Rai 3 arriva a superare anche il canale all-news. Un segno inequivocabile della maggiore attenzione prestata dalla rete alle tematiche ambientali.

Attenzione che si può notare anche da un punto di vista qualitativo. A prescindere dalla cronaca, Rai 3 dedica molto spazio ad argomenti legati al clima e all'ambiente e lo fa attraverso trasmissioni di approfondimento, di intrattenimento e anche attraverso i Tg Regionali.

La terza rete Rai poi, come tutte le altre testate, segue la cronaca e la politica. Registra, ad esempio, diversi picchi della parola chiave *cambiamento climatico* subito dopo le catastrofi naturali, come il crollo della Marmolada a luglio e l'alluvione delle Marche a settembre, e la curva legata a *energia rinnovabile* cresce in concomitanza alle problematiche collegate alla guerra in Ucraina. Alcuni picchi si registrano quando scoppia il problema del caro bollette e quando impazza la discussione sui rigassificatori.

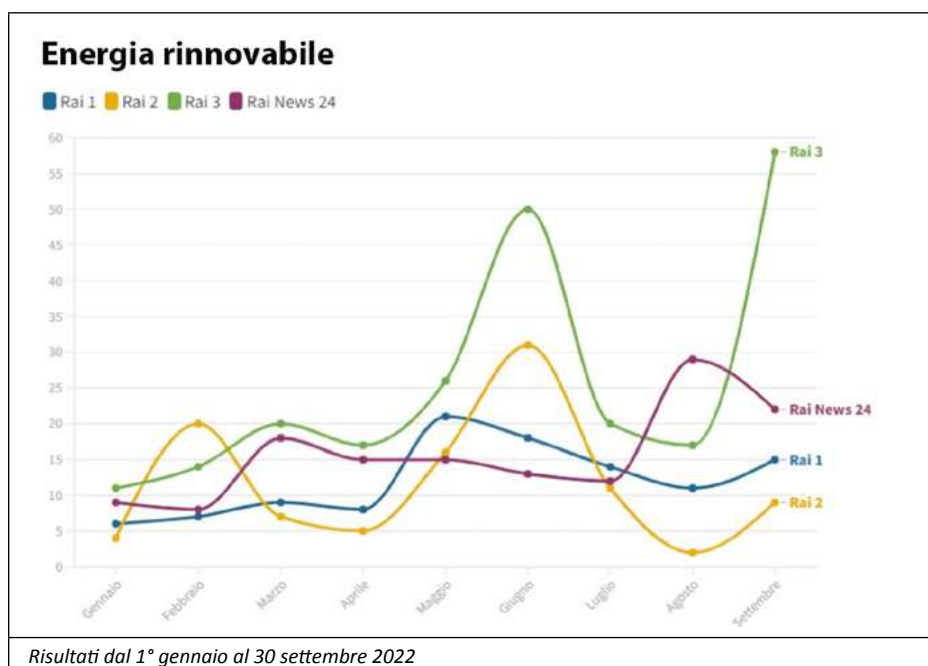
Da Geo ai Tg Regionali: le trasmissioni di Rai 3 dedicate all'ambiente

Buone pratiche, progetti innovativi e ricerche in campo ambientale: Rai 3 dedica ampio spazio a questi temi nelle sue trasmissioni. Nel periodo analizzato, si evince che le parole chiave ricorrono spesso in orari pomeridiani, in corrispondenza cioè di programmi come **Geo**, durante la settimana, e come **Il Posto Giusto** e **Kilimangiaro**, nel fine settimana. L'ambiente poi è anche il protagonista del programma **Sapiens – Un solo pianeta**.

Per un argomento come *l'economia circolare*, ad esempio, Rai 3 si dimostra la testata più attenta e registra un numero di risultati più alto delle altre reti Rai. È proprio Geo ad affrontare il tema con costanza e sistematicità: se ne parla accostandolo al riciclaggio dei rifiuti e raccontando le iniziative e le start up di giovani imprenditori. Nello stesso modo, in questi programmi, si parla di *biologico*, di *green economy* e di *sviluppo sostenibile* e grande spazio viene dato alle ricerche scientifiche che indagano questi temi.

Nel periodo analizzato, le *rinnovabili* sono state spesso protagoniste di inchieste e servizi di **Report** e **Presa Diretta**. Molto risalto è stato dato loro attraverso le pubblicità e, in prossimità dei programmi, le occorrenze di questa parola chiave hanno registrato diverse impennate.

Anche i Tg Regionali dedicano spazio e attenzione alle tematiche ambientali. Progetti di economia circolare, iniziative e start up locali che si impegnano per la lotta al cambiamento climatico diventano spesso oggetto di servizi e occasione per diffondere le buone pratiche in materia.



RAI News24

Rai News 24 è la rete che, dal punto di vista quantitativo, presta maggiore spazio alle tematiche ambientali. Rispetto alle altre reti Rai, il numero di occorrenze per tutte le parole chiave è quasi sempre il più alto. Ma bisogna tener presente che si sta parlando di un canale all-news, che quindi ripropone servizi e notizie diverse volte nel corso della giornata, con una media di almeno quattro ripetizioni al giorno.

Come per Rai 1, le parole chiave maggiormente ricorrenti sono *cambiamento climatico* e *transizione ecologica*. Su quest'ultima, che registra il risultato più alto delle altre, influisce però in maniera determinante la denominazione del Ministero. La keyword meno usata è *green economy*.

Proprio per la sua natura di canale all-news, le tematiche ambientali si ritrovano esclusivamente legate a questioni politico-economiche e di cronaca. Come per tutte le altre testate, il cambiamento climatico registra picchi a seguito delle catastrofi naturali, come il crollo della Marmolada a luglio e l'alluvione delle Marche a settembre. Ma un'attenzione costante al tema c'è per tutta l'estate, poiché è correlato a situazioni d'attualità, come lo scoppio di incendi, la crisi idrica e le ondate di calore che hanno caratterizzato la stagione estiva del 2022. Si nomina lo sviluppo sostenibile quando a farlo sono i politici: così se ne parla a gennaio, quando vengono spiegate le misure previste dal Decreto Sostegni, e poi la curva cresce durante l'estate, quando il Partito Democratico sta per chiudere il programma elettorale in vista delle elezioni del 26 settembre 2022, o quando l'allora Presidente del Consiglio Mario Draghi ne parla in un discorso ai giovani.

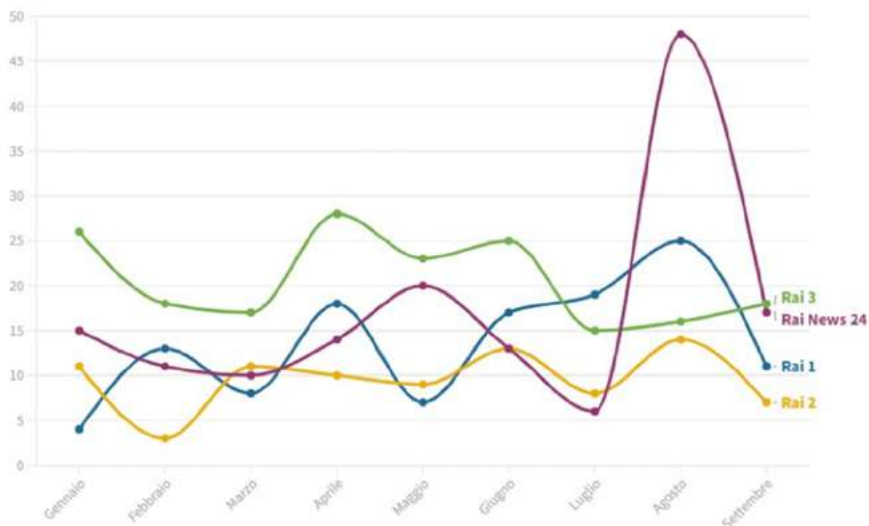
Ambiente e clima sono centrali a giugno, quando l'Europa trova l'accordo per lo stop alla vendita di automobili a benzina e diesel dal 2035, e *l'economia circolare* acquista uno spazio nel dibattito pubblico quando, a gennaio, entra in vigore il decreto per fermare l'utilizzo della plastica monouso. *Economia circolare* e *rinnovabili* vengono nominati ciclicamente quando si parla delle conseguenze della guerra in Ucraina.

È bene però segnalare anche un picco di utilizzazioni della keyword energia rinnovabile a metà agosto, in piena controtendenza rispetto alle altre reti Rai. In questo caso Rai News 24, staccandosi dalla cronaca e dalla politica, ha dedicato diversi servizi al *turismo sostenibile*, raccontando le buone pratiche presenti nelle varie regioni d'Italia.

Un picco differente rispetto alle altre reti Rai viene anche registrato per la parola *biologico*: a metà giugno, subito dopo l'incendio dell'impianto di Malagrotta, a Roma, diversi esperti vengono invitati a parlare dei rischi e delle conseguenze di questo evento.

Economia circolare

■ Rai 1 ■ Rai 2 ■ Rai 3 ■ Rai News 24



Risultati dal 1° gennaio al 30 settembre 2022

CANALE 5

In un contesto di ampliamento delle trasmissioni monitorate rispetto allo scorso anno, nel 2022 di Canale 5 continua a trasparire un buon livello di attenzione rispetto ai temi di attualità ambientale. La differente raccolta dati rispetto all'edizione passata non permette del tutto di effettuare un paragone efficace, in quanto include i dati dei programmi di intrattenimento e varietà. In generale, dai dati raccolti, Canale 5 sembra essere un gradino sotto LA7 come presa in carico generale del tema, ma senza trascurarne la portata.

La parola *inquinamento*, ad esempio, compare per ben 45 volte nel solo mese di maggio. Il dato è significativo per la corrispondenza temporale con la condanna emessa dalla Corte di Giustizia Europea all'Italia per la violazione dei limiti agli agenti inquinanti nell'aria, di cui si è diffusa notizia il 13 maggio.

Assai nutrita è anche la presenza del termine *biologico*: Canale 5 fa registrare il picco della presenza di questa parola in un singolo giorno durante tutto l'anno per quanto riguarda le reti private non all-news monitorate, con 14 registrazioni il 6 di giugno. Nel solo mese in questione la parola viene ripetuta per ben 89 volte nel palinsesto, record per quanto riguarda le reti tradizionali. La motivazione di un tale incremento rispetto alla media è molto probabilmente rintracciabile nell'emissione del nuovo decreto del Ministero dello Sviluppo Economico rispetto alla produzione e all'etichettatura del

biologico, avvenuta il 20 maggio: in quella giornata il numero di registrazioni è 4. Al contrario, risulta alquanto significativo invece notare come il termine *green economy* sia pressoché assente dalla rete: stando ai dati rilevati dalla piattaforma Volopress, non ce n'è alcuna traccia nella maggior parte dei nove mesi monitorati: gennaio, febbraio, aprile, maggio, giugno, luglio e settembre hanno zero registrazioni, e ve ne è solo una ad agosto. Nel mese della Green Week, 21-27 marzo, settimana interamente dedicata al tema green economy, la parola viene registrata solo quattro volte dall'uno al quattro marzo, ovvero a più di due settimane dal periodo tematizzato.

Molto scarso è anche il coverage di Canale 5 dell'informazione legata all'*economia circolare*: soltanto 33 sono gli utilizzi complessivi nel periodo di raccolta dei dati. Si può notare un incremento durante il mese di maggio, nel quale il tema compare per 13 volte all'interno del palinsesto. Soltanto a tre, però, arriva il massimo degli utilizzi registrati in un singolo giorno, il 6 maggio.

LA7

Come anticipato nell'esposizione dello scenario, LA 7 risulta essere quella con una maggior attenzione complessiva tra le reti private che non presentano un palinsesto unicamente dedicato all'informazione.

Questo lo si può riscontrare bene, per fare un esempio calzante, nel grafico di confronto dedicato al termine *inquinamento*. Nella maggior parte dei mesi del monitoraggio il numero di utilizzi del termine a LA7 "batte" di gran lunga quelli di Canale 5, di cui si era pur riscontrata - in particolare nel monitoraggio dello scorso anno - la grande attenzione al tema. Sono in totale 397 le registrazioni del termine a LA7, quasi due utilizzi di media al giorno. Il mese di marzo 2022 fa registrare 73 utilizzi a fronte dei soli 12 della diretta concorrente.

Il dato è significativo in quanto il mese di marzo ha visto la questione inquinamento come parecchio attenzionata a livello politico: proprio l'ultimo giorno di marzo è infatti arrivata la diffusione delle linee guida dell'Organizzazione Mondiale della Sanità sui limiti a cui gli Stati dovrebbero attenersi per quanto riguarda la presenza di agenti atmosferici nell'aria.

Una delle poche tematiche su cui, stando all'analisi dati, LA7 sembra essere invece carente è quello della *mobilità sostenibile*: nel mese di settembre il tema viene citato soltanto una volta, a fronte delle otto registrazioni di Canale 5 e delle 24 di SKY TG 24.

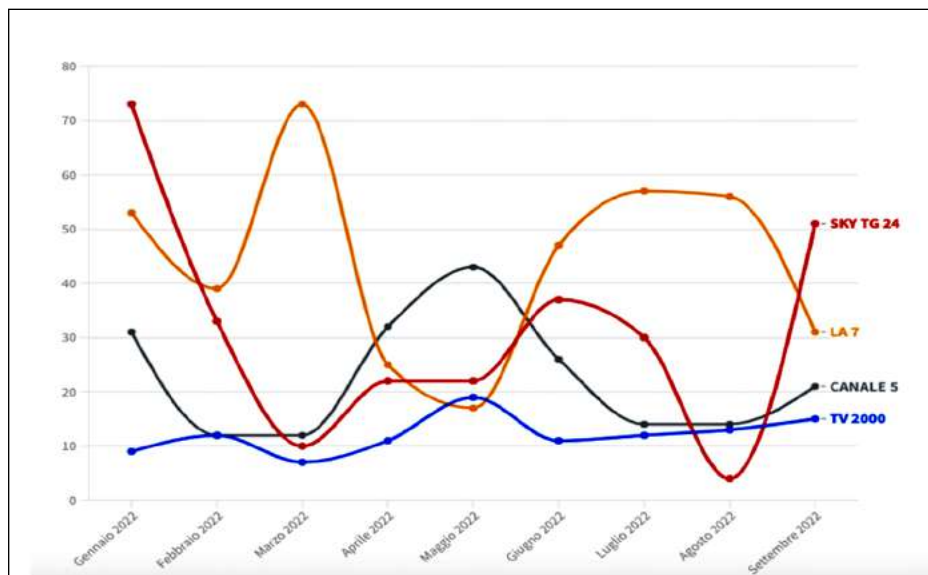


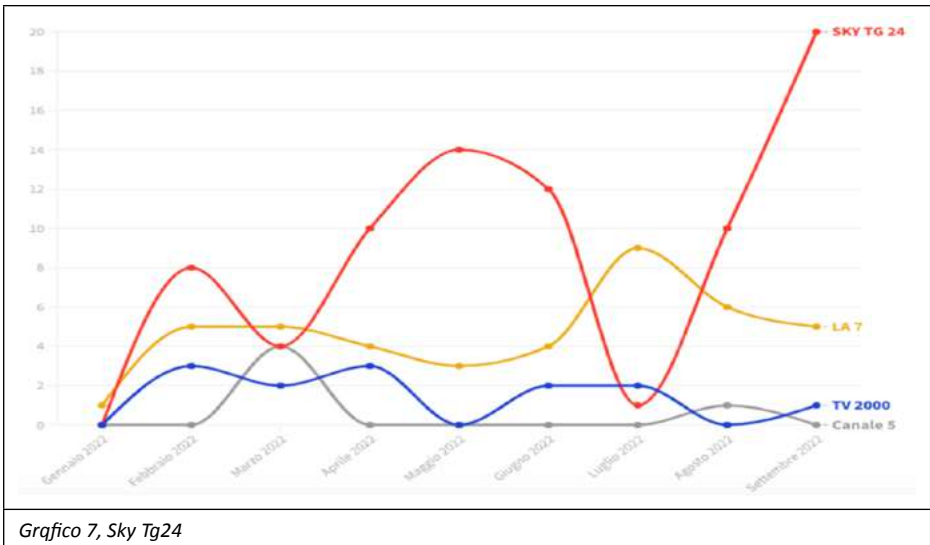
Grafico 6, LA7

SKY TG24

Data la sua particolare natura di canale all-news, le registrazioni dei termini a carattere ambientale che vengono utilizzati nelle trasmissioni di SKY TG 24 fanno riferimento unicamente a programmi televisivi di informazione o approfondimento politico, il che aumenta la pertinenza degli stessi nella divulgazione dell'informazione a carattere ambientale. Tuttavia, la messa in onda degli stessi servizi in più edizioni moltiplica lo spazio dedicato ad alcuni termini a causa della ripetizione, e influenza così il dato assoluto registrato: viene fuori - anche per questo motivo - un numero sostanzialmente maggiore di registrazioni di ogni termine in assoluto.

Come esempio a riprova di queste premesse vi è senza dubbio il risultato della ricerca del termine *transizione ecologica*. Tra le emittenti private, SKY TG 24 è nettamente l'emittente che si distacca in positivo nel parlare del tema: nel solo mese di marzo del 2022 la transizione ecologica è stata menzionata per ben 264 volte, con un picco di 24 utilizzi quotidiani rilevato in due giorni differenti, il 13 e il 16 di marzo e replicato successivamente anche il 2 aprile.


Notevole, anche in relazione a quanto si diceva precedentemente a proposito di Canale 5, il grande spazio dedicato alla *green economy*. Nel mese della Green Week il termine viene registrato 26 volte, di cui 22 tra l'1 e il 12 marzo, giorni nei quali venivano presentate le iniziative. Tra le emittenti private SKY TG 24 è inoltre quella che dedica in assoluto più spazio al tema dello *sviluppo sostenibile*: se ne parla per 76 volte nei 9 mesi, 20 volte a settembre e ben 7 il 13 maggio. In quella giornata il tema era in questione alla riunione della Rete Europea delle Agenzie per la Protezione dell'Ambiente a Bruxelles. Merita una menzione anche lo spazio dedicato all'*economia circolare*, dato che SKY TG 24 è l'unica rete privata che, il 13 febbraio, fa registrare una doppia cifra di menzioni quotidiane, 10.



TV2000

Per la tipologia di palinsesto che propone, fatto di edizioni dei telegiornali ridotte e di meno programmi di approfondimento politico rispetto alle altre emittenti private, TV 2000 risulta la rete con utilizzi numericamente più esigui dei termini ricercati in via assoluta. Tuttavia è probabilmente utile fare un confronto tra i dati registrati per capire su cosa è rivolta l'attenzione interna per quanto riguarda l'informazione ambientale e capire anche in che misura si possono effettuare dei raffronti con le altre televisioni.

In più di un caso TV 2000 supera le altre private per quanto riguarda la presenza quotidiana dei termini *clima* e *ambiente* - che qui vengono cercati insieme: già il 9 gennaio, con 21 utilizzi, l'emittente supera sia Canale 5 (18) che SKY TG 24 (14) e rimane



distaccata di poco da LA 7 che ripete le parole per 27 volte. Un marcato incremento dell'utilizzo dei termini si registra anche nei primi giorni di giugno, in cui la pesante siccità che aveva colpito varie regioni italiane era presente in tutte le aperture: l'8 giugno TV 2000 supera SKY TG 24 nelle parole in questione, e il 10 giugno, seppur di poco, accade lo stesso con Canale 5.

