



ARPAV
Agenzia Regionale
per la Prevenzione e
Protezione Ambientale
del Veneto

Direzione Generale
Via Matteotti, 27
35137 Padova
(Italy)
Tel. +39 049 823 93 41
Fax +39 049 660 966
e-mail: urp@arpavereto.it
www.arpavereto.it

ISBN 88-7504-116-4



Unione europea



REGIONE DEL VENETO



arpav

Agenzia Regionale
per la Prevenzione e
Protezione Ambientale
del Veneto

L'ambiente e i cittadini del Veneto - 2006

ambiente

e i cittadini del Veneto - 2006

Comportamenti
Conoscenze
Percezioni

Iniziativa cofinanziata dall'Unione Europea nell'ambito del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale
Documento Unico di Programmazione (DUCUP) Obiettivo 2 per gli anni 2000-2006.



UNIONE EUROPEA



REGIONE DEL VENETO



Agenzia Regionale
per la Prevenzione e
Protezione Ambientale
del Veneto

L'ambiente

e i cittadini del Veneto - 2006

Comportamenti
Conoscenze
Percezioni

Iniziativa cofinanziata dall'Unione Europea nell'ambito del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale
Documento Unico di Programmazione (DOCUP) Obiettivo 2 per gli anni 2000-2006.

REGIONE VENETO

Presidente Giunta Regionale

Giancarlo Galan

Assessore alle Politiche dell'Ambiente

Giancarlo Conta

Segreteria Regionale Ambiente e Territorio

Roberto Casarin

ARPAV

Direttore Generale

Andrea Drago

Direttore Area Ricerca e Informazione

Sandro Boato

Servizio Comunicazione ed Educazione Ambientale

Paola Salmaso: coordinamento e supervisione

Maria Carta: progettazione e realizzazione

Paolo Bortolami, Anna Gardellin: collaborazione alla realizzazione dell'indagine e commento ai dati

Maria Carta: realizzazione grafica e coordinamento editoriale

La realizzazione del presente rapporto conclude l'indagine conoscitiva realizzata nella primavera del 2006 sulla percezione delle problematiche ambientali e sulla sostenibilità dei comportamenti attuati dai cittadini del Veneto, mettendo a confronto i residenti in comuni ricadenti nelle aree DOCUP Obiettivo 2 con soggetti residenti in comuni non ricadenti entro tali aree.

Questo lavoro chiude un quinquennio di attività dell'Osservatorio permanente dei comportamenti ambientali, azione strumentale della strategia educativa integrata avviata dalla Regione e da ARPAV nel 2002, consentendo di analizzare l'andamento nel tempo degli aspetti rilevati attraverso il confronto con i risultati delle precedenti rilevazioni.

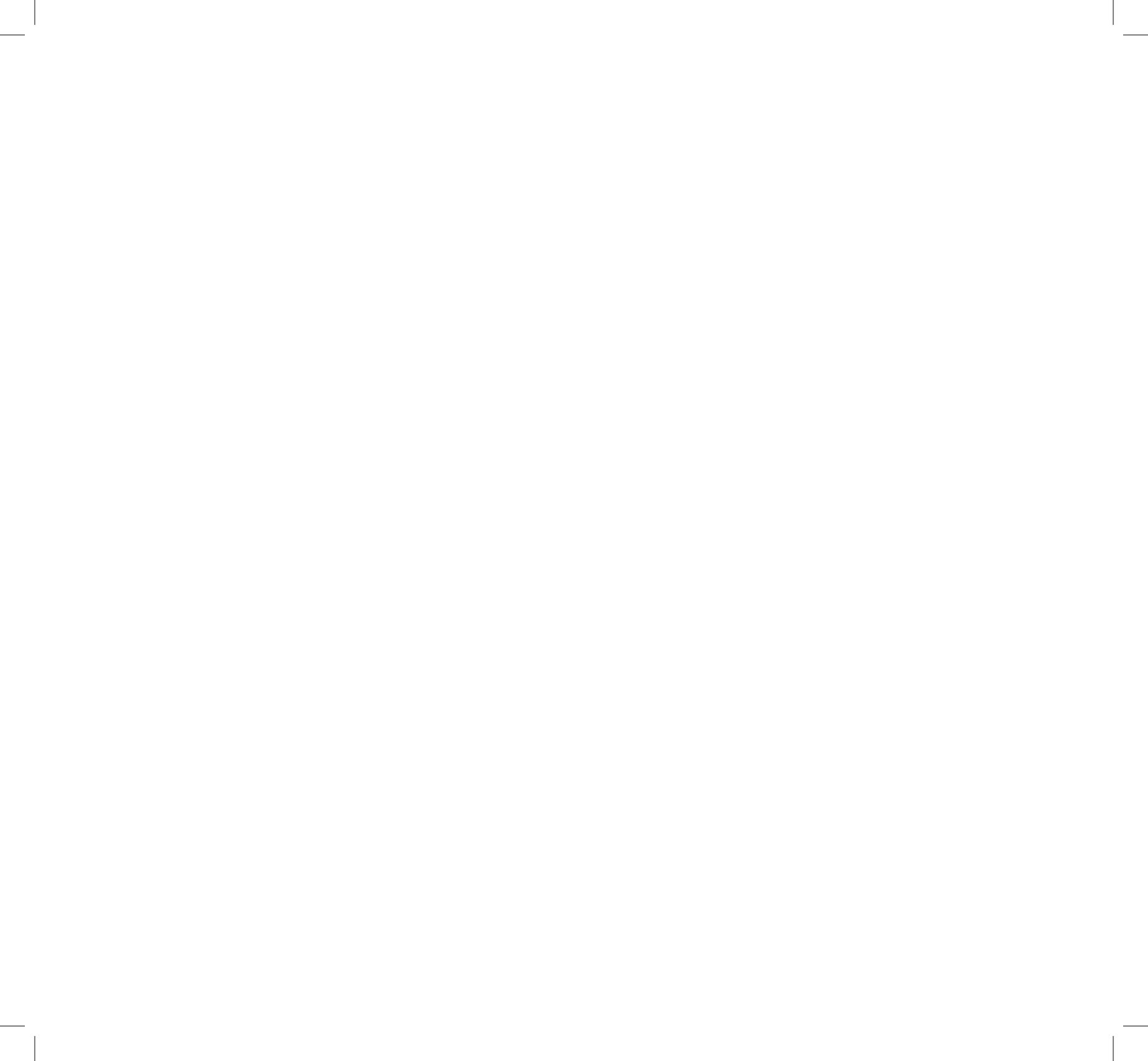
Lo sviluppo dell'Osservatorio prevede, infatti, una serie di indagini periodiche che raccolgono informazioni sulle conoscenze e percezioni circa le principali tematiche ambientali e sui comportamenti adottati nella vita quotidiana dai singoli cittadini, comportamenti il cui impatto ha acquisito sempre più rilevanza nelle azioni rivolte al contenimento e alla prevenzione delle criticità ambientali.

Il confronto temporale ha evidenziato eventuali modifiche intercorse nell'arco temporale considerato circa gli aspetti indagati o la permanenza di criticità nell'approccio da parte dei singoli ai principali problemi ambientali o, ancora, la necessità di azioni e politiche strutturali che supportino i cittadini nel loro impegno verso la sostenibilità.

Quest'iniziativa, tra le prime avviate a livello nazionale ed in linea con quelle che si stanno sviluppando a livello europeo, potrà portare un ulteriore contributo informativo e supportare la diffusione di una cultura di partecipazione e condivisione delle responsabilità e di obiettivi di gestione e sviluppo orientati alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Il Direttore Generale
ARPAV

Andrea Drago



L'Ambiente e i cittadini del Veneto - 2006

INDICE

1. Premessa	1
2. La metodologia d'indagine	
2.1 Il piano di campionamento	3
2.2 Il questionario	4
2.3 Descrizione delle caratteristiche del campione	6
2.4 L'analisi dei dati	9
3. I temi trattati	
3.1 Aria	13
3.2 Energia	16
3.3 Acqua	18
3.4 Rifiuti	21
3.5 Elettromagnetismo	24
4.5 Ambiente - Le istituzioni	27
4. Il confronto temporale	
4.1 Aria - L'inquinamento atmosferico	33
4.2 Energia - Il risparmio	36

4.3 Acqua - Il risparmio idrico	42
4.4 Rifiuti - La differenziazione	46
4.5 Elettromagnetismo	54
4.6 Ambiente - Le istituzioni	60
4.7 Alcuni quesiti conclusivi	62
5. I comuni Docup obiettivo 2: il confronto territoriale	
5.1 Aria - L'inquinamento atmosferico	67
5.2 Energia - Il risparmio	69
5.3 Acqua - Il risparmio idrico	75
5.4 Rifiuti - La differenziazione	77
5.5 Elettromagnetismo	84
5.6 Ambiente - Le istituzioni	87
6. Approfondimenti: L'informazione ricevuta	
6.1 L'informazione ricevuta sul risparmio energetico	89
6.2 L'informazione ricevuta sui rifiuti	92
6.3 L'informazione ricevuta sul risparmio idrico	95
6.4 L'informazione ricevuta sull'elettromagnetismo	98
6.5 Conclusioni	99
7. Approfondimenti: ARPAV La comunicazione ambientale	
7.1 Gli strumenti di ARPAV per comunicare	101
7.2 Le campagne informative di ARPAV	105
7.3 L'Osservatorio Regionale dei Comportamenti	114
7.4 La soddisfazione dei clienti: customer satisfaction	116

8. Conclusioni

119

Allegati:

- 1 - Questionario indagine
- 2 - Comuni DOCUP Obiettivo 2

Bibliografia



1. PREMESSA

L'Osservatorio Regionale dei Comportamenti è lo strumento adottato da ARPAV per raccogliere, attraverso indagini campionarie, dati relativi ai singoli cittadini, a specifiche categorie di destinatari delle azioni educative o ad aree della regione di particolare interesse dal punto di vista ambientale. L'obiettivo è rilevare e monitorare quanto i cittadini conoscono e percepiscono del loro ambiente e quali comportamenti con impatto ambientale adottano quotidianamente.

Le informazioni raccolte attraverso le indagini realizzate sono state già utilizzate nella pianificazione e strutturazione di azioni educative, per monitorare i risultati delle azioni intraprese e, ove necessario, individuare le correzioni per il raggiungimento degli obiettivi educativi.

L'indagine del 2006, tema del presente rapporto, è stata rivolta ai soggetti adulti in qualità di consumatori, popolazione già oggetto di analoghi studi realizzati da ARPAV nel 2002 e nel 2003. La rilevazione di quest'anno consente, attraverso il confronto con i dati rilevati nelle indagini precedenti, una prima analisi del trend temporale circa il livello di conoscenze possedute dai soggetti, le eventuali modifiche dei comportamenti adottati dai cittadini, il cambiamento nelle percezioni su specifiche tematiche e problemi ambientali.

Il secondo capitolo illustra la metodologia d'indagine, il questionario, le caratteristiche del campione rilevato rispetto alle principali caratteristiche socio-demografiche e, infine, descrive sinteticamente l'analisi dei dati che verrà presentata nei 3 capitoli successivi.

Il capitolo 3 descrive i temi oggetto di rilevazione, dando una definizione delle principali caratteristiche del problema, presentando la situazione nel territorio regionale, le attività tecniche di controllo e le azioni di informazione, educazione e comunicazione realizzate dall'Agenzia in quell'ambito.

Il quarto capitolo presenta il confronto tra i dati rilevati nell'attuale indagine e le precedenti del 2002 e 2003; l'analisi si riferisce al campione complessivo delle 3 rilevazioni. Per ciascun tema la presentazione dei risultati è stata organizzata per aspetto indagato: comportamento adottato, conoscenza e percezioni. Chiudono l'analisi alcuni quesiti trasversali ai temi analizzati.

Il quinto capitolo focalizza l'analisi temporale sul sub-campione composto dai soggetti residenti nei comuni DOCUP obiettivo 2 confrontando i dati della presente indagine con le informazioni rilevate nel 2003. Relativamente a questa sub-popolazione è stato anche effettuato un confronto territoriale, contrapponendo le risposte dei cittadini dei comuni DOCUP obiettivo 2 a quelle fornite dai soggetti residenti nei comuni veneti non ricadenti entro tali aree.

Il sesto capitolo approfondisce il tema della copertura informativa evidenziando, attraverso la lettura incrociata dei dati rilevati, le eventuali differenze che caratterizzano l'informazione per tematica indagata (rifiuti, energia, acqua ed elettromagnetismo). La copertura informativa dichiarata dai rispondenti è stata quindi posta in relazione con gli atteggiamenti positivi riguardanti

1. PREMESSA

le tematiche indagate.

Il capitolo 7 presenta un'analisi sintetica delle tipologie di comunicazione, degli obiettivi e dei destinatari delle azioni comunicative, concentrandosi poi sulle azioni di comunicazione predisposte da ARPAV, dalla scelta degli strumenti ai prodotti realizzati, allo stile comunicativo adottato. Vengono presentate le principali campagne di comunicazione realizzate dall'Agenzia e, infine, i risultati dell'indagine di customer satisfaction realizzata dall'Agenzia.

Infine, nel capitolo 8, le conclusioni in base alle evidenze emerse nel complesso dell'indagine.

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

2.1 Il piano di campionamento

La metodologia d'indagine riprende l'impostazione adottata nelle precedenti rilevazioni e individua, quali variabili discriminanti nella costruzione del piano di campionamento, la dimensione del comune di residenza dei soggetti e il risiedere o meno in comuni ricadenti in aree DOCUP obiettivo 2, variabili che contribuiscono diversamente a caratterizzare il territorio regionale in termini di problematiche ambientali.

La popolazione statistica oggetto d'indagine è la popolazione della Regione Veneto; il campione individuato per l'indagine è stato suddiviso in 4 strati così definiti:

- strato 1: comuni capoluogo di provincia;
- strato 2: comuni con popolazione maggiore di 10.000 abitanti;
- strato 3: comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti non ricadenti in aree DOCUP obiettivo 2;
- strato 4: comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti ricadenti in aree DOCUP obiettivo 2.

Poiché il 94% dei comuni DOCUP obiettivo 2 è costituito da comuni con meno di 10.000 abitanti, si è scelto di utilizzare al meglio questa tipicità concentrando la scelta di soggetti residenti in aree DOCUP obiettivo 2 allo strato contenente comuni di piccole dimensioni che è stato ulteriormente suddiviso in due strati: il primo – strato 3 – contenente individui residenti in comuni non ricadenti in aree DOCUP obiettivo 2 e il secondo – strato 4 – composto da soggetti residenti in comuni DOCUP obiettivo 2. Il campione è stato quindi suddiviso al suo interno per età e sesso dei soggetti. Relativamente alla variabile età si è scelto di considerare per la rilevazione soggetti di età compresa tra i 15 e i 75 anni.

Metodologia d'indagine

Campione	stratificato per quote
Criterio di stratificazione	dimensione comune di residenza
Quote	<ul style="list-style-type: none">• sesso• età
Unità statistiche elementari	soggetti tra i 15 e i 75 anni residenti in Veneto
Numerosità campione	2047
Errore campionario	+ / - 2.17 %
Significatività risultati	regionale

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

Individuata la metodologia di campionamento, si è scelto di fissare in circa 2000 unità la dimensione del campione complessivo, così distribuito:

- 600 unità circa per ciascuno degli strati 1 e 2;
- 400 unità circa per ciascuno degli strati 3 e 4.

La base dati utilizzata per l'analisi è stata ottenuta tramite la somministrazione di questionario telefonico. Il campione risultante – tabella 1 - è stato sottoposto ad operazioni di pesatura in modo tale da consentire inferenze sul totale della popolazione regionale.

Tabella 1 - Il campione rilevato per strati. Valori assoluti e percentuali

strati	n° unità	%
1 - comuni capoluogo di provincia	618	30.2
2 - comuni con popolazione > 10.000	622	30.4
3 - comuni con popolazione < 10.000 non ricadenti in aree DOCUP obiettivo 2	405	19.8
4 - comuni con popolazione < 10.000 ricadenti in aree DOCUP obiettivo 2	402	19.6
totale campione	2047	100.0

2.2 Il questionario

Le tematiche analizzate sono quelle già indagate con le precedenti indagini, con ulteriori aggiustamenti o integrazioni sulla scorta di quanto emerso nelle rilevazioni precedenti. In particolare i temi sono:

- Aria - l'inquinamento atmosferico
- Aria - il risparmio energetico
- Acqua - il risparmio idrico
- Rifiuti - la differenziazione dei rifiuti domestici
- Elettromagnetismo.

L'analisi delle tematiche è stata articolata in termini di:

- percezione del problema
- comportamenti adottati

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

- livello di conoscenze
- grado di copertura informativa.

Per la rilevazione delle informazioni è stato utilizzato lo strumento del questionario somministrato attraverso interviste telefoniche assistite da computer; il questionario elaborato è composto da 34 quesiti e la durata media delle interviste è stata di circa 15 minuti. La rilevazione è stata effettuata dal 30 marzo al 10 aprile 2006 ad opera di società specializzata nel settore.

Il questionario e la rilevazione	
Temi ambientali	<ul style="list-style-type: none">• Aria - inquinamento atmosferico• Aria - risparmio energetico• Acqua - risparmio idrico• Rifiuti - differenziazione rifiuti domestici• Elettromagnetismo
Variabili relative a	<ul style="list-style-type: none">✓ comportamenti dichiarati e atteggiamenti✓ livello di conoscenze✓ grado di copertura informativa✓ percezione del problema
Numero quesiti	34
Tempo di somministrazione	15 minuti
Modalità di rilevazione	interviste telefoniche assistite da computer (CATI)
Periodo di rilevazione	30 marzo - 10 aprile 2006

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

2.3 Descrizione delle caratteristiche del campione

Si riportano le caratteristiche del campione relativamente alle variabili:

- sesso
- età
- titolo di studio
- situazione occupazionale e professione.

I numeri rilevati per ciascuna variabile vengono presentati rispetto alle due sub-popolazioni individuate: popolazione residente in area DOCUP obiettivo 2 e popolazione residente in comuni non ricadenti entro tali aree.

Tabella 2 - Popolazione campionaria nelle due sub-popolazioni per sesso. Valori assoluti e percentuali

sesso	comuni DOCUP obiettivo 2		comuni non DOCUP obiettivo 2		totale	
	n° unità	%	n° unità	%	n° unità	%
maschio	191	47.5	790	48.0	981	47.9
femmina	211	52.5	855	52.0	1066	52.1
totale campione	402	100.0	1645	100.0	2047	100.0

All'interno del campione, la distribuzione della variabile "genere degli intervistati" rispecchia la reale distribuzione della variabile tra maschi e femmine.

Tabella 3 - Popolazione campionaria nelle due sub-popolazioni per classi d'età. Valori assoluti e percentuali

classe d'età	comuni DOCUP obiettivo 2		comuni non DOCUP obiettivo 2		totale	
	n° unità	%	n° unità	%	n° unità	%
15 - 24	45	11.2	173	10.5	218	10.7
25 - 44	148	36.8	614	37.3	762	37.2
45 - 64	126	31.3	501	30.5	627	30.6
oltre 64	83	20.7	357	21.7	440	21.5
totale campione	402	100.0	1645	100.0	2047	100.0

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

La fascia d'età con un maggior numero di interviste è quella compresa tra i 25 e i 44 anni in entrambi i sub-campioni (rispettivamente, 36.8% nei comuni obiettivo e 37.3% nei comuni non obiettivo), quella tra i 15 e i 24 anni ha avuto invece il minor numero di contatti telefonici (11.2% nei comuni obiettivo e il 10.5% nei comuni non obiettivo). In entrambi i sub-campioni, il 68% delle interviste si concentrano nelle 2 classi centrali di età.

Tabella 4 - Popolazione campionaria nelle due sub-popolazioni per titolo di studio. Valori assoluti e percentuali

titolo di studio	comuni DOCUP obiettivo 2		comuni non DOCUP obiettivo 2		totale	
	n° unità	%	n° unità	%	n° unità	%
nessun titolo	7	1.7	26	1.6	33	1.6
licenza elementare	74	18.4	234	14.2	308	15.0
licenza media	132	32.8	481	29.2	613	30.0
diploma scuola sup.	157	39.1	644	39.2	801	39.1
laurea	32	8.0	260	15.8	292	14.3
totale campione	402	100.0	1645	100.0	2047	100.0

Nel campione rilevato tra i residenti nei comuni DOCUP obiettivo 2 risulta più bassa la percentuale di coloro che arrivano al conseguimento della laurea (8.0% contro il 15.8% dell'altro sub-campione); analoga invece la distribuzione nei due sub-campioni per quanto riguarda la percentuale di intervistati in possesso di diploma di scuola superiore. Del tutto marginale la posizione di coloro che non hanno nessun titolo di studio (rispettivamente 1.7% nel primo sub-campione e 1.6% nel secondo).

Relativamente alla situazione occupazionale (tab. 5) si presenta una condizione di sostanziale equità tra coloro che si dichiarano occupati (49.0%) e chi, al contrario, presenta una diversa situazione lavorativa. Tra questi ultimi il 23.0% è in pensione, il 16.5% è costituito da casalinghe e il 9.2% da studenti. Non significativa la percentuale di coloro che si dichiarano disoccupati o in cerca di prima occupazione.

Per quanto riguarda la professione indicata dai rispondenti (tab. 6), la categoria più rappresentata è quella che include tecnici, impiegati e funzionari (45.9% sul totale degli occupati) seguita dagli operai (25.1% sul totale degli occupati) e dalla classe degli artigiani e commercianti professionisti (10.5% sul totale degli occupati).

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

Tabella 5 - Popolazione campionaria nelle due sub-popolazioni per situazione occupazionale. Valori assoluti e percentuali

situazione occupazionale	comuni DOCUP obiettivo 2		comuni non DOCUP obiettivo 2		totale	
	n° unità	%	n° unità	%	n° unità	%
occupato	202	50.2	802	48.8	1004	49.0
disoccupato	9	2.2	29	1.8	38	1.6
studente	33	8.2	155	9.4	188	9.2
casalinga	65	16.2	273	16.6	338	16.5
pensionato	91	22.6	379	23.0	470	23.0
altro	2	0.5	7	0.4	9	0.4
totale campione	402	100.0	1645	100.0	2047	100.0

Tabella 6 - Popolazione campionaria nelle due sub-popolazioni per professione. Valori assoluti e percentuali

professione	comuni DOCUP obiettivo 2		comuni non DOCUP obiettivo 2		totale	
	n° unità	%	n° unità	%	n° unità	%
operaio	64	31.7	188	23.4	252	25.1
tecnico/impiegato/funziario	88	43.6	373	46.5	461	45.9
artigiano/commerciante	25	12.4	80	10.0	105	10.4
libero professionista	6	3.0	72	9.0	78	7.8
dirigente	4	2.0	18	2.2	22	2.2
imprenditore	3	1.4	12	1.5	15	1.5
insegnante	12	5.9	59	7.4	71	7.1
totale campione	202	100.0	802	100.0	1004	100.0

2. METODOLOGIA D'INDAGINE

2.4 L'analisi dei dati

I successivi tre capitoli sono dedicati all'analisi dei principali risultati emersi relativamente ai temi indagati.

Il capitolo 3 presenta sinteticamente i temi oggetto di rilevazione dando una definizione delle principali caratteristiche del problema, presentando la situazione nel territorio regionale, le attività tecniche di controllo e le azioni di informazione, educazione e comunicazione realizzate dall'Agenzia in quell'ambito. Più specificatamente gli argomenti analizzati sono:

- Aria - L'inquinamento atmosferico
- Energia - Il risparmio
- Rifiuti - La differenziazione
- Acqua - Il risparmio idrico
- Elettromagnetismo
- Ambiente - Le istituzioni.

Il quarto capitolo presenta il confronto tra i dati rilevati nell'attuale indagine e le precedenti del 2002 e 2003; l'analisi si riferisce al campione complessivo delle 3 rilevazioni. Per ciascun tema la presentazione dei risultati è stata organizzata per aspetto indagato: comportamento adottato, conoscenza e percezioni. Chiudono l'analisi alcuni quesiti trasversali ai temi analizzati. Negli anni i contenuti dei questionari sono stati modificati in base a nuove esigenze esplorative o ai risultati delle precedenti rilevazioni, cosicché non tutti i quesiti risultano confrontabili nei 3 anni considerati.

Il quinto capitolo focalizza l'analisi temporale sul sub-campione composto dai soggetti residenti nei comuni DOCUP obiettivo 2 confrontando i dati della presente indagine con le informazioni rilevate nel 2003. Relativamente a questa sub-popolazione è stato anche effettuato un confronto territoriale, contrapponendo le risposte dei cittadini dei comuni DOCUP obiettivo 2 a quelle fornite dai soggetti residenti nei comuni veneti non ricadenti entro tali aree.