TV 2000 parla molto anche di *biologico*: i 7 utilizzi del 6 gennaio, i 6 del 21 maggio e i 5 del 19 luglio sono i dati più alti dei tre rispettivi giorni per quanto riguarda l'utilizzo del termine nelle reti private. Praticamente assente è invece l'utilizzo di *mobilità sostenibile*: solo 9 volte nell'arco di tutto il monitoraggio, con 6 mesi di assenza totale a cui fanno eccezione gennaio, febbraio e aprile.

SEZIONE CARTA STAMPATA

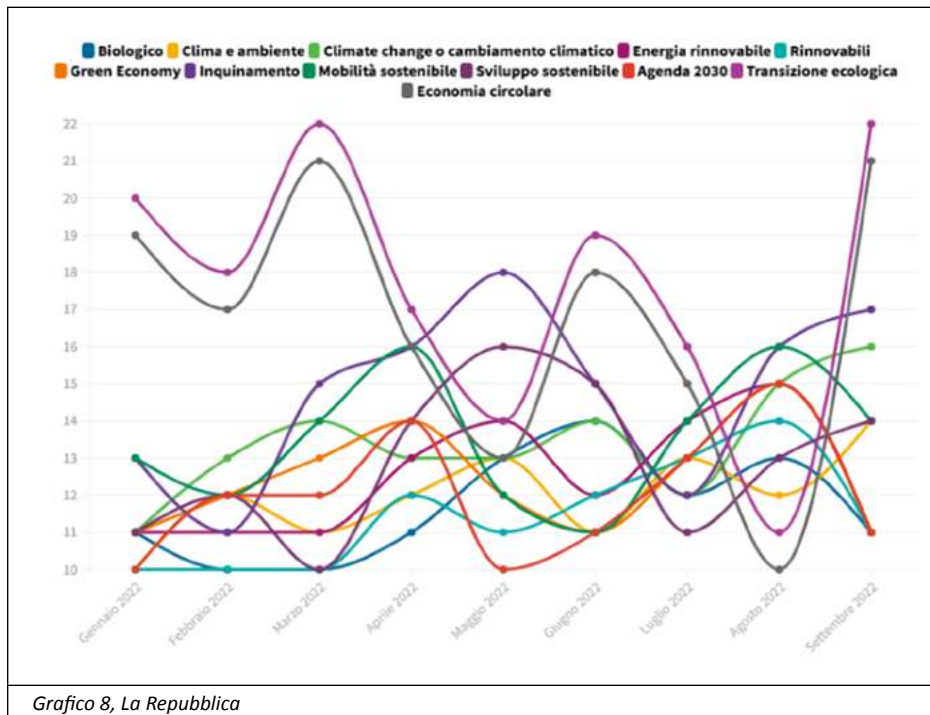
Quadro sintetico

Sono stati analizzati dieci quotidiani cartacei: La Repubblica, Il Corriere della Sera, La Stampa, Il Sole 24 ore, Il Fatto Quotidiano, Il Giornale, Domani, Il Messaggero, La Nazione e Libero. La scelta di analizzare queste testate deriva dalla necessità di ricostruire un quadro abbastanza completo, scegliendo i giornali che hanno un maggiore seguito a livello nazionale con lo scopo di capire le modalità con cui questi argomenti di fondamentale importanza vengono trattati e approfonditi.

Per ogni testata, oltre alla sua presentazione è stato realizzato un grafico contenente le parole chiave e la cadenza mensile con cui queste ultime vengono nominate mensilmente nel periodo che va dal 1 gennaio al 30 settembre 2022.

LA REPUBBLICA

Quotidiano generalista edito da Gedi, appartenente alla famiglia Elkann Agnelli e dimostra una regolare attenzione ai temi ambientali. Tra le parole che abbiamo analizzato si evince che *transizione ecologica* ed *economia circolare* sono gli argomenti maggiormente affrontati nella versione cartacea del quotidiano.



IL CORRIERE DELLA SERA

Quotidiano pubblicato da Rcs MediaGroup, per esteso Rizzoli-Corriere della Sera Media Group S.p.A., appartenente al Gruppo Cairo, e diretto da Luciano Fontana. In questo caso viene data una maggiore importanza ai temi legati all'*economia circolare*, *energia rinnovabile* e *mobilità sostenibile*. I tre temi fanno registrare un aumento vertiginoso nel periodo tra agosto e settembre 2022.

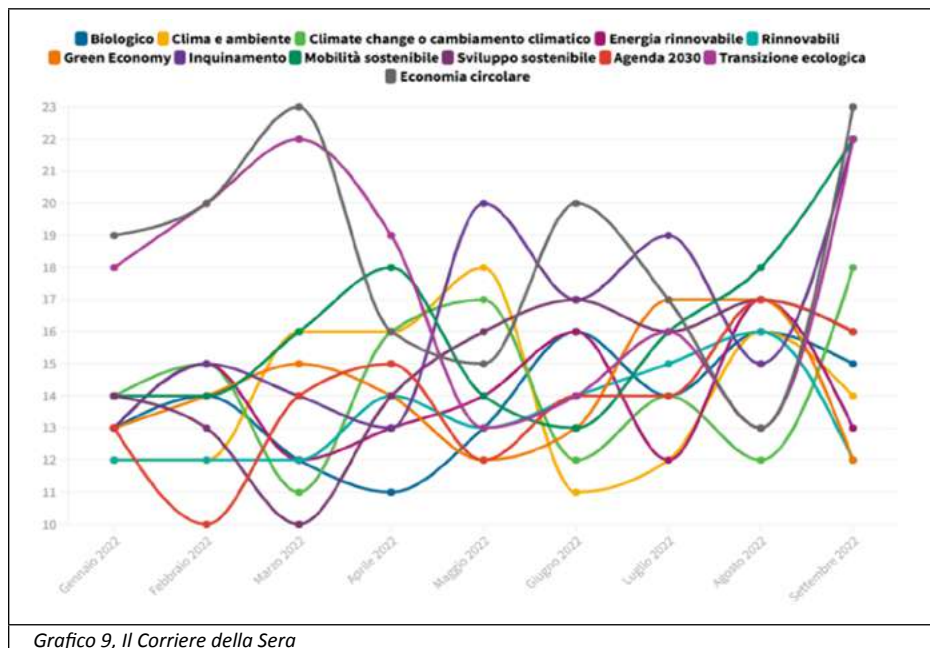
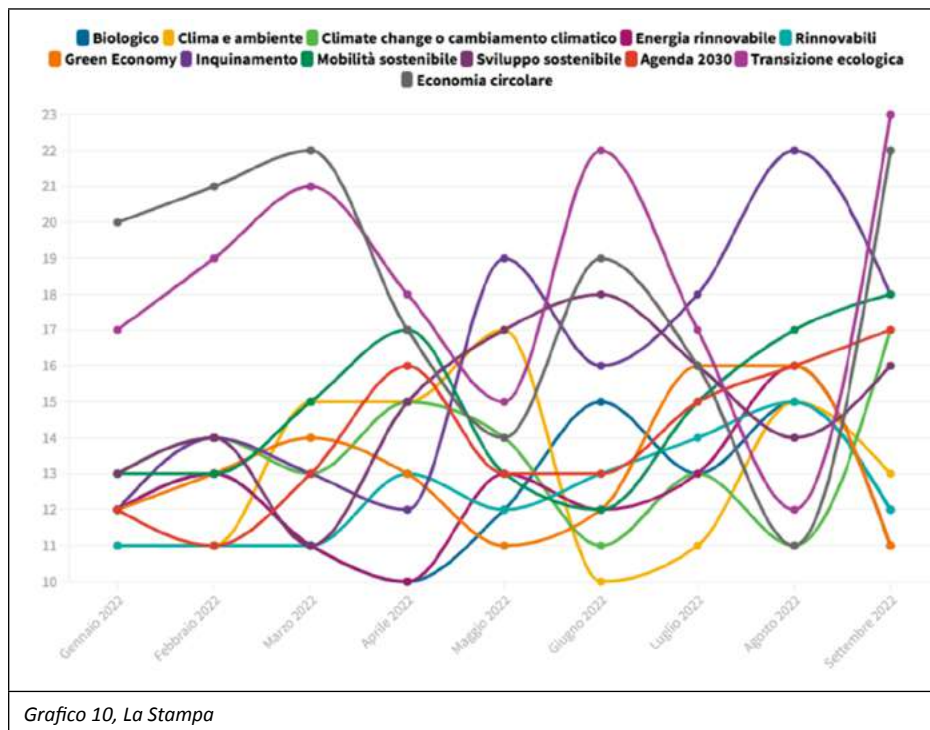


Grafico 9, Il Corriere della Sera

LA STAMPA

La Stampa è un quotidiano con sede a Torino e nasce nel 1867 come Gazzetta Piemontese per poi assumere il nome attuale nel 1895. In questo caso il tema dell'*energia rinnovabile* è quello più dominante, seguito dall'*economia circolare* e *sviluppo sostenibile*, con il tema della *mobilità sostenibile* che ha fatto registrare un rialzo nel periodo tra agosto e settembre.



IL SOLE24ORE

Il Sole 24 Ore è il più importante quotidiano economico italiano. L'azionista principale del giornale è Confindustria, associazione degli imprenditori italiani. La testata e l'agenzia appartengono al Gruppo 24 Ore, quotato alla Borsa Italiana dal 6 dicembre 2007. In questo caso viene data maggiore importanza all'*inquinamento*, mentre al secondo posto troviamo la *mobilità sostenibile* e in seguito l'*economia circolare*.

Nel periodo tra agosto e settembre 2022, come si vede all'interno del grafico, troviamo un netto aumento per quanto riguarda i tre argomenti pronunciati in precedenza. Altro importante dato è l'aumento di articoli per quanto riguarda l'*Agenda 2030* nel medesimo periodo.

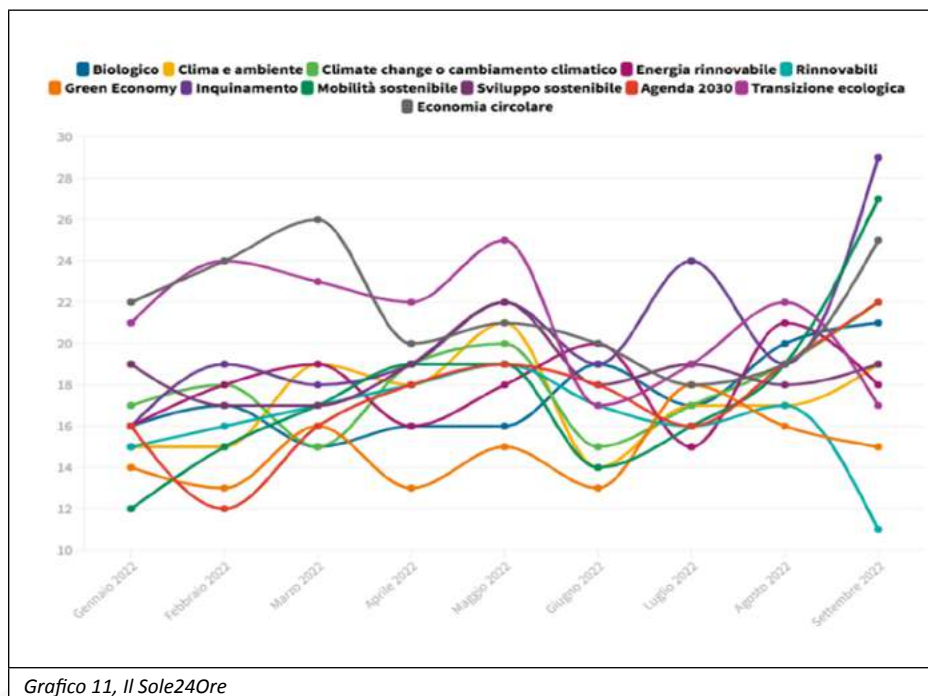


Grafico 11, Il Sole24Ore

IL FATTO QUOTIDIANO

Il Fatto Quotidiano, fondato il 23 settembre del 2009 e appartenente a Editoriale Il Fatto s.p.a. Il quotidiano ha una vocazione politica. Nel suo primissimo editoriale, il fondatore Antonio Padellaro (direttore fino al 2015), lo collocò in un'area di opposizione, specificando: *“A Berlusconi, certo, perché ha ridotto una grande democrazia in un sultanato degradante. Ma non faremo sconti ai dirigenti del PD e della multiforme sinistra che in tutti questi anni non sono riusciti a costruire uno straccio di alternativa”*. Un giornale che, ancora oggi, si definisce “di opposizione”. Il giornale dimostra una grande attenzione per le tematiche ambientali, dando molta importanza all'*economia circolare*, alla *transizione ecologica* e allo *sviluppo sostenibile*.

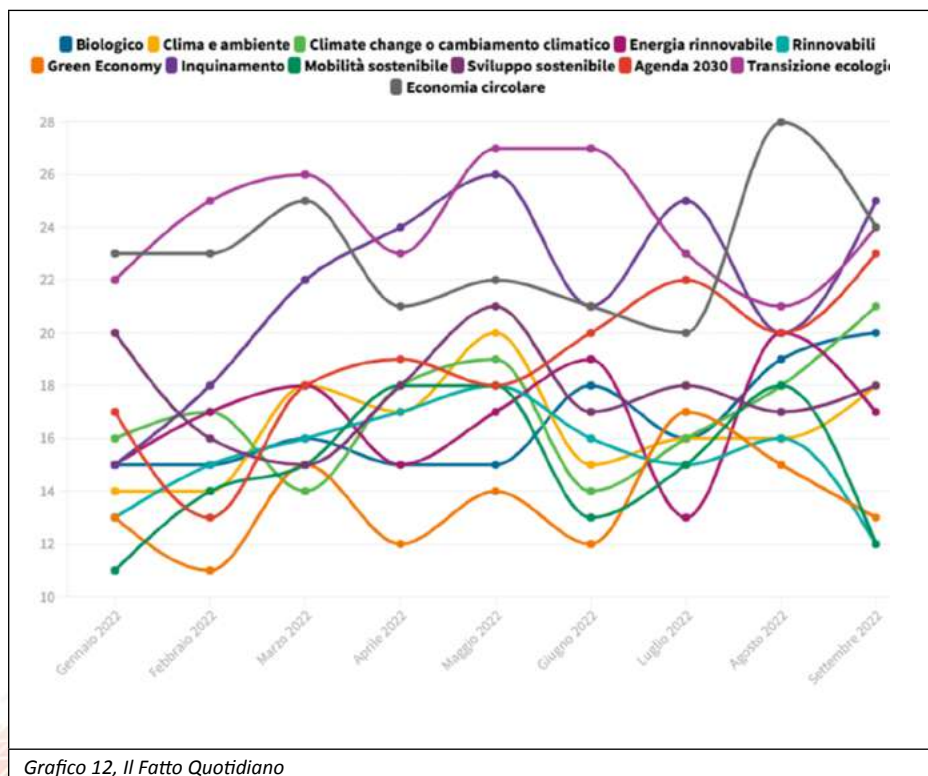
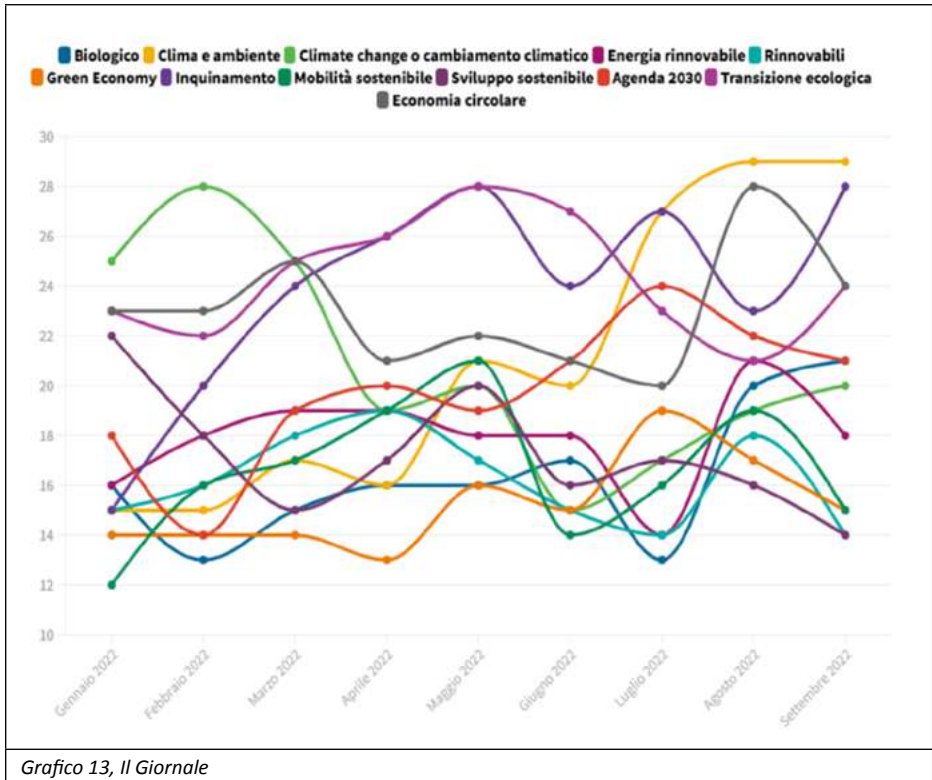


Grafico 12, Il Fatto Quotidiano

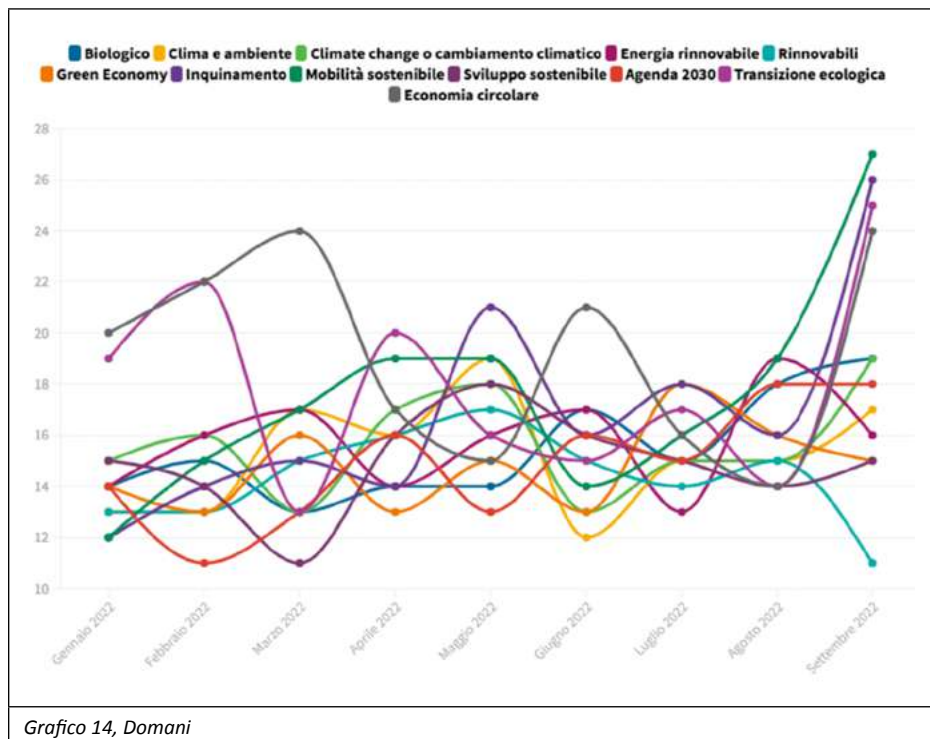
IL GIORNALE

Quotidiano generalista di orientamento liberale e conservatore appartenente alla famiglia Berlusconi. Si tratta di uno dei giornali di riferimento dell'elettorato di centro-destra. Questo risulta l'unico cartaceo, tra quelli analizzati fino ad adesso, dove il *clima e ambiente* prevale su tutti gli altri. Seguono *economia circolare*, *sviluppo sostenibile* e *transizione ecologica*.



DOMANI

Domani è un quotidiano edito da Carlo De Benedetti, pubblicato dalla Società Editoriale Domani SpA e diffuso da RCS MediaGroup. In questo caso il tema principalmente trattato è quello della *mobilità sostenibile*, seguito da *sviluppo sostenibile* e *transizione ecologica*. Ampio anche lo spazio dedicato all'*economia circolare*, che, secondo questa analisi, risulta statisticamente uno dei temi più cari per quanto riguarda i giornali cartacei.



IL MESSAGGERO

Il Messaggero, fondato nel 1878, è uno storico quotidiano nazionale con sede a Roma, di proprietà della Caltagirone Editore. Le parole più trattate dalla testata sono *transizione ecologica*, *climate change* e *clima e ambiente*, ma viene data molta importanza anche a *economia circolare* e *Agenda 2030*. Come si evince dal grafico i tre maggiori picchi sono però stati registrati con *climate change* (febbraio 2022), *energia rinnovabile* (maggio 2022) e *clima e ambiente* (luglio 2022).

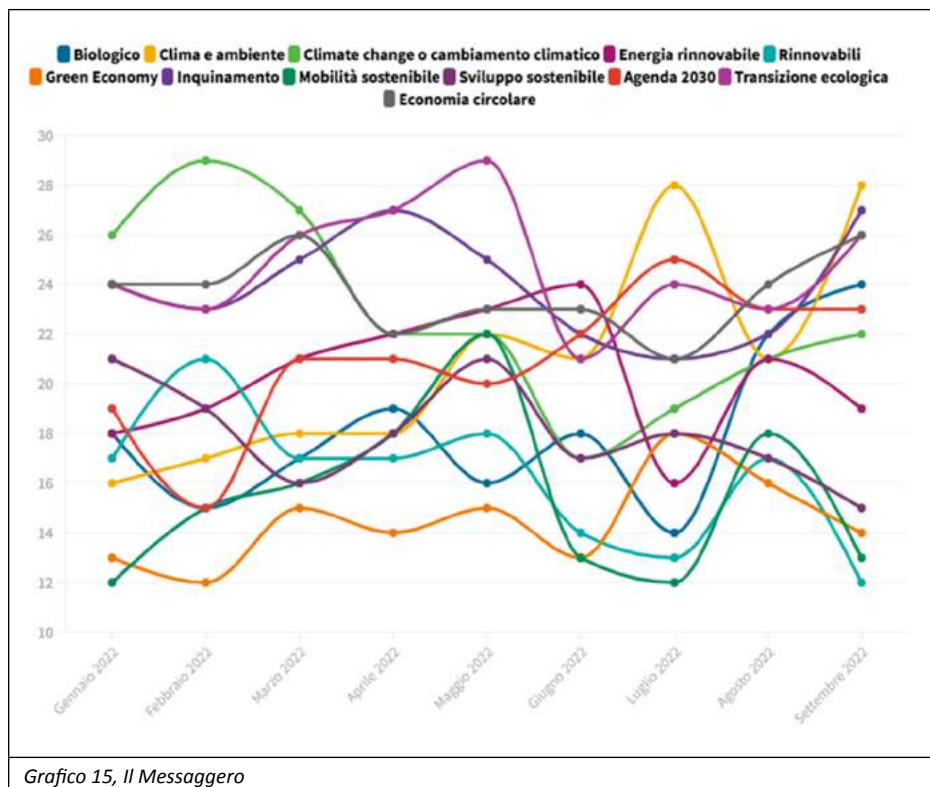


Grafico 15, Il Messaggero

LA NAZIONE

La Nazione è il principale quotidiano di Firenze. Il giornale, distribuito su tutto il territorio nazionale, è particolarmente diffuso in Toscana, Umbria e nella provincia ligure della Spezia con numerose edizioni locali che approssimativamente corrispondono alle varie province toscane e all'Umbria. Insieme al Resto del Carlino di Bologna, Il Giorno di Milano e Il Telegrafo di Livorno, fa parte della rete che porta il nome di QN Quotidiano Nazionale ed è pubblicata da Editoriale Nazionale s.r.l. (gruppo Monrif). *Climate change* o *cambiamento climatico* è la parola più utilizzata (picco massimo a giugno 2022), seguono *energia rinnovabile* (picco massimo maggio 2022) e *clima e ambiente* (picco massimo settembre 2022).

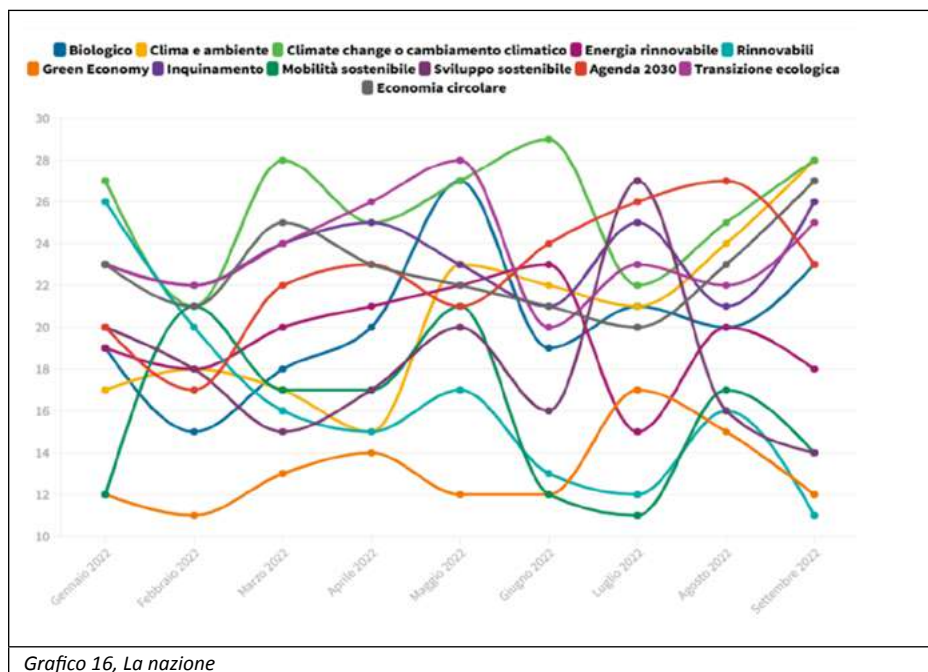


Grafico 16, La nazione

LIBERO

Libero è un quotidiano italiano fondato nel 2000 da Vittorio Feltri e diretto da Alessandro Sallusti. Ha sede a Milano. È di proprietà dell'imprenditore della sanità, immobiliare e politico Antonio Angelucci. Questo è l'unico quotidiano in cui la parola *Agenda 2030* risulta essere la più nominata (picco massimo agosto 2022), anche se rispetto al successivo mese di settembre è stato registrato un brusco calo. Le altre parole a cui viene data grande importanza sono *transizione ecologica* (picco massimo maggio 2022), *climate change* o *cambiamento climatico* (picco massimo maggio 2022) e *clima e ambiente* (picco massimo a settembre 2022).

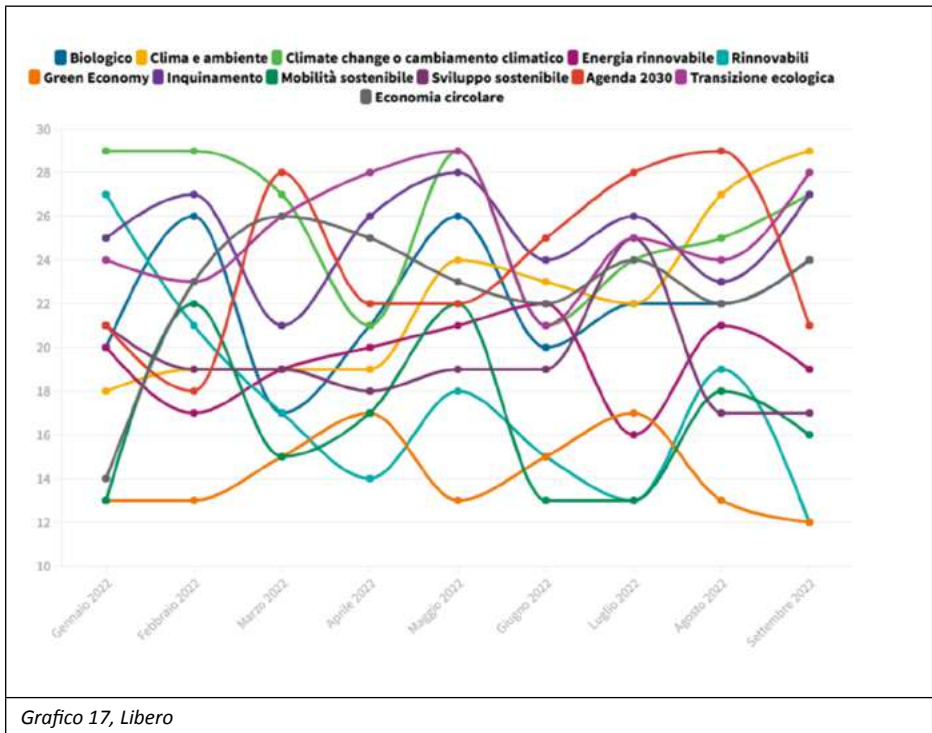


Grafico 17, Libero

SEZIONE WEB

Quadro sintetico

Sono state analizzate a livello digitale sette testate online: La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Sole 24 ore, Il Fatto Quotidiano, Il Messaggero, La Nazione, Domani, The Post Internazionale (Tpi) e Libero.

La scelta di analizzare questi giornali deriva dalla necessità di ricostruire un quadro abbastanza completo dell'informazione sul web, scegliendo alcune delle testate che hanno un maggiore seguito a livello nazionale con lo scopo di capire le modalità con cui questi argomenti di fondamentale importanza vengono trattati e approfonditi.

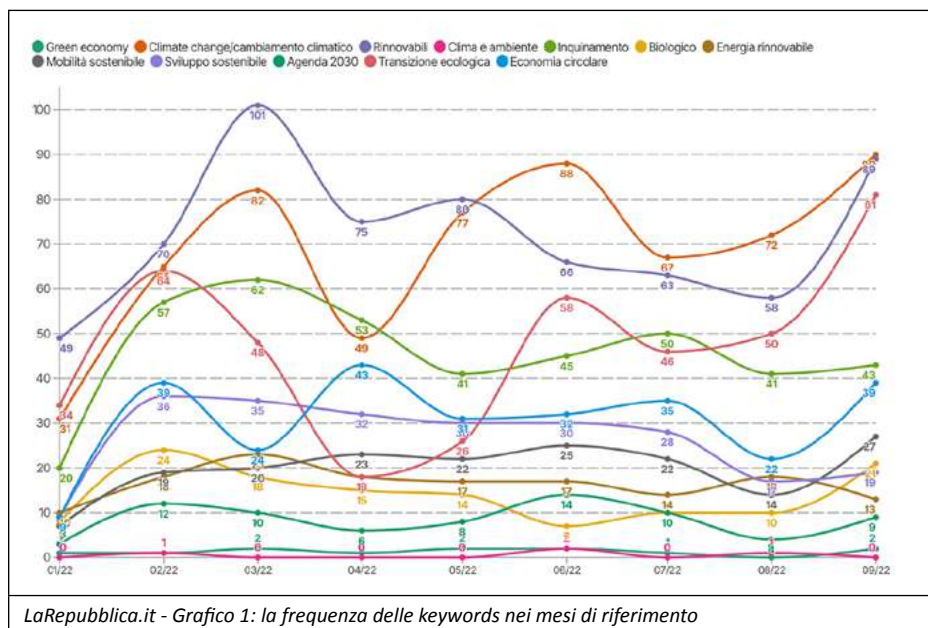
Il Sole 24 ore è stato scelto per il suo taglio economico, e il Fatto Quotidiano per la vocazione all'informazione politica. Tpi, invece, perché a differenza degli altri, non ha un quotidiano ma un mensile cartaceo. Domani, il quotidiano che è nato più di recente, dispone sia della versione cartacea sia di quella online. Il Messaggero e La Nazione sono stati scelti perché quotidiani attenti alla cronaca locale. Rispetto al Report del 2021, poi, è stato inserito anche Libero.

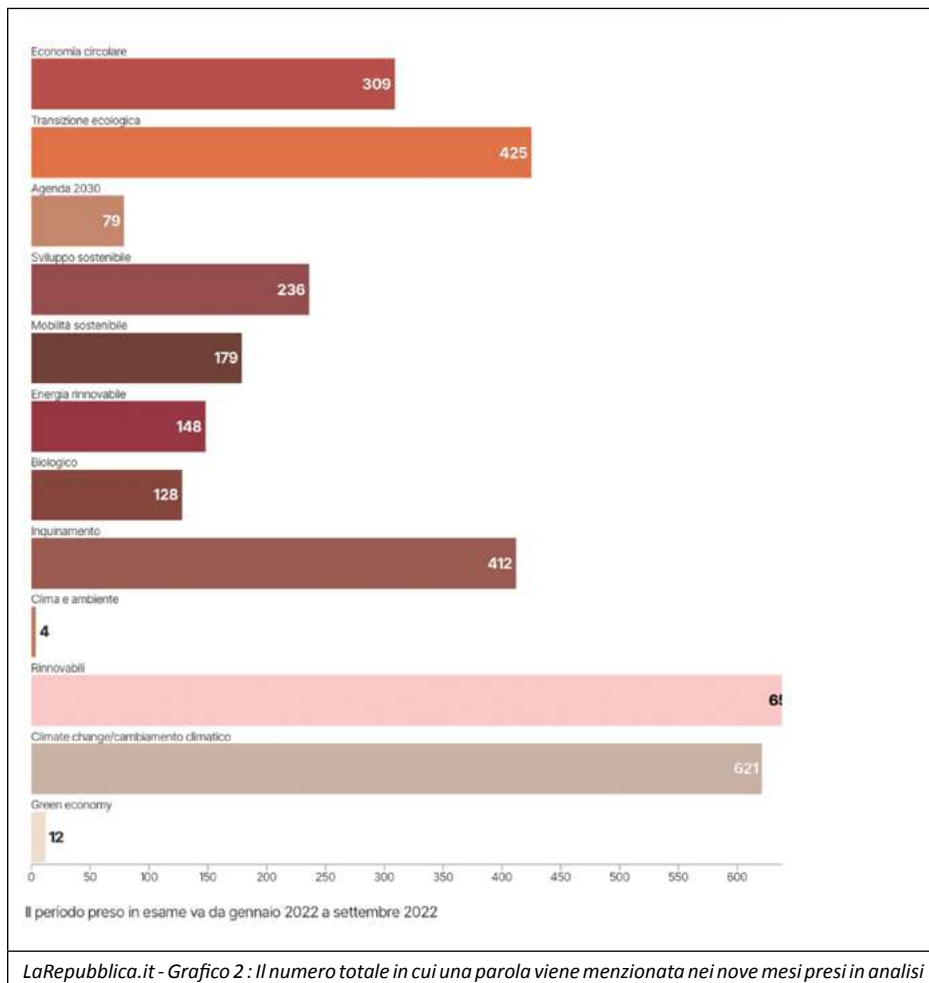
Essendo realtà editoriali molto diverse tra loro, anche l'ordine di misura degli articoli esaminati varia da testata a testata: La Repubblica e Il Corriere della Sera arrivano a pubblicare anche un centinaio di articoli al giorno ma la novità, nel panorama delle testate scelte, è rappresentata da un altro giornale: il quotidiano Libero, per l'alto numero di articoli pubblicati che contengono al loro interno le keywords analizzate, può competere con La Repubblica e il Corriere della Sera.

In generale, l'alta frequenza di alcune parole (*transizione ecologica, climate change, rinnovabili*) torna in tutti i quotidiani online così come la bassa presenza di altre keywords (*clima e ambiente, agenda 2030, green economy*). È per questo che all'interno del report è stato inserito anche un grafico riepilogativo che mostra quali sono state le keywords più utilizzate in assoluto sommando il totale per ogni parola di tutte le testate online. L'analisi di ciascun giornale, poi, è accompagnata da due grafici: il primo mostra la frequenza delle keywords nei giorni di riferimento, il secondo si concentra sulla frequenza delle sole parole a tema ambientale.

LAREPUBBLICA.IT

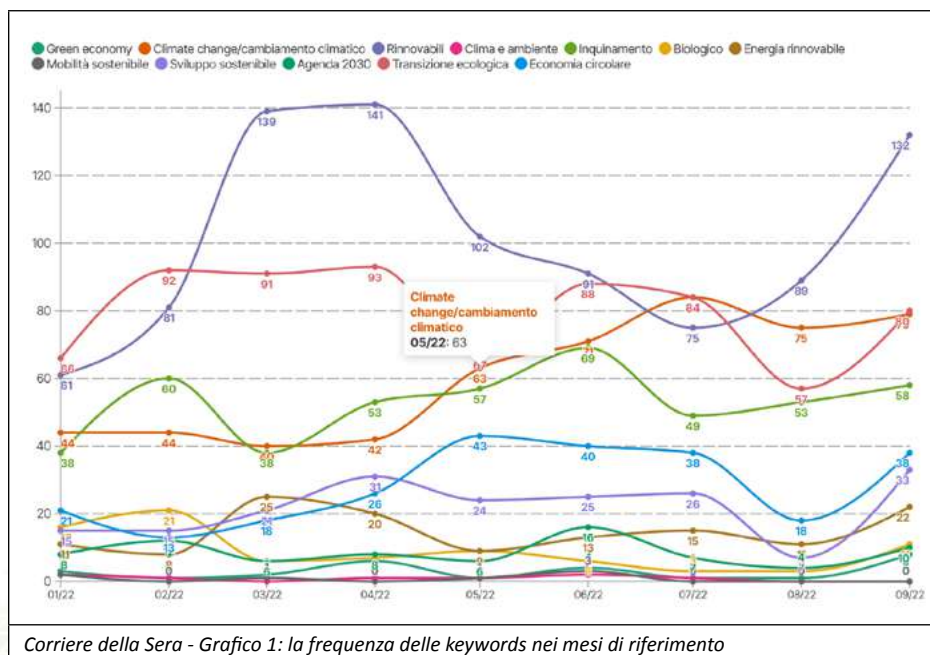
Le tematiche ambientali sono quasi sempre presenti. Sulla loro onda lunga il gruppo editoriale Gedi ha lanciato negli anni scorsi il progetto, cartaceo e digitale, *Green & Blue* dedicato all'ambiente. La parola più menzionata è *rinnovabili*: il primo picco (70 volte) si registra a febbraio del 2022, simile a quello registrato nello stesso mese per *transizione ecologica* (64 volte). Il secondo picco (101 volte) si registra a marzo, il terzo picco si registra a settembre 2022 (89 volte). La seconda keyword più menzionata è *cambiamento climatico* con un picco di 90 volte a settembre 2022. La terza è *transizione ecologica*. Le parole che Repubblica menziona di meno sono *clima e ambiente*, *green economy* e *agenda 2030*.