3. I TEMI

3.1 I TEMI: L'ARIA

DEFINIZIONE

L'inquinamento atmosferico è il fenomeno di alterazione della composizione naturale dell'aria derivante dall'immissione di sostanze gassose, liquide o solide. Queste sostanze, denominate inquinanti atmosferici, possono presentare livelli di concentrazione tali da risultare nocivi per la salute umana ed il benessere degli ecosistemi.

La determinazione della qualità dell'aria e l'analisi delle cause principali dell'inquinamento atmosferico rappresentano alcuni tra i problemi ambientali di maggiore interesse e attualità. Il fenomeno dell'inquinamento, strettamente legato all'evoluzione del modello economico e sociale dell'ambiente in cui viviamo, richiede un'osservazione continua del territorio, dai centri urbani alle aree rurali, e l'individuazione ed attuazione di misure volte al contenimento delle emissioni di inquinanti nell'aria.

FATTORI DI PRESSIONE O SORGENTI

Il contributo maggiore alle emissioni in atmosfera deriva dall'uso dei combustibili fossili e dei loro derivati, con particolare riguardo alle combustioni nella produzione di energia elettrica, nel terziario e nell'industria (nel territorio regionale insistono inceneritori di rifiuti, raffinerie di petrolio, cementifici ed impianti chimici), nonché nel settore dei trasporti su strada (autoveicoli alimentati a benzina o a gasolio).

LA SITUAZIONE IN VENETO

Nel contesto territoriale veneto le polveri fini (PM_{10}), gli idrocarburi policiclici aromatici (IPA), gli ossidi di azoto (NO_x) e l'ozono (O_3) sono gli inquinanti atmosferici che presentano i livelli di concentrazione più critici. Per altre sostanze – quali l'anidride solforosa (SO_2) e il monossido di carbonio (CO) – le politiche ambientali in materia di abbattimento degli inquinanti di origine industriale e di riduzione di emissioni da parte degli autoveicoli, adottate alla fine degli anni 80, hanno invece prodotto risultati positivi.

A parità di condizioni emissive, vi sono particolari situazioni meteorologiche che favoriscono l'accumulo degli inquinanti: gli episodi acuti infatti si manifestano soprattutto in presenza di regimi di stabilità atmosferica, caratterizzati da calma di vento ed inversione termica. A causa del fenomeno dell'inversione termica gli inquinanti prodotti al suolo, non riuscendo a miscelarsi rapidamente con l'intera troposfera, rimangono confinati nella parte bassa della stessa con conseguente aumento delle concentrazioni. Inoltre, anche sotto l'aspetto geografico la Pianura Padana rappresenta una zona svantaggiata rispetto alla capacità dell'atmosfera di disperdere gli inquinanti; la presenza della barriera alpina, infatti, influenza in modo determinante l'evoluzione delle perturbazioni di origine atlantica, determinando la prevalenza di situazioni di occlusione e stagnazione.

I CONTROLLI

Il monitoraggio della qualità dell'aria e l'individuazione di misure per il suo risanamento rappresentano una delle principali linee d'azione di ARPAV, fin dalla sua costituzione. Tale attività viene realizzata attraverso una rete

3.1 I TEMI: L'ARIA

regionale di rilevamento, prevalentemente in ambito urbano, costituita da centraline fisse e mobili in grado di fornire dati che vengono successivamente elaborati e restituiti come informazioni attraverso report ambientali.

Le strutture ARPAV preposte a tale funzione sono l'Osservatorio Aria, i Dipartimenti Provinciali e il Centro Meteorologico di Teolo.

L'Osservatorio Aria supporta da un punto di vista conoscitivo e decisionale ARPAV e tutte le Autorità competenti in materia ambientale, concorrendo alla valutazione dello stato di qualità dell'aria nel Veneto, alla pianificazione per il risanamento e la tutela della qualità dell'aria e alla verifica dell'efficacia delle azioni e degli interventi di risanamento.

L'attività svolta dai singoli Dipartimenti si sostanzia nella rilevazione dei dati attraverso le stazioni di rilevamento, nella validazione ed elaborazione dei livelli di concentrazione degli inquinanti. In appoggio alle stazioni di rilevamento fisse, prevalentemente in aree da queste non monitorate oppure in situazioni particolari, sono attivi i laboratori mobili, solitamente utilizzati per la valutazione dell'inquinamento dovuto al traffico veicolare o per il monitoraggio degli inquinanti emessi da taluni insediamenti produttivi, affiancando alla misura degli inquinanti tradizionali campagne di rilevamento indirizzate alla misura di inquinanti specifici degli insediamenti monitorati.

In collaborazione con l'Osservatorio Aria e i Dipartimenti Provinciali operano il Centro Meteorologico di Teolo e il Centro Valanghe di Arabba che effettuano l'analisi e il controllo dei fenomeni meteorologici per il rispettivo territorio di competenza sviluppando attività di ricerca, progetti e iniziative a carattere regionale e nazionale. I Centri garantiscono un servizio di previsione sull'evoluzione della situazione meteorologica (anche e soprattutto in situazioni di preallerta o allerta), con particolare riferimento al fenomeno della precipitazione e ai fenomeni meteorologici pericolosi.

LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E DEI DATI AMBIENTALI: IL WEB

Oltre alla trasmissione dei dati e dei report ambientali alla Regione, Enti Locali ed altri soggetti secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento, l'Agenzia effettua la trasmissione dei dati di qualità dell'aria alle Associazioni Ambientali che inoltrino richiesta, principalmente in relazione ai parametri critici PM10 ed Ozono, fornendo reports semestrali. Inoltre l'Agenzia risponde direttamente a quesiti e richieste di dati da parte dei cittadini e di altri soggetti.

Nelle pagine del sito ARPAV dedicate all'aria sono disponibili i bollettini sulla qualità dell'aria relativamente ad Ozono e Pm10, i dati in diretta e validati – dati orari e/o giornalieri a seconda dei parametri misurati - sulle principali grandezze meteorologiche e sui principali inquinanti, i bollettini di previsione meteorologica e agrobiometeorologica nonché i bollettini sulla presenza di pollini e spore fungine, i rapporti annuali sulla qualità dell'aria e su situazioni critiche sottoposte a specifica osservazione.

3.1 I TEMI: L'ARIA

LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE E FORMAZIONE AMBIENTALE

In relazione alla tematica aria sono stati realizzati specifici percorsi educativi rivolti ai cittadini, specialmente al mondo della scuola, che hanno agevolato la presa di coscienza dello stato dell'ambiente, la comprensione delle dinamiche che presiedono al fenomeno generale dell'inquinamento e l'adozione di comportamenti corretti e responsabili per la sua tutela, favorendo inoltre la conoscenza delle attività di monitoraggio della qualità dell'aria che ARPAV svolge regolarmente. Tra questi, "Tutti per Aria" e "Flepy", sono 2 percorsi di educazione ambientale sul tema dell'inquinamento atmosferico rivolti a scuole elementari e medie inferiori il primo, realizzato nell'anno scolastico 2003-2004, a scuole materne e primo ciclo delle elementari il secondo, realizzato nell'anno scolastico 2004-2005. Le azioni previste dal primo progetto - predisposizione di laboratori sperimentali e la messa a disposizione di un cd-rom di supporto agli insegnanti - sono state indirizzate all'ideazione e realizzazione di uno spettacolo teatrale poi presentato nelle sette città capoluogo di provincia del Veneto. Il progetto Flepy ha previsto invece la distribuzione nel territorio dei kit predisposti dalla Commissione Europea sul tema aria e acqua e il supporto alle scuole nella realizzazione di attività volte ad accrescere tra i più piccoli la loro sensibilità e conoscenza su tali tematiche.

L'EDITORIA AMBIENTALE

Pubblicazioni specifiche dell'Agenzia sul tema aria sono:

- A proposito di...benzene
- A proposito di...polveri atmosferiche
- A proposito di...polveri atmosferiche (seconda edizione aggiornata)
- A proposito di...ozono
- A proposito di...ozono (seconda edizione aggiornata)
- A proposito di...agrometeorologia
- A proposito di...pollini
- A proposito di...amianto
- Il monitoraggio aerobiologico - pollini...i primi passi
- Il monitoraggio aerobiologico nel veneto: i pollini allergenici
- Quaderni per l'Ambiente Veneto – Monitoraggio e qualità dell'aria della Regione Veneto
- Rapporto sullo stato della qualità dell'aria nei comuni di Feltre, Belluno e Pieve di Cadore anni 2000 e 2001.

3.2 I TEMI: L'ENERGIA

DEFINIZIONE

L'energia è la capacità di compiere un lavoro.

Esistono numerose forme in cui si presenta l'energia, ed è sempre possibile trasformare l'energia da una forma all'altra, ma tutte le trasformazioni energetiche sono regolate da due principi fondamentali:

Primo principio della termodinamica: l'energia non si crea, non si distrugge ma può solo passare da una forma all'altra.

Secondo principio della termodinamica: ogni trasformazione dell'energia comporta una dissipazione di una quota di essa sotto forma di calore a bassa temperatura, non più utilizzabile.

FATTORI DI PRESSIONE O SORGENTI

A fronte di un costante aumento della domanda di energia, le fonti fossili vanno via via esaurendosi ed il loro utilizzo influisce pesantemente sull'ecosistema globale. I combustibili fossili, dai quali ricaviamo circa il 90% dell'energia di cui abbiamo bisogno, bruciando emettono anidride carbonica, uno dei gas che causano il riscaldamento per effetto serra che si sta verificando sul nostro pianeta. Inoltre i processi di combustione producono ossidi di carbonio (COx), di azoto (NOx), di zolfo (SOx), idrocarburi (HC), che sono causa di una serie di altre modificazioni ambientali, quali l'inquinamento delle città e le piogge acide.

LA SITUAZIONE IN VENETO

La Regione Veneto è caratterizzata da forti consumi energetici: il fabbisogno regionale corrisponde a quasi il 10% di quello a livello nazionale. Il fabbisogno elettrico è da sempre in crescita e da qualche anno la produzione regionale non riesce più a soddisfare le richieste.

Il territorio regionale ben si presta alla produzione di energia da parte di fonti rinnovabili: il solare, le biomasse ed anche la geotermia sono sicuramente da potenziare e sostenere. Tuttavia, le fonti rinnovabili di energia, escludendo la fonte idroelettrica che fornisce circa il 14% dell'energia elettrica totale, occupano tuttora un ruolo marginale.

I CONTROLLI

Per gli aspetti normativi e vincoli a carattere ambientale in fatto di energia, oggi più che mai il riferimento è il Protocollo di Kyoto e gli obiettivi di riduzione delle emissioni che esso prevede.

La legge istitutiva dell'Agenzia Regionale per la Protezione e Prevenzione Ambientale del Veneto (LR 32/96), indica tra i compiti fondamentali di ARPAV "la formulazione agli enti pubblici di proposte sugli aspetti ambientali riguardanti la produzione energetica, la cogenerazione, il risparmio energetico, le forme alternative di produzione energetica."

3.2 I TEMI: L'ENERGIA

LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E DEI DATI AMBIENTALI: IL WEB

Sul sito ARPAV è stata recentemente attivata una sezione dedicata al tema dell'energia. Non avendo l'Agenzia competenze dirette in tema di controlli energetici, queste pagine hanno principalmente un obiettivo informativo e di sensibilizzazione al risparmio energetico.

LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE E FORMAZIONE AMBIENTALE

ARPAV ha aderito alla Settimana dell'Energia Sostenibile, promossa da UNESCO dal 6 al 13 novembre 2006, realizzando, in collaborazione con ARPA Toscana, il progetto "Se spengo, non spreco e non spendo". Obiettivo dell'iniziativa è stato il coinvolgimento delle varie strutture dell'Agenzia nell'adozione attiva di comportamenti tesi alla riduzione degli sprechi di energia durante l'intera giornata di lavoro, (dal corretto utilizzo delle apparecchiature elettriche ed elettroniche e degli impianti illuminanti, al riscaldamento efficiente degli uffici ecc.) e nella trasformazione in pratica quotidiana.

Nei giorni immediatamente precedenti alla settimana dell'educazione all'energia sostenibile sono state trasmesse ai dipendenti alcune "Pillole...di sostenibilità" quale supporto per sperimentare attivamente comportamenti orientati alla riduzione degli sprechi di energia di tutte le macchine che quotidianamente si utilizzano per lo svolgimento dell'attività lavorativa.

Il progetto prevedeva il monitoraggio dei consumi elettrici sostenuti da parte delle strutture ARPAV nel periodo a cavallo dell'iniziativa. Infine, attraverso la compilazione di un semplice questionario ogni dipendente e collaboratore ha potuto indicare nello specifico i comportamenti adottati e se questi comportamenti rientrano nel suo abituale stile di vita o meno.

Il risparmio energetico registrato complessivamente dalle strutture dell'Agenzia nella settimana dell'Energia Sostenibile è stato di 4141 kwh rispetto alla settimana precedente - pari al 12% - mentre l'incremento nella settimana successiva all'iniziativa è stato di soli 148 kwh, lo 0,5% del consumo della settimana precedente.

Il progetto vuol essere di stimolo per favorire un comportamento dei lavoratori efficiente sotto il profilo energetico e rappresenta un esempio da replicare e diffondere ad altre organizzazioni, siano esse scuole, associazioni che pubbliche amministrazioni, in accordo con quanto previsto dalla Direttiva 2006/32/CE sull'efficienza degli usi finali dell'energia e i servizi energetici.

I risultati del progetto sono consultabili sul sito internet alla pagina http://www.arpa.veneto.it/home/htm/decennio_unesco.asp

L'EDITORIA AMBIENTALE

Pubblicazioni specifiche dell'Agenzia sul tema energia sono:

- A proposito di...Energia
- Fonti rinnovabili di energia. L'applicazione in provincia di Treviso.

3.3 I TEMI: L'ACQUA

DEFINIZIONE

L'insieme delle acque - o idrosfera - rappresenta, dal punto di vista fisico, circa i due terzi della superficie della terra. L'acqua presente nei mari, fiumi e laghi, nel suolo e nelle foglie delle piante, evapora per effetto dell'energia solare e viene portata in circolo nell'atmosfera per poi ricadere sotto forma di precipitazioni. Attraverso questo movimento continuo dell'acqua – chiamato “ciclo dell'acqua” – avviene lo scambio di energia e di sostanze che alimentano la vita degli ecosistemi. Durante il suo percorso purtroppo l'acqua acquisisce anche sostanze nocive per l'uomo e per gli ecosistemi: attraversando l'atmosfera l'acqua assorbe le sostanze inquinanti presenti nell'aria, mentre, quando arriva al suolo, risente dell'inquinamento prodotto dalle industrie, dall'agricoltura e dagli scarichi delle città. Nonostante la naturale capacità dei corpi idrici superficiali di autodepurarsi, un'elevata concentrazione di sostanze nocive può impedire all'acqua di ripristinare l'equilibrio vitale originale del corpo idrico. L'inquinamento e lo sfruttamento eccessivo dell'acqua talvolta determinano scarsità della risorsa con la conseguenza di dover ricorrere sempre con maggiore frequenza all'utilizzo delle acque profonde di miglior qualità per usi industriali ed irrigui e non solo per usi potabili.

FATTORI DI PRESSIONE O SORGENTI

L'urbanizzazione, la trasformazione del territorio e l'agricoltura intensiva e monocolturale determinano un crescente inquinamento delle acque con conseguenze a volte irreversibili. In particolare, le principali cause dell'inquinamento dell'acqua sono rappresentate da:

- scarichi di acque usate, provenienti da attività industriali;
- scarichi diretti o da pubbliche fognature di insediamenti residenziali, commerciali e civili;
- acque di dilavamento dei suoli agricoli che trasportano materiali inquinanti, rappresentati soprattutto da particelle di suolo, fertilizzanti organici e di sintesi, pesticidi;
- acque piovane venute a contatto con discariche e rifiuti o che hanno attraversato superfici impermeabilizzate (strade, piazzali,...) caratterizzate dalla presenza di residui della combustione di autoveicoli, o residui di altre attività antropiche;
- ricaduta al suolo delle sostanze inquinanti presenti nell'atmosfera a seguito della pioggia e della neve (piogge acide).

LA SITUAZIONE IN VENETO

Il Veneto è particolarmente ricco d'acqua; sul suo territorio sono presenti alcuni corpi idrici di grande rilievo:

- ad ovest il Garda, il più grande lago italiano, 37.000 ettari di superficie, 52 km di lunghezza e una larghezza massima di 17.5 km;
- ad est la laguna di Venezia, 55.000 ettari di superficie, costituisce un ecosistema di transizione tra le acque

3.3 I TEMI: L'ACQUA

dolci e le acque marine;

- a sud il confine della regione è rappresentato dal Po, il maggiore fiume italiano, mentre spostandosi verso nord si incontrano altri grandi fiumi, quali il Brenta, l'Adige, il Piave e il Tagliamento.
- infine la costa veneta, 156 km di lunghezza, che si estende tra le province di Venezia e Rovigo.

I CONTROLLI

ARPAV, attraverso i Dipartimenti provinciali, il Servizio Acque Interne e il Servizio Acque Marino Costiere, esegue i controlli ai fini della classificazione qualitativa e quantitativa delle diverse tipologie di acque.

L'attività svolta dai singoli Dipartimenti si sostanzia nella rilevazione e nell'analisi dei campioni di acqua; attraverso apposite reti di monitoraggio e secondo le periodicità definite dalle specifiche normative i tecnici dell'Agenzia provvedono alla raccolta dei campioni destinati all'analisi laboratoristica.

I Servizi svolgono funzioni di coordinamento dell'attività di monitoraggio e di analisi dei risultati rilevati, oltre a specifiche attività ad essi attribuite. Ciascun Servizio realizza attività di ricerca per la materia di competenza anche attraverso la realizzazione e la partecipazione a progetti locali, nazionali o sovranazionali.

In particolare, il Servizio Acque Interne provvede alla attività di monitoraggio delle acque superficiali (fiumi, laghi, paludi,...), acque sotterranee e acque potabili destinate al consumo umano. Il Servizio Acque Marino Costiere realizza azioni di tutela e sorveglianza dello stato del mare, di gestione integrata dell'ambiente marino-costiero, l'oceanografia, le aree marine protette.

LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E DEI DATI AMBIENTALI: IL WEB

Sul sito internet dell'Agenzia la sezione dedicata al tema Acqua è articolata secondo le diverse classificazioni della matrice acqua: acque interne, acque di transizione, acque marino-costiere e acque di balneazione. All'interno delle pagine dedicate alle acque interne un'ulteriore suddivisione aiuta l'utente nell'accedere alle informazioni sulle acque superficiali, sotterranee e potabili, nonché alle informazioni relative al Bacino Scolante in Laguna di Venezia. Ciascuna sotto-sezione del tema contiene informazioni sulle caratteristiche della specifica tipologia di acqua e sul monitoraggio effettuato (analisi, metodologia e normativa di riferimento, rete di rilevamento), i dati raccolti e i progetti realizzati o in corso. Da queste pagine si può quindi accedere ai rapporti periodici di analisi ma anche ai bollettini delle acque marino costiere, della balneazione e delle acque di transizione.

3.3 I TEMI: L'ACQUA

LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE E FORMAZIONE AMBIENTALE

La consapevolezza dei limiti delle risorse naturali ed ambientali e quindi l'assunzione del concetto di vulnerabilità delle risorse e del rischio che esse possano divenire critiche fino alla soglia di degrado irreversibile rendono assolutamente necessaria l'attuazione di azioni di diffusione e promozione della sensibilità collettiva rispetto alle soluzioni delle criticità ambientali. Cittadini sensibili e consapevoli del loro ruolo divengono i principali soggetti di tutela di tutto ciò che può incidere sull'ambiente, agendo appropriatamente e controllando le azioni intraprese da altri soggetti e organismi.

In quest'ottica ha lavorato ARPAV nella ricerca di strumenti efficaci per far arrivare al cittadino messaggi e informazioni utili per alimentare questa consapevolezza. La pubblicazione "Acqua riflettiamoci" è un chiaro esempio di questo indirizzo assunto dall'Agenzia. L'acqua e la sua storia, il suo cammino con l'umanità, i suoi riferimenti con le arti, la musica, la letteratura, sono il leit motiv di questo opuscolo che ARPAV ha realizzato per spiegare come utilizzare un bene prezioso, l'acqua appunto, una risorsa sempre più limitata e che va usata perciò con saggezza, evitando sprechi e inquinamenti. La pubblicazione contiene un utile vademecum che suggerisce i comportamenti "virtuosi" da mettere in atto per salvaguardare la risorsa idrica anche nei piccoli comportamenti quotidiani. L'opuscolo è corredato da due manifesti che illustrano i comportamenti in forma grafica, differenziati per i soggetti cui si riferiscono (Consumatori, Imprenditori, Decisori Sociali).

L'EDITORIA AMBIENTALE

Pubblicazioni specifiche dell'Agenzia sul tema acqua sono:

- A proposito di Mare, mucillagini, tegnue
- A proposito di Acque di transizione
- Acqua ... riflettiamoci!
- Il ciclo dell'acqua
- La distribuzione dell'acqua in Veneto
- Piano Direttore 2000
- Quaderni per l'Ambiente Veneto – Monitoraggio e qualità delle acque della Regione Veneto
- Rapporto sullo stato ambientale dei corpi idrici - anno 2002 - sintesi dicembre 2003
- Studio di 15 biotopi in area dolomitica - programma comunitario "LEADER II"
- Le tegnue ambiente, organismi, curiosità
- Campo sperimentale in mare: prime esperienze relative a elevazioni del fondale con materiale inerte.

3.4 I TEMI: I RIFIUTI

DEFINIZIONE

Le problematiche connesse alla produzione di rifiuti hanno assunto proporzioni sempre più crescenti negli ultimi anni in relazione al miglioramento delle condizioni economiche, al progredire dello sviluppo industriale e della produzione dei beni, all'incremento dei consumi e delle aree urbane. Non si tratta solo di un aumento della quantità degli "scarti" ma anche della differente natura merceologica dei prodotti con la comparsa di nuove materie plastiche, fibre sintetiche e altri materiali non degradabili. A questo si aggiunge anche la richiesta da parte dei consumatori di beni caratterizzati da praticità, costi contenuti e facile utilizzo, soddisfatta dall'industria con la proposta di prodotti spesso sconvenienti in termini di riparazioni e sempre meno naturali e biodegradabili.

FATTORI DI PRESSIONE O SORGENTI

Diversamente da quanto avviene in natura, dove si verifica il totale recupero delle sostanze prodotte, per i processi attivati dall'uomo si assiste ad un parziale riciclo della materia legato allo sviluppo delle tecnologie e all'immissione nell'ambiente di nuovi materiali non presenti in natura, in grado di rilasciare sostanze fortemente inquinanti e difficilmente degradabili attraverso processi naturali. Questi prodotti generano scarti che si possono sostanzialmente dividere in due tipologie:

- Rifiuti urbani cioè gli scarti derivanti dall'attività domestica, dalla pulizia delle strade e dai parchi pubblici;
- Rifiuti speciali derivanti dalle attività commerciali, industriali e agricole.

Tutti questi materiali devono essere sottoposti a processi di recupero, trattamento e smaltimento in appositi impianti industriali.

LA SITUAZIONE IN VENETO

Fin dagli anni Ottanta in Veneto l'indice di produzione dei rifiuti ha visto una costante crescita, anche se negli ultimi anni si è riscontrato un assestamento e un'inversione di tendenza per entrambi le tipologie di rifiuto.

Relativamente ai rifiuti urbani è da segnalare l'ampio superamento nella regione delle percentuali di raccolta differenziata indicate dal Decreto Ronchi, con una percentuale pari al 47,7% nel 2005, tra le più elevate a livello nazionale.

Dell'intera produzione di rifiuti nella regione, i rifiuti pericolosi rappresentano nel 2004 il 79%; il trattamento di questa tipologia di rifiuti differisce a seconda dei materiali di cui sono composti e della loro pericolosità.

I CONTROLLI

L'Osservatorio Suolo e Rifiuti, struttura a valenza regionale di ARPAV, è stata individuata quale struttura tecnica di riferimento e supporto in materia di rifiuti e di compostaggio.

L'attività dell'Osservatorio è rivolta all'acquisizione di una conoscenza approfondita dello stato della produzione e della gestione dei rifiuti urbani, ai fini di una valida programmazione e pianificazione degli interventi pubblici e privati.

3.4 I TEMI: I RIFIUTI

Attraverso uno strumento informatico per la raccolta di informazioni via internet sono state acquisite nell'anno 2005 tutte le informazioni relative ai rifiuti urbani da parte di Comuni e Bacini (MUD) dell'anno precedente; è in corso anche l'attivazione della raccolta dati sui flussi dei rifiuti da parte delle diverse tipologie di impianti di recupero o smaltimento presenti nel territorio regionale. Il passaggio del sistema di riscossione dei tributi per il servizio rifiuti da tassa a tariffa ha visto inoltre l'Osservatorio impegnato quale supporto nella gestione della trasformazione per Comuni e Enti coinvolti.

LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E DEI DATI AMBIENTALI: IL WEB

Nelle pagine del sito dedicate al tema è possibile reperire i dati di attività relativamente alla raccolta dei rifiuti urbani e pericolosi, alla differenziazione, al trattamento attraverso le differenti tipologie di impianti presenti nel territorio regionale.

Le pagine dedicate all'Osservatorio regionale per il compostaggio presentano l'attività di tale struttura che, oltre alla raccolta dati, effettua periodici monitoraggi dei materiali in ingresso e in uscita dagli impianti, promuove attività di studio e di coordinamento a livello regionale allo scopo di migliorare le conoscenze sulle fasi necessarie ad un effettivo recupero dei rifiuti organici.

LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE E FORMAZIONE AMBIENTALE

La separazione dei rifiuti e le modalità di attuazione della differenziazione sono sicuramente la problematica ambientale oggetto di tante azioni informative attuate dagli enti preposti alla raccolta negli ultimi anni. Ciò nonostante l'obiettivo delle azioni educative intraprese da ARPAV è quello di creare una maggiore consapevolezza e, nel tempo, una modifica delle abitudini dei cittadini con l'adozione di comportamenti più sostenibili, volti ad una minor produzione di rifiuti e non solo al raggiungimento di elevati livelli di raccolta differenziata.

Il progetto "Rifiuto - Risorsa ideale futura in una terra ospitale" consiste in un percorso didattico articolato sui diversi aspetti legati al tema: dall'acquisire consapevolezza che le risorse ambientali sono limitate ed esauribili, all'apprendere il concetto positivo di rifiuto e l'importanza e la necessità di trasformarlo in risorsa, al comprendere come piccole azioni quotidiane individuali possano diventare "benessere collettivo" e permettano di risolvere problemi complessi. L'iniziativa, realizzata nel 2002, ha coinvolto alunni ed insegnanti di 240 scuole elementari e medie della regione.

L'EDITORIA AMBIENTALE

Pubblicazioni specifiche dell'Agenzia sul tema rifiuti sono:

- A proposito di rifiuti
- A proposito di raccolta differenziata
- A proposito di compostaggio domestico

3.4 I TEMI: I RIFIUTI

- Quaderni per l'Ambiente Veneto – La gestione dei rifiuti della Regione Veneto
- La gestione dei rifiuti urbani (vari anni)
- La raccolta differenziata (vari anni)
- Compostaggio nel Veneto
- La tecnologia del compostaggio
- Linee guida per la gestione della tariffa dei rifiuti urbani.

3.5 I TEMI: L'ELETTROMAGNETISMO

DEFINIZIONE

Il termine elettromagnetismo viene utilizzato per indicare l'inquinamento causato dall'esposizione alle radiazioni non ionizzanti – comunemente chiamate campi elettromagnetici - ed è stato coniato a seguito del recente sviluppo delle telecomunicazioni, che hanno prodotto un consistente aumento delle fonti di campi elettrici e magnetici di natura artificiale e, di conseguenza, l'esposizione della popolazione.

FATTORI DI PRESSIONE O SORGENTI

In natura esistono sorgenti di campi elettromagnetici, ne sono esempio le scariche elettriche in atmosfera e il campo magnetico terrestre. Vi sono poi sorgenti artificiali di tali campi che sono quelle generate dalle tecnologie impiegate per il trasporto e la distribuzione dell'energia elettrica (elettrodotti) o per diverse applicazioni in campo industriale, per le apparecchiature elettrodomestiche e per le radiotelecomunicazioni (ad esempio emittenti radiotelevisive, antenne per la telefonia cellulare, telefonini).

In relazione ai possibili effetti delle onde elettromagnetiche sugli organismi viventi, si possono suddividere le radiazioni non ionizzanti in 2 gruppi di frequenze:

- radiazioni a frequenza estremamente bassa (Extremely Low Frequency ELF), generate principalmente da linee elettriche;
- radiofrequenze RF, emesse soprattutto da impianti di telecomunicazione.

Alle 2 tipologie di frequenze sono associati diversi meccanismi di interazione con la materia vivente e diversi potenziali rischi per la salute umana.

LA SITUAZIONE IN VENETO

Per quanto riguarda le radiazioni ELF, nel territorio veneto a settembre 2006 sono stati censiti complessivi 4894 km di linee elettriche, di questi 2975 km sono linee a 132 kV, 1300 km a 220 kV e 618 km a 380 kV di tensione; a seconda del livello di tensione la legge individua diverse distanze di rispetto tra gli elettrodotti e le abitazioni, a tutela della salute della popolazione.

Tra le sorgenti di radiofrequenze RF, il numero di impianti per telefonia mobile installati nel Veneto ha registrato negli anni una forte crescita, passando dagli 854 del 1999 ai 5181 del 2006; tale aumento è da imputarsi a più fattori, tra cui la sempre maggiore diffusione dei telefoni cellulari e la crescita del numero di gestori di telefonia.

I CONTROLLI

Le Agenzie ambientali sono gli enti istituzionalmente preposti al controllo ambientale dei campi elettromagnetici. L'attività di controllo è finalizzata da un lato a garantire che l'impatto ambientale delle diverse sorgenti (elettrodotti, impianti di telecomunicazione, ecc.) sia compatibile con quanto previsto dalla normativa, dall'altro a verificare complessivamente lo stato dell'ambiente rispetto all'inquinamento elettromagnetico. La legge 36/01 assegna alle

3.5 I TEMI: L'ELETTROMAGNETISMO

Agenzie Ambientali il supporto tecnico a Comuni e Province per le rispettive funzioni di controllo e vigilanza. ARPAV, attraverso l'Osservatorio Agenti Fisici e i Dipartimenti Provinciali, effettua il monitoraggio sulle sorgenti di campi elettromagnetici e ha realizzato il catasto georeferenziato regionale delle linee elettriche ad alta tensione e quello degli impianti di telefonia mobile (progetto ETERE). Il progetto ETERE ha come obiettivo la mappatura territoriale dei campi elettromagnetici a partire dalla conoscenza della localizzazione e della tipologia tecnica delle sorgenti presenti sul territorio. Tale mappatura permette di individuare i valori di campo elettromagnetico presenti sul territorio e, mettendo in evidenza le eventuali situazioni critiche, consente di effettuare valutazioni preventive sulla recettività ambientale di un sito rispetto all'installazione di nuovi impianti. Relativamente agli impianti di telecomunicazione, l'Agenzia effettua anche il monitoraggio in continuo del campo elettrico emesso con particolare riferimento alle stazioni radio-base, attività che rientra nell'ambito di un progetto sperimentale promosso dal Ministero delle Comunicazioni. I dati sono rilevati attraverso centraline mobili posizionate nei punti di interesse per durate variabili e si riferiscono al valore medio orario e al valore massimo orario registrati per ogni ora nell'arco delle giornate precedenti e validati. Alla fine di ciascuna campagna vengono emessi dei bollettini riassuntivi.

LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E DATI AMBIENTALI: IL WEB

Oltre alla trasmissione dei dati alla Regione, Enti Locali ed altri soggetti secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento, l'Osservatorio Agenti Fisici divulga informazioni e dati specifici sull'argomento attraverso la sezione del sito internet dell'Agenzia dedicata al tema. In queste pagine è possibile reperire contenuti sia di carattere divulgativo che tecnico e accedere ai dati raccolti dalle strutture dell'ARPAV circa le sorgenti di campi elettromagnetici presenti sul nostro territorio.

La sezione "Dati" del menu consente l'accesso ai report conclusivi delle campagne realizzate in tutto il Veneto per monitorare in continuo il campo elettromagnetico emesso dalle stazioni radio-base e di accedere al catasto informatizzato e georeferenziato degli impianti per telefonia mobile aggiornato in tempo reale. Per la maggior parte delle stazioni Radio Base del catasto è possibile anche visualizzare la simulazione del campo elettrico.

LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE E FORMAZIONE AMBIENTALE

La percezione del rischio da elettrosmog da parte della popolazione dipende fortemente da fattori di natura culturale non direttamente connessi al fenomeno e pertanto fortemente influenzati dalla qualità dell'informazione ricevuta. Occorre precisare che i mezzi di comunicazione di massa, in generale, non sempre aiutano il cittadino a capire la reale portata dei rischi per la salute umana legati all'elettromagnetismo. La produzione di campi elettromagnetici, infatti, non dipende solo dagli impianti (elettrodotti e antenne) ma soprattutto dagli elettrodomestici e da altre apparecchiature elettriche di uso quotidiano quali televisore, asciugacapelli, rasoio, computer, lampade, eccetera. Per favorire una corretta informazione sul problema ambientale, evitando allarmismi ingiustificati, ARPAV -

3.5 I TEMI: L'ELETTROMAGNETISMO

nell'ambito delle attività di comunicazione, educazione e formazione ambientale - ha realizzato con la Regione Veneto un corso di formazione a distanza sulla comunicazione del rischio da campi elettromagnetici rivolto a tecnici e operatori di Enti Locali e ULSS del Veneto. L'obiettivo del corso è stato quello di far acquisire agli operatori specifiche abilità nell'uso delle tecniche di comunicazione e conoscenza delle chiavi di lettura del processo relazionale con particolare riferimento alla gestione delle situazioni critiche.

L'EDITORIA AMBIENTALE

Pubblicazioni specifiche dell'Agenzia sul tema elettromagnetismo sono:

- Onde in chiaro
- Quaderni per l'Ambiente Veneto – Rumore, radioattività e campi elettromagnetici nella Regione Veneto
- Rapporto conclusivo sul censimento degli spazi dedicati all'infanzia situati in prossimità di linee elettriche ad alte tensione nel Veneto
- Rischio da Campi elettromagnetici – Come comunicare
- Scopriamo insieme...l'elettromagnetismo guida per ragazzi (in collaborazione con il Comune di Venezia)
- Scopriamo insieme...l'elettromagnetismo guida per bambini (in collaborazione con il Comune di Venezia).

3.6 I TEMI: AMBIENTE – LE ISTITUZIONI

DEFINIZIONE

L'Agenzia nasce nel 1996 a seguito del referendum dell'Aprile del 1993 che ha abrogato le competenze delle ULSS nel campo del controllo e della prevenzione ambientale; il Parlamento, con la Legge 61 del 1994, affida tali compiti ad apposite "Agenzie Regionali" che diventano i centri deputati alla vigilanza e controllo ambientale in sede locale.

L'Agenzia Regionale per la Prevenzione e Protezione del Veneto viene istituita il 18 ottobre 1996 e ad essa vengono attribuite le competenze in tema di tutela e controllo dell'ambiente. L'Agenzia persegue due obiettivi strettamente connessi:

- la protezione, attraverso i controlli ambientali che tutelano la salute della popolazione e la sicurezza del territorio;
- la prevenzione, attraverso la ricerca, la formazione, l'informazione e l'educazione ambientale.

FATTORI DI PRESSIONE O SORGENTI

Le fonti di pressione ambientale sono determinate dalle attività umane che, attraverso l'utilizzo di risorse naturali e l'interazione con l'ambiente circostante, producono degli impatti sull'ambiente. Sono quindi fonti di pressione gli scarichi di impianti civili e industriali, le emissioni di sostanze nocive in atmosfera derivanti dall'attività industriale o dal traffico veicolare, i rifiuti prodotti, lo sfruttamento del suolo, le radiazioni emesse da fonti artificiali, eccetera. Gli effetti indotti da tali fonti di pressione sulla qualità dell'ambiente sono monitorati attraverso misurazioni continue del livello di qualità delle diverse matrici ambientali (aria, acqua, suolo, ...).

LA SITUAZIONE IN VENETO

L'ARPAV viene istituita con legge regionale n. 32/96 e diviene operativa il 1° gennaio 1999.

"L'ARPAV opera per la tutela, il controllo, il recupero dell'ambiente e per la prevenzione e promozione della salute collettiva, perseguendo l'obiettivo dell'utilizzo integrato e coordinato delle risorse, al fine di conseguire la massima efficacia nell'individuazione e nella rimozione dei fattori di rischio per l'uomo e per l'ambiente." Art.1, comma 2, Legge istitutiva n. 32 del 18.10.96.

L'Agenzia ha acquisito le competenze e le risorse umane e materiali degli ex Presidi Multizonali di Prevenzione, strutture che si occupavano di prevenzione all'interno delle ULSS. Tale attività di controllo e monitoraggio è stata potenziata attraverso la creazione di strutture regionali specializzate su specifiche attività e matrici – Osservatori e Centri specializzati – preposte anche ad attività di ricerca e sviluppo per le materie di competenza.

La visibilità dell'Agenzia presso i suoi clienti, soprattutto non istituzionali, è cresciuta nel corso degli anni; dalle indagini realizzate tra i cittadini è risultata una conoscenza dell'Ente e delle sue competenze da parte del 17% dei cittadini nel 2002 e del 22% nel 2003 e del 38% nel 2006.

3.6 I TEMI: AMBIENTE – LE ISTITUZIONI

I CONTROLLI

L'attività di controllo è effettuata dai Dipartimenti Provinciali ARPAV e si distingue in 2 grossi filoni di interventi a secondo dell'oggetto del controllo:

- Attività sulle fonti di pressione ambientale che prevede controlli preventivi - attuati prima dell'avvio del processo produttivo con funzioni istruttorie volte a valutare le caratteristiche degli impianti e la loro gestione - e controlli successivi effettuati durante il periodo di attività dell'impianto.
- Attività di monitoraggio ambientale preposta al controllo dello stato dell'ambiente attraverso i piani regionali di monitoraggio per matrici (aria, acqua, suolo, ...) che verificano la qualità della specifica matrice senza essere riferibili ad una particolare fonte di pressione.

Il Sistema Informativo Regionale Ambientale, gestito da ARPAV, ha un ruolo fondamentale nella gestione di questo articolato sistema di controlli, in esso confluiscono infatti tutte le informazioni relative ai monitoraggi: dai dati rilevati ai sopralluoghi effettuati, dalle caratteristiche e posizionamento delle centraline al catasto informatizzato delle fonti di pressione. Attraverso apposite procedure di validazione ed elaborazione dei dati, il SIRAV produce report sulle specifiche attività o monitoraggi realizzati, gestendo così il flusso delle informazioni raccolte.

I NUMERI DELL'ARPAV

Nel 2006 l'Agenzia ha effettuato controlli preventivi e successivi su 1.721 fonti di pressione (5.560 controlli complessivi) e su 3.962 punti generici - punti non riconducibili a siti censiti nei catasti SIRAV (quali scuole, abitazioni, aeroporti, corsi d'acqua, infrastrutture, ecc.) - con 5.357 controlli totali effettuati.

Oltre 60.000 i campioni prelevati ed analizzati nell'anno sulle matrici ambientali.

LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI E DATI AMBIENTALI: IL WEB

Numerosi e diversificati sono gli strumenti di comunicazione utilizzati da ARPAV per assolvere all'obbligo di informazione al pubblico. Oltre alla trasmissione dei dati e dei report ambientali alla Regione, Enti Locali ed altri soggetti secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento, l'Agenzia risponde alle richieste di informazioni e dati di cittadini e altri soggetti che ne facciano richiesta.

Il sito internet è lo strumento che garantisce maggiore visibilità all'Agenzia; date le sue caratteristiche di immediatezza e di raggiungibilità da parte della maggior parte della popolazione, il sito consente di mettere a disposizione dei cittadini i dati rilevati ed elaborati, informazioni direttamente e immediatamente fruibili da chiunque ne abbia interesse.

Nel 2005 ARPAV ha intrapreso un'attività di restyling della propria vetrina on line. Infatti, la considerevole crescita del sito dal 1999 - anno di pubblicazione - ad oggi, ha reso necessaria la creazione di nuovi percorsi logici e menù di navigazione intuitivi che, a fronte dell'aumentata quantità e complessità dei contenuti, possano facilitare l'utente nella ricerca della pagina desiderata. Così i contenuti, pur mantenendo il loro rigore scientifico e credibilità, sono stati rielaborati secondo le regole della comunicazione web, molto diverse da quelle seguite per la stampa.

3.6 I TEMI: AMBIENTE – LE ISTITUZIONI

Strutturate secondo un raggruppamento logico “che guarda ai contenuti dalla parte dell’utente”, la navigazione e l’architettura delle informazioni lasciano la possibilità di spaziare da un’informazione introduttiva – di presentazione sull’argomento scelto e semplice nel linguaggio – ad un menu laterale che permette di accedere a pagine strutturate contenenti materiale informativo più tecnico e scientifico – metodologie d’analisi, normativa, strumentazione utilizzata – ma anche dati sui monitoraggi, sui progetti e sulle attività realizzate, rapporti e documenti sullo specifico tema.

Infine, il nuovo sito consentirà ad una gamma sempre più ampia di utenti di accedere alle informazioni ambientali grazie all’applicazione, nella sua ristrutturazione, delle normative tecnologiche degli standard del consorzio internazionale W3C, che consentiranno anche a quanti utilizzano browser testuali o screen readers (ipovedenti, videolesi, disabili), di consultare i contenuti delle pagine.

LE ATTIVITA’ DI COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE E FORMAZIONE AMBIENTALE

La prospettiva dello sviluppo sostenibile, così come viene definita da tutti i programmi internazionali e nazionali, rilancia i temi dell’educazione, della formazione, della comunicazione e dell’informazione ambientale e il ruolo che queste azioni hanno nelle politiche tese a coniugare sviluppo economico, qualità della vita e tutela dell’ambiente. Promuovere le attività di educazione ed informazione ambientale dei cittadini è una delle funzioni istituzionali dell’ARPAV (art. 3 Legge 32/96); l’Agenzia svolge le funzioni indicate attraverso il Settore per la Prevenzione e la Comunicazione Ambientale. Il programma di attività è stato formulato sulla base del “Piano Triennale Regionale di Educazione Ambientale della Regione Veneto” e delle “Linee di indirizzo per un nuova programmazione concertata tra lo Stato, le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano in materia di informazione, formazione ed educazione ambientale (IN.F.E.A.)”. Attraverso l’incontro e la collaborazione continua con tutti i soggetti che a vario titolo partecipano a tali attività nella regione, è stato possibile definire linee guida e azioni d’intervento di lungo periodo, realizzare progetti e condividere le informazioni e i prodotti relativi alle attività realizzate grazie alla creazione di una rete regionale dedicata all’educazione ambientale.

L’EDITORIA AMBIENTALE

Nel campo dell’editoria l’Agenzia realizza pubblicazioni sia di natura divulgativa – tra cui la collana “A proposito di ...” - che tecnica sui diversi temi e problematiche ambientali; al 2006 sono state prodotte circa 150 pubblicazioni, la maggior parte delle quali sono scaricabili dal sito web. Sempre attraverso il sito è possibile inoltrare richiesta circa le pubblicazioni d’interesse.

Le pubblicazioni ARPAV sono consultabili anche presso il Centro di Documentazione dell’Agenzia che organizza e gestisce la documentazione disponibile presso il Settore per la Prevenzione e la Comunicazione Ambientale mettendola a disposizione degli utenti attraverso la pubblicazione periodica di cataloghi in formato cartaceo e prossimamente on line.

4. Il confronto temporale



4.1 Aria – Inquinamento atmosferico

COMPORAMENTI

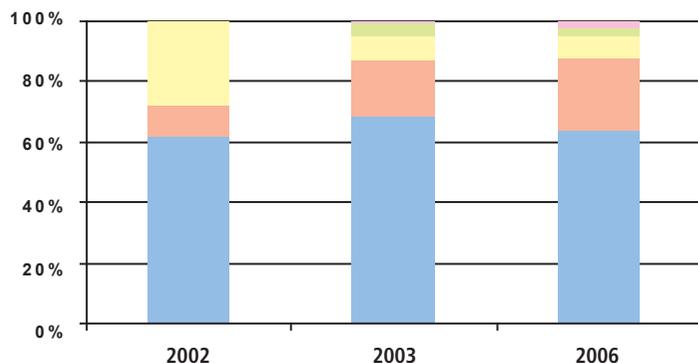
Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *Che mezzo di trasporto utilizza principalmente per i suoi spostamenti quotidiani?*

auto	64 %
a piedi/ bicicletta	24 %
autobus/ corriera	7%
moto/ motorino	3 %
treno	2 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ auto ■ a piedi/bicicletta ■ autobus ■ moto ■ treno

- Nel 2006, il 64% del campione complessivo dichiara di usare l'auto quale mezzo di trasporto principale.

- Il confronto tra anni evidenzia la stabilità nella scelta dell'auto come mezzo principale di spostamento da oltre il 60% del campione.

- Negli anni diminuisce l'utilizzo del mezzo pubblico (28% nel 2002 e 7% nel 2006) a favore della bicicletta o degli spostamenti a piedi (10% nel 2002 e 24% nel 2006).

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

La rilevazione nel Veneto conferma un dato nazionale: il mezzo di trasporto più usato per gli spostamenti quotidiani è l'automobile. Gli abitanti del Veneto inoltre sembrano usare sempre meno i mezzi pubblici; su questo dato bisogna riflettere: campagne di educazione all'uso di autobus e treni per gli spostamenti quotidiani possono essere efficaci se a supporto di politiche urbane capaci di aumentare l'offerta del trasporto pubblico, che in Italia, rispetto ad altre città europee, è fortemente penalizzata (fonte: Qualità dell'ambiente urbano, 2004, Apat).

ARPAV e Regione Veneto hanno realizzato tra ottobre e novembre 2004 una campagna di comunicazione - QB CONSUMO Quanto basta - rivolta a tutti i cittadini del Veneto sulla riduzione dei consumi; tra questi uno dei messaggi era rivolto alla riduzione dell'uso privato dell'auto.

4.1 Aria – Inquinamento atmosferico

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

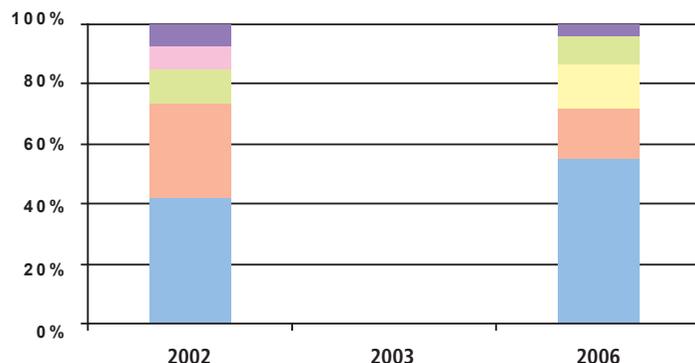
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Secondo lei, l'effetto serra, cioè il surriscaldamento del pianeta, e' causato principalmente da?*

petrolio /carbone	55 %
esclusivamente traffico auto	17 %
abbattimento foreste	15%
bombolette spray	9 %
n.r.	4 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ Petrolio/carbone ■ traffico auto ■ abbattimento foreste
■ bombolette spray ■ altro ■ n.r.

- Nel 2006, il 55% del campione complessivo attribuisce l'effetto serra al petrolio e carbone utilizzati per industria, riscaldamento ed auto.
- Negli anni cresce la percentuale del campione che attribuisce all'uso di combustibili per industria, riscaldamento e auto la causa principale dell'effetto serra (42% nel 2002 e 55% nel 2006).
- Diminuisce la percentuale di coloro che attribuiscono esclusivamente al traffico automobilistico la causa del problema (32% nel 2002 e 17% nel 2006).

Il dati rilevati dimostrano che la popolazione è sempre più informata sui problemi ambientali: i cambiamenti climatici risultano per lo più connessi all'aumento della concentrazione di gas serra imputabile all'utilizzo di combustibili fossili da parte dei paesi industrializzati. Conseguentemente le politiche per il contenimento dell'emissione di gas serra sono orientate al risparmio energetico e alla riduzione del traffico.

L'importanza di scelte condivise e comportamenti responsabili da parte di ogni cittadino è stata sottolineata dalla recente campagna 2006 dell'Unione Europea che, con lo slogan "Sei tu che controlli i cambiamenti climatici", ha invitato i cittadini europei a ridurre la propria "impronta ecologica" minimizzando il loro contributo al riscaldamento globale (www.climatechange.eu.com).