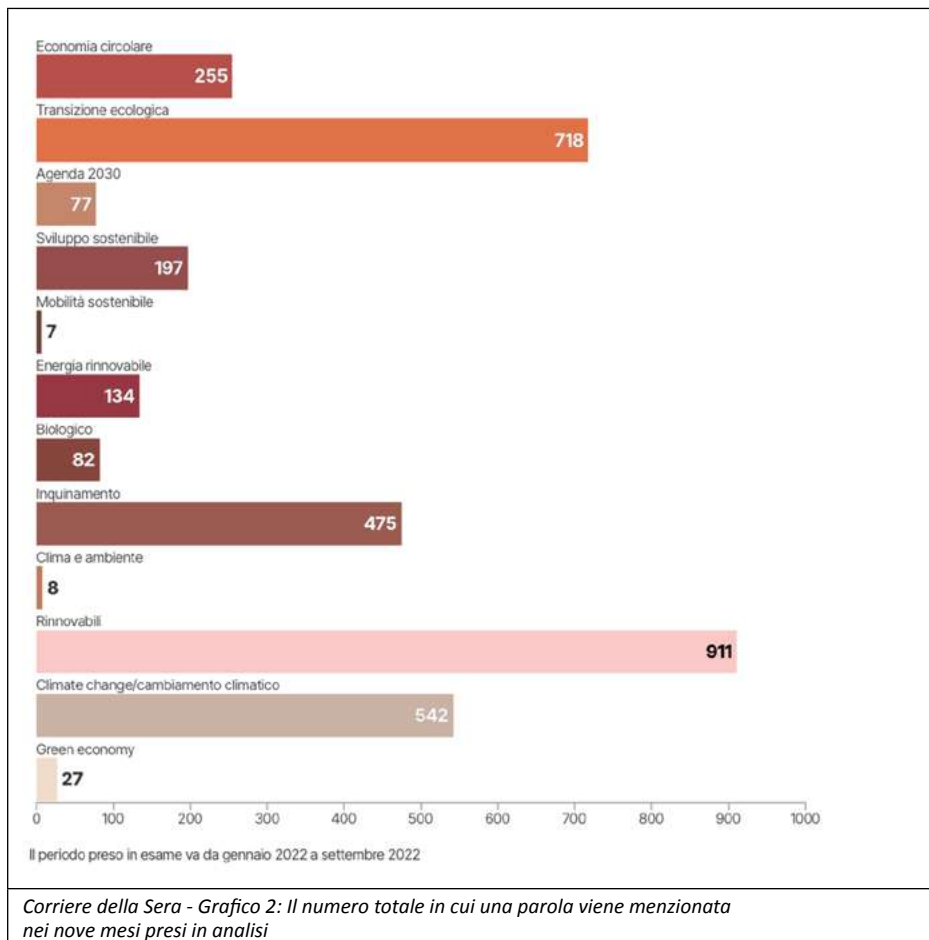




ILCORRIEREDELLASERA.IT

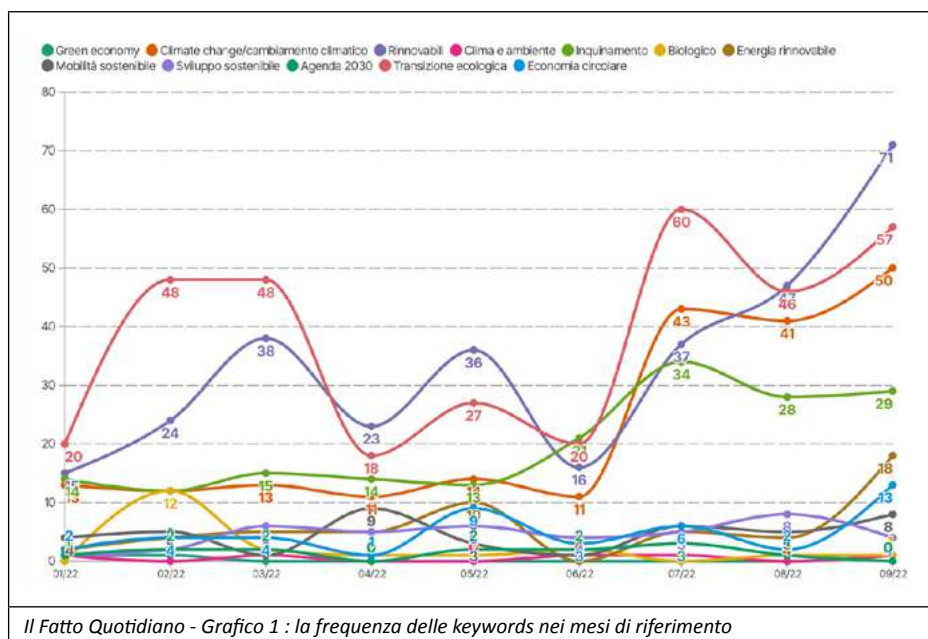
Quotidiano pubblicato da Rcs MediaGroup, il Corriere della Sera in fatto di numeri ha una pubblicazione molto simile all'altro grande giornale nazionale, La Repubblica. I giorni in cui sono comparsi articoli che contenevano le keywords prese in analisi sono simili, così come le parole più utilizzate. Molto spesso, come nel caso della concorrenza, la pubblicazione segue i grandi eventi: la guerra in Ucraina, i disastri naturali (lo scioglimento del ghiacciaio della Marmolada, l'alluvione nelle Marche) o la politica interna (la campagna elettorale italiana). Altre volte gli anniversari, come la Giornata mondiale della Terra il 22 aprile. La parola più menzionata è *rinnovabili*; seguono *transizione ecologica* e *climate change* o *cambiamento climatico*. In quest'ultimo caso, il picco si raggiunge a luglio (84 volte) dopo lo scioglimento del ghiacciaio della Marmolada, sulle Dolomiti, che ha provocato undici vittime. Tra le keywords meno menzionate, oltre a *green economy* e *clima e ambiente* c'è anche *mobilità sostenibile*.

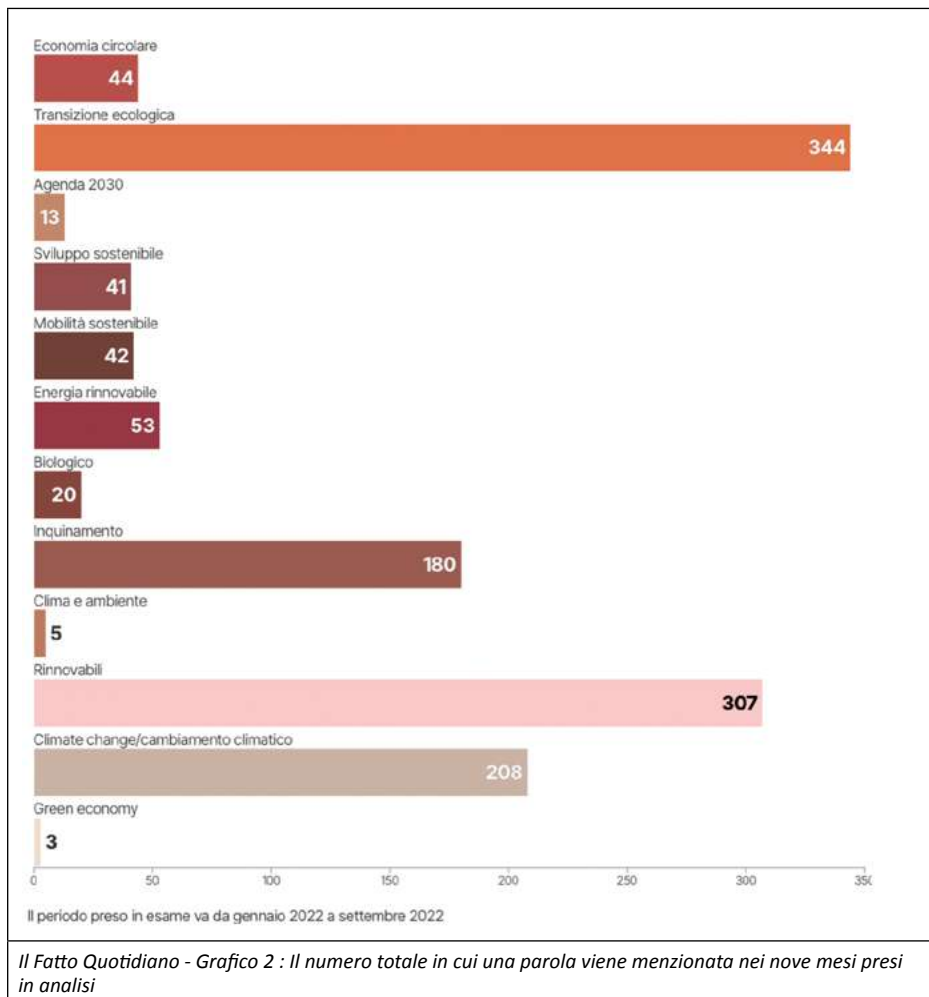




IL FATTOQUOTIDIANO.IT

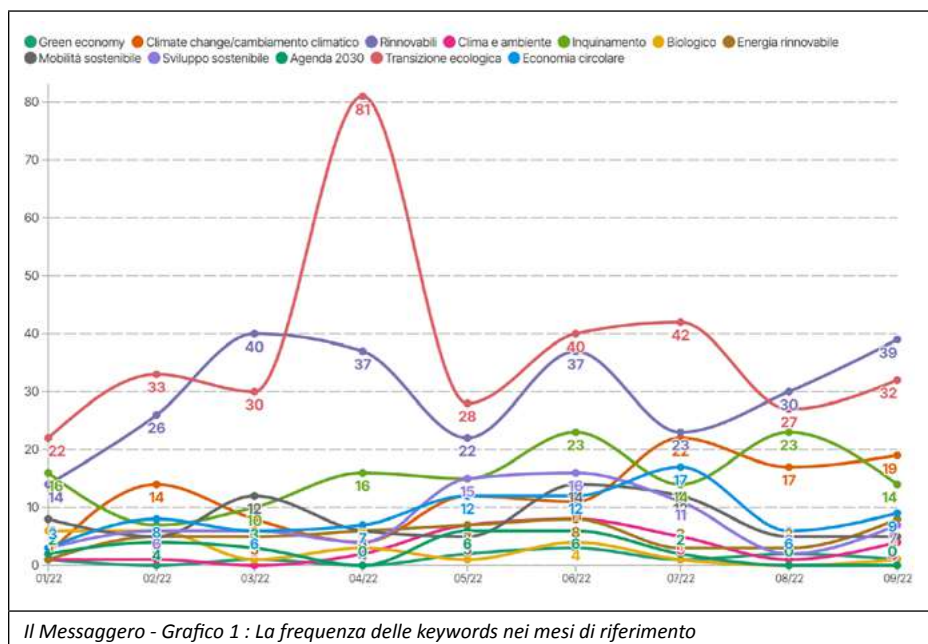
Testata web fondata il 23 settembre 2009. Così come il quotidiano cartaceo, anche il sito ha una vocazione politica. Andando ad analizzare le notizie pubblicate, a differenza dei due quotidiani precedenti, la keyword con il maggior numero di menzioni negli articoli del sito non è *rinnovabili* bensì *transizione ecologica* (344 volte). *Rinnovabili*, comunque, si attesta al secondo posto (307 volte) mentre *climate change* o *cambiamento climatico* al terzo (208 volte). Un'analogia con i quotidiani precedenti, in questo ultimo caso, si ritrova nel picco che si raggiunge a settembre, a seguito dell'alluvione nelle Marche. *Green economy*, *clima e ambiente* e *agenda 2030* anche questa volta sono le parole meno citate.

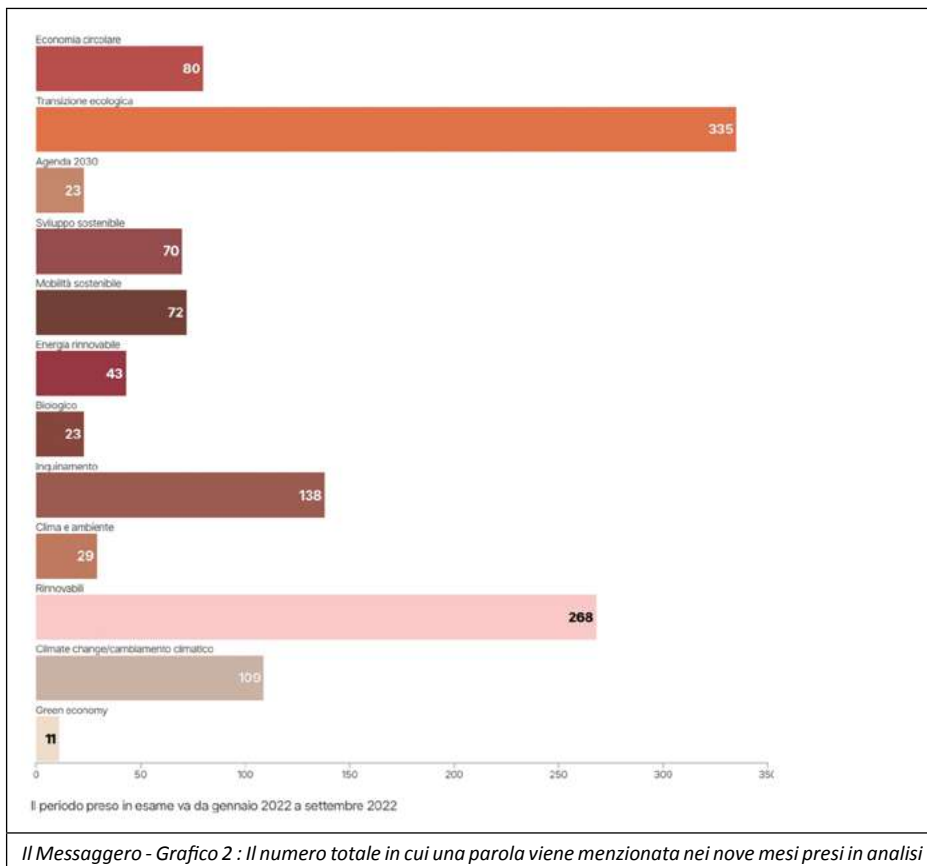




ILMESSAGGERO.IT

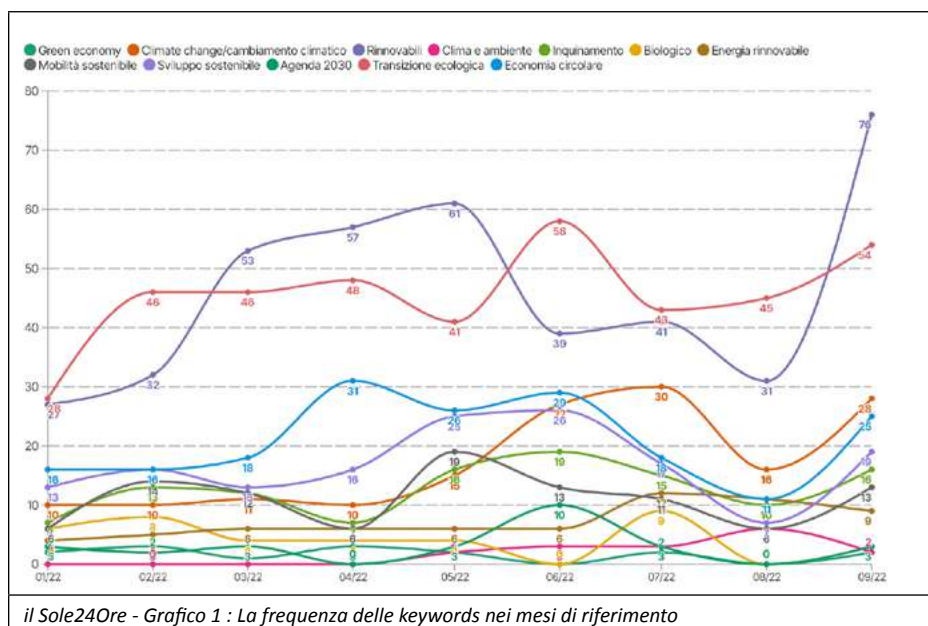
Attraverso l'analisi di questo report, è emerso che quello dell'ambiente è un tema ampiamente affrontato dal quotidiano web. Come per Il Fatto Quotidiano, anche in questo caso la parola più menzionata è *transizione ecologica* ma il picco, a differenza di tutti gli altri, è molto più evidente. Se a marzo 2022 la parola veniva citata 30 volte, a aprile raggiunge le 80 menzioni per poi tornare a 28 nel mese successivo. Al secondo posto segue la keyword *rinnovabili* (268 volte) e al terzo *inquinamento* (138 volte). Tutte le altre parole prese in esame, invece, seguono un andamento costante da gennaio a settembre senza grandi numeri o picchi evidenti.