4.1 Aria – Inquinamento atmosferico

PERCEZIONI

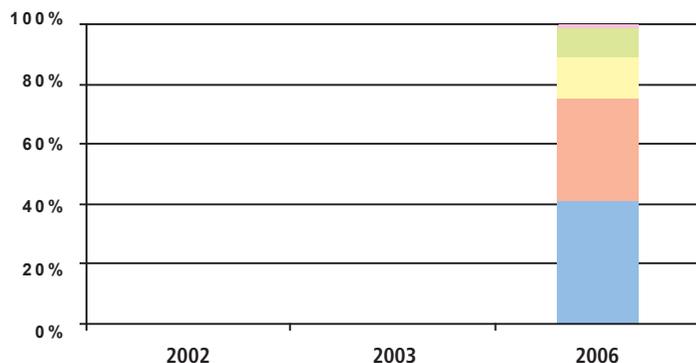
Il quesito *Secondo lei, i suoi comportamenti quotidiani possono incidere sull'inquinamento dell'aria?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

poco	41 %
abbastanza	34%
per nulla	14%
molto	10%
n.r.	1%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ poco ■ abbastanza ■ per nulla ■ molto ■ n.r.

- Nel 2006, il 55% del campione complessivo pensa che i suoi comportamenti quotidiani possano incidere poco e per nulla sull'inquinamento dell'aria.
- Solo il 10% ritiene che i propri comportamenti possano incidere molto sul contenimento del problema.
- Quesito sottoposto ai rispondenti solo nella rilevazione del 2006.

Il 41% del campione intervistato è convinto che i comportamenti individuali possano incidere poco sull'inquinamento dell'aria e solo il 10% attribuisce molta importanza ai comportamenti quotidiani. Sono dati che devono far riflettere sul ruolo che il singolo si attribuisce nella gestione del problema. Le campagne informative attuate a livello internazionale, nazionale e locale mirano ad accrescere la consapevolezza circa gli effetti di semplici gesti quotidiani su problemi globali quali l'inquinamento dell'aria, i cambiamenti climatici, la scarsità dell'acqua.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

4.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

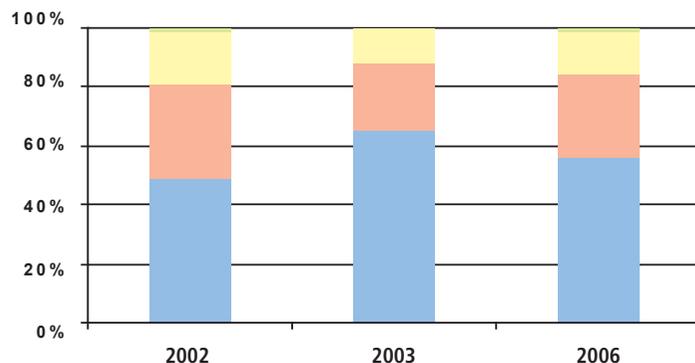
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Se deve acquistare un elettrodomestico, tiene conto, nella scelta, dei consumi di energia elettrica dichiarati dal costruttore?*

si è fattore decisivo	56 %
si non è fattore decisivo	28 %
no	15 %
n.r.	1 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ Si è fattore decisivo ■ si ma non è fattore decisivo ■ no ■ n.r.

- Nel 2006, il 56% del campione complessivo reputa decisivo nella scelta dell'elettrodomestico il consumo di energia dichiarato dal costruttore.
- Negli anni aumenta la percentuale del campione che attribuisce un'importanza decisiva nell'acquisto dell'elettrodomestico ai consumi di energia.
- Rimane pressochè costante negli anni la percentuale di coloro che non prestano alcuna attenzione ai consumi di energia (circa il 15% del campione).

L'ambiente domestico è sempre più colonizzato da nuovi apparecchi come condizionatori, forni microonde, spazzolini elettrici, playstation, personal computer, trasformatori per ricarica di cellulari e i-pod, che insieme a tv, lavatrici, lavastoviglie, frigoriferi, incrementano ulteriormente consumi e costi delle bollette. Dal 1992, in base alla Direttiva 92/75 della Comunità europea, è stata introdotta l'etichetta energetica ad una serie di elettrodomestici (frigoriferi, lavabiancheria, lavastoviglie, scaldacqua, condizionatori, ecc.) per informare dell'efficienza energetica e dell'impatto che gli apparecchi hanno sull'ambiente. I consumatori hanno così a disposizione diversi strumenti per ridurre consumi energetici e impatto ambientale: il contributo che ciascuno di noi può dare non è indifferente tenendo presente che il 16% delle emissioni a gas serra è generato dalle nostre case (fonte: L'ambiente per gli europei, n.25, settembre 2006).

4.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *Principalmente per quale motivo il consumo di energia elettrica è un fattore decisivo?*

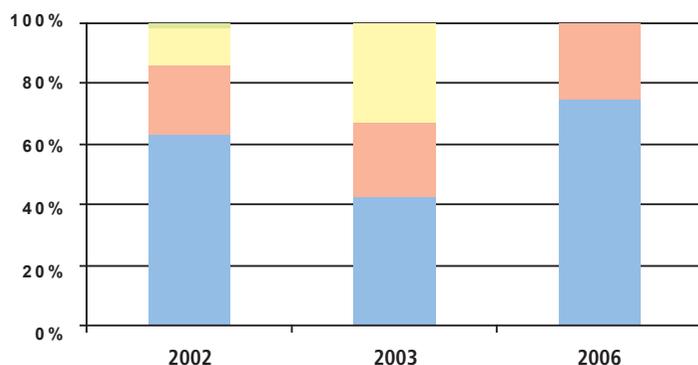
risparmio economico 75 %

inquina meno 25 %

C
A
M
P
I
O
N
E

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ risparmio economico ■ inquina meno ■ altro/entrambi motivi ■ n.r.

- Nel 2006, per il 75% del campione, il risparmio economico è il motivo dell'attenzione ai consumi di energia elettrica dichiarati dal costruttore.

- Negli anni aumenta la percentuale del campione che individua nel risparmio economico la motivazione dell'attenzione ai consumi di energia.

- Rimane costante negli anni la percentuale di coloro che individuano nel minor inquinamento la motivazione dell'attenzione ai consumi di energia (circa il 25% del campione).

Il risparmio economico è la principale motivazione che induce i consumatori a modificare i loro comportamenti ambientali; questo è un fattore importante spesso preso in considerazione nell'attuare campagne di sensibilizzazione ambientale. Nell'acquisto di nuovi elettrodomestici, come nel caso di lavapiatti o lavabiancheria, la scelta di un apparecchio più efficiente dal punto di vista energetico consente risparmi sia di energia elettrica, sia di acqua e detersivo riducendo complessivamente l'impatto sull'ambiente rispetto ad elettrodomestici di vecchia generazione.

4.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

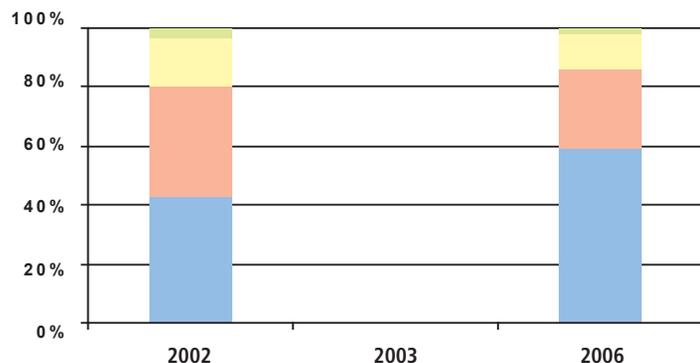
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *In casa Lei spegne le luci quando si sposta da una stanza all'altra?*

sempre	59 %
spesso	27 %
qualche volta	12 %
mai	2 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ sempre ■ spesso ■ qualche volta ■ mai

- Nel 2006, più della metà del campione dichiara di spegnere sempre le luci spostandosi da una stanza all'altra (59%).

- Negli anni complessivamente aumenta la percentuale del campione che adotta un corretto comportamento (80% nel 2002 e 86% nel 2006).

- Cresce significativamente la percentuale di coloro che spengono sempre le luci spostandosi da una stanza all'altra (43% nel 2002 e 59% nel 2006).

Gli intervistati dichiarano di spegnere sempre o spesso la luce spostandosi da una stanza all'altra della casa (86%); il gesto di spegnere l'interruttore è però motivato più dal risparmio economico che dalla consapevolezza di contribuire a ridurre l'inquinamento atmosferico (vedi domanda precedente).

"Se spengo, non spreco e non spendo!" è la campagna promossa da ARPAV per contenere i consumi di energia elettrica negli uffici attuata nel 2006 per la Settimana Nazionale dell'Educazione all'Energia Sostenibile dal 6 al 12 novembre. L'iniziativa ha sensibilizzato i circa 1200 dipendenti e collaboratori dell'Agenzia a cui sono state inviate "pillole di sostenibilità" sotto forma di consigli pratici da adottare durante l'intera giornata di lavoro con l'obiettivo di ridurre i consumi energetici nell'uso di computer, stampanti, illuminazione, ecc.. Per approfondimenti: www.arpa.veneto.it/home/htm/decennio_unesco.asp.

4.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

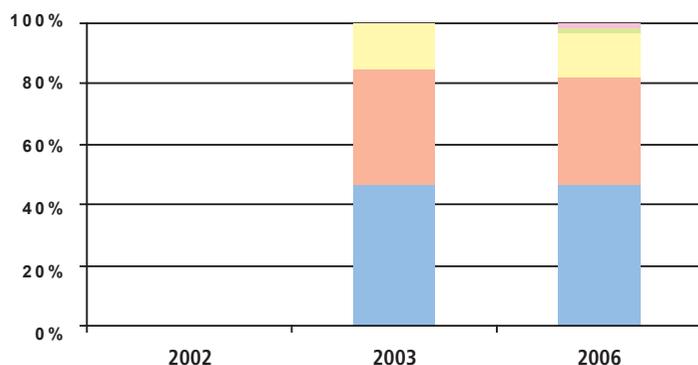
Il quesito *Nella sua abitazione utilizza lampadine a basso consumo di energia al posto di quelle solite?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

tutte	47 %
alcune	35 %
no	15 %
non le conosco	2 %
n.r.	1 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

tutte alcune no non le conosco n.r.

- Nel 2006, circa la metà del campione dichiara di utilizzare in casa tutte lampadine a basso consumo d'energia
- Negli anni non si rileva alcuna significativa variazione.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Una famiglia media di tre/quattro persone può risparmiare fino all'80% sui consumi di luce, sostituendo le lampadine a incandescenza tradizionali con le lampade fluorescenti compatte; a fronte di una spesa più elevata all'acquisto, l'utilizzo di lampade a basso consumo garantisce un notevole risparmio sulla bolletta finale. Anche in questo caso si tratta di "investimenti per il futuro": spesso le scelte ecologiche richiedono un sacrificio iniziale per modificare abitudini consolidate, ma capaci di assicurare vantaggi sul lungo periodo.

4.2 Energia – Il risparmio

CONOSCENZE

C
A
M
P
I
O
N
E

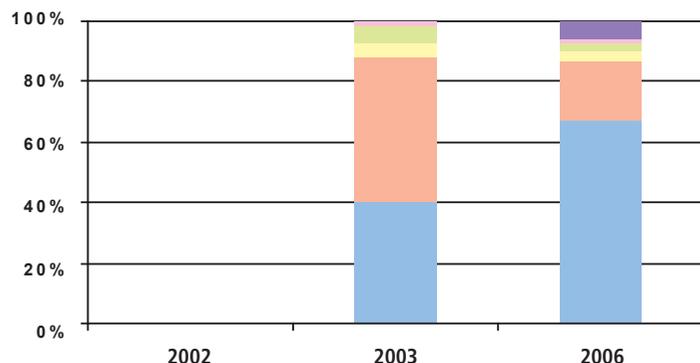
Il quesito *Secondo lei, in Italia in che modo si produce la maggior parte di energia elettrica?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

petrolio/carbone	67%
acqua	20%
nucleare	3%
sole	3%
vento	1%
n.r.	6%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ petrolio/carbone ■ acqua ■ nucleare ■ sole ■ vento ■ n.r.

- Nel 2006, per i due terzi del campione complessivo la maggior parte dell'energia elettrica nel nostro paese è prodotta attraverso la combustione del petrolio o del carbone.
- Negli anni cresce significativamente la percentuale del campione per il quale la maggior parte dell'energia elettrica è prodotta attraverso la combustione di petrolio o carbone (+ 27%).
- Diminuisce di 28 punti la percentuale di coloro che individuano nell'acqua lo strumento principale per la produzione dell'energia.

Il 71,7 % del fabbisogno nazionale di energia elettrica è coperto dalla produzione di centrali termoelettriche che bruciano combustibili fossili sotto forma di gas naturale (59,2% del totale termoelettrico nel 2005), carbone (17,3%) e derivati petroliferi (14,2%). La quota rimanente è coperta per un 14,3 % da centrali idroelettriche, geotermiche, eoliche e fotovoltaiche e per il 13,9 % da energia importata dall'estero, prodotta in parte da centrali nucleari (fonte: Terna, 2005 – Rete Elettrica Nazionale S.p.a.).

Le informazioni in possesso della popolazione su questo argomento sono abbastanza limitate, pur tenendo conto dell'importanza del tema dell'energia nello sviluppo economico del paese.

4.2 Energia – Il risparmio

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

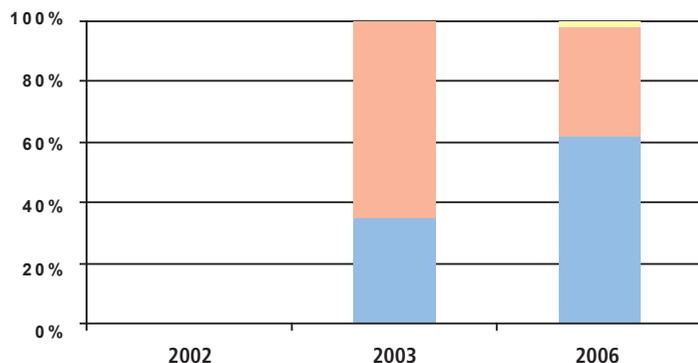
Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi con indicazioni o consigli per risparmiare energia elettrica?*

si	62 %
no	36 %
n.r.	2 %

C
A
M
P
I
O
N
E

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ si ■ no ■ n.r.

- Nel 2006, il 62% del campione complessivo dichiara di aver ricevuto opuscoli con indicazioni e consigli sul risparmio energetico.

- Negli anni quasi raddoppia la percentuale di coloro che dichiarano di aver ricevuto opuscoli informativi (35% nel 2003 e 62% nel 2006).

Recentemente il problema dei consumi energetici è diventato importante sia per gli amministratori sia per i cittadini, anche in seguito all'episodio di black out che ha coinvolto tutto il nostro paese nell'estate del 2004; i gestori pubblici dell'energia attualmente propongono tariffe differenziate agli utenti in base alle fasce orarie in modo da contenere i picchi di consumi durante il giorno e spostare parte dei consumi domestici nelle fasce serali. Arpav sul tema del risparmio energetico ha presentato l'opuscolo "A proposito di ...Energia" in occasione della Settimana Nazionale dell'Educazione all'Energia Sostenibile dal 6 al 12 novembre 2006. L'opuscolo è a disposizione di cittadini, studenti, insegnanti, amministrazioni pubbliche ed è scaricabile dal sito www.arpa.veneto.it.

4.3 Acqua – Il risparmio idrico

COMPORAMENTI

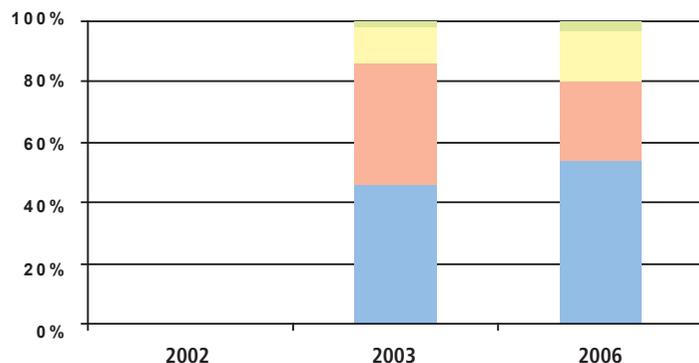
Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *Nei normali usi quotidiani dell'acqua (igiene personale, lavatrice, lavastoviglie, ...), quanta attenzione pone al consumo dell'acqua?*

abbastanza	54 %
molta	26 %
poca	17 %
per nulla	3 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ abbastanza ■ molta ■ poca ■ per nulla

- Nel 2006, l'80% del campione assume un comportamento corretto relativamente ai consumi idrici
- Negli anni diminuisce significativamente la percentuale di coloro che prestano molta attenzione ai consumi dell'acqua (-14%).
- Per contro aumenta la percentuale di coloro che prestano abbastanza attenzione ai consumi idrici (+8%) ma anche quella di coloro che prestano poca o nessuna attenzione (+6%).

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Complessivamente diminuisce di 6 punti la percentuale di intervistati che dichiara di prestare molta o abbastanza attenzione ai consumi dell'acqua rispetto ai dati rilevati nel 2003, pur attestandosi ad un 80% complessivo.

L'Italia, e in particolar modo il Veneto, è un territorio ricco di acqua tanto che l'86,5 % della risorsa idrica è prelevata da pozzo o da sorgente; nonostante la disponibilità è importante tutelarne l'utilizzo e sensibilizzare i cittadini sull'uso sostenibile di una risorsa così preziosa.

4.3 Acqua – Il risparmio idrico

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

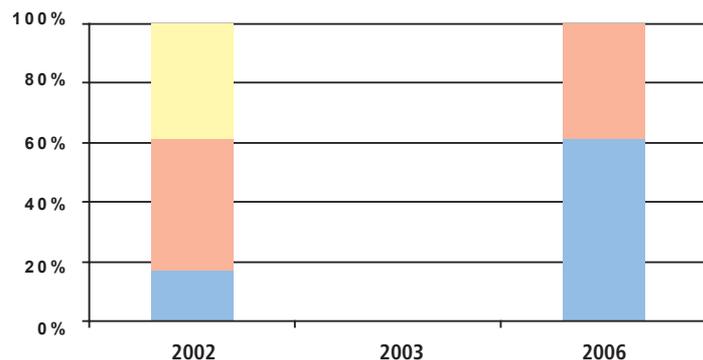
Il quesito *Lei fa attenzione al consumo di acqua principalmente per?*

risparmiare sulla bolletta	61 %
perché acqua esauribile	39 %

C
A
M
P
I
O
N
E

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ risparmio bolletta ■ acqua esauribile ■ non sopporta sprechi

- Nel 2006, il 61% del campione dichiara di prestare attenzione ai consumi per risparmiare sulla bolletta.

- Negli anni cresce significativamente la percentuale di coloro che prestano attenzione ai consumi d'acqua per risparmiare sulla bolletta (+44%).

Gli intervistati dichiarano di essere attenti ai consumi dell'acqua principalmente per risparmiare sulla bolletta, in Italia in realtà non c'è elevata sensibilità nei consumi idrici domestici proprio a causa dei bassi costi a consumo. Nel nostro paese il costo dell'acqua di rubinetto è dalle 200 alle 500 volte meno caro di quello dell'acqua in bottiglia e nonostante i parametri igienico-sanitari da rispettare siano più rigidi per l'acqua di rubinetto rispetto a quella acquistata al supermercato, gli italiani sono i maggior consumatori d'acqua minerale in bottiglia del mondo (fonte: Rapporto WWF, 2005).

4.3 Acqua – Il risparmio idrico

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

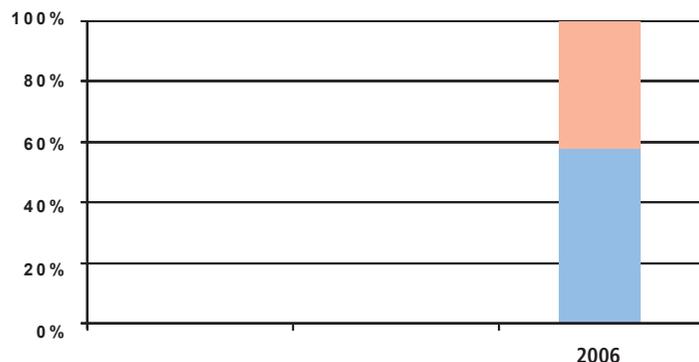
Il quesito *Lei principalmente a casa beve?*

acqua in bottiglia 58 %

acqua del rubinetto 42 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ acqua in bottiglia ■ acqua del rubinetto

- Nel 2006, il 58% del campione a casa beve principalmente acqua in bottiglia

- Quesito sottoposto ai rispondenti solo nella rilevazione del 2006.

Nel 2006 il 58% del campione afferma di bere principalmente acqua in bottiglia. Il 53% di questa parte del campione in un successivo quesito dichiara di bere acqua naturale e sceglie l'acqua in bottiglia, rispetto a quella del rubinetto, perché piace di più. Secondo dati ISTAT del 2005 la percentuale di cittadini veneti che consumano acqua minerale è pari all'89.2% e la nostra regione rientra tra quelle in cui più alto è il ricorso all'acqua minerale rispetto a quella del rubinetto. Campagne informative volte a migliorare le conoscenze in possesso dei cittadini circa la qualità dell'acqua del rubinetto potrebbero contribuire significativamente a ridurre questa propensione all'acquisto, anche in considerazione dell'elevato impatto ambientale legato all'imbottigliamento e conclusivo smaltimento delle bottiglie in plastica utilizzate per commercializzare le acque minerali.

4.3 Acqua – Il risparmio idrico

CONOSCENZE

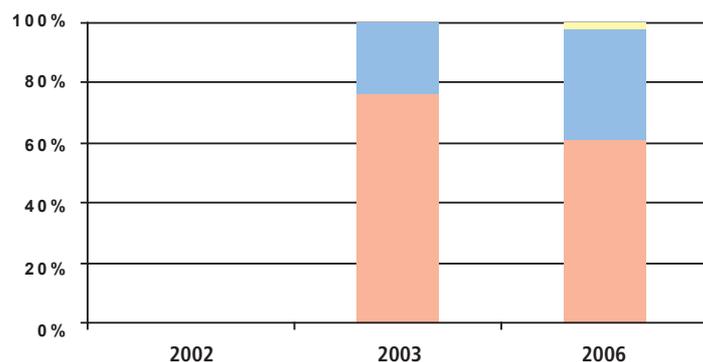
Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi su come ridurre i consumi di acqua?*

si	37%
no	61%
n.r.	2%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ si ■ no ■ n.r.

- Nel 2006, il 61% del campione complessivo dichiara di non aver ricevuto opuscoli su come ridurre i consumi di acqua.
- Negli anni cresce significativamente, pur rimanendo molto bassa, la percentuale di coloro che dichiarano di aver ricevuto opuscoli informativi sul risparmio idrico (24% nel 2003 e 37% nel 2006).

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Le informazioni ricevute su come ridurre i consumi d'acqua nelle attività domestiche risultano piuttosto basse: su questo aspetto dunque si potrebbe lavorare molto, con possibile riduzione dei consumi, sia attraverso la scuola con programmi educativi sia attraverso i gestori pubblici della risorsa idrica con campagne di informazione.

Il 2003 è stato l'Anno internazionale dell'Acqua ed ha visto la convocazione in Giappone del Terzo Forum Mondiale sull'Acqua, ma poche delle numerose iniziative realizzate sono arrivate all'attenzione dei cittadini. Rendere partecipi i cittadini delle scelte politiche in materia ambientale è fondamentale per far crescere la consapevolezza e l'impegno ecologico nella popolazione.

4.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

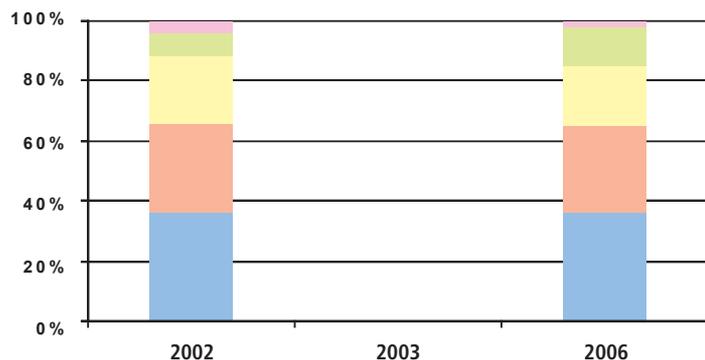
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Nel fare la spesa, tra prodotti simili, sceglie quelli che hanno poco imballaggio, confezione?*

mai	36 %
qualche volta	29 %
spesso	20 %
sempre	13 %
n. r.	2 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ mai ■ qualche volta ■ spesso ■ sempre ■ n.r.

- Nel 2006, il 65% del campione dichiara di scegliere mai o qualche volta prodotti con pochi imballaggi.
- Negli anni resta costante la percentuale del campione che dichiara di scegliere mai o qualche volta prodotti con pochi imballaggi.
- Aumenta di 5 punti la percentuale di coloro che scelgono sempre prodotti con poco imballaggio.

I consumatori sensibili al problema degli imballaggi risultano ancora pochi; l'utilizzo di eco-imballaggi è una pratica verso la quale si stanno indirizzando numerose aziende della grande distribuzione, nella consapevolezza che vendere e acquistare "rifiuti" è un costo per tutti: impresa, consumatori e ambiente. In realtà il packaging del prodotto è un grosso investimento per le aziende poiché rappresenta l'interfaccia con il consumatore e su questo vengono convogliate notevoli energie per indurre all'acquisto. Dai risultati del CONAI a preconsuntivo per il 2005, la percentuale di recupero complessivo dei materiali di imballaggio - acciaio, alluminio, carta, legno, plastica e vetro - si è attestata al 65% dell'immesso al consumo, pari a 7.744.000 tonnellate, ma il 35% degli imballaggi finisce ancora in discarica (fonte: CONAI <http://www.conai.org>).

4.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

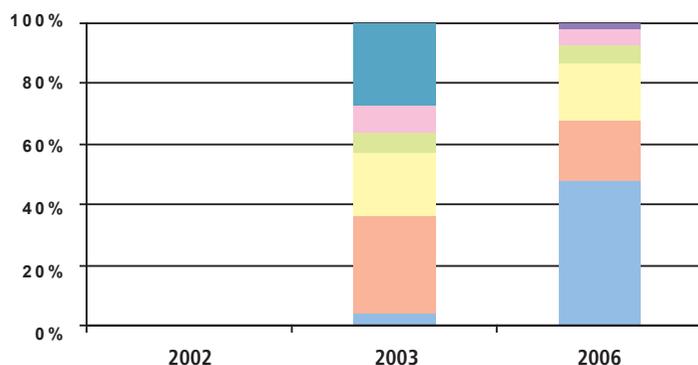
Il quesito *Tra i tipi di rifiuto che ora le leggerò, quale le risulta piu' difficile da differenziare?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

nessuna difficoltà	48 %
avanzi cucina	20 %
plastica	19 %
vetro	6 %
carta	5 %
non differenzia	2 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ Nessuna difficoltà ■ avanzi cucina ■ plastica ■ vetro ■ carta
■ non differenzia ■ altro

- Nel 2006, circa metà del campione non trova nessuna difficoltà nel separare i rifiuti.
- Negli anni cresce fortemente la percentuale di coloro che non trovano nessuna difficoltà nella differenziazione dei rifiuti (4% nel 2003 e 48% nel 2006).
- In generale diminuiscono le percentuali di coloro che incontrano difficoltà a separare le diverse tipologie di rifiuti, significativa la riduzione per gli avanzi da cucina che passa dal 32% del 2003 al 20% del 2006.

Il sistema della raccolta differenziata ha consentito di togliere dalla discarica grandi quantitativi di rifiuti: in Veneto si è passati dal 43,08 % nel 2003 al 47,47 % nel 2005 di rifiuti recuperati (dati ARPAV). In base ai dati ISTAT del 2003 il Veneto risulta la regione che ha differenziato la maggior quantità di rifiuti in valore percentuale, in particolare il 44,5 % di questi è rappresentato dai rifiuti organici.

L'indagine evidenzia la crescente sensibilità dei cittadini nei confronti della necessità di separare i rifiuti domestici e in particolare mette in luce il grande sforzo fatto sia dai piccoli comuni veneti sia dalla Regione che da tempo investono risorse ed energie in questo settore con interventi strutturali e campagne di sensibilizzazione. ARPAV ha pubblicato l'opuscolo "A proposito di... Rifiuti" e promosso progetti di educazione ambientale sul tema.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

4.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Ha mai usato nella sua zona un posto attrezzato per portare rifiuti ingombranti o pericolosi?*

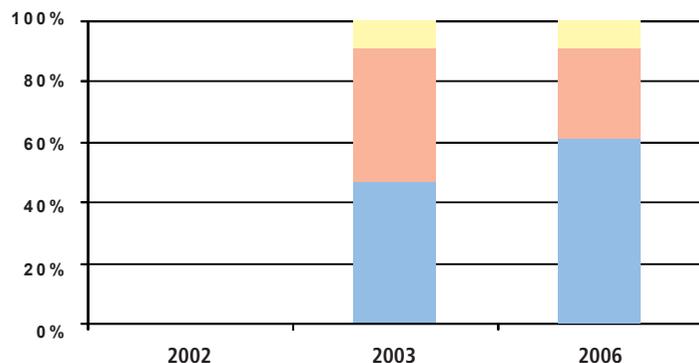
si, più di una 61 %

mai 30 %

una volta 9 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ Si, più d'una ■ mai ■ una volta

- Nel 2006, il 61% del campione ha utilizzato più di una volta le riciclerie.

- Negli anni significativo aumento di coloro che hanno utilizzato più di una volta una ricicleria (47% nel 2003 e 61% nel 2006).

- Diminuisce di 13 punti la percentuale di coloro che non hanno mai utilizzato una ricicleria.

I dati mettono in evidenza l'uso sempre più frequente da parte dei cittadini delle riciclerie: i valori si spostano da un 47% nel 2003 al 61% nel 2006; questo dato è significativo della crescente attenzione ad uno smaltimento corretto. I rifiuti smaltiti nelle isole ecologiche comprendono elettrodomestici come frigoriferi, surgelatori e congelatori, televisori, computer, lavatrici e lavastoviglie, condizionatori d'aria, ma anche mobili, oli esausti, ferrovie, ecc.

4.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

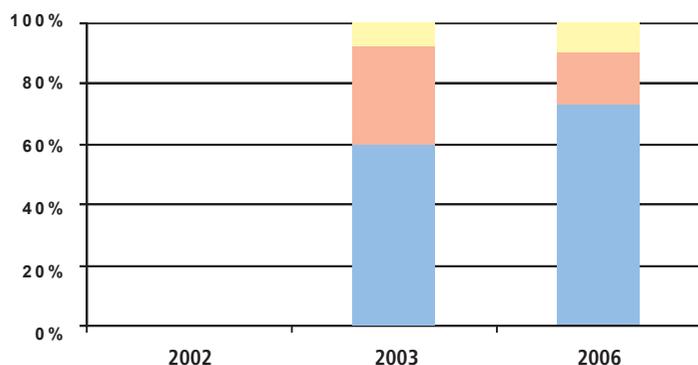
Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *Se non ha mai usato nella sua zona un posto attrezzato per portare rifiuti ingombranti o pericolosi, per quale ragione non l'ha fatto?*

non ne ha avuto bisogno	73 %
non conosce l'esistenza	17 %
è scomoda da raggiungere	10 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ non ne ha avuto bisogno ■ non conosce ■ è scomoda

- Nel 2006, il 73% di coloro che non hanno mai utilizzato una ricicleria dichiara di non averne mai avuto bisogno.
- Negli anni cresce la percentuale di coloro che dichiarano di non averne avuto bisogno (+13%).
- Diminuisce significativamente la percentuale di coloro che dichiarano di non sapere dell'esistenza di posti attrezzati per smaltimenti di particolari rifiuti (-15%).

Lo sforzo informativo compiuto da amministrazioni ed enti locali sull'esistenza e necessità di utilizzo delle riciclerie, ormai realizzate da quasi tutti i comuni della nostra regione, si evidenzia in questo quesito: la percentuale di coloro che non conoscono l'esistenza delle isole ecologiche diminuisce dal 32% nel 2003 al 17% nel 2006.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

4.4 Rifiuti – La differenziazione

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

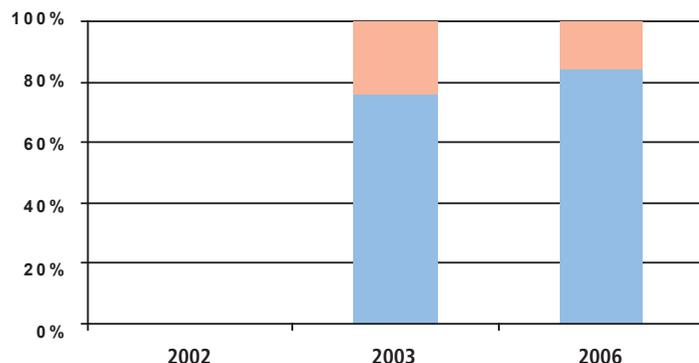
Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi su come separare i rifiuti domestici?*

si 84 %

no 16 %

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ si ■ no

- Nel 2006, l'84% del campione complessivo dichiara di aver ricevuto opuscoli sulla differenziazione dei rifiuti.
- Rispetto al 2003 cresce di 8 punti la percentuale di coloro che hanno ricevuto materiale informativo sul tema.

Le informazioni diffuse dalle pubbliche amministrazioni su come separare i rifiuti domestici risultano in crescita: si passa dal 76 % di coloro che dichiarano di aver ricevuto informazioni su come separare i rifiuti nel 2003 all'84% per l'anno 2006. La modifica nelle modalità di raccolta differenziata con l'introduzione di nuove tipologie di rifiuto (umido) e modalità di gestione (multiraccolta e raccolta porta a porta in centri storici e piccoli comuni) ha spinto le amministrazioni a promuovere campagne informative tra i cittadini che in genere hanno risposto in modo positivo.

Nell'ottobre 2004 ARPAV ha realizzato in tutta la regione una campagna di comunicazione sulla frugalità "QB Consumo Quanto basta" per sensibilizzare sulla necessità di ridurre consumi e sprechi di risorse.

4.4 Rifiuti – La differenziazione

CONOSCENZE

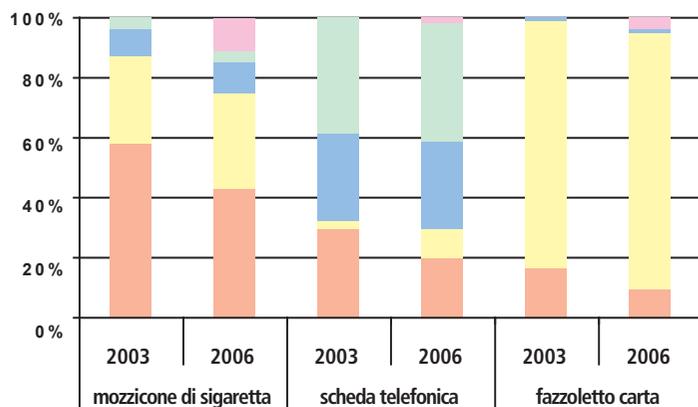
Il quesito *Secondo lei, quanto tempo impiegano per degradarsi i seguenti rifiuti?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

anni	mozzicone sigaretta	scheda telefonica	fazzoletto di carta
da 1 a 20	43%	20%	10%
meno di 1	32%	10%	85%
da 20 a 100	10%	29%	1%
oltre 100	4%	39%	0%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ da 1 a 20 ■ meno di 1 ■ da 20 a 100 ■ oltre 100 ■ n.r.

- Nel 2006, del campione complessivo il 43% risponde correttamente affermando che per degradarsi un mozzicone di sigaretta impiega da 1 a 20 anni, una scheda telefonica oltre 100 anni per il 39% e un fazzoletto di carta meno di un anno per l'85% del campione.

- Negli anni non si rilevano differenze significative tranne per il degradarsi dei mozziconi di sigaretta: le risposte corrette diminuiscono di 15 punti percentuali a favore delle non risposte.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

In Veneto il 36% dei rifiuti urbani prodotti (dati Arpav 2003) è smaltito in discarica con tempi di degrado e trasformazione del materiale molto lunghi; di questo gli intervistati ne sono consapevoli. I tempi di degradazione dei materiali arrivano a centinaia di anni e le discariche rappresentano una scomoda eredità lasciata alle generazioni future.

4.4 Rifiuti – La differenziazione

CONOSCENZE

C
A
M
P
I
O
N
E

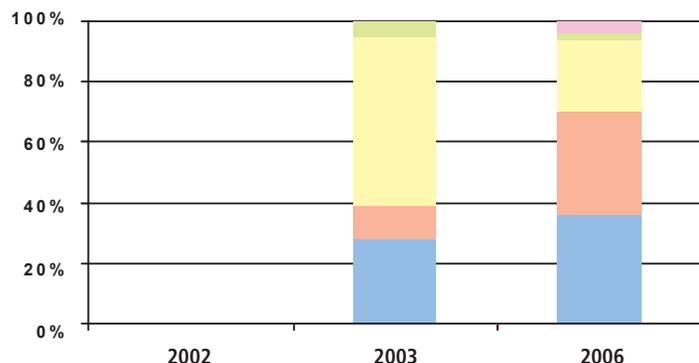
Il quesito *Secondo lei, in Italia più o meno quanti rifiuti produce in un giorno una persona?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

da ½ kg a 1 kg	36%
più di 1 kg	34%
da 1,5 hg a ½ kg	24%
meno di 1,5 hg	2%
n. r.	4%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ Da 1/2kg a 1 kg ■ più di 1 kg ■ da 1,5 hg a ½ kg ■ meno di 1,5 hg ■ n.r.

- Nel 2006, il 36% del campione complessivo sostiene che una persona in Italia al giorno produce da ½ kg a 1 chilo.
- Negli anni cresce significativamente la percentuale di coloro per i quali la produzione giornaliera di rifiuti è superiore al chilo (+23%).
- Diminuisce di più della metà la percentuale di coloro per i quali la produzione giornaliera di rifiuti è tra 1,5 hg e 1/2 kg (-32%).

La quantità di rifiuti urbani prodotti in Italia è aumentata progressivamente passando da 1,24 kg/abitante al giorno nel 1996 a 1,41 nel 2002 (dati ISTAT); pur risultando in aumento è confermato, a partire dal 2000, un rallentamento nel trend di crescita della produzione di rifiuti urbani (fonte: Annuario dei dati ambientali, Apat, 2004).

Gli intervistati, confrontando i dati nell'arco temporale dal 2003 al 2005, risultano consapevoli di un continuo aumento nella produzione dei rifiuti legata a modelli di vita orientati al consumo.

4.4 Rifiuti – La differenziazione

PERCEZIONI

Il quesito *Secondo lei chi e' il maggiore responsabile della non corretta separazione dei rifiuti?*

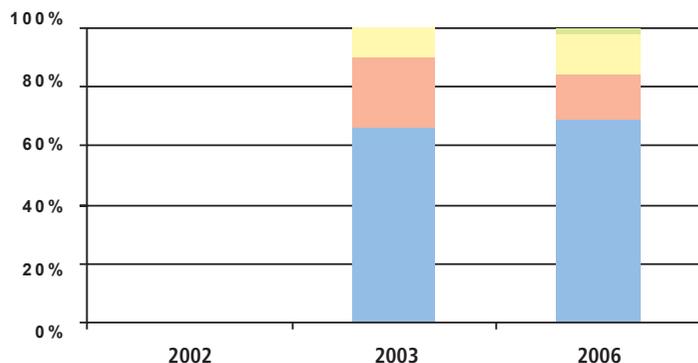
Rilevazione 2006. Valori percentuali

cittadini	69%
amministrazioni	15%
azienda che raccoglie	14%
n.r.	2%

C
A
M
P
I
O
N
E

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ cittadini ■ amministrazioni ■ azienda che raccoglie ■ n.r.

- Nel 2006, il 69% del campione complessivo si attribuisce la responsabilità della non corretta separazione dei rifiuti.

- Il confronto tra anni mostra una sostanziale stabilità della percentuale del campione che attribuisce la responsabilità della non corretta separazione ai cittadini.

- Diminuisce la percentuale di coloro che attribuiscono la responsabilità alle amministrazioni in termini di scarsa informazione (-9%).

Aumenta la fiducia nei confronti delle amministrazioni responsabili della gestione dei rifiuti, questo dato, confrontato con la precedente intervista relativa a informazioni ricevute per la corretta separazione dei rifiuti domestici, mette in luce l'importanza della comunicazione con l'utente. Le amministrazioni solo per il 14% sono responsabili del non corretto conferimento dei rifiuti, mentre aumenta dal 66% al 69% la responsabilità attribuita ai cittadini nella mancata separazione delle diverse tipologie di rifiuto domestico.

4.5 Elettromagnetismo

CONOSCENZE

C
A
M
P
I
O
N
E

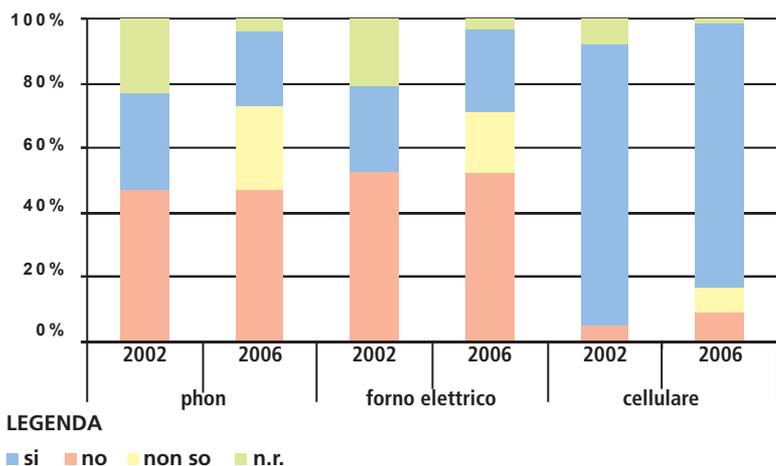
Il quesito *Secondo lei, i seguenti elettrodomestici possono essere dannosi per i campi elettromagnetici prodotti?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

	phon	forno elettrico	cellulare
no	47%	52%	9%
non so	26%	19%	8%
si	23%	26%	82%
n.r.	4%	3%	1%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



- Nel 2006, l'82% del campione riconosce dannoso il cellulare per le onde elettromagnetiche prodotte, solo il 23% e il 26% riconosce altrettanto dannosi rispettivamente phon e forno elettrico.
- Negli anni non si assiste ad alcuna modifica della distribuzione del campione per il forno elettrico; si osserva una diminuzione della percentuale di coloro che reputano dannoso il phon (30% nel 2002 e 23% nel 2006) e il cellulare (87% nel 2002 e 82% nel 2006).

In Italia l'82,3% delle famiglie possiede un cellulare (dati ISTAT, 2006) e l'Italia risulta in testa tra i paesi europei, seconda nel mondo dopo il Giappone. Anche se l'82% degli intervistati ritiene che il cellulare possa essere dannoso per i campi elettromagnetici prodotti, solo il 30% fa uso dell'auricolare con filo; nonostante il rischio riconosciuto dunque gli intervistati per il 70% non adottano nemmeno le cautele minime che consigliano l'uso dell'auricolare in modo da tenere il cellulare distante da orecchio e testa. In base al principio di precauzione attualmente si invita a non far utilizzare il telefono mobile a bambini e adolescenti, non conoscendo ancora in modo approfondito i possibili effetti sulla salute. Anche nell'uso degli elettrodomestici è necessario adottare precauzioni: ad esempio nel caso del phon è sufficiente tenerlo a una distanza minima di circa 30 cm dalla testa per abbassare di molto il valore del campo magnetico prodotto.

4.5 Elettromagnetismo

CONOSCENZE

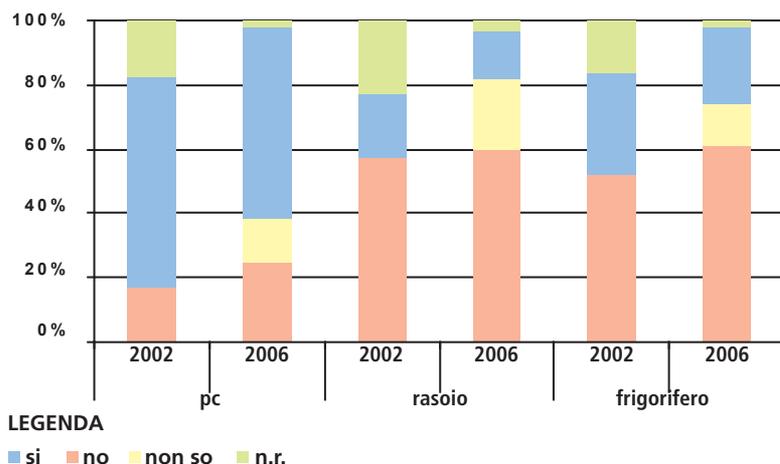
Il quesito *Secondo lei, i seguenti elettrodomestici possono essere dannosi per i campi elettromagnetici prodotti?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

	pc	rasoio	frigorifero
no	25%	60%	61%
non so	13%	22%	13%
si	60%	15%	24%
n.r.	2%	3%	2%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



- Nel 2006, il 60% del campione riconosce dannoso il computer per le onde elettromagnetiche prodotte, solo il 15% e il 24% riconosce altrettanto dannosi rispettivamente rasoio e frigorifero.

- Negli anni si rileva una contenuta diminuzione della percentuale di coloro che reputano dannosi tali elettrodomestici, rispettivamente:

- per il pc 66% nel 2002 e 60% nel 2006;
- per il rasoio 20% nel 2002 e 15% nel 2006;
- per il frigorifero 32% nel 2002 e 24% nel 2006.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Le risposte fornite da questi ultimi due quesiti mettono in evidenza un calo nella percezione del rischio da campi elettromagnetici prodotti da elettrodomestici di circa 6 punti percentuali rispetto alla precedente indagine del 2003; questo dato si riflette o più probabilmente è influenzato da un calo di interesse anche da parte dei mass media che sul problema hanno abbassato il livello di attenzione.

4.5 Elettromagnetismo

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

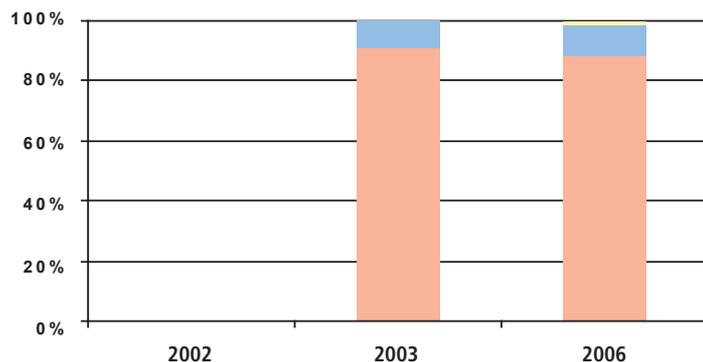
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi sul tema dell'elettromagnetismo?*

no	88%
si	11%
n.r.	1%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ si ■ no ■ n.r.

- Nel 2006, l'88% del campione complessivo dichiara di non aver ricevuto opuscoli o libretti informativi sul tema dell'elettromagnetismo.

- Negli anni cresce solo di 2 punti la percentuale di coloro che dichiarano di aver ricevuto materiale informativo sul tema (9% nel 2003 e 11% nel 2006).

Il problema dell'elettrosmog - associato all'esistenza di linee elettriche, ripetitori radioTV, stazioni radiobase, all'uso di elettrodomestici, ecc. - è emerso in particolar modo con il recente uso di massa del telefonino e la diffusione sul territorio di antenne radio base per la telefonia cellulare, spesso in prossimità di abitazioni e altri luoghi sensibili come scuole e ospedali.

La scarsa informazione sino ad ora ricevuta riflette anche le posizioni assunte sul tema dai diversi portatori di interesse: grandi imprese, associazioni di tutela dei consumatori, medici e scienziati, amministratori locali e governi. In particolare i possibili effetti sulla salute sono ancora oggetto di studio da parte della comunità scientifica ed è dunque difficile avere posizioni definite su questo tipo di rischio. Conseguentemente non risulta facile attuare campagne informative efficaci.

4.5 Elettromagnetismo

PERCEZIONI

Il quesito *A suo avviso le onde elettromagnetiche prodotte da ripetitori radiotelevisivi, stazioni radiobase ed elettrodotti rappresentano un problema per l'ambiente e per la salute dell'uomo?*

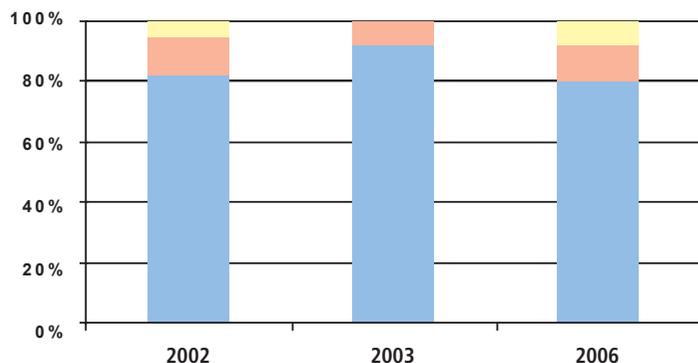
Rilevazione 2006. Valori percentuali

si	80%
no	12%
n.r.	8%

C
A
M
P
I
O
N
E

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ si ■ no ■ n.r.

- Nel 2006, per l'80% del campione complessivo le onde elettromagnetiche prodotte da ripetitori radiotelevisivi, stazioni radiobase e elettrodotti rappresentano un problema per l'ambiente e per la salute.
- Negli anni considerati, la percentuale del campione che percepisce come un problema la produzione di onde elettromagnetiche dapprima cresce per poi ridiscendere circa al valore di inizio periodo (+10% dal 2002 al 2003 e -12% dal 2003 al 2006).