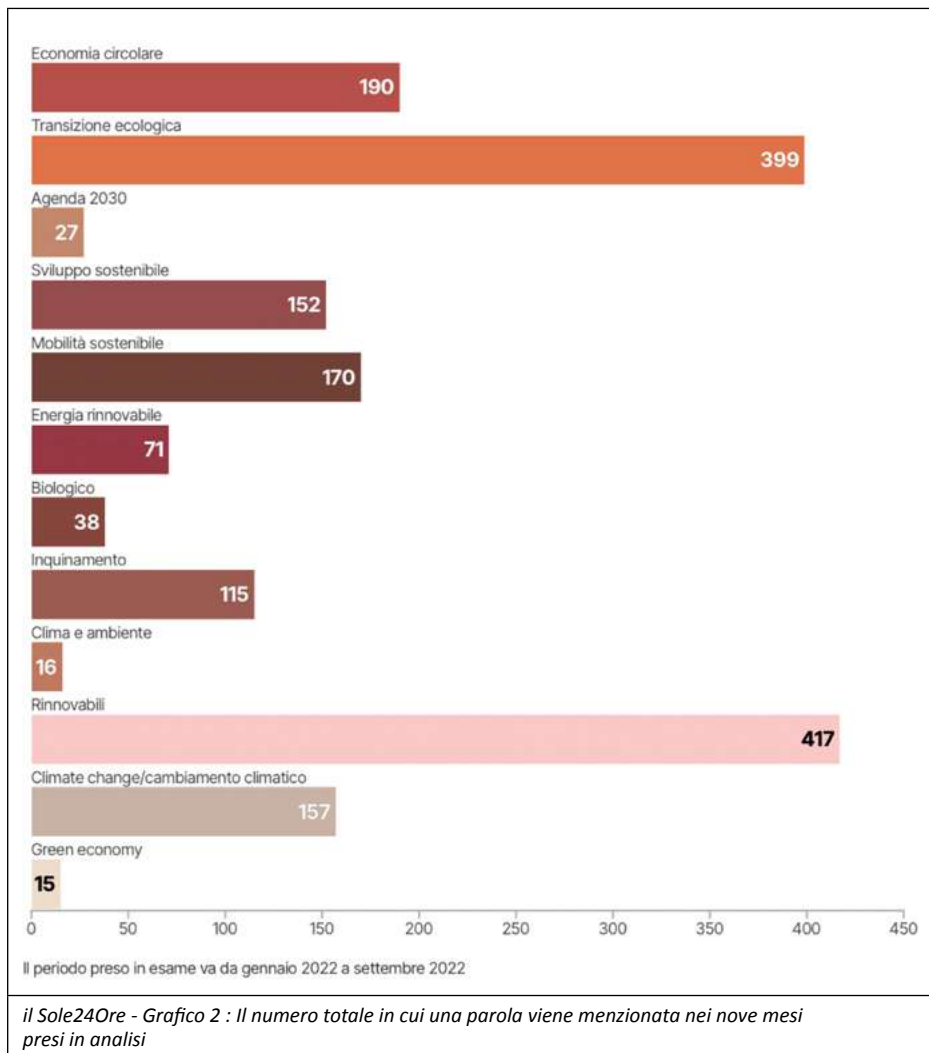




ILSOLE24ORE.IT

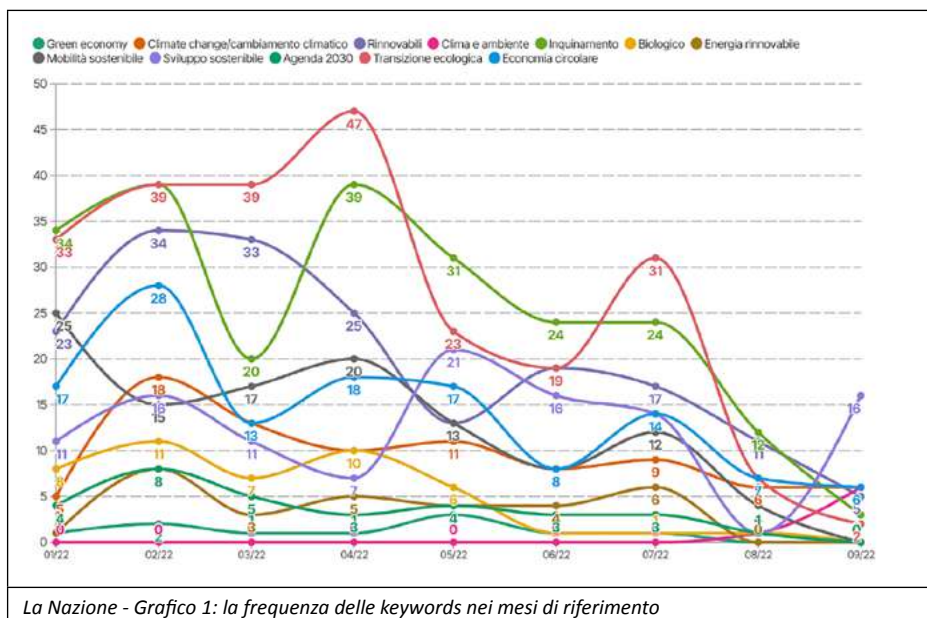
Nonostante il taglio notoriamente economico, anche il tema dell'ambiente è spesso protagonista degli articoli della testata web. Nell'analisi, emerge un trend riscontrato già con il Corriere della Sera e Repubblica: la keyword più menzionata è *rinnovabili*, con 417 occorrenze e un picco nel mese di settembre. Al secondo posto troviamo *transizione ecologica* con 399 occorrenze. Sono queste le due parole che, come è evidente dal grafico n°9, raggiungono numeri molto più alti rispetto alle altre che superano solo in un caso le 30 occorrenze. Anche per il Sole24Ore.it, le parole meno utilizzate sono *green economy*, *clima* e *ambiente* e *agenda 2030*.

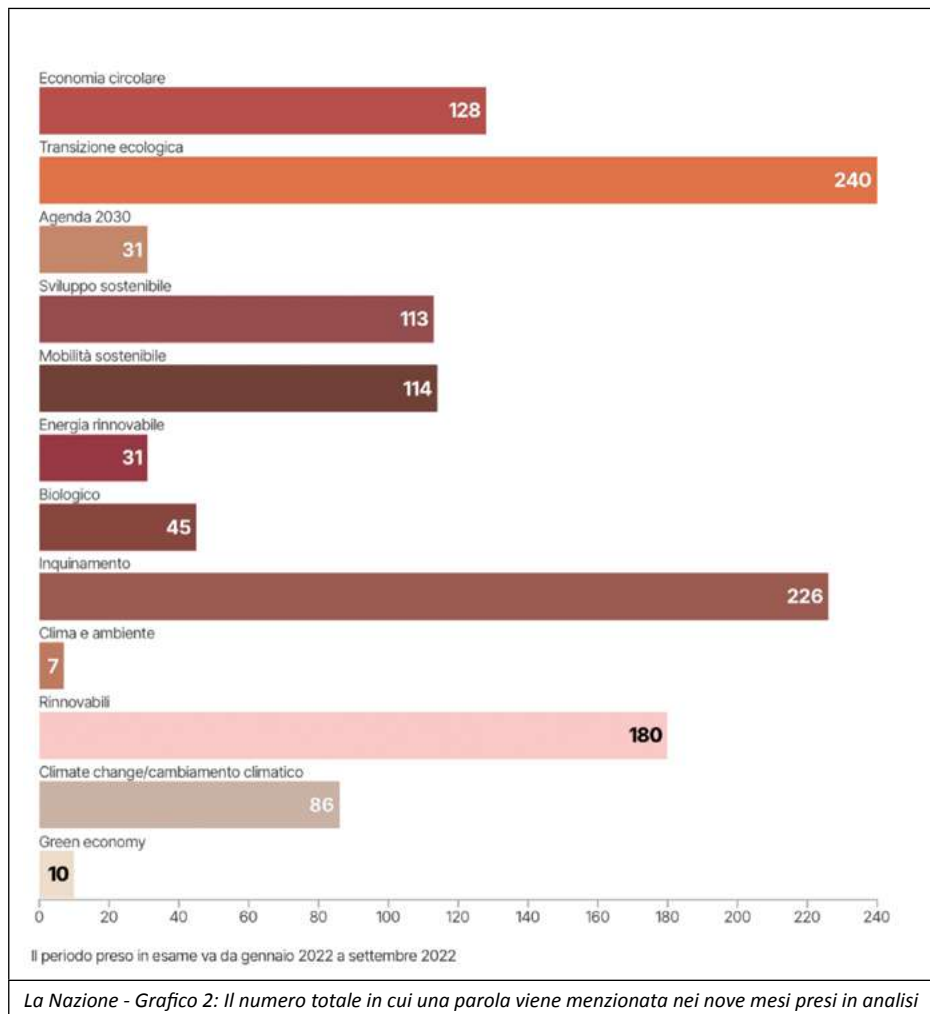




LANAZIONE.IT

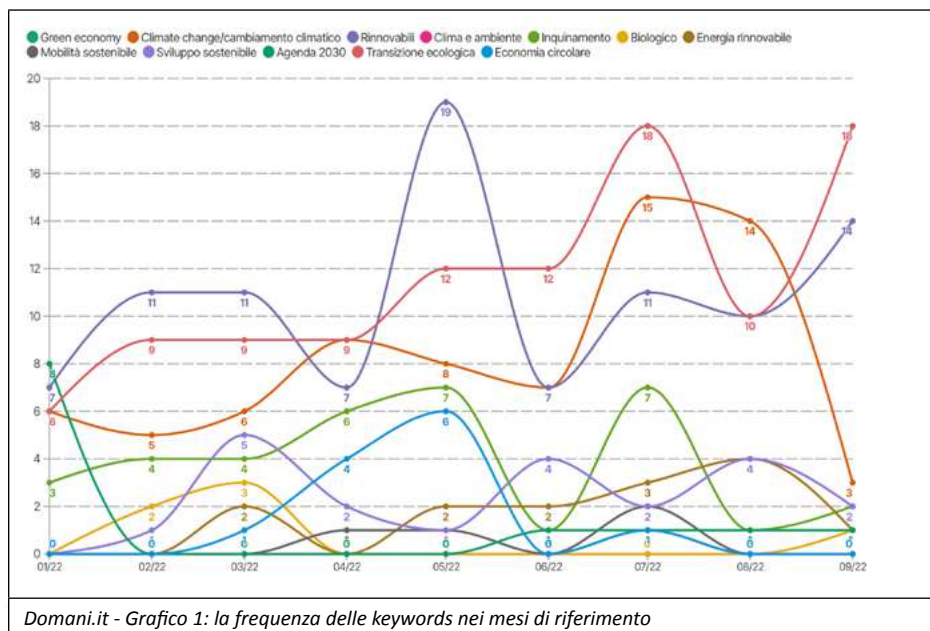
Nonostante la frequenza nell'uso sia minore rispetto al Messaggero - 240 occorrenze contro le 335 del giornale romano - rivela comunque un'attenzione alta. La novità rispetto ai quotidiani web fin qui analizzati è che al secondo posto non c'è *rinnovabili* bensì *inquinamento* (226 volte). A seguire le parole *rinnovabili* e *economia circolare*. Come per gli altri, anche in questo caso ci sono parole molto meno utilizzate: *green economy*, *clima e ambiente*.

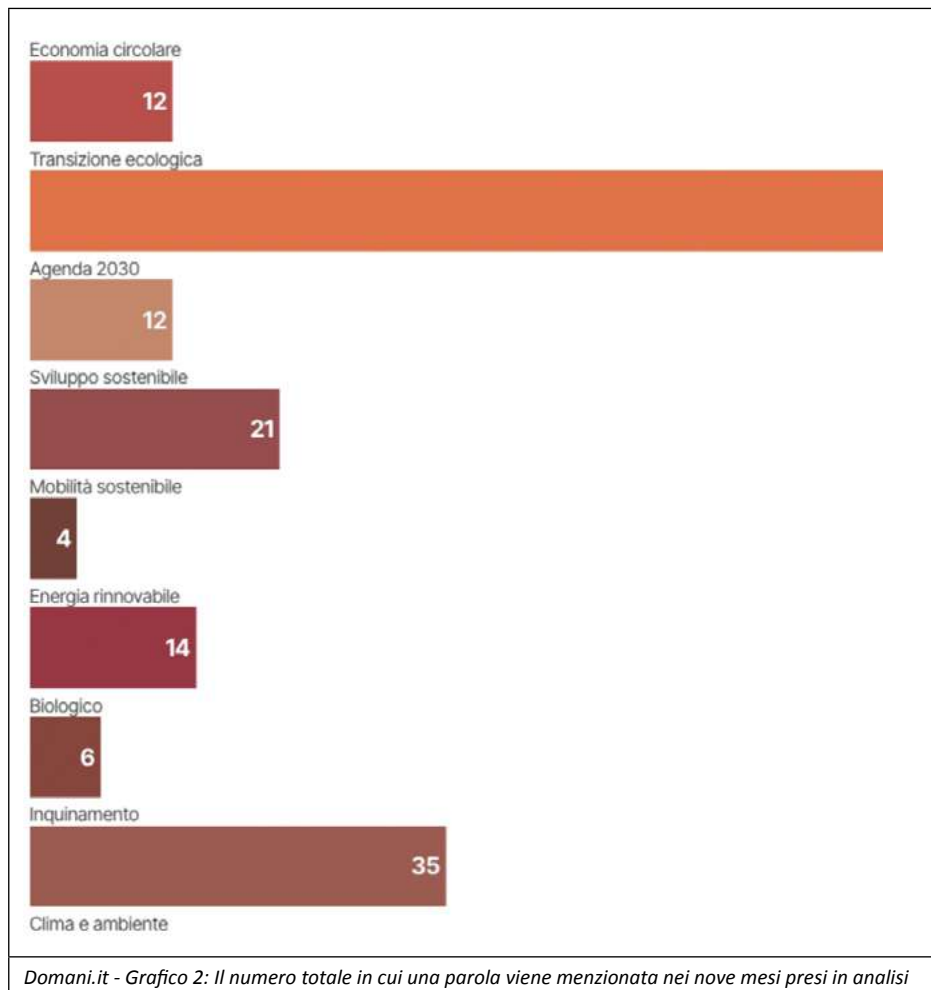


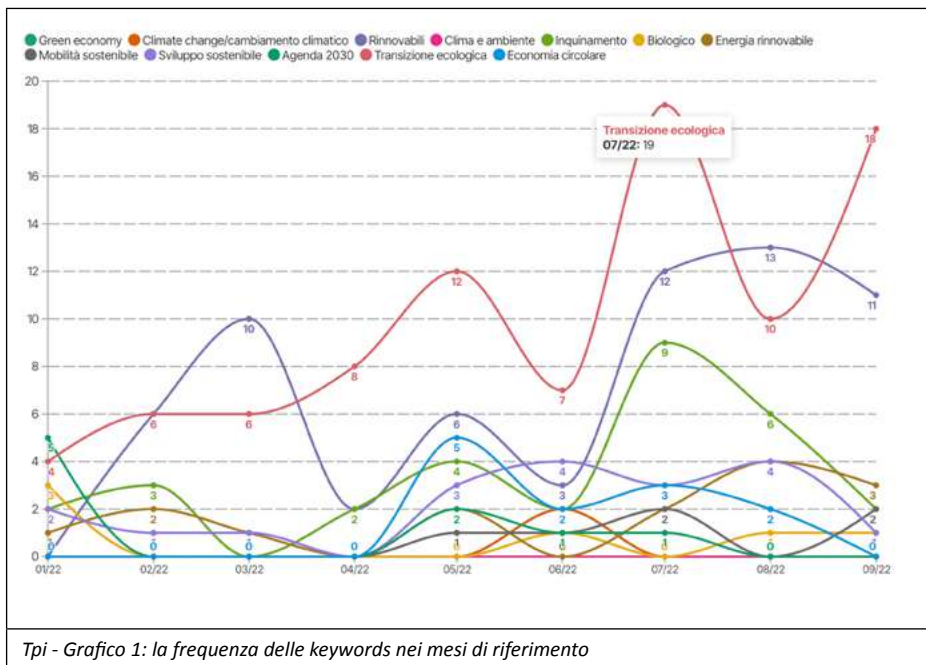


TPI.IT E DOMANI.IT

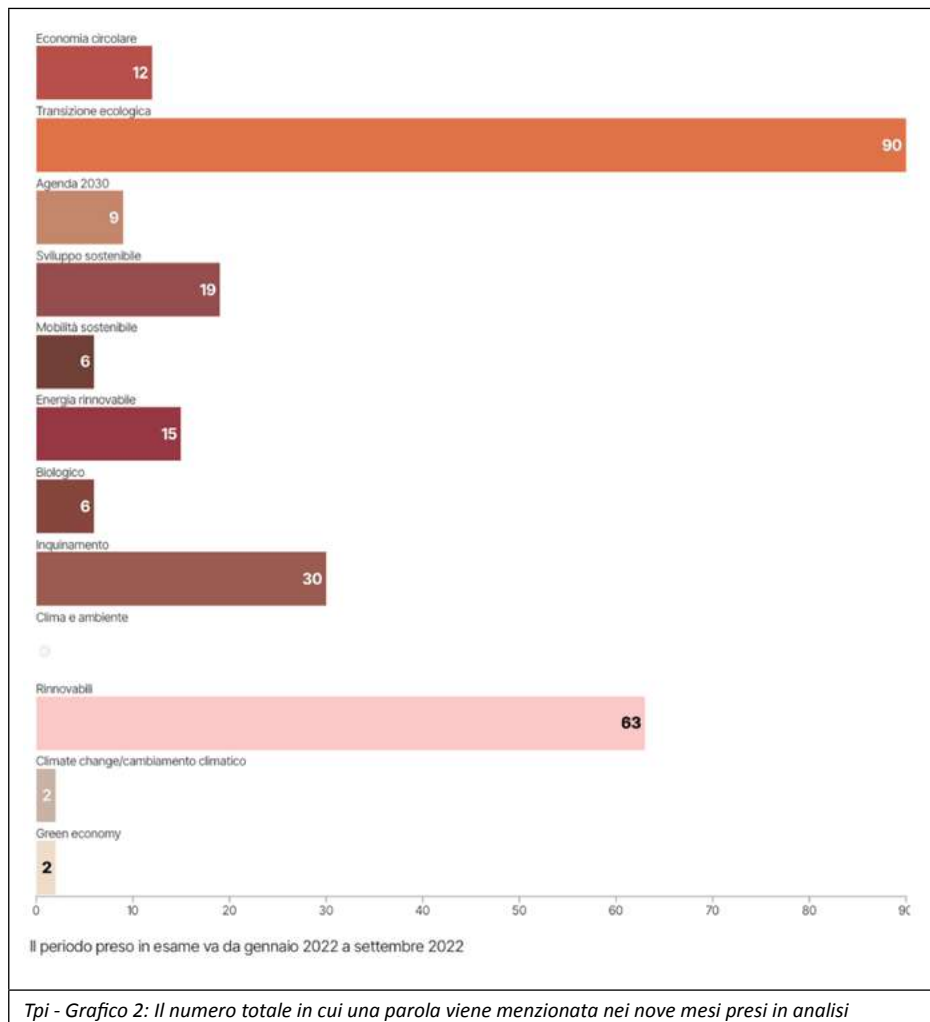
La decisione di analizzare insieme Tpi e Domani è data dal fatto che entrambi hanno rivelato una scarsa attenzione sul web ai temi ambientali. Ci sono parole come *clima e ambiente* che non vengono mai menzionate da entrambi i giornali web nel periodo preso in analisi. La keyword con il numero più alto di occorrenze è *transizione ecologica*. Se guardiamo ai numeri, però, la presenza risulta comunque nettamente inferiore rispetto ai quotidiani web fin qui analizzati: se per La Nazione, ad esempio, *transizione ecologica* compare 240 volte, per Tpi 90 e per Domani 103. *Rinnovabili* è la seconda parola più menzionata per entrambi. Una forte differenza si riscontra nel caso di *climate change o cambiamento climatico*: se Domani la menziona 73 volte, Tpi invece la menziona solamente due volte. In entrambi i casi, comunque, il numero di menzioni di tutte le keywords prese in analisi rimane basso.