I dati riflettono la preoccupazione già dimostrata nell'uso del cellulare: circa l'80% degli intervistati ritiene che le onde elettromagnetiche di origine antropica costituiscano un problema per l'ambiente e per la salute.

Arpav e Comune di Venezia hanno realizzato due guide per bambini e ragazzi per approfondire il tema dell'elettromagnetismo dal titolo "Scopriamo insieme...l'elettromagnetismo guida per bambini" e "Scopriamo insieme...l'elettromagnetismo guida per ragazzi", entrambi scaricabili dal sito internet di Arpav www.arpa.veneto.it.

4.5 Elettromagnetismo

PERCEZIONI

C
A
M
P
I
O
N
E

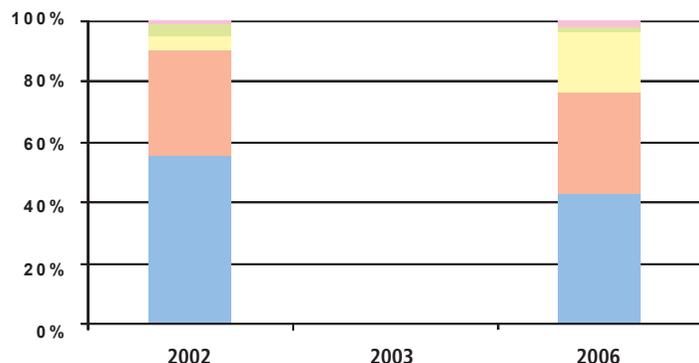
Il quesito *Principalmente perchè le onde elettromagnetiche prodotte da ripetitori radiotelevisivi, stazioni radiobase ed elettrodotti rappresentano un problema per l'ambiente e per la salute dell'uomo?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

non dimostrata innocuità	43%
causano malattie	34%
causano insonnia	19%
altro	2%
n. r.	2%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ non dimostrata innocuità ■ causano malattie ■ causano insonnia
■ altro ■ n.r.

La preoccupazione degli intervistati sulla questione esprime posizioni differenti: quella prevalente è relativa al fatto che alla luce delle attuali conoscenze scientifiche non esiste la certezza che le onde elettromagnetiche siano innocue, in seconda analisi, per circa il 34 % sussiste la convinzione che esse siano causa di malattia e per circa il 20% che provochino insonnia.

- Nel 2006, per il 43% del campione complessivo le onde elettromagnetiche prodotte da ripetitori radiotelevisivi, stazioni radiobase e elettrodotti rappresentano un problema perché ancora non è stata dimostrata l'innocuità. Per il 34% tali onde causano malattie.
- Negli anni diminuisce di 7 punti la percentuale del campione che individua il problema dell'elettrosmog nella non dimostrata innocuità delle onde prodotte; aumenta di 14 punti la percentuale del campione che attribuisce alle onde elettromagnetiche l'insonnia.

4.5 Elettromagnetismo

PERCEZIONI

Il quesito *Quanto la preoccupa personalmente la questione dell'elettrosmog?*

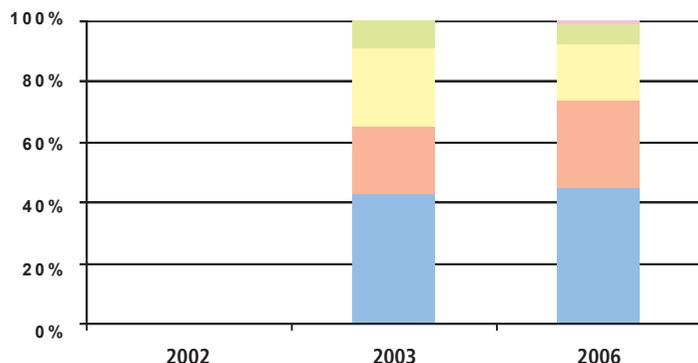
Rilevazione 2006. Valori percentuali

abbastanza	45%
poco	29%
molto	18%
per niente	7%
n. r.	1%

C
A
M
P
I
O
N
E

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ abbastanza ■ poco ■ molto ■ per niente ■ n.r.

- Nel 2006, il 45% del campione complessivo si dichiara abbastanza preoccupato per la questione elettrosmog.

- Il confronto tra anni mostra una sostanziale stabilità della percentuale del campione che si reputa abbastanza preoccupata per la questione elettrosmog.

- Negli anni diminuisce la percentuale di coloro che si dichiarano molto preoccupati (-8%) ed aumenta quella di coloro che dichiarano poca preoccupazione circa la questione elettrosmog (+7%).

Circa il 63% degli intervistati è abbastanza o molto preoccupato per l'inquinamento elettromagnetico. Sulla tematica ARPAV ha realizzato con la Regione Veneto un corso a distanza per tecnici e operatori di ULSS e Enti locali per fornire strumenti e tecniche di comunicazione sulla gestione e valutazione dei rischi ambientali nel rapporto con la popolazione (novembre 2003).

4.6 Ambiente – Le istituzioni

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Saprebbe dirmi chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo in Veneto?*

ARPAV 38%

ULSS 21%

Comune 9%

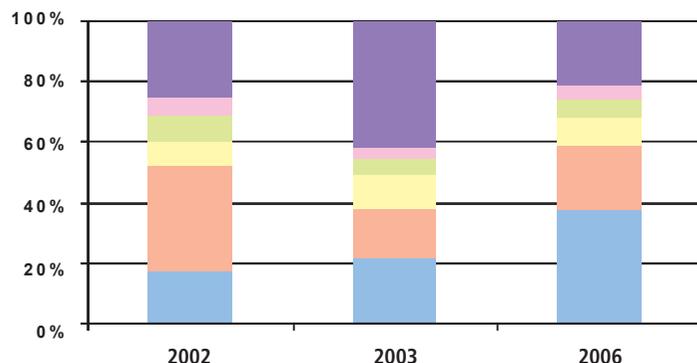
Regione 6%

Provincia 5%

n.r. 21%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ ARPAV ■ ULSS ■ Comune ■ Regione ■ Provincia ■ n.r.

- Nel 2006, il 38% del campione complessivo individua ARPAV quale ente preposto per i controlli ambientali.

- Negli anni cresce più del doppio la percentuale di coloro che individuano ARPAV quale ente preposto ai controlli ambientali (17% nel 2002 e 38% nel 2006).

- Tra il 2003 e il 2006 si dimezza la percentuale di coloro che non sanno rispondere al quesito.

In tre anni la percentuale di intervistati che conosce l'ARPAV è più che raddoppiata, ma i valori risultano ancora bassi: tenendo conto che l'Agenzia rappresenta l'ente che per legge regionale è stato delegato ai controlli sulle matrici ambientali solo il 38% ne conosce le funzioni. Attraverso le attività di informazione e comunicazione ARPAV cerca di ridurre questo distanza dai cittadini, aumentando la propria visibilità ai fini di facilitare l'accesso da parte dei cittadini ai propri servizi.

4.6 Ambiente – Le istituzioni

CONOSCENZE

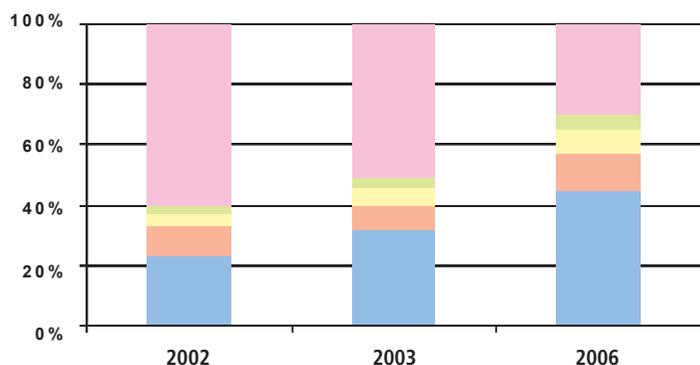
Il quesito *Secondo lei l'ARPAV è?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

Agenzia Regionale	45%
associazione ambientale	12%
azienda privata	8%
ufficio del Comune	5%
n.r. / non sa	30%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ Agenzia Regionale ■ associazione ambientale ■ azienda privata
■ ufficio del Comune ■ n.r.

- Nel 2006, il 45% del campione complessivo sa che l'ARPAV è un Agenzia Regionale.
- Negli anni raddoppia la percentuale di coloro che conoscono la natura istituzionale di ARPAV.
- Rispetto al 2002 si dimezza la percentuale di coloro che non sanno rispondere al quesito.

Questo dato conferma il precedente: complessivamente il 55 % degli intervistati non conosce l'Agenzia che, con i Dipartimenti Provinciali e i Centri di Teolo, Arabba e Castelfranco, è distribuita in tutto il territorio veneto ed opera su tematiche ambientali che vanno dalle analisi sulle acque e sui siti inquinati ai bollettini meteo, agrometeo, neve e valanghe, ai controlli sulla qualità dell'aria e sull'elettromog, svolgendo inoltre attività di informazione e comunicazione ambientale; nonostante questo la conoscenza tra i cittadini, pur in crescita, è ancora limitata. Gli stessi dati del Rapporto Nazionale Italia dell'Eurobarometro (Primavera 2005) confermano che le principali preoccupazioni degli italiani sono la situazione economica e la disoccupazione, seguite dall'aumento dei prezzi, mentre all'ultimo posto si trovano l'ambiente, il problema degli alloggi e la difesa/politica estera.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

4.7 Alcuni quesiti conclusivi

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

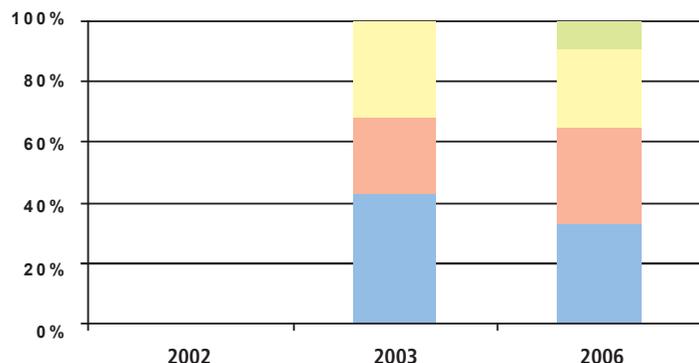
risparmio energia	33%
separazione rifiuti	32%
risparmio idrico	26%
n.r.	9%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Quale tra i seguenti comportamenti le risulta più difficile?*

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ risparmio energia ■ separazione rifiuti ■ risparmio idrico ■ n.r.

- Nel 2006, il 33% del campione complessivo trova più difficile prestare attenzione ai consumi energetici mentre il 32% fa più difficoltà a separare i rifiuti.

- Negli anni diminuisce la percentuale di coloro che incontrano più difficoltà a porre attenzione ai consumi di energia (-10%) e quella di coloro che trovano più difficoltà a fare attenzione alla quantità di acqua consumata (-6%).

- Aumenta di 7 punti la percentuale di coloro che trovano più difficoltà nella separazione dei rifiuti.

L'attenzione ai consumi energetici risulta il più impegnativo tra i comportamenti da seguire, quasi come la separazione dei rifiuti e molto di più del risparmio idrico; in molti casi il risparmio energetico equivale a ridurre i consumi e quindi a dover rinunciare ad alcune comodità come l'uso di elettrodomestici, dell'ascensore, la riduzione dell'illuminazione in casa e di qualche grado di riscaldamento, comportamenti legati a situazione di benessere di cui ci si priva con difficoltà.

4.7 Alcuni quesiti conclusivi

CONOSCENZE

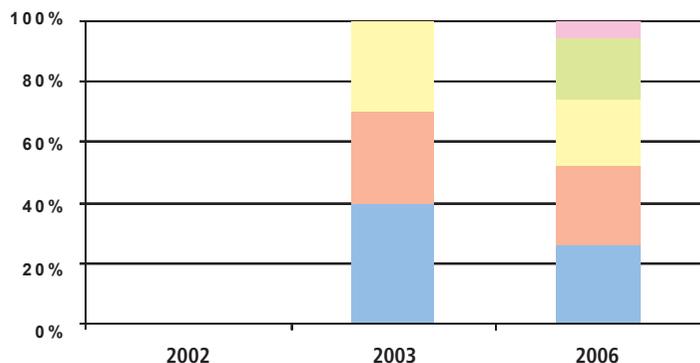
Il quesito *In quali dei seguenti argomenti secondo lei bisognerebbe informare maggiormente i cittadini?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

risparmio idrico	26%
separazione rifiuti	26%
risparmio energia	22%
elettromagnetismo	21%
n.r.	5%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale



LEGENDA

■ risparmio idrico ■ separazione rifiuti ■ risparmio energia
■ elettromagnetismo ■ n.r.

I cittadini sono interessati a ricevere informazioni ambientali sui temi proposti e non si evidenzia un argomento preminente rispetto agli altri.

Arpav promuove progetti di comunicazione e di educazione ambientale su molte tematiche ambientali in collaborazione con altri enti e associazioni: per visualizzare le diverse azioni, realizzate e in corso, si possono consultare al sito web le pagine http://www.arpa.veneto.it/educazione_sostenibilita/htm/ea_progetti.asp.

- Nel 2006, il 26% del campione complessivo vorrebbe essere informato maggiormente sul risparmio idrico, un altro 26% invece sulla separazione dei rifiuti.
- Negli anni risparmio idrico e separazione dei rifiuti sono gli argomenti su cui i cittadini richiedono maggior informazione anche se la percentuale di coloro che chiedono più informazioni sul tema acqua diminuisce di 14 punti.
- Nel 2006 è stato inserito anche il tema dell'elettromagnetismo sul quale chiede di essere maggiormente informato il 21% del campione complessivo.

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

4.7 Alcuni quesiti conclusivi

PERCEZIONI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

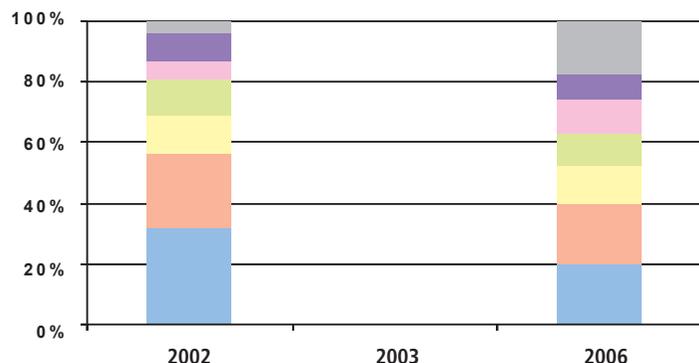
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Secondo lei tra i seguenti qual'è il problema ambientale più grave?*

inquinamento traffico	20%
inquinamento industriale	20%
amianto	12%
diminuzione acqua potabile	11%
produzione rifiuti	11%
elettrosmog	9%
altro	17%

C
O
M
P
L
E
S
S
I
V
O

Il confronto temporale



LEGENDA

■ inquinamento traffico ■ inquinamento industrie ■ amianto
■ diminuzione H2O ■ produzione rifiuti ■ elettrosmog ■ altro

- Nel 2006, l'inquinamento causato dal traffico e dalle industrie sono i problemi ambientali percepiti come più gravi dal campione intervistato.

- Il confronto tra anni mostra una riduzione del peso percentuale dei 2 problemi segnalati come più gravi, in particolare l'inquinamento da traffico registra un 12% in meno rispetto al 2002.

- Rimane invariata la percezione della gravità legata alla diminuzione dell'acqua e dell'elettromagnetismo.

Pur registrando una diminuzione per gravità rispetto ad altri problemi, l'inquinamento da traffico e industriale rimangono le problematiche principali: il prezzo pagato allo sviluppo e all'aumento del benessere è sotto gli occhi di tutti. I cambiamenti climatici - con inverni miti e scarse precipitazioni, clima estivo con lunghi periodi di siccità e prolungato in autunno, aumento degli eventi di precipitazione intensa - sono un dato di fatto sia per la maggior parte degli scienziati sia per i cittadini. Se un grande sforzo deve essere richiesto al settore produttivo per la riduzione delle emissioni di gas serra analogo impegno deve coinvolgere il singolo cittadino: da sole le utenze domestiche in Europa utilizzano un terzo dell'energia consumata a livello comunitario (fonte: L'ambiente per gli europei, n.25, settembre 2006).

5. Il confronto territoriale



5.1 Inquinamento atmosferico

COMPORAMENTI

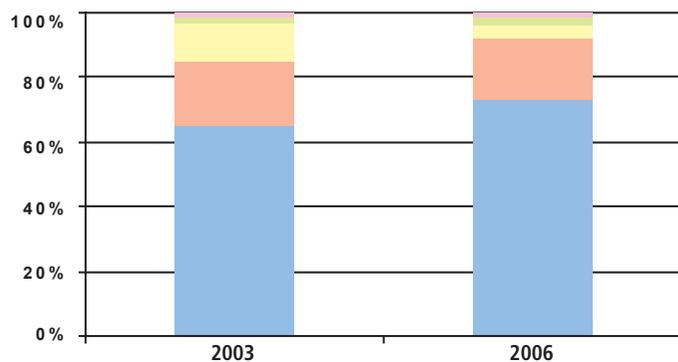
Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *Che mezzo di trasporto utilizza principalmente per i suoi spostamenti quotidiani?*

auto	73 %
a piedi/ bicicletta	19 %
autobus/ corriera	4%
moto/ motorino	3 %
treno	1 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

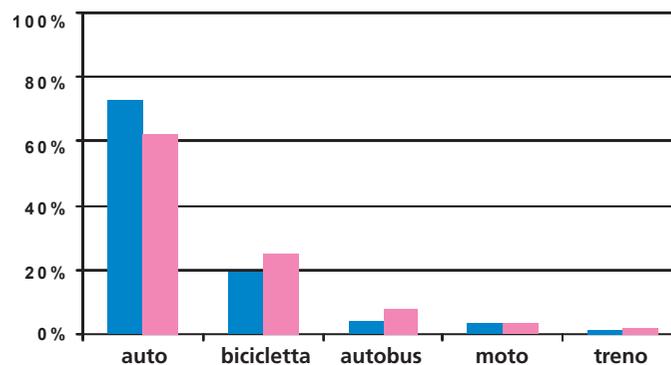


LEGENDA

■ auto ■ a piedi/bicicletta ■ autobus ■ moto ■ treno

- Nel 2006 il 73% del campione complessivo dichiara di usare l'auto quale mezzo di trasporto principale con un incremento di 8 punti percentuali rispetto al 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale evidenzia una maggiore preferenza nella scelta dell'auto da parte dei residenti nei comuni Docup obiettivo 2: 73% contro il 62% dei residenti in altri comuni.

D
O
C
U
P

5.1 Inquinamento atmosferico

CONOSCENZE

C
A
M
P
I
O
N
E

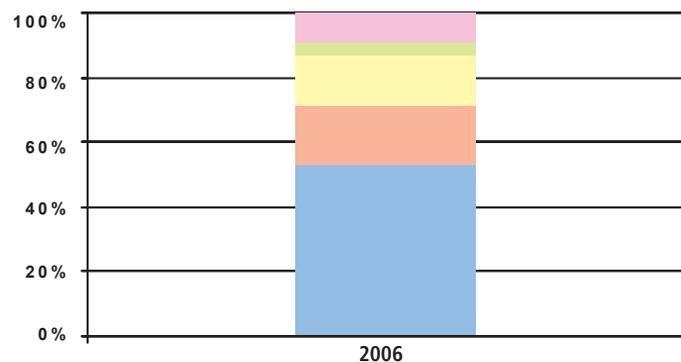
Il quesito *Secondo lei, l'effetto serra, cioè il surriscaldamento del pianeta, e' causato principalmente da?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

petrolio /carbone	53%
esclusivamente traffico auto	18%
abbattimento foreste	16%
bombolette spray	4%
n.r.	9%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

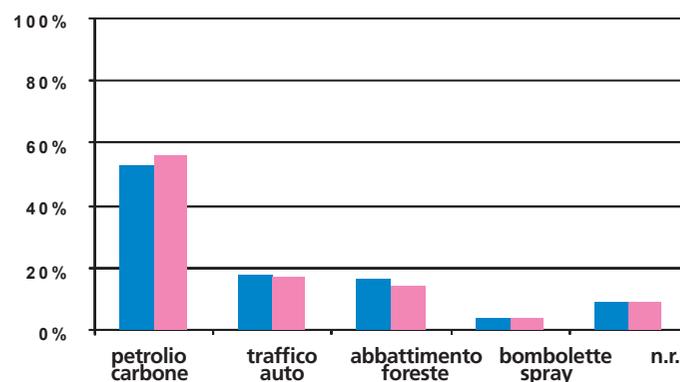


LEGENDA

■ Petrolio/carbone ■ traffico ■ abbattimento foreste ■ bombolette spray ■ n.r.

- Nel 2006 circa la metà del campione Docup attribuisce alla combustione di petrolio e/o carbone la causa principale dell'effetto serra.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale tra le due tipologie di comuni non evidenzia differenze significative.

5.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

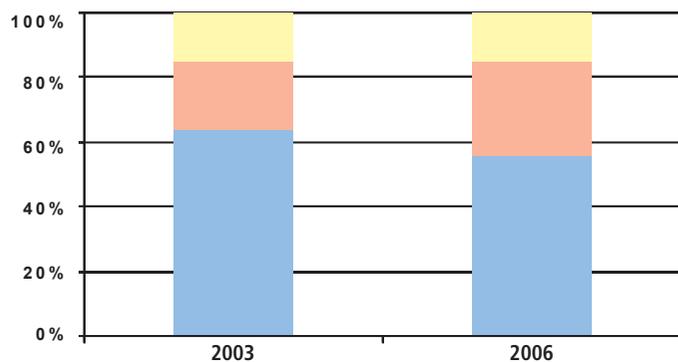
Il quesito *Se deve acquistare un elettrodomestico, tiene conto, nella scelta, dei consumi di energia elettrica dichiarati dal costruttore?*

si è fattore decisivo	56 %
si non è fattore decisivo	29 %
no	15 %

C
A
M
P
I
O
N
E

D
O
C
U
P

Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

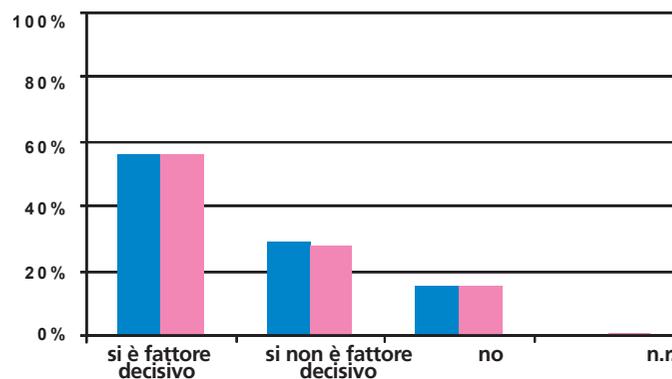


LEGENDA

■ si è fattore decisivo ■ si non è fattore decisivo ■ no

- Nel 2006 il 56% del campione individua come fattore decisivo il consumo di energia elettrica; 8 punti percentuali in meno rispetto al 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze tra i due campioni.

5.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

C
A
M
P
I
O
N
E

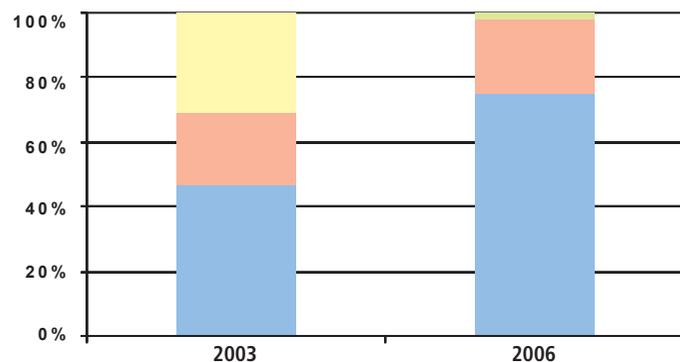
Il quesito *Principalmente per quale motivo il consumo di energia elettrica è un fattore decisivo?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

risparmio economico	75 %
inquina meno	23 %
n.r.	2 %

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

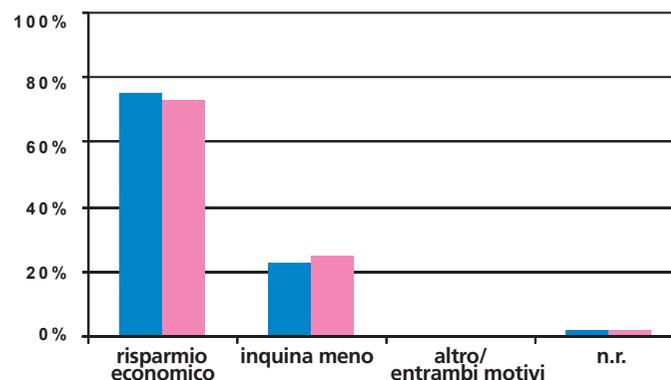


LEGENDA

■ risparmio economico ■ inquina meno ■ altro/entrambi motivi ■ n.r.

- Nel 2006 il 75% del campione dichiara di prestare attenzione ai consumi energetici dichiarati dal costruttore per un motivo economico; questa motivazione nel 2003 era indicata dal 47%.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

5.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

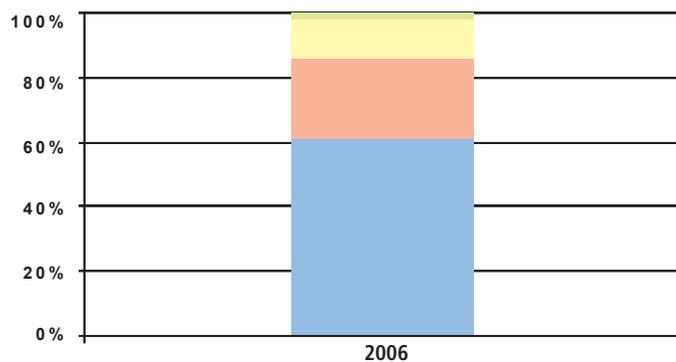
Il quesito *In casa Lei spegne le luci quando si sposta da una stanza all'altra?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

sempre	61 %
spesso	25 %
qualche volta	12 %
mai	2 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

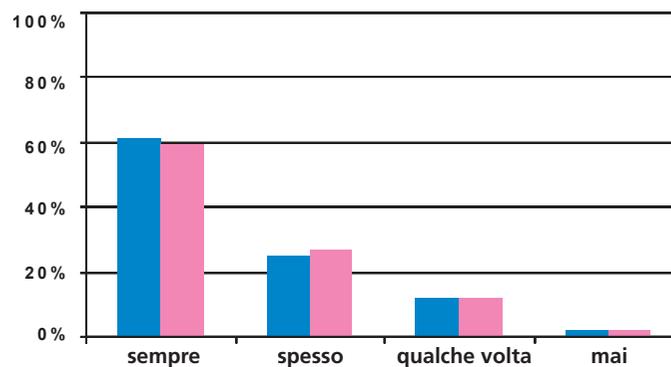


LEGENDA

■ sempre ■ spesso ■ qualche volta ■ mai

- Nel 2006 l'86% del campione Docup obiettivo 2 dichiara di spegnere sempre o spesso le luci spostandosi da una stanza all'altra

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.2 Energia – Il risparmio

COMPORAMENTI

C
A
M
P
I
O
N
E

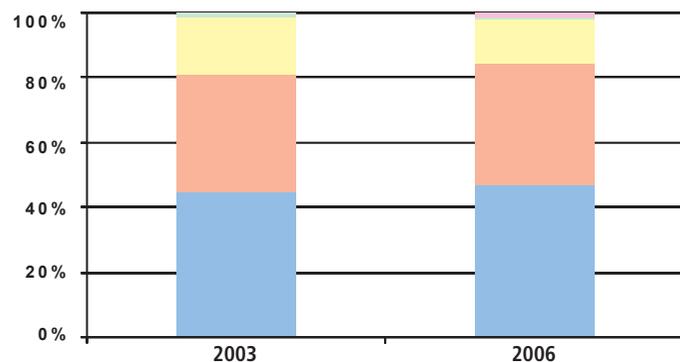
Il quesito *Nella sua abitazione utilizza lampadine a basso consumo di energia al posto di quelle solite?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

tutte	47 %
alcune	37 %
no	14%
non le conosco	1 %
n.r.	1 %

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

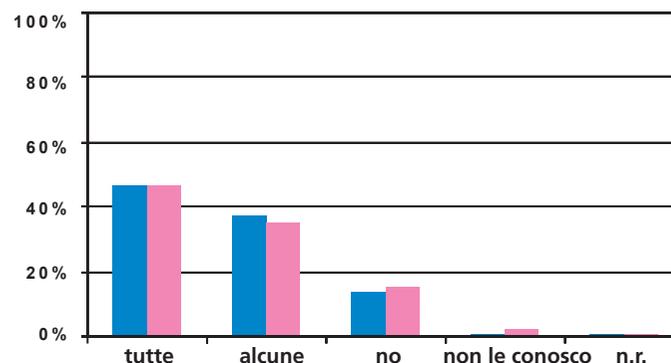


LEGENDA

tutte alcune no non le conosco n.r.

- nel 2006 non si rilevano differenze significative rispetto alla distribuzione del campione del 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

Docup non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

5.2 Energia – Il risparmio

CONOSCENZE

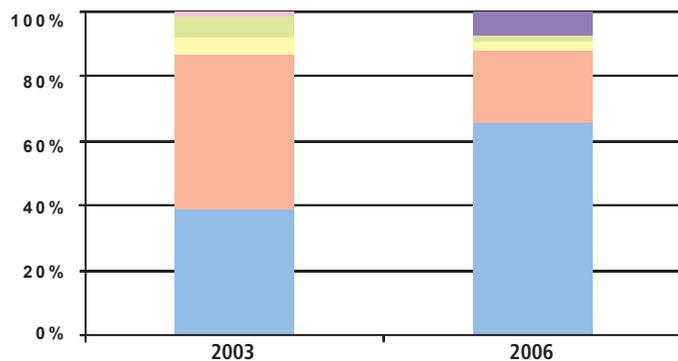
Il quesito *Secondo Lei, in Italia, in che modo si produce la maggior parte di energia elettrica?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

petrolio/carbone	66%
acqua	22%
nucleare	3%
sole	2%
vento	0%
n.r.	7%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

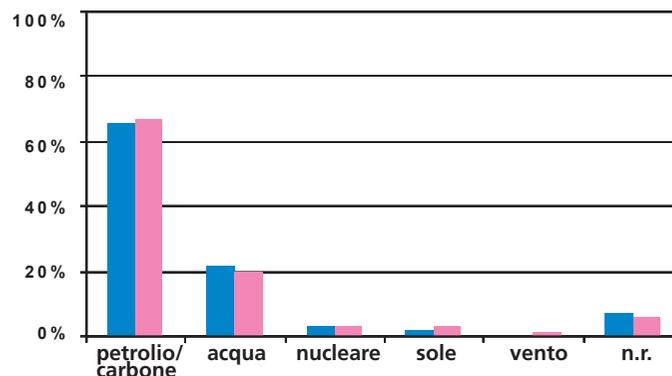


LEGENDA

petrolio/carbone acqua nucleare sole vento n.r.

- Nel 2006 cresce di 27 punti la percentuale di coloro che attribuiscono alla combustione di petrolio/carbone la produzione della maggior parte di energia elettrica nel nostro paese. Passa da 48 a 22 la percentuale di soggetti che individuano nell'acqua la fonte produttrice.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

Docup non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.2 Energia – Il risparmio

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi con indicazioni o consigli per risparmiare energia elettrica?*

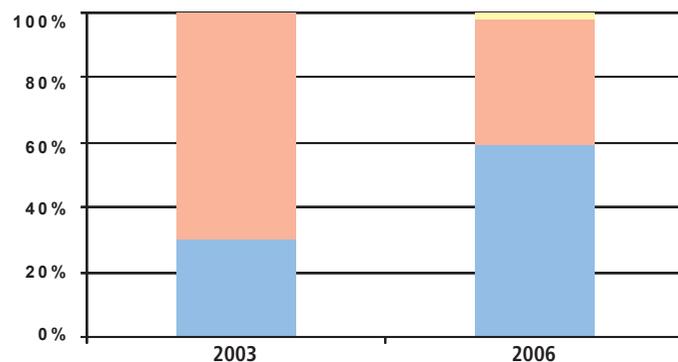
si 59%

no 39%

n.r. 2%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

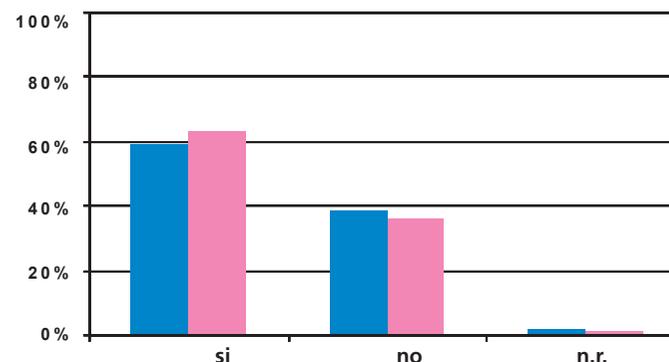


LEGENDA

■ si ■ no ■ n.r.

- Significativo l'incremento della copertura informativa sul tema: nel 2006 il 59% del campione Docup obiettivo 2 dichiara di aver ricevuto opuscoli sul risparmio energetico contro il 30 % del 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

5.3 Risparmio idrico

COMPORAMENTI

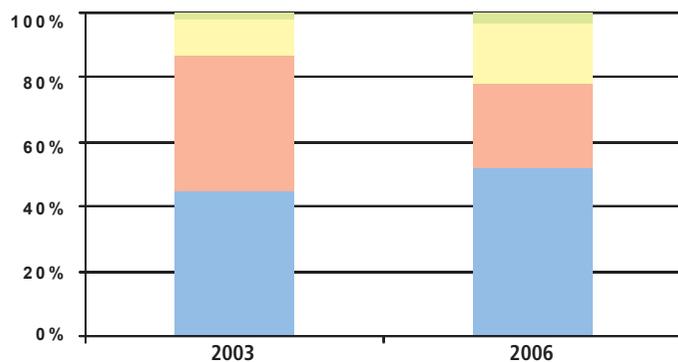
Il quesito *Nei normali usi quotidiani dell'acqua (igiene personale, lavatrice, lavastoviglie, ...), quanta attenzione pone al consumo dell'acqua?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

abbastanza	52 %
molta	26 %
poca	19 %
per nulla	3 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

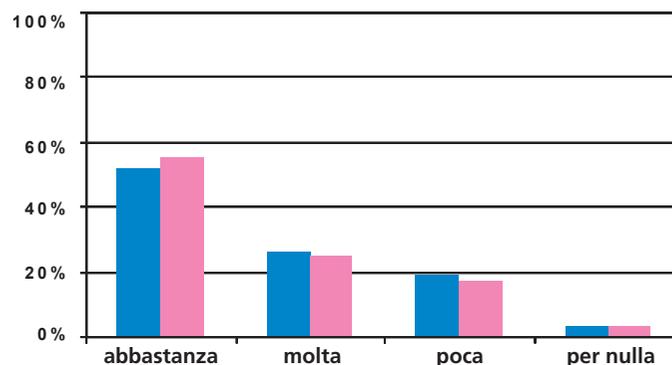


LEGENDA

■ abbastanza ■ molta ■ poca ■ per nulla

- Nel 2006 complessivamente diminuisce la percentuale di coloro che prestano attenzione ai consumi di acqua (78% rispetto all'87% del 2003).

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.3 Risparmio idrico

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

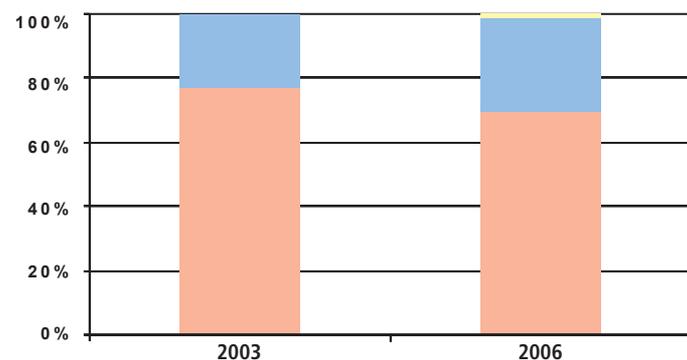
C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi su come ridurre i consumi di acqua?*

no	70%
si	29%
n.r.	1%

D
O
C
U
P

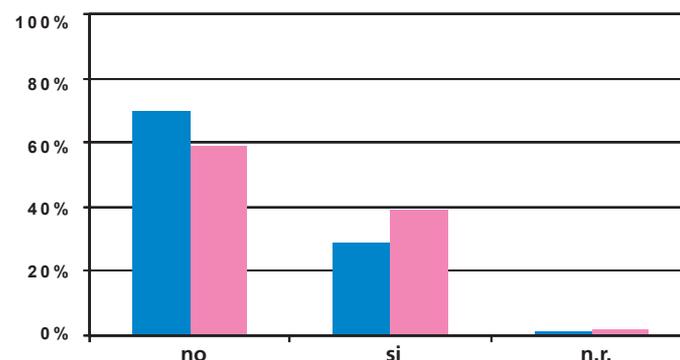
Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA
■ si ■ no ■ n.r.

- Nel 2006 permane elevata la percentuale del campione che dichiara di non aver ricevuto opuscoli informativi sul risparmio idrico, anche se diminuisce di 7 punti percentuali rispetto al 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA
■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale evidenzia una differenza circa l'informazione ricevuta a svantaggio dei residenti nelle aree Docup obiettivo 2: il 29% di questi dichiara di aver ricevuto opuscoli contro il 39% dei soggetti residenti in altri comuni.

5.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

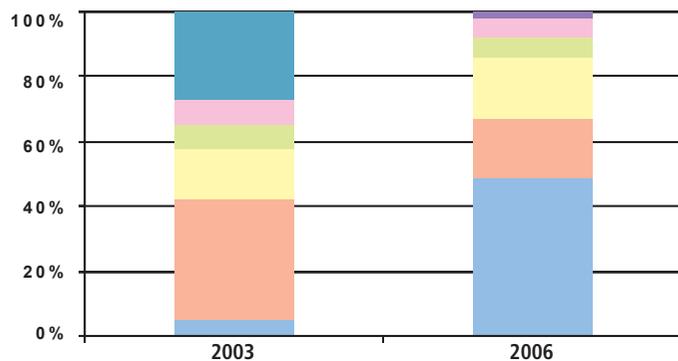
Il quesito *Tra i tipi di rifiuto che ora le leggerò, quale le risulta piu' difficile da differenziare?*

nessuna difficoltà	49 %
avanzi cucina	18 %
plastica	19 %
vetro	6 %
carta	6 %
non differenzia	2 %

C
A
M
P
I
O
N
E

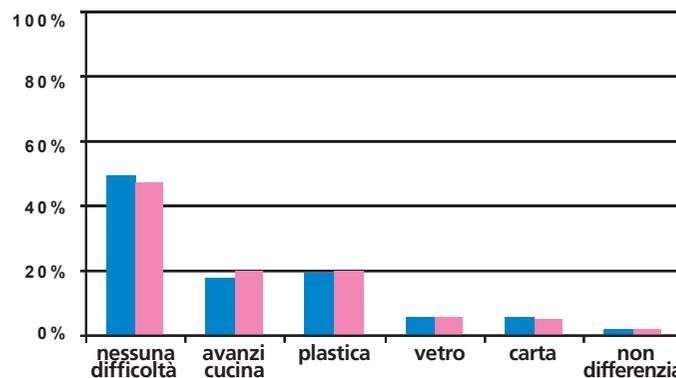
Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA
 ■ Nessuna difficoltà ■ avanzi cucina ■ plastica ■ vetro ■ carta
 ■ non differenzia ■ altro

- Nel 2006, rispetto al 2003, si rileva un elevato incremento della percentuale di colori che non incontrano alcuna difficoltà nella separazione dei rifiuti: +44%.



LEGENDA
 ■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze significative tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Ha mai usato nella sua zona un posto attrezzato per portare rifiuti ingombranti o pericolosi?*

si, più di una 61 %

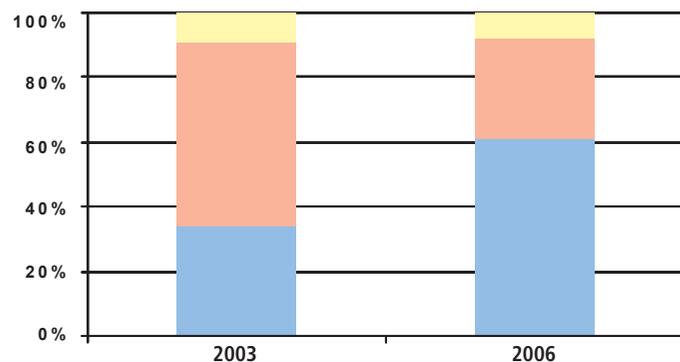
mai 31 %

una volta 8 %

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

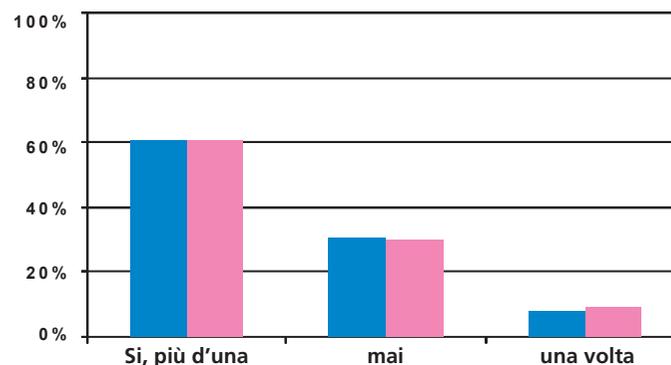
2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Si, più d'una ■ mai ■ una volta

- Nel 2006 aumenta del 27% il numero di coloro che hanno utilizzato più di una volta la ricicleria rispetto al 2003. Ancora significativa la percentuale di coloro che non l'hanno mai usata.



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze tra i due campioni.

5.4 Rifiuti – La differenziazione

COMPORAMENTI

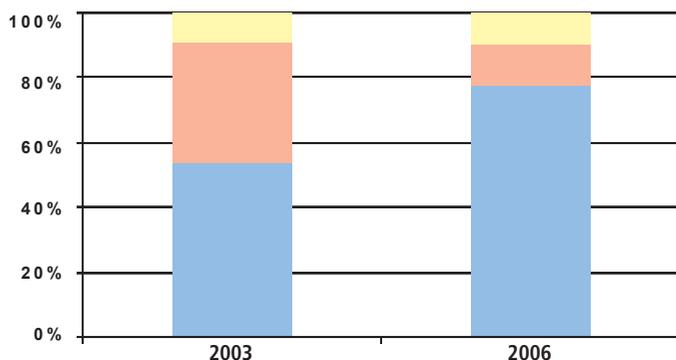
Il quesito *Se non ha mai usato nella sua zona un posto attrezzato per portare rifiuti ingombranti o pericolosi, per quale ragione non l'ha fatto?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

non ne ha avuto bisogno	77 %
non conosce l'esistenza	13 %
è scomoda da raggiungere	10 %

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

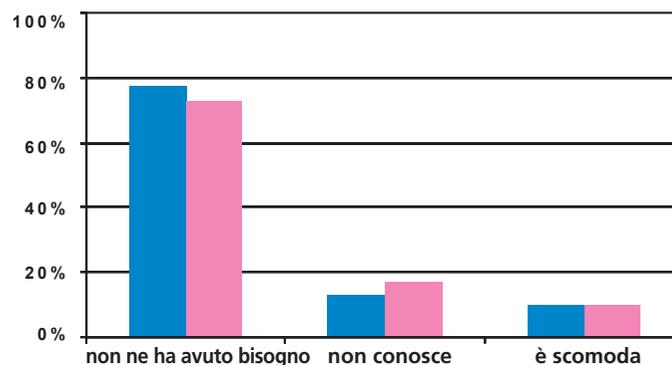


LEGENDA

■ non ne ha avuto bisogno ■ non conosce ■ è scomoda

- Nel 2006, rispetto al 2003, cresce di 23 punti la percentuale di coloro che dichiarano di non aver mai avuto bisogno di una ricicleria.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale mostra una percentuale leggermente più alta (44%) di coloro che dichiarano di non aver mai avuto bisogno di un posto attrezzato per questo tipo di rifiuti tra i residenti nei comuni Docup obiettivo 2.

D
O
C
U
P

5.4 Rifiuti – La differenziazione

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

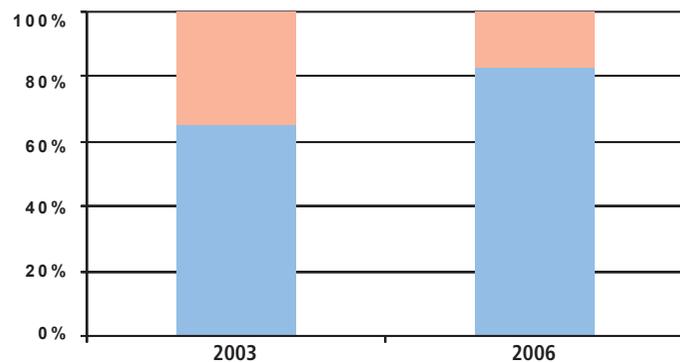
Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi su come separare i rifiuti domestici?*

si 83%

no 17%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

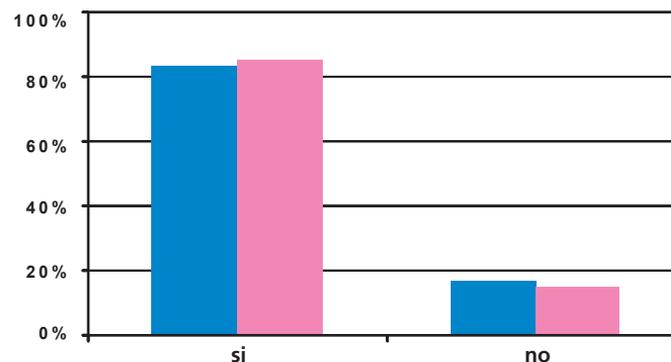


LEGENDA

■ si ■ no

- Nel 2006 cresce di 18 punti la percentuale di cittadini che dichiarano di aver ricevuto opuscoli sulla differenziazione dei rifiuti; era il 65% nel 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze rilevanti tra i due campioni.

5.4 Rifiuti – La differenziazione

CONOSCENZE

Il quesito *Secondo lei, quanto tempo impiegano per degradarsi i seguenti rifiuti?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

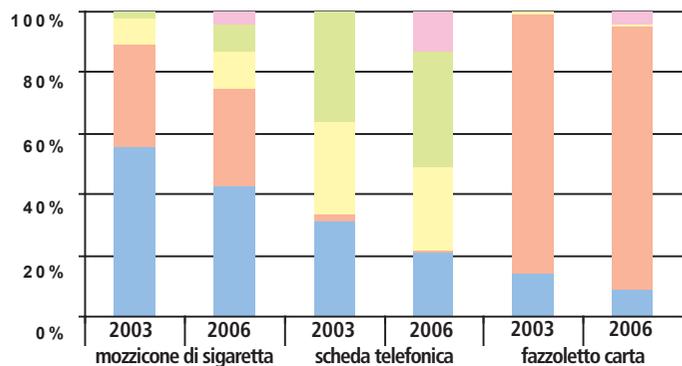
anni	mozzicone sigaretta	scheda telefonica	fazzoletto di carta
da 1 a 20	43%	21%	9%
meno di 1	32%	1%	86%
da 20 a 100	12%	27%	1%
oltre 100	9%	38%	0%
n.r.	4%	13%	4%

C
A
M
P
I
O
N
E

D
O
C
U
P

Il confronto temporale (Comuni DOCUP Obiettivo 2)

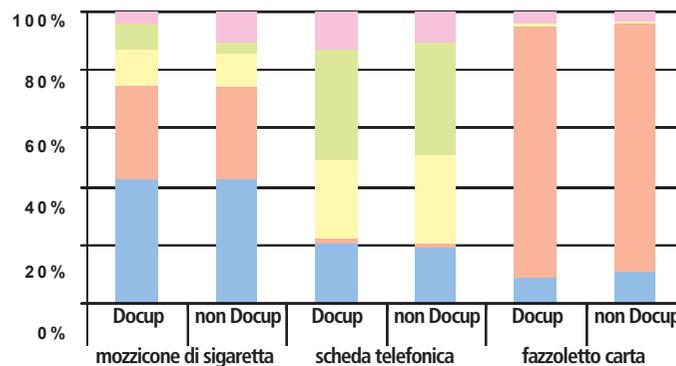
2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ da 1 a 20 ■ meno di 1 ■ da 20 a 100 ■ oltre 100 ■ n.r.

- Nel 2006 diminuiscono le risposte corrette sul degradarsi dei mozziconi di sigaretta nel tempo (43% contro 56% del 2003). Non apprezzabili le variazioni delle percentuali di risposte corrette per gli altri due materiali.



LEGENDA

■ da 1 a 20 ■ meno di 1 ■ da 20 a 100 ■ oltre 100 ■ n.r.

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni quanto a percentuali di risposte corrette fornite ai quesiti.