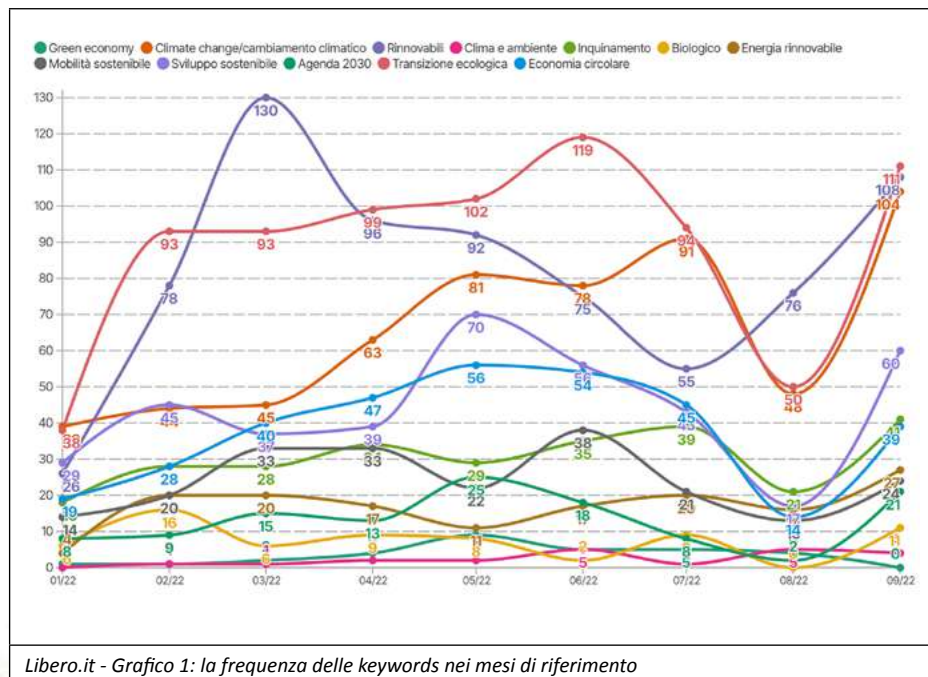


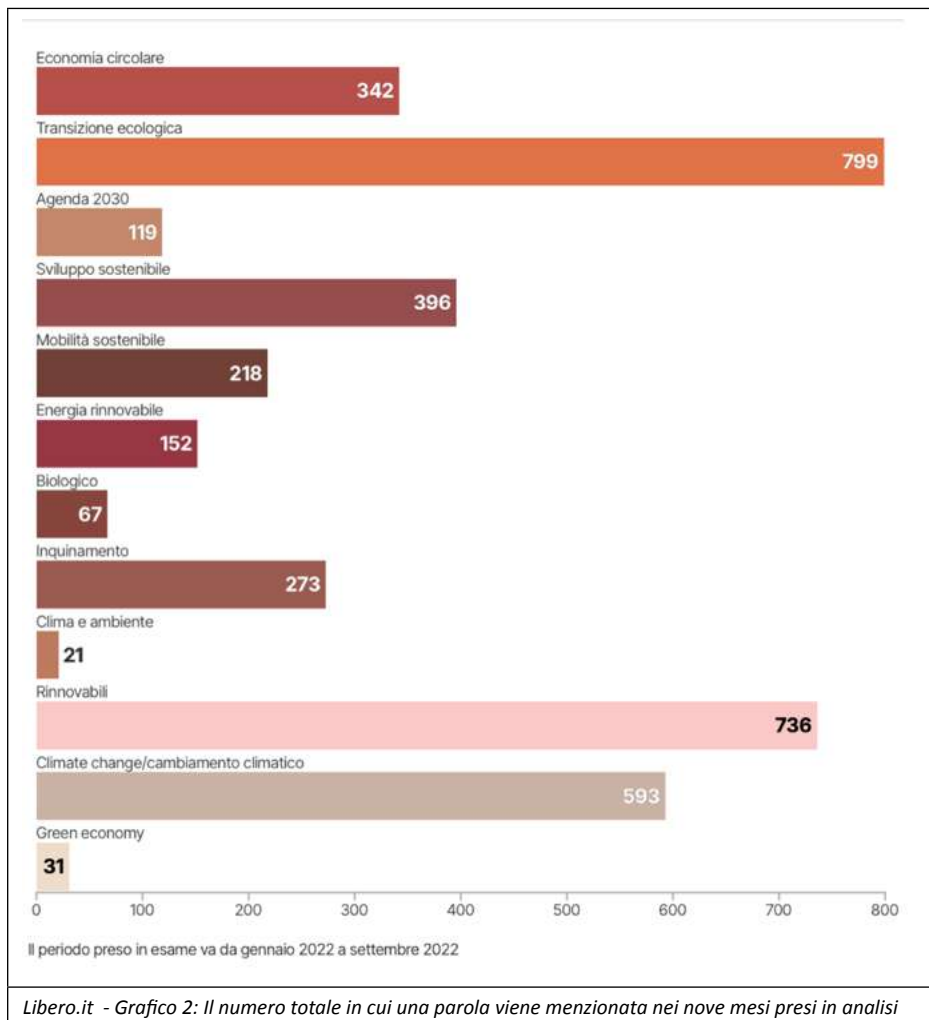
Tpi - Grafico 1: la frequenza delle keywords nei mesi di riferimento

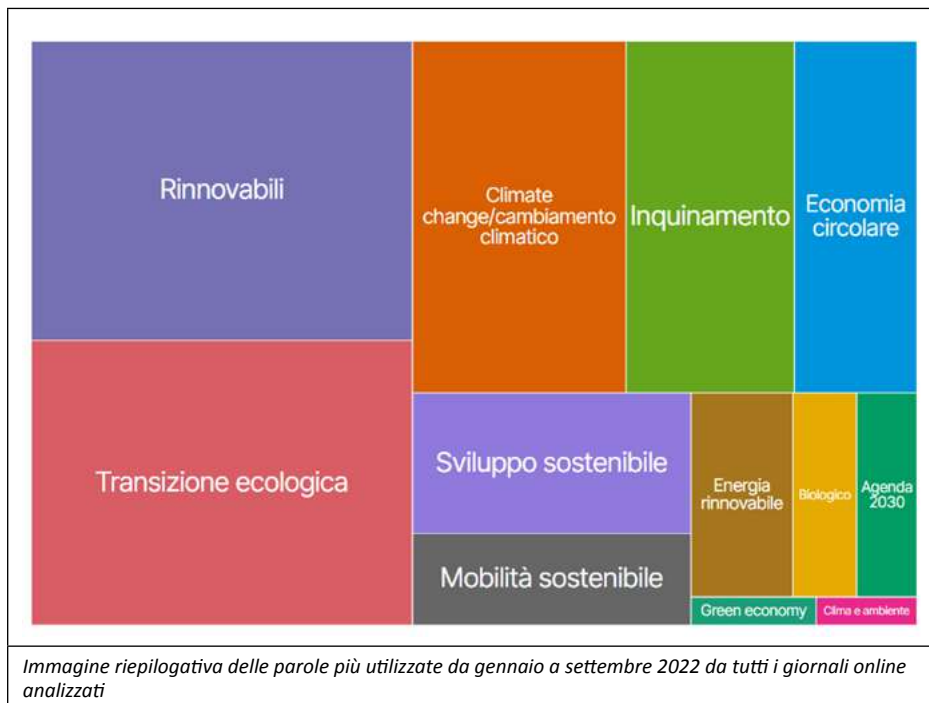


LIBERO.IT

Dall'analisi di questo report risulta il giornale web con i numeri di menzione più alti. Se *transizione ecologica* compare 718 volte sugli articoli del Corriere della Sera, Libero la menziona ben 799 volte. Per non parlare poi della keyword *rinnovabili*: 736 occorrenze, un numero alto che rimane comunque inferiore alle 911 volte del Corriere della Sera. La terza parola più citata è *climate change* o *cambiamento climatico* con due picchi evidenti: il primo a luglio 2022, in seguito alla strage causata dallo scioglimento del ghiacciaio della Marmolada, il secondo a settembre nel pieno della campagna elettorale. Ci sono altre parole, comunque, che per la prima volta rispetto agli altri quotidiani presentano numeri alti: *sviluppo sostenibile*, ad esempio, con 396 menzioni contro le 197 del Corriere della Sera, *clima e ambiente* (21), *green economy* (31), *agenda 2030* (119) o *mobilità sostenibile* (218).







SEZIONE RADIO

Lo scenario

La radio: qualche botta ma resiste

Rilevare la frequenza delle tematiche ambientali nei programmi radio è un modo per comprendere “lo stato dell’arte” nella fascia di età 50-64+, secondo i forniti dall’associazione *Tavolo Editori Radio* (Ter). I numeri ci dicono che i giovanissimi abbandonano la radio, come i giovani adulti, ma gli adulti invece non solo la ascoltano ma hanno incrementato il tempo di sintonizzazione. Risulta quindi una ricerca in cui si sonda la permeabilità di un medium come la radio a temi come l’ambiente e non il contrario.

Invece un altro mezzo, il podcast, sta facendo rivivere la radio, un medium che si era pensato sorpassato. I dati Ter infatti registrano una relativa incertezza rispetto al 2021, anno ancora parzialmente interessato dall’emergenza Covid-19, non riuscendo a recuperare i valori pre-pandemici (2019) come riporta la relazione di Confindustria radio televisioni. Il 2021 era stato un anno di ripresa, proprio perché veniva dallo stop imposto dalla pandemia di Covid 19.

Nel caso dei podcast, del mezzo di informazione originario è rimasta soltanto la voce, perché il supporto non è l’autoradio o la radio da casa, ma lo smartphone, il tablet o il computer. I dati per le radio, che nel report 2022 hanno incluso l’intera programmazione di Rai Radio 1 e di Rtl, non solo dei Gr, ha ampliato il ventaglio di proposte per l’ascoltatore.

Bisogna comunque segnalare che la variazione metodologica non ha portato a una differenza della rilevazione rispetto al report 2021, perché le keyword sono sempre state citate nel corso dei quattro Gr giornalieri di Rtl e nei più di dieci della Rai.

Un’offerta che comunque non regge il paragone con quella dei podcast a tema ambientale, come Il giusto clima, che tra l’altro va in onda su Radio Popolare. A dimostrare che anche la radio può trovare nuovi modi di sperimentare il suo stesso medium piuttosto che ricorrere a ibridi vari come spesso accade. Ciò è supportato dai numeri di Confindustria, che riporta come nel primo semestre 2022, il totale degli ascoltatori radio nel giorno medio è pari a 33,6 milioni, in calo del 2,4% rispetto a quello del 2021 di 34,5 milioni.

Secondo i dati Ter relativi al primo trimestre 2022, che la radio è cresciuta negli ascolti sia nel giorno medio sia nel tempo di ascolto. Il ritorno alla normalità, degli orari di ufficio e delle scuole, e le auto di nuovo nelle strade, hanno fatto riprendere fiato e forza al mezzo radio, che si conferma una certezza nel panorama dei media. Il pubblico giornaliero è aumentato del 2% dai dati Ter 2020 ed è in crescita costante, mentre

gli ascolti su un campione-tipo di un quarto d'ora, hanno rilevato una crescita del 6% rispetto allo scorso trimestre.

Frequenza delle parole chiave

Per la rilevazione del Rapporto Eco-Media 2022 si è scelto di aggiungere al campione che comprendeva il Giornale radio (Gr) della radio più seguita, Rtl, e il Gr più famoso, quello di Rai Radio 1, anche la programmazione della seconda radio d'Italia, RDS, e di Radio Capital, che ha recentemente cambiato natura e palinsesti con l'arrivo di Linus, e radio 24, la grande radio dell'informazione italiana.

Infatti è Radio 24 a raggiungere i picchi di frequenza più alti, con *transizione ecologica* (190 a settembre) e *green economy* (180 a marzo) con cui le altre radio non possono competere. La frequenza più alta dopo questa è di 99 volte per la Rai.

Rds e Radio Capital spesso lasciano le caselle vuote, non nominando per mesi interi parole come *inquinamento*, *mobilità e sviluppo sostenibili*, e trovando i picchi in *cambiamento climatico* e *transizione ecologica*. Ma, se per Radio Capital comunque la frequenza più alta è 40 menzioni in un mese, RDS si ferma a nove.

Tra le radio comprese nello scorso report, la parola più frequente è *cambiamento climatico* (99 volte nel mese di luglio), seguita da *transizione ecologica* (95 volte a settembre, 83 a luglio) ed *ecologia* (79 volte ad aprile). Si segnala il picco di 53 volte a gennaio di *economia circolare*, tra le keywords certamente una delle meno frequenti nel dibattito pubblico. Sia per durata dei programmi che per spazio riservato all'informazione, la Rai risulta essere sempre quella con parole menzionate più volte, eccetto che per *energia rinnovabile*, che nel mese di settembre viene citata 38 volte nei programmi Rtl e solo 7 in quelli Rai.

Poche sono le parole che superano le 7 menzioni giornaliere, che infatti ricorrono sempre nel Gr1 e mai in quello di Rtl. Il primo infatti va in onda anche 14 volte in un giorno, con edizioni di diversa lunghezza, il secondo quattro.

Transizione ecologica detiene il record con 13 menzioni il 9 giugno, 11 volte il 20 febbraio e 10 il 12 marzo. Segue *ecologia* con 9 menzioni il 22 settembre e *inquinamento* che il 10 aprile viene nominato 8 volte.

La radio, uno studio di metodo

Come per lo scorso report, questo non si presenta metodologicamente come un metodo di studio ma, provocatoriamente, è uno studio di metodo. Non è certo sul piano scientifico paragonare un giornale radio di ventitré minuti con uno di quattro o cinque. Il GR1 resta un punto di riferimento impresso anche nell'immaginario culturale di una popolazione che richiede e ha bisogno di una grande quantità di informazioni con Rtl, un format indirizzato a fasce di età giovanile, improntato alla sperimentazione (sono stati i primi a realizzare la Radiotelevisione) e al passaggio di musica.

Radio24 si conferma la radio dell'informazione italiana, con picchi altissimi di menzioni (anche quasi 200) e una media attestata sulle 50 menzioni, un dato alto per le altre emittenti. Lo slogan di RDS "100% grandi successi" rispecchia la natura dell'emittente e, purtroppo, anche lo spazio dato ad argomenti ambientali, anche se è l'unica radio in Italia tra quelle analizzate ad avere uno spazio a cadenza giornaliera sulle news ambientali, Rds Green, in onda alle 14.57 tutti i giorni.

È, appunto, uno studio di un metodo, perché quella radio commerciale è la più ascoltata dagli italiani, e la varietà dei prodotti radio, proposti dalle stesse emittenti e ricordati nelle pagine successive dai dirigenti delle radio coinvolte nella ricerca, apre un ventaglio di programmi pienamente o parzialmente radiofonici (sicuramente vocali) che andrebbero inseriti nelle prossime analisi. La crisi pandemica, come altre in passato, ha accelerato processi in corso, bisogna quindi monitorare i numeri che impongono un nuovo approccio di studio al programma radio e che sono supportati dai dati che fornisce Confindustria Radio.

In termini di classi di età, nel semestre analizzato, si evidenzia una contrazione degli ascoltatori tra le fasce dei giovani adulti (principalmente 25-34enni e 34-44enni) che non viene compensata dall'aumento delle fasce più adulte (55-64enni e 64+).

I 45-54enni si confermano la classe più ampia con una quota superiore al 20% del totale ascolto radiofonico. Per effetto di quanto descritto, le due fasce di età più adulte (55-64enni e 64+) passano complessivamente da una quota del 32% nel Q1-2019 al 36% dell'omologo semestre 2022 mentre quella dei giovani adulti (25-34enni e 34-44enni) scende dal 33% al 30%. La durata di ascolto cala nelle fasce più giovanili (18-24) mentre aumenta in quelle più adulte.

L'analisi emittente per emittente

RTL

RTL è la radio più ascoltata in Italia, che nel 2022 grazie a una grande e nuova campagna pubblicitaria è riuscita a risollevarne il trend dello share medio 2021 di 6.396.000 spettatori al giorno - in calo rispetto ai 7.306.000 del 2020 - e portarlo sopra gli 8 milioni di spettatori. Non solo per la pubblicità, però, anche grazie all'apertura a nuovi format come il "Radio Play", che hanno reso una radio hit (ossia un'emittente prevalentemente musicale) una radio con un palinsesto vario.

In questo, l'ambiente trova un suo momento in programmi come Costituzionalismo ambientale o Paesaggio civile. *"L'accesso e la fruizione dei contenuti dell'offerta del gruppo RTL 102.5 in analogico-digitale hanno infranto i confini dell'ascolto tradizionale"*, dichiara Lorenzo Suraci, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo RTL 102.5.

“Le nostre nove radiovisioni sono fruibili ovunque e la nostra audience accede ai contenuti da una molteplicità di dispositivi, sempre più smart ed integrati. Audio, video, news, podcast e social vengono consumati più volte e da dispositivi diversi durante il giorno e la notte, garantendo un ingaggio continuo con il nostro pubblico”.

RAI RADIO 1

I dati Ter del primo semestre 2022 non sono molto positivi per le emittenti delle radio Rai. Male la prima rete radio della Rai, che scende da 3 milioni 682 mila spettatori a 3 milioni 422 mila (un calo di 260 mila utenti) Come per Rtl, il 2022 si rivela un anno calante rispetto al boom del 2021, segnato dal “ritorno alla normalità” che aveva fatto segnare una crescita dello share del 12,7 per cento rispetto al pari periodo del 2019 (il dato del primo semestre 2020 non è stato prodotto causa Covid).

La Rai ha avviato da tempo una ricerca riservata degli ascolti basata sul materiale come quello fornito da Tavolo editori radio. Roberto Sergio, direttore di Rai Radio, infatti, a luglio 2022 in un’intervista su *Prima Online* si è espresso contro la rilevazione di dati *“che non misurano la radio in tutte le sue sfaccettature, come meriterebbe. Aspetteremo il maturare della sensibilità degli editori”*. Bisogna infatti tenere presente che oltre ai contenuti prettamente radiofonici, vanno considerati quelli “podcast” o i parlati che vengono condivisi su altri media come social e tutte le altre piattaforme digitali da parte di Rai Radio.

“Quello che chiediamo ormai da anni – prosegue Sergio - è la misurazione passiva. Il meter registra cosa realmente viene ascoltato dalle persone, anche in modo non volontario, come ad esempio quando si entra su un taxi o in un negozio. Essendo una rilevazione passiva, basata su uno strumento connesso, il dato sarebbe subito disponibile. Nulla da inventare, sono metodologie e strumenti che esistono e vengono utilizzati all'estero”.

RADIO CAPITAL

Radio Capital registra 1.369.000 ascoltatori nel Giorno Medio (+1,1%) e 127 mila nell'AQH (+5%): un andamento in linea con quello del totale Radio. Linus, Direttore Editoriale Radio GEDI e Direttore Artistico di Radio DeeJay e Radio Capital, commenta: *«È un momento fantastico, gli ascolti sono ottimi, gli eventi che organizziamo vanno ogni volta oltre ogni aspettativa, i fatturati continuano a crescere. È bello quando esiste una corrispondenza tra impegno, qualità e risultati».*

Con eventi in palinsesto legati al mondo dell’Hi-Tech e ambiente, come Luna all’una, Capital ospita anche le voci dell’ambientalismo in programmi o podcast. Si segnalano Green Dream, insieme Utilitalia, e Dire fare Sostenibile Dire Fare Sostenibile, l’evento di Fridays For Future Italia promosso e organizzato da Unisona Live per sensibilizzare le nuove generazioni sull’importanza degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

RADIO 24

Ottimo risultato per Radio 24 nel primo semestre 2022 che sale a 2.294.000 ascoltatori medi al giorno. La rilevazione degli ascolti conferma il trend positivo dell'emittente del Gruppo 24 Ore con una crescita sia nei confronti del primo semestre 2021 (+1,2%) sia sull'intero anno (+2,4) dove il mezzo radiofonico in generale rileva invece un lieve segno meno. Un dato confermato anche dalla share di Radio 24 che, stabile al 6,8% nel 1° semestre, cresce di ben 3 punti percentuali nel confronto con l'anno 2021.

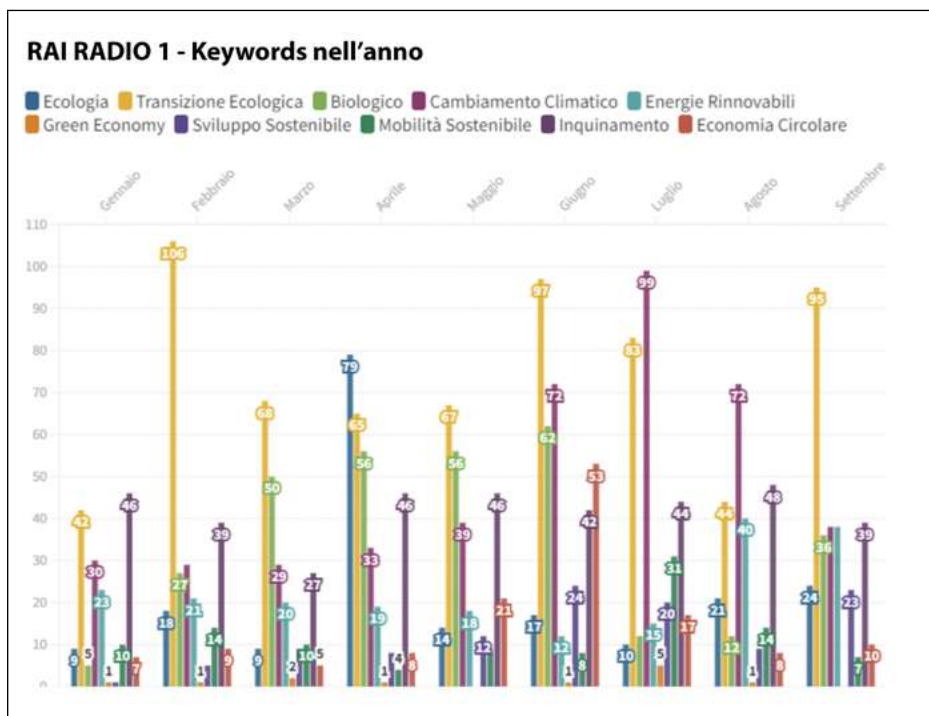
Il primo semestre 2022 registra anche il successo delle iniziative speciali di Radio 24, dalle digital round table al ritorno alle dirette in esterna da maggio, con una presenza capillare su tutto il territorio nazionale grazie al presidio in 5 grandi eventi e manifestazioni in diverse città e culminata con la quattro giorni al Festival dell'Economia di Trento, organizzato questo anno per la prima volta dal Gruppo 24 Ore, dove è stata protagonista sia con le dirette in piazza dalle 6 alle 21 sia con sei spettacoli live tutti esauriti. Anche sul lato ambientale ed ecologico, Radio 24 si presenta come una delle più attente a inserire programmi e finestre nel palinsesto, con *L'Alfabeto della sostenibilità*, *"A" come ambiente*, *L'anno dell'ambiente*, *Occhi e ambiente*, *Darwin*, *l'evoluzione della scienza* e lo speciale *"Economia circolare"*.

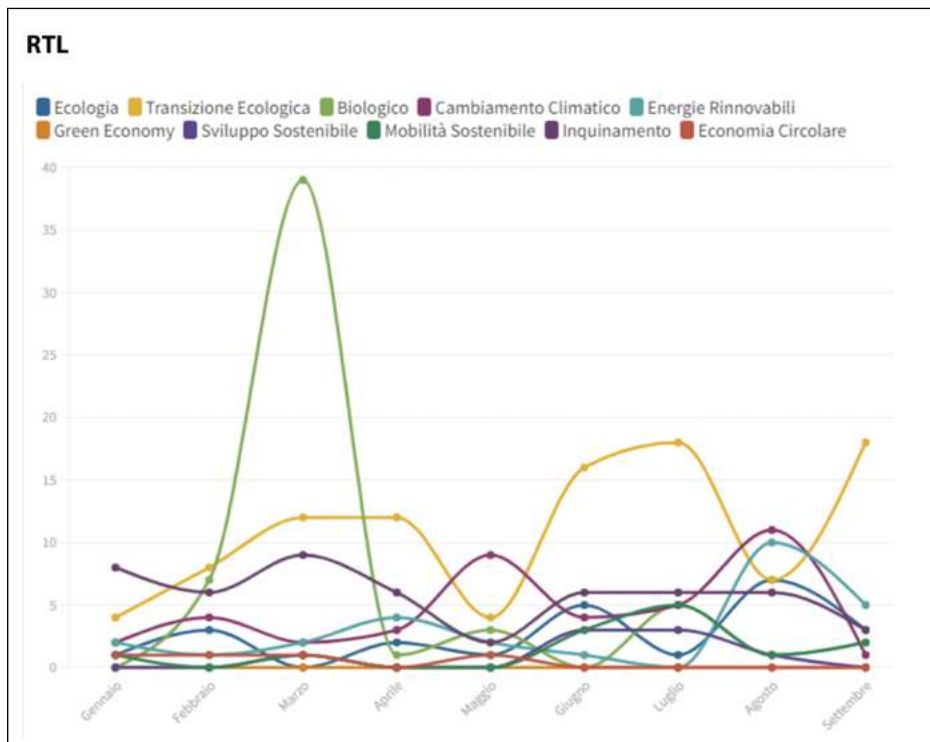
Il direttore responsabile di Radio 24 e del Gruppo 24 Ore Fabio Tamburini ha dichiarato: *"La nostra radio si conferma punto di riferimento per il pubblico che cerca una bussola per comprendere il mondo complesso in cui stiamo vivendo, un'esigenza che soddisfiamo grazie alla grande capacità di copertura di tutti i principali fatti di cronaca e di approfondimento dei temi di attualità attraverso la professionalità dei giornalisti di Radio 24 e alla collaborazione di tutti i giornalisti e inviati del Gruppo"*.

RDS

Con 5.701.000 ascoltatori RDS è la seconda radio più seguita in Italia. La ricerca Ter relativa al primo semestre del 2017 certifica l'affermazione di Rds quale Entertainment Company che incontra i gusti sia dei millennials che delle generazioni più adulte", dice Eduardo Montefusco, presidente di Rds, che negli ha lamentato, come la Rai, i rilevamenti Ter, che non tengono conto delle innovazioni ancora non calcolabili in termini di audience, come la nuova Rds Social Tv.

A differenza delle altre emittenti, che o con insert o con programmi appositamente pensati, ritagliano all'ambiente vari momenti nel corso della programmazione giornaliera, Rds ne ha uno, fisso e puntuale. Rds Green va in onda tutti i giorni dalle 14:57 alle 15:00, ma, come si nota dal grafico, ciò non assicura una copertura degli argomenti almeno dalle keywords individuate per questo report. Il picco lo raggiunge *green economy* ad aprile con sole 9 menzioni in un mese.

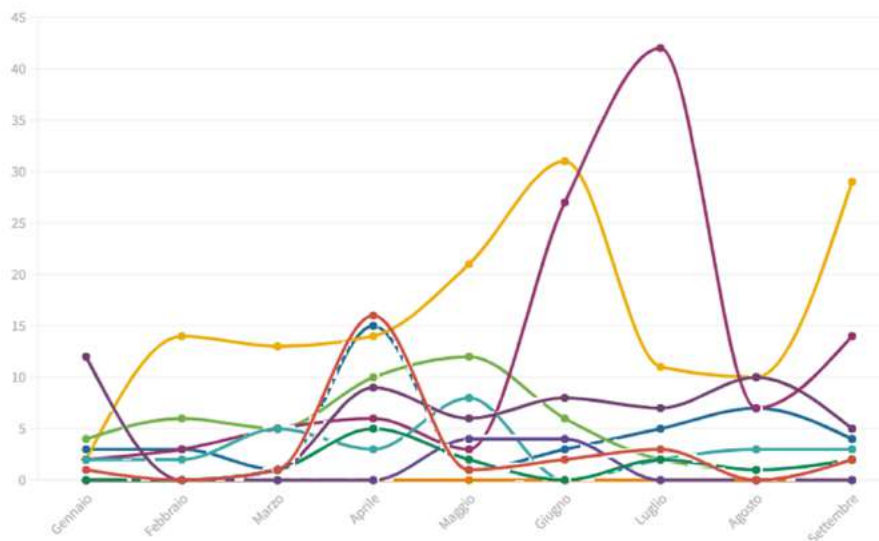


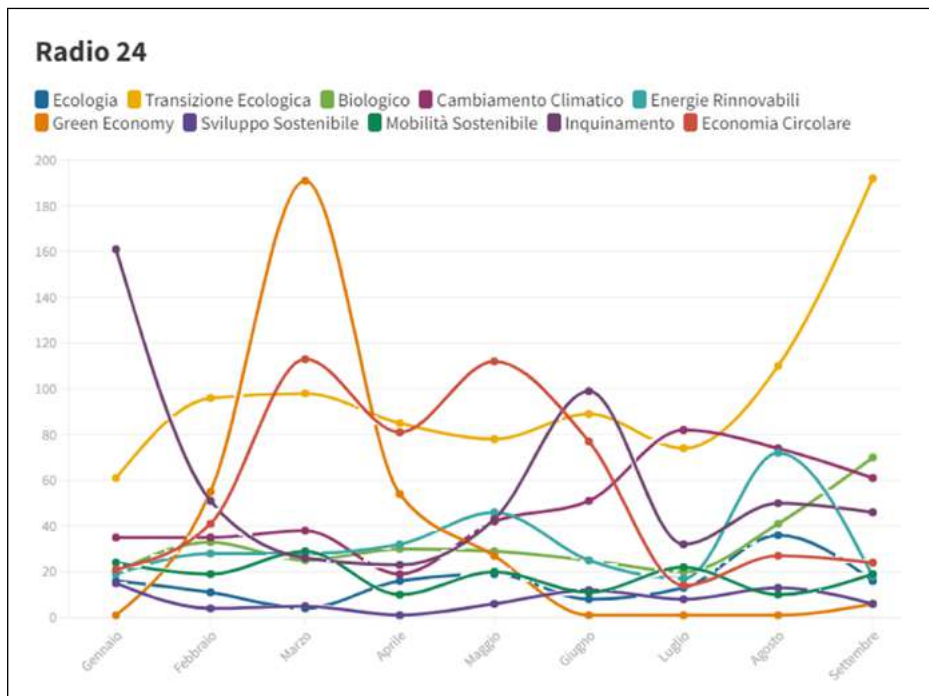


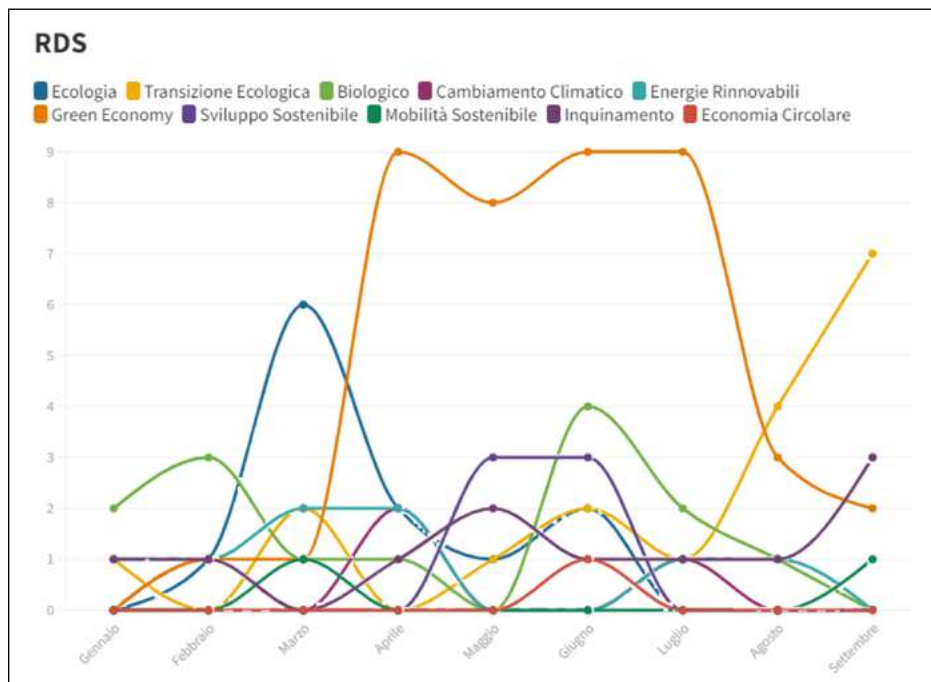


Radio Capital

■ Ecologia ■ Transizione Ecologica ■ Biologico ■ Cambiamento Climatico ■ Energie Rinnovabili
■ Green Economy ■ Sviluppo Sostenibile ■ Mobilità Sostenibile ■ Inquinamento ■ Economia Circolare







SEZIONE SOCIAL NETWORK

La rinascita dell'ambiente dopo il Covid: tra energia e climate change sui quotidiani si torna a parlare di clima

Anche nel Rapporto Eco Media 2022 si è scelto di analizzare i profili social – Instagram, Facebook e Twitter – dei quotidiani oggetto del monitoraggio. Lo scopo è sempre osservare, al netto della produzione di articoli e contenuti dei giornali italiani, su quali di questi articoli i quotidiani scelgano di puntare sulle proprie pagine social, a quali scelgano di dare una maggiore visibilità.

Se nel 2020 e 2021 i social erano monopolizzati da Covid prima, e da Covid e vaccini poi, nel 2022 i quotidiani sono tornati a parlare di clima e ambiente, complici una serie di notizie che hanno riportato in auge i temi del cambiamento climatico e delle fonti energetiche: dalla guerra in Ucraina che ha acceso il dibattito sul gas e sulle rinnovabili, alle temperature da record dell'estate 2022, passando per le polemiche sul Jova Beach Party e per la frana del ghiacciaio della Marmolada.

Il Sole24ore batte gli altri quotidiani sui social

Temi che sono stati trattati in maniera trasversale da (quasi) tutti i quotidiani, pur con le loro specificità. Ma prima di passare ad analizzarle, alcune considerazioni di carattere generale. I profili social del Sole24ore sorpassano di misura quelli delle altre testate. Con 515 occorrenze totali delle parole chiave monitorate, si può quindi dire che il Sole24ore è il quotidiano che parla più di ambiente sui social tra quelli selezionati. Lo segue Green & Blue di Repubblica, una sezione specifica del quotidiano, le cui 486 occorrenze però – pur essendo state analizzate – non sono state conteggiate nel computo finale, perché tra la sezione di Repubblica cronaca e quella di Repubblica ambiente sono molti i post che si ripetono.

In questo modo, quindi, la classifica vede al primo posto il Sole24ore, seguito da Corriere della sera (301 occorrenze del totale delle parole chiave), Repubblica (199), Il Fatto Quotidiano (156), Il Giornale (126), Tpi - The post internazionale (89), Il Messaggero (84), Domani editoriale (67) e La Nazione (41). All'ultimo posto troviamo Libero, che nel periodo monitorato ha fatto registrare una sola occorrenza (della parola chiave *transizione ecologica*) in un post che lamentava i "tagli al riscaldamento" a seguito della crisi dell'energia che sta colpendo l'Italia.

A giugno e settembre si parla più di ambiente

Sul tema si è osservato inoltre che a settembre si parla decisamente meno dell'aumento delle bollette conseguente l'aumento del costo del gas, rispetto a quanto si faceva in primavera, subito dopo l'invasione russa dell'Ucraina. In generale sui quotidiani monitorati si parla più dei temi ambientali a settembre (295 occorrenze del totale delle

parole chiave selezionate) e a giugno (292 occorrenze).

Le parole più ricorrenti: *rinnovabili, transizione ecologica e climate change*

La parola chiave più ricorrente, nel complesso dei quotidiani monitorati, è *energia rinnovabile (o rinnovabili)*, con 533 occorrenze. La parola raggiunge picchi di utilizzo sui social a marzo, aprile e settembre: dopo l'inizio della guerra e con i primi freddi. Segue *transizione ecologica* (473 occorrenze, picchi a giugno e settembre in linea con l'andamento generale dei temi ambientali) che l'anno scorso non era stata così presente, pur essendo il Ministero della Transizione Ecologica una novità del governo Draghi. L'ultimo posto del podio lo guadagna *climate change (o cambiamento climatico)*: 467 occorrenze, con un picco ad agosto, coerente con le temperature senza precedenti che si sono registrate in quel periodo a causa proprio del cambiamento climatico.

Sul tema della transizione ecologica, spesso collegato nei post all'aumento del costo del gas e dei prezzi in bolletta, si punta di più su Facebook, dove l'utenza è per la maggior parte adulta. Si può quindi ipotizzare che, secondo le valutazioni dei giornali, questa fascia d'età è quella maggiormente interessata alle notizie di questo tipo. Discorso opposto per parole come *ambiente e clima, o climate change*, per le quali si punta più sulla fascia giovane della popolazione, e quindi meno Facebook e più Instagram (per i quotidiani che lo usano).

Instagram e approfondimento: il racconto social di Domani

Domani sceglie di puntare sull'ambiente soprattutto su Instagram, con carousel di foto e video. Parla dei temi climatici inserendoli trasversalmente a cronaca, cultura, economia, esteri e inquadrandoli in una specifica cornice socio-politica. Il taglio dato ai post è quello che caratterizza anche il quotidiano, un giornale di approfondimento più che di cronaca.

Ecco quindi che accanto ai temi forti di uno specifico momento (dall'eruzione dello Stromboli a maggio al dibattito "green o greewashing?" per il Jova Beach Party; dall'acqua inquinata di Rimini in agosto alle proteste dei giovani ambientalisti nei musei) troviamo post che sviscerano l'ecoansia che colpisce le nuove generazioni, l'uso conservatore dell'ecologia nel programma di Giorgia Meloni e l'interconnessione tra uguaglianza di genere e giustizia climatica.

A settembre sono gli unici a parlare dell'alluvione che ha colpito le Marche sui social. Tra le iniziative editoriali annoveriamo Areale (la newsletter sul clima e l'ambiente), e lo speciale Dopodomani di marzo dedicato alla transizione ecologica "e alle ricadute provocate dalla guerra in Ucraina sulle promesse ambientali".

Cronaca e personalismi: il racconto social di Repubblica

Anche Repubblica sceglie di puntare maggiormente su Instagram, lasciando i grandi numeri su Facebook e Twitter alla sua sezione ambientale (Green & Blue).

Rispetto a Domani, Repubblica si concentra più sulla cronaca, dando al racconto del clima un taglio molto personalista: la storia della ragazza che fa uno sciopero della fame per l'ambiente, le dichiarazioni di Greta Thunberg (spesso chiamata solo Greta), i messaggi ambientalisti di papa Francesco, Rihanna che sostiene la lotta al cambiamento climatico e l'ecologismo di re Carlo III d'Inghilterra.

Sceglie cioè di parlare di clima e ambiente attraverso un racconto delle idee personali di singoli individui sul tema. Tra le iniziative editoriali si annoverano il Festival di Green & Blue in occasione della Giornata mondiale dell'ambiente il 5 giugno e la petizione lanciata dallo stesso Green & Blue *“dopo la lettera degli scienziati del clima alla politica, perché metta al centro dei programmi – in vista delle elezioni del 25 settembre – il riscaldamento globale”*.

La prevalenza della cronaca: Corriere della Sera, Fatto Quotidiano, Tpi, Messaggero e Nazione.

Anche il Corriere, come Repubblica, è molto incentrato sulla cronaca, con alcuni personalismi (si annovera un post per il compleanno di Greta Thunberg). Contribuisce alla nascita di un Summit su tecnologia etica ed emozioni, Tech Emotion, ma – come nel caso di Repubblica – nemmeno gli eventi a cui prende parte ricevono grande pubblicità. Restano molto incentrati sulla cronaca anche Tpi, Fatto Quotidiano – che affida il racconto sul clima interamente alla sezione del sito *Ambiente e veleni* – e Messaggero e Nazione, che parlano molto poco di ambiente, e non sempre nel senso di lotta al cambiamento climatico.

Molto ecologismo e molte critiche: il racconto social del Giornale

Per quanto riguarda il Giornale, il taglio di diversi post è: come si muove o cosa ne pensa la politica italiana sull'ambiente. Diverse le critiche al sindaco di Milano Beppe Sala, chiamato *“partigiano verde”* o *“sindaco ambientalista”* e poi criticato per una presunta mala gestione delle aree verdi in città. Degno di nota un post che lascia intendere una critica all'ecologismo *“di facciata”* di Giorgia Meloni: *“I temi ambientali sono ormai ineludibili, così come la mobilitazione delle nuove generazioni per il #clima. Perciò Giorgia #Meloni usa la bandiera dell'«#ecologismo conservatore» per rubare questo campo alla sinistra”*. In generale si nota come il Giornale parli molto di ambiente e clima, facendo propri temi che per molto tempo sono rimasti appannaggio di una corrente politica di sinistra.

La vittoria del tecnico e della trasversalità: il racconto social del Sole24ore

Come già indicato in precedenza, il Sole24ore è il quotidiano che annovera sui propri social il maggior numero di occorrenze delle parole chiave selezionate. Nei post del giornale, i temi dell'ambiente sono trasversali a diversi campi del sapere e del vivere, e spesso connessi ad altri aspetti: tecnologia, economia, energia.

Paga la sua attenzione agli aspetti tecnici del racconto ambientale, che gli permette

di avere diverse occorrenze in parole chiave su cui gli altri quotidiani non puntano o puntano meno. È anche l'unico quotidiano ad avere un post sulla perdita nel Mar Baltico dal gasdotto Nord stream a settembre.

I Social dei quotidiani: una visualizzazione grafica

Quante volte si parla di "biologico" sui profili Instagram dei quotidiani

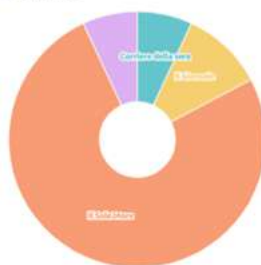
Corriere della sera Domani Il Sole24ore
Repubblica



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "biologico" sui profili Twitter dei quotidiani

Corriere della sera Il Giornale Il Sole24ore
Repubblica



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "biologico" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Il Giornale Il Sole24ore
Repubblica La Nazione Il Fatto Quotidiano

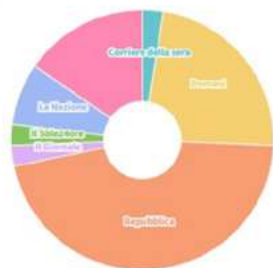


Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA BIOLOGICO

Quante volte si parla di "clima e ambiente" sui profili Instagram dei quotidiani

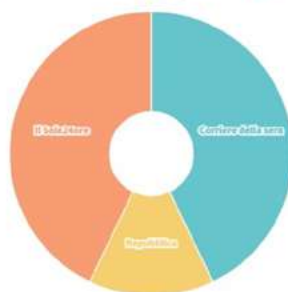
■ Corriere della sera ■ Domani ■ Repubblica
■ Il Giornale ■ Il Sole24ore ■ La Nazione
■ Il Messaggero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "clima e ambiente" sui profili Twitter dei quotidiani

■ Corriere della sera ■ Repubblica ■ Il Sole24ore



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "clima e ambiente" sui profili Facebook dei quotidiani

■ Corriere della sera ■ Repubblica ■ Il Sole24ore
■ Il Messaggero ■ Il Fatto Quotidiano



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA CLIMA E AMBIENTE

Quante volte si parla di "climate change (o cambiamento climatico)" sui profili Instagram dei quotidiani

Corriere della sera Repubblica Il Sole24ore
Domani Tpi La Nazione Il Messaggero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "climate change (o cambiamento climatico)" sui profili Twitter dei quotidiani

Corriere della sera Repubblica Il Sole24ore
Domani Il Giornale Tpi La Nazione
Il Messaggero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "climate change (o cambiamento climatico)" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Repubblica Il Sole24ore
Domani Tpi La Nazione Il Giornale
Il Fatto Quotidiano Il Messaggero

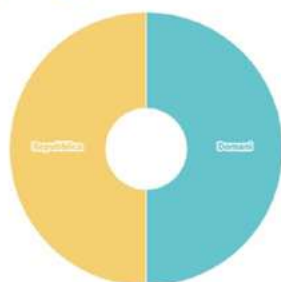


Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA CAMBIAMENTO CLIMATICO

Quante volte si parla di "economia circolare" sui profili Instagram dei quotidiani

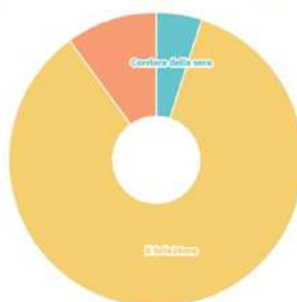
Domani Repubblica



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "economia circolare" sui profili Twitter dei quotidiani

Corriere della sera Il Sole24ore Il Giornale



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "economia circolare" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Il Sole24ore Il Giornale
Repubblica Tpi

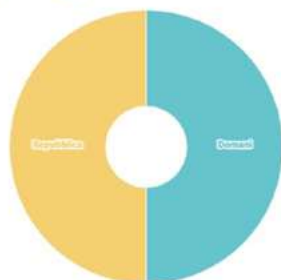


Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA ECONOMIA CIRCOLARE

Quante volte si parla di "economia circolare" sui profili Instagram dei quotidiani

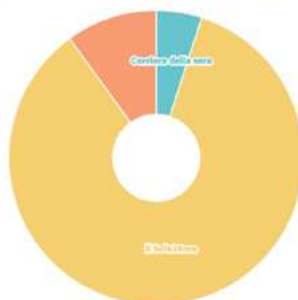
Domani Repubblica



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "economia circolare" sui profili Twitter dei quotidiani

Corriere della sera Il Sole24ore Il Giornale



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "economia circolare" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Il Sole24ore Il Giornale
Repubblica Tpi



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA ECONOMIA CIRCOLARE

Quante volte si parla di "green economy" sui profili Instagram dei quotidiani

■ Il Sole24ore



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "green economy" sui profili Twitter dei quotidiani

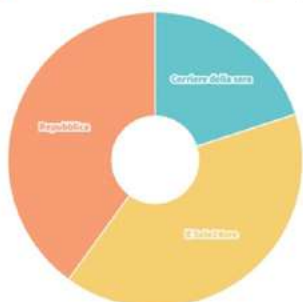
■ Il Sole24ore



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "green economy" sui profili Facebook dei quotidiani

■ Corriere della sera ■ Il Sole24ore ■ Repubblica



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA GREEN ECONOMY

Quante volte si parla di "inquinamento" sui profili Instagram dei quotidiani

Corriere della sera Il Giornale Il Messaggero
Il Sole24ore Domani Repubblica



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "inquinamento" sui profili Twitter dei quotidiani

Corriere della sera Il Giornale La Nazione
Il Messaggero Il Sole24ore



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "inquinamento" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Il Giornale Tpi
Il Messaggero Il Sole24ore Domani
Repubblica Il Fatto Quotidiano La Nazione

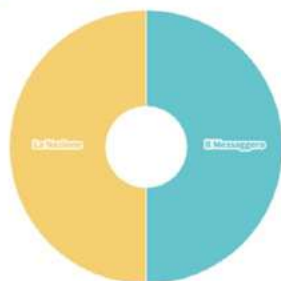


Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA INQUINAMENTO

Quante volte si parla di "mobilità sostenibile" sui profili Instagram dei quotidiani

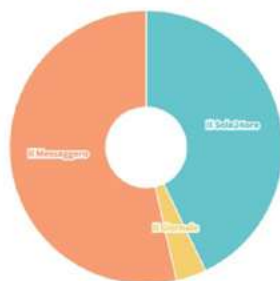
Il Messaggero La Nazione



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "mobilità sostenibile" sui profili Twitter dei quotidiani

Il Sole24ore Il Giornale Il Messaggero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "mobilità sostenibile" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Il Sole24ore Il Giornale
Repubblica Il Fatto Quotidiano Il Messaggero

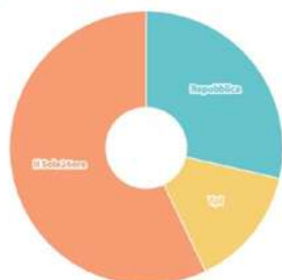


Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Quante volte si parla di "sviluppo sostenibile (o agenda 2030)" sui profili Instagram dei quotidiani

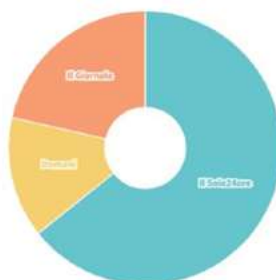
Repubblica Tpi Il Sole24ore



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "sviluppo sostenibile (o agenda 2030)" sui profili Twitter dei quotidiani

Il Sole24ore Domani Il Giornale



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "sviluppo sostenibile (o agenda 2030)" sui profili Facebook dei quotidiani

Corriere della sera Domani Il Fatto Quotidiano
Repubblica Il Giornale La Nazione
Il Sole24ore



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA SVILUPPO SOSTENIBILE

Quante volte si parla di "transizione ecologica" sui profili Instagram dei quotidiani

- Corriere della sera
- Domani
- Repubblica
- Il Giornale
- Tpi
- Il Sole24ore
- La Nazione
- Il Messaggero
- Libero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "transizione ecologica" sui profili Twitter dei quotidiani

- Corriere della sera
- Domani
- Repubblica
- Il Giornale
- Tpi
- Il Sole24ore
- La Nazione
- Il Messaggero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Quante volte si parla di "transizione ecologica" sui profili Facebook dei quotidiani

- Corriere della sera
- Domani
- Il Fatto Quotidiano
- Repubblica
- Il Giornale
- Tpi
- Il Sole24ore
- La Nazione
- Il Messaggero



Dati dal primo gennaio al 30 settembre 2022
Non compaiono nel grafico i quotidiani che hanno zero occorrenze

Grafico PAROLA TRANSIZIONE ECOLOGICA

CONCLUSIONI

Il Rapporto Eco Media 2022 mostra un'omogeneità di risultati.

Le occorrenze più frequenti di vocabolario tematico si registrano nei periodi di eventi climatici catastrofici, in particolare quelli che avvengono in Italia, mentre la frequenza si riduce sensibilmente laddove questi non si verificano.

Un trend presente in tutti i media: dai giornali cartacei a quelli online, dalla radio alla televisione fino ai social network.

Questo giustifica i picchi di utilizzo delle parole chiave a luglio e a settembre, cioè quando si sono verificati rispettivamente il crollo della Marmolada e l'alluvione nelle Marche.

Alcune keywords – come, ad esempio, cambiamento climatico o climate change – sono apparse in maniera costante durante tutta la stagione estiva, caratterizzata per il 2022 da una grave crisi idrica e da forti ondate di calore.

Anche la guerra in Ucraina ha indirizzato il dibattito pubblico verso una maggiore attenzione alle tematiche ambientali, affrontate però quasi esclusivamente dal punto di vista energetico. Per questo, ad esempio, si parla spesso di energie rinnovabili tra fine febbraio e marzo, cioè subito dopo lo scoppio della guerra, e il tema torna centrale ad ogni aumento del prezzo del gas o in concomitanza ad ogni decisione UE in merito alle sanzioni alla Russia.

Per questo la questione ambientale è entrata anche nel dibattito politico, ma senza essere mai veramente centrale.

L'utilizzo della piattaforma Volopress per la raccolta dei dati consente quest'anno di dettagliare approfonditamente i risultati e di trarre conclusioni su uno spettro molto ampio di analisi.

Risulta chiaro, ad esempio, come le reti All-news, per la particolare natura del loro palinsesto, siano in cima alla classifica del numero di occorrenze per la maggior parte dei termini ricercati.

L'analisi effettuata per le testate Rai evidenzia un andamento dell'attenzione alle tematiche ambientali simile a quello dell'anno scorso.

Nello scorso report la terza rete Rai registrava risultati simili a quelli di Canale 5, ma il metodo di raccolta dati più dettagliato usato quest'anno ha permesso di tracciare una maggiore attenzione di **Rai 3** al tema ambiente.

Una forte sensibilità si riscontra in tutto il palinsesto e in special modo nei programmi pomeridiani e nelle edizioni regionali dei Tg: qui il tema ambientale rientra a prescindere dalla cronaca e dagli eventi climatici catastrofici.

Comportamento diverso è quello di Rai 1 e Rai 2, che – in linea con il trend generale – registrano picchi di occorrenze ambientali in concomitanza con gli eventi estremi.

Tra le testate Rai, la meno attenta alle questioni climatiche e ambientali è Rai 2, che, per ogni parola chiave analizzata, registra il numero più basso di occorrenze.

L'esempio migliore di discrepanza nel raffronto con lo scorso anno risulta senz'altro quello che riguarda Canale 5: l'edizione delle 20 del suo TG lo scorso anno sembrava essere la rete più virtuosa, ma l'analisi dettagliata dell'intero palinsesto conferma tale attenzione solo in parte.

La diretta concorrente, LA7, fa registrare un utilizzo medio più frequente del vocabolario ambientale e una generale e più costante maggior attenzione.

Tele 2000, per le differenze strutturali nel palinsesto, non può tenere il passo delle altre tre private, ma fa registrare un'impennata delle occorrenze quando accadono fatti di cronaca rilevanti: un trend che, come già detto, caratterizza tutta l'informazione ambientale.

Rilevare la frequenza delle tematiche ambientali nei programmi radio è un modo per comprendere "lo stato dell'arte" nella fascia di età 50-64+, secondo i forniti dall'associazione *Tavolo Editori Radio* (Ter). I numeri ci dicono che i giovanissimi abbandonano la radio, come i giovani adulti, ma gli adulti invece non solo la ascoltano ma hanno incrementato il tempo di sintonizzazione. Per la rilevazione del Rapporto Eco Media 2022 si è scelto di monitorare le programmazioni di Rtl, Rai Radio 1, RDS, Radio Capital, e Radio 24. È proprio **Radio 24** a raggiungere i picchi di frequenza più alti, con *transizione ecologica* (190 a settembre) e *green economy* (180 a marzo) con cui le altre radio non possono competere. La seconda più alta dopo questa è di Rai Radio 1, con 99 frequenze. Rds e Radio Capital spesso lasciano le caselle vuote, non nominando per mesi interi parole come *inquinamento*, *mobilità* e *sviluppo sostenibile*, e trovando i picchi in *cambiamento climatico* e *transizione ecologica*. Ma, se per Radio Capital comunque la frequenza più alta è 40 menzioni in un mese, RDS si ferma a nove.

Sui quotidiani cartacei, nazionali e locali, dal report si evince una forte attenzione e presenza delle tematiche ma la loro ricorrenza è differente. Ad esempio, se nella versione online de La Repubblica la parola più frequente è *rinnovabili* - che spicca rispetto a tutte le altre - nella sua versione cartacea è *economia circolare* - poco menzionata online - e *transizione ecologica*. La Stampa, che non è stata analizzata online, mostra una forte attenzione al tema ambientale e si pone sulla stessa linea della versione online dei giornali nazionali - La Repubblica e Il Corriere della Sera - prediligendo parole come *rinnovabili*. Sulla stessa linea del cartaceo di Repubblica, però, anche la Stampa mostra una forte attenzione per l'*economia circolare*.

A rappresentare un'eccezione è Il Fatto quotidiano: *inquinamento* per la prima volta sale in cima alla classifica delle parole chiave più menzionate e, a seguire, *mobilità sostenibile*. Da considerare, anche, la sua attenzione rivolta all'*Agenda 2030* che, a differenza degli altri giornali (ad eccezione di Libero) ma anche degli altri media, non aveva avuto una così forte rilevanza. C'è poi la fotografia che ci restituiscono i giornali più concentrati sul locale: Il Messaggero e La Nazione. Entrambi fanno comparire per la prima volta un alto numero di ricorrenze di due parole chiave nuove nell'analisi fin qui fatta: *climate change o cambiamento climatico* e *clima e ambiente*. Un dato avvalorato dal risultato del monitoraggio di un altro quotidiano, **Libero**, che rivela una forte attenzione ai temi ambientali. Le parole chiave sono ben distribuite nell'arco temporale preso in considerazione e non registrano picchi in periodi o giorni specifici. È il quotidiano che, più di tutti, si occupa di *Agenda 2030*.

Anche l'analisi dei giornali online conferma l'andamento delle tematiche ambientali legate a notizie di cronaca.

Ci sono, infatti, keywords molto più menzionate rispetto ad altre e presentano dei picchi temporali di utilizzo simili.

Transizione ecologica, rinnovabili, climate change o cambiamento climatico, inquinamento: queste le parole che più si trovano nei giornali online. I picchi – come detto – si registrano in concomitanza con eventi che hanno avuto un forte impatto mediatico, come la guerra in Ucraina e la crisi energetica, la strage sulla Marmolada e l'alluvione nelle Marche, la campagna elettorale e le elezioni italiane.

Altre parole, invece, ad eccezione di **Libero.it** (che si piazza al primo posto), hanno numeri di menzione bassissimi - inesistenti nel caso di Tpi e Domani: *agenda 2030, clima e ambiente, green economy*.

Per quanto riguarda i social network, dopo il monopolio di Covid prima e vaccini poi, alcune notizie di rilevanza nazionale hanno riportato in auge l'ambiente anche su Twitter, Instagram e Facebook.

Paga l'attenzione del **Sole 24 Ore** (quotidiano con maggiori occorrenze sui social) agli aspetti tecnici del racconto ambientale, e il suo racconto del tema come trasversale a diversi campi del sapere e del vivere. In generale, i mesi in cui si parla più dei temi ambientali sono settembre e giugno, e le parole più ricorrenti *rinnovabili, transizione ecologica e climate change*.

PREMIO PENTAPOLIS “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.

.....

VINCITORI 2022

CARTA STAMPATA

- Premio Assoluto > **Luca Martinelli**, Il Manifesto
- Menzione Speciale > **Nicholas Bawtree**, Terra Nuova

WEB

- Premio Assoluto > **Riccardo Luna**, Green & Blue – La Repubblica
- Menzione Speciale > **Maria Cristina Ceresa**, Green Planner

RADIO

- Premio Assoluto > **Chiara Giallonardo**, RAI Isoradio
- Menzione Speciale > **Gianluca Ruggieri**, Radio Popolare

TV

- Premio Assoluto > **Monica D’Ambrosio**, Ricicla TV
- Menzione Speciale > **Christiana Ruggeri**, RAI 2

GIURIA 2022

Ilaria Catastini (*Nextchem/Maire Tecnimont*) - Alfonso Cauteruccio (*Greenaccord*)
- Andrea Di Stefano (*Novamont*) - Marzia Fiordaliso (*Pentapolis Institute*) -
Walter Ganapini (*Agenzia Europea per l’Ambiente*) - Roberto Giovannini (*Terna*) - Lella
Mazzoli (*Istituto per la Formazione al Giornalismo di Urbino*) - Ottavia Ortolani (*ASviS*)

Con l'Adesione del Presidente della Repubblica

Promosso	
Insieme	
In partenariato	 Istituto per la Formazione e la Qualificazione
In collaborazione	 
Con il patrocinio	  
Con la partecipazione	      
Con il sostegno	   
Con il contributo	 
Partner tecnici	 

Pentapolis nasce nel 2006 come associazione culturale, nel 2012 diventa una Onlus, nel 2021 si costituisce in tre realtà, ciascuna con una propria specializzazione e funzionalità operativa: **Pentapolis Institute ETS**, **Pentapolis Communication SB**, **Pentapolis Goal4Planet ASD**. Diffonde gli obiettivi di sviluppo sostenibile dettati dall'Agenda 2030 (ONU) attraverso attività editoriale, di ricerca, formazione, disseminazione e advocacy.



www.pentapolis.eu - info@pentapolis.eu