5.4 Rifiuti – La differenziazione

CONOSCENZE

C
A
M
P
I
O
N
E

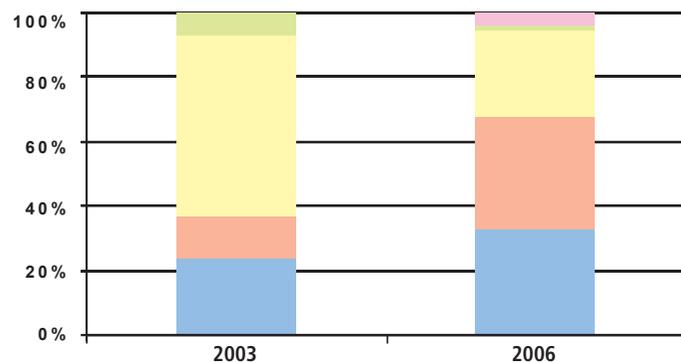
Il quesito *Secondo lei, in Italia più o meno quanti rifiuti produce in un giorno una persona?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

da ½ kg a 1 kg	33%
più di 1 kg	35%
da 1,5 hg a ½ kg	27%
meno di 1,5 hg	1%
n. r.	4%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

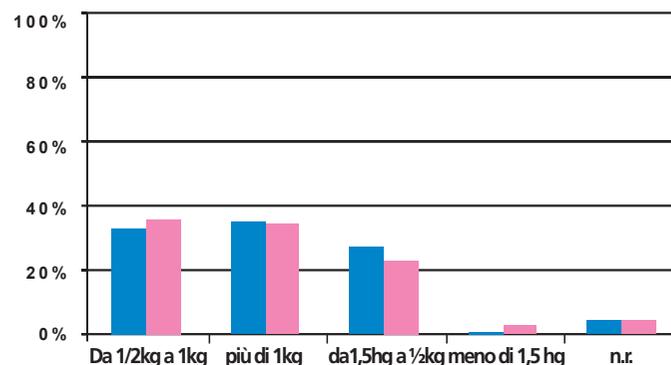


LEGENDA

■ Da 1/2kg a 1kg ■ più di 1kg ■ da 1,5hg a ½kg ■ meno di 1,5hg ■ n.r.

- Nel 2006 il 35% dei soggetti risponde correttamente indicando come quantitativo di rifiuti prodotti in un anno "oltre il chilo" (era il 13% nel 2003). Si dimezza negli anni la percentuale di chi quantifica al massimo in mezzo chilo la quantità di rifiuti procapite.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia alcuna differenza tra i due campioni.

5.4 Rifiuti – La differenziazione

PERCEZIONI

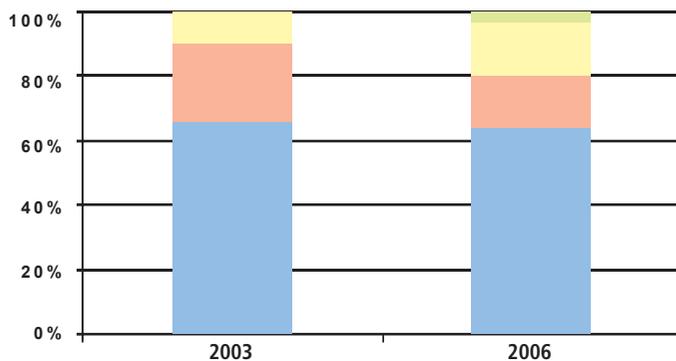
Il quesito *Secondo lei chi e' il maggiore responsabile della non corretta separazione dei rifiuti?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

cittadini	64%
amministrazioni	16%
azienda che raccoglie	17%
n.r.	3%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

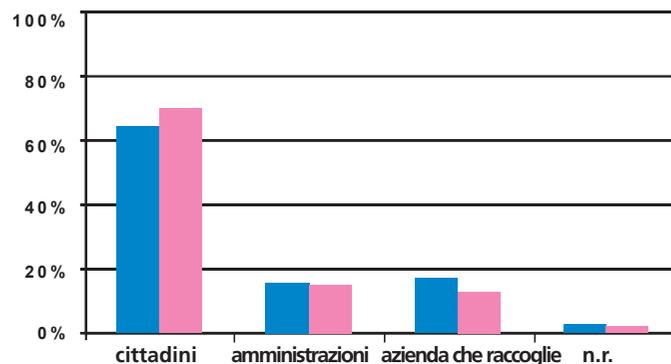


LEGENDA

■ cittadini ■ amministrazioni ■ azienda che raccoglie ■ n.r.

- Nel 2006, rispetto al 2003, diminuisce la responsabilità attribuita alle amministrazioni (-8%) ed aumenta quella riconosciuta all'azienda che raccoglie.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.5 Elettromagnetismo

CONOSCENZE

Rilevazione 2006. Valori percentuali

C
A
M
P
I
O
N
E

Il quesito *Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi sul tema dell'elettromagnetismo?*

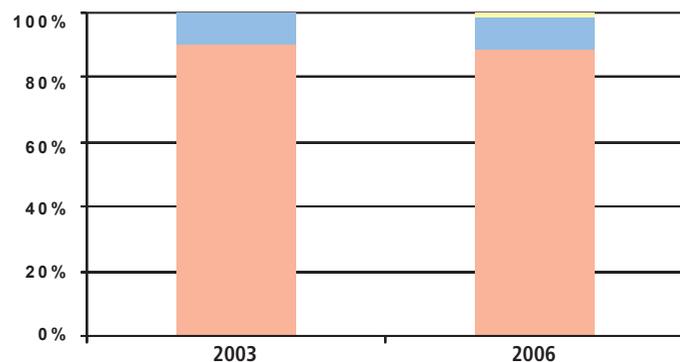
no 89%

si 10%

n.r. 1%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

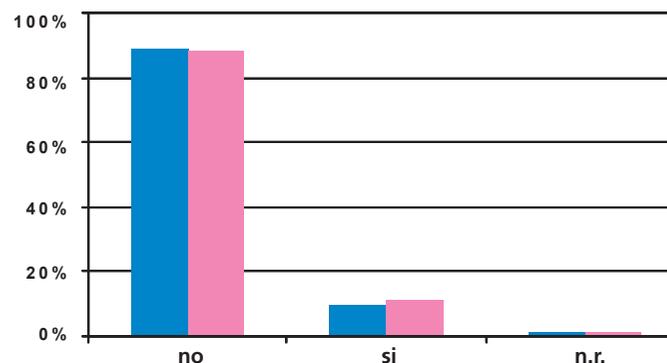


LEGENDA

no si n.r.

- Nel 2006 non si registra alcuna variazione circa l'informazione ricevuta sul tema rispetto a quanto rilevato nel 2003.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

Docup non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia alcuna differenza tra i due campioni.

5.5 Elettromagnetismo

CONOSCENZE

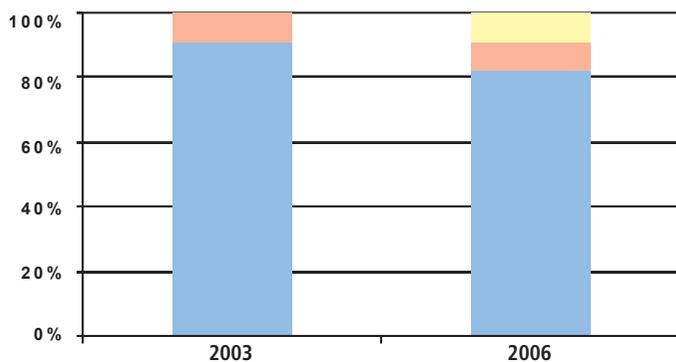
Rilevazione 2006. Valori percentuali

Il quesito *A suo avviso le onde elettromagnetiche prodotte da ripetitori radiotelevisivi, stazioni radiobase ed elettrodotti rappresentano un problema per l'ambiente e per la salute dell'uomo?*

si	82%
no	9%
n.r.	9%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

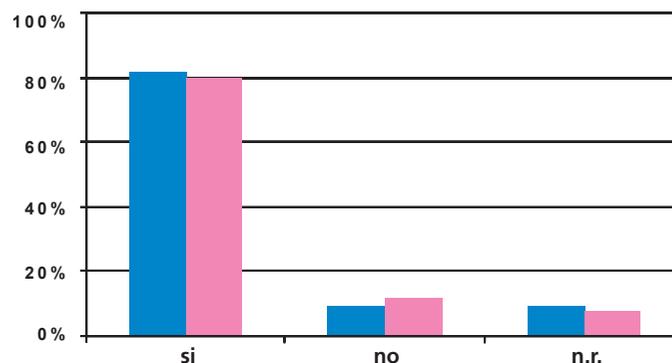


LEGENDA

■ si ■ no ■ n.r.

- Nel 2006, rispetto al 2003, diminuisce di 9 punti la percentuale di coloro che reputano le onde elettromagnetiche un problema per l'ambiente e per la salute umana.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze apprezzabili tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.5 Elettromagnetismo

PERCEZIONI

C
A
M
P
I
O
N
E

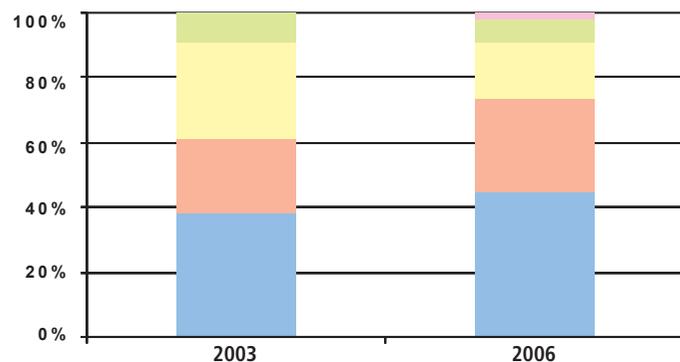
Il quesito *Quanto la preoccupa personalmente la questione dell'elettrosmog?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

abbastanza	45%
poco	29%
molto	18%
per niente	7%
n. r.	1%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

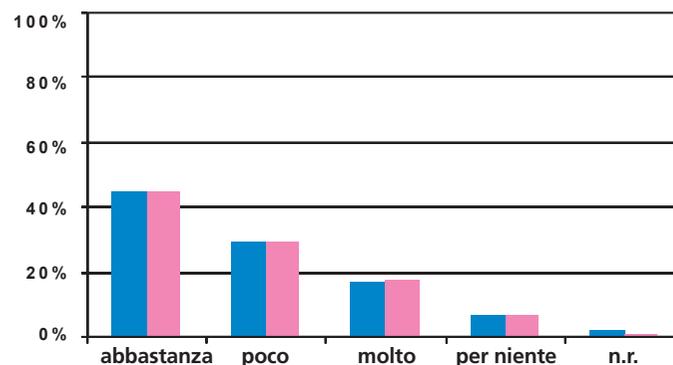


LEGENDA

■ abbastanza ■ poco ■ molto ■ per niente ■ n.r.

• Nel 2006, rispetto al 2003, diminuisce di 13 punti la percentuale di coloro che sono molto preoccupati per l'elettrosmog a favore di coloro che si dichiarano abbastanza o poco preoccupati.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

• Il confronto territoriale non evidenzia alcuna differenza tra i due campioni.

5.6 Ambiente – Le istituzioni

CONOSCENZE

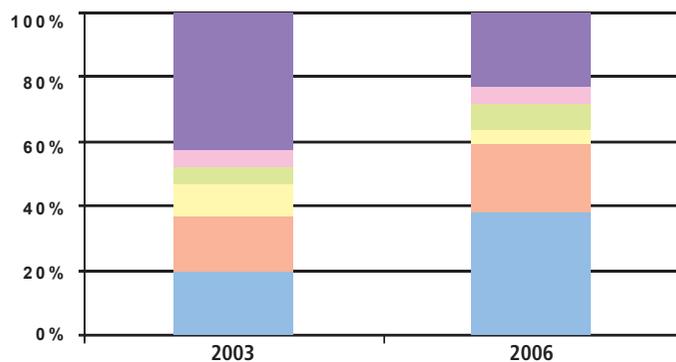
Il quesito *Saprebbe dirmi chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo in Veneto?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

ARPAV	38%
ULSS	21%
Comune	5%
Regione	8%
Provincia	5%
n.r.	23%

C
A
M
P
I
O
N
E

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

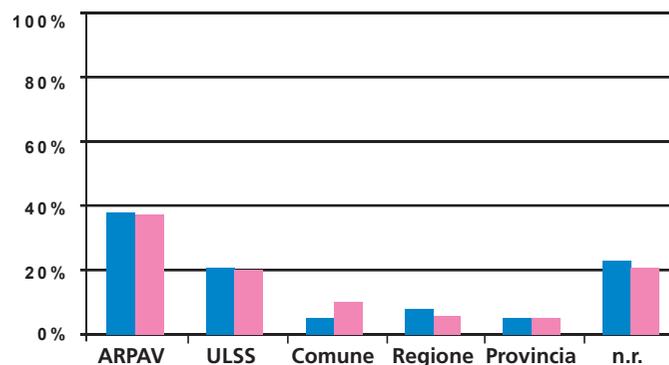


LEGENDA

■ ARPAV ■ ULSS ■ Comune ■ Regione ■ Provincia ■ n.r.

- Nel 2006, rispetto al 2003, quasi raddoppia la percentuale di coloro che individuano ARPAV quale ente preposto al controllo ambientale (era 20% nel 2003). Diminuiscono significativamente le non risposte (- 20% rispetto al 2003).

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze significative tra i due campioni.

D
O
C
U
P

5.6 Ambiente – Le istituzioni

CONOSCENZE

C
A
M
P
I
O
N
E

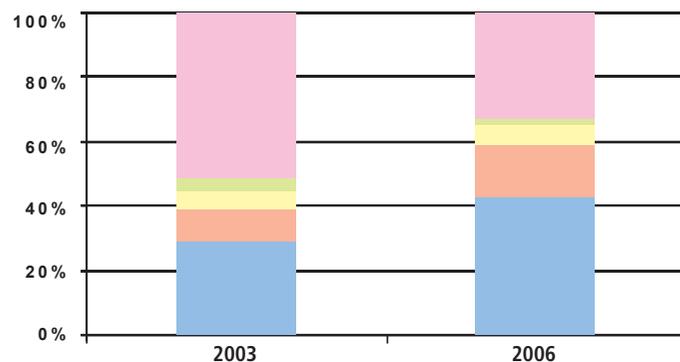
Il quesito *Secondo Lei l'ARPAV è?*

Rilevazione 2006. Valori percentuali

Agenzia Regionale	43%
associazione ambientale	16%
azienda privata	6%
ufficio del Comune	2%
n.r. / non sa	33%

D
O
C
U
P

Il confronto temporale
(Comuni DOCUP Obiettivo 2)

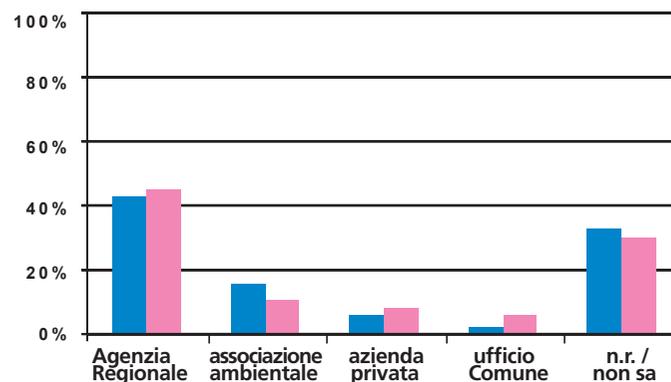


LEGENDA

■ Agenzia Regionale ■ associazione ambientale ■ azienda privata
■ ufficio comune ■ n.r.

- Nel 2006 cresce di 14 punti la percentuale di coloro che conoscono la natura istituzionale di ARPAV (era pari al 29% nel 2003). Le non risposte passano dal 51% del 2003 al 33% del 2006.

2006: il confronto territoriale (Comuni DOCUP Obiettivo 2 e Comuni non DOCUP Obiettivo 2)



LEGENDA

■ Docup ■ non Docup

- Il confronto territoriale non evidenzia differenze significative tra i due campioni.

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Questo capitolo approfondisce il tema dell'informazione, analizzando importanza ed obiettivi delle azioni informative ed evidenziando, attraverso la lettura incrociata dei dati rilevati, le eventuali differenze che caratterizzano l'informazione per tematica indagata (rifiuti, aria, acqua ed elettromagnetismo). La copertura informativa dichiarata dai rispondenti è stata quindi posta in relazione con gli atteggiamenti positivi riguardanti le tematiche indagate.

6.1 L'informazione ricevuta sul risparmio energetico

Il 62% dei rispondenti all'indagine ha dichiarato di aver ricevuto opuscoli o libretti informativi con indicazioni e consigli per risparmiare energia elettrica (tab. 6.1); questa percentuale era pari al 35% nella precedente rilevazione del 2003. In questi ultimi anni la limitazione dei consumi energetici è stata oggetto di azioni di sensibilizzazione, anche a causa del raggiungimento di situazioni limite alle potenzialità di soddisfazione della domanda.

Il comportamento adottato dai cittadini per risparmiare energia elettrica deriva quindi sia da esigenze individuali, puramente collegate alla necessità di contenimento della spesa a fronte dell'aumento dei costi di approvvigionamento della risorsa, sia da azioni informative sulle modalità per contenere i consumi energetici.

Informazione ricevuta e comportamenti attuati

Dall'analisi dei comportamenti messi in atto per contenere i consumi energetici si nota che le differenze fra chi afferma di aver ricevuto materiale informativo e chi dichiara di non averne ricevuto, non sono rilevanti. Dalla tabella 6.2, infatti, emerge che per il 59% di chi ha ricevuto informazioni, i consumi degli elettrodomestici sono un fattore decisivo al momento dell'acquisto. La pensa allo stesso modo il 52% di coloro che non hanno ricevuto materiale informativo.

Tabella 6.1 - Distribuzione percentuale del campione circa l'informazione ricevuta sul risparmio energetico

Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi sul risparmio energetico?			
si	no	n.r.	totale
62	36	2	100

Tabella 6.2 - Risparmio di energia elettrica. Relazione tra informazione ricevuta e importanza del basso consumo energetico nell'acquisto di un elettrodomestico

		Se deve acquistare un elettrodomestico, tiene conto nella scelta dei consumi di energia elettrica dichiarati dal costruttore?				totale
		si è fattore decisivo	si non è fattore decisivo	no	n.r.	
Ha ricevuto informazioni	si	59	27	13	1	100
	no	52	29	18	1	100
	totale	56	28	15	1	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Il peso delle diverse componenti sottostanti la decisività del fattore “basso consumo” nella scelta degli elettrodomestici appare fortemente sbilanciato a favore del risparmio economico e non c'è alcuna differenza tra i cittadini che dichiarano di aver ricevuto opuscoli informativi e chi dichiara il contrario. Come si può osservare dalla tabella 6.3, la distribuzione del campione tra il primo gruppo di soggetti ed il secondo è identicamente uguale con solo il 25% che porta come motivazione la salvaguardia dell'ambiente.

Tabella 6.3 – Risparmio di energia elettrica. Relazione tra informazione ricevuta e motivazione dell'importanza del basso consumo energetico nell'acquisto di un elettrodomestico

		Principalmente per quale motivo il consumo di energia elettrica è un fattore decisivo?			
		risparmio economico	meno inquinamento	n.r.	totale
Ha ricevuto informazioni	si	74	25	1	100
	no	74	25	1	100
	totale	74	25	1	100

L'informazione ricevuta e conoscenza del ruolo e della natura istituzionale dell'ARPAV

L'aver ricevuto materiale informativo sul risparmio energetico non sembra influire sulla conoscenza del ruolo istituzionale di ARPAV: risponde correttamente il 38% di coloro che dichiarano di aver ricevuto informazioni contro il 37% degli altri (tab. 6.4). Lievi le differenze nelle risposte fornite circa la natura istituzionale dell'ente (tab. 6.5).

Tabella 6.4 – Risparmio di energia elettrica. Relazione tra informazione ricevuta e conoscenza del ruolo di ARPAV

		Saprebbe dirmi chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo in Veneto?						
		Comune	Provincia	Regione	ARPAV	ULSS	non sa/ n.r.	totale
Ha ricevuto informazioni	si	9	5	6	38	22	20	100
	no	9	6	7	37	18	23	100
	totale	9	5	6	38	21	21	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.5 – Relazione tra informazione ricevuta sul risparmio energetico e conoscenza della natura istituzionale di ARPAV

		Secondo lei l'ARPAV è....					totale
		azienda privata	Agenzia regionale	ufficio del Comune	associazione ambientalista	non sa/ n.r.	
Ha ricevuto informazioni	si	9	5	6	38	20	100
	no	9	6	7	37	23	100
	totale	8	44	5	13	30	100

L'informazione ricevuta in base all'età e alla tipologia del comune di residenza

Dalla tabella 6.6 emerge che sono le persone fra i 45 e i 64 anni quelle che più dichiarano di aver ricevuto informazioni (69%). Al contrario, neanche la metà dei giovani fra i 15-24 anni intervistati dichiarano di aver ricevuto opuscoli informativi. Per ciò che riguarda il comune di residenza i cittadini dei comuni capoluogo hanno ricevuto informazioni nel 61% dei casi, contro il 66% dei residenti in comuni non capoluogo (tab. 6.7). Tra le province è Belluno quella in cui si registra la più bassa percentuale di soggetti che dichiarano di aver ricevuto informazioni (59%) mentre Treviso registra la percentuale più alta con il 74% (tab. 6.8).

Tabella 6.6 – Risparmio energetico. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base alla classe d'età di appartenenza

	Ha mai ricevuto informazioni su come risparmiare energia elettrica?		
	si	no	totale
15 - 24 anni	48	52	100
25 - 44 anni	60	40	100
45 - 64 anni	69	31	100
65 - 75 anni	63	37	100
totale	62	36	100

Tabella 6.7 – Risparmio energetico. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base al tipo di comune di appartenenza

	Ha mai ricevuto informazioni su come risparmiare energia elettrica?		
	si	no	totale
comune capoluogo	61	39	100
comune non capoluogo	66	34	100
totale	62	36	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.8 – Risparmio energetico. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base alla provincia di residenza dell'intervistato

	Ha mai ricevuto informazioni su come risparmiare energia elettrica?		
	si	no	totale
Belluno	57	43	100
Padova	59	41	100
Rovigo	64	36	100
Treviso	74	26	100
Venezia	58	42	100
Verona	62	38	100
Vicenza	60	40	100
totale	62	36	100

6.2 L'informazione ricevuta sui rifiuti

La raccolta differenziata dei rifiuti è sicuramente il tema su cui i cittadini veneti hanno ricevuto maggiori informazioni: l'84% ha dichiarato di aver ricevuto opuscoli o libretti, contro il 62% rilevato per il risparmio energetico, il 37% del risparmio idrico e l'11% dell'elettromagnetismo.

Informazione ricevuta e comportamenti attuati

Tra i comportamenti messi in atto si è scelto di analizzare quello relativo al ricorso ad isole ecologiche per lo smaltimento dei rifiuti ingombranti o dei rifiuti non differenziabili nei contenitori distribuiti sul territorio. Si può osservare che le differenze fra chi afferma di aver ricevuto materiale informativo e chi dichiara di non averne ricevuto sono significative: dalla tabella 6.9, infatti, emerge che il 63% di chi ha ricevuto informazioni ha utilizzato più volte un'isola ecologica; solo il 48% tra coloro che

Tabella 6.9 – Relazione tra l'informazione ricevuta e l'utilizzo di isole ecologiche

		Ha mai utilizzato un'isola ecologica per il recupero dei rifiuti ingombranti?			
		si più d'una	una volta	mai	totale
Ha ricevuto informazioni	si	74	25	1	100
	no	74	25	1	100
	totale	74	25	1	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

non hanno ricevuto opuscoli informativi.

Relativamente al comportamento messo in atto in generale, mettendo a confronto la difficoltà incontrata dai soggetti nell'adottare un comportamento sostenibile e l'aver ricevuto informazioni sulle separazione dei rifiuti, emerge la maggiore difficoltà nel fare la raccolta differenziata tra coloro che non hanno ricevuto informazioni (tab. 6.10), mentre nell'altro sub-campione è la limitazione nel consumo di energia a creare più problemi.

Tabella 6.10 – Differenziazione rifiuti. Relazione tra l'informazione ricevuta e il comportamento ritenuto più difficile

		Quale tra i seguenti comportamenti le risulta più difficile?				
		consumi energia	separare rifiuti	consumi acqua	n.r.	totale
Ha ricevuto informazioni	si	33	31	27	9	100
	no	30	37	26	7	100
	totale	33	32	26	9	100

Informazione ricevuta e conoscenza del ruolo e della natura istituzionale dell'ARPAV

Coloro che dichiarano di aver ricevuto opuscoli con informazioni e consigli su come separare i rifiuti domestici identificano in misura maggiore l'ARPAV come soggetto preposto al controllo dell'ambiente. Dalla tabella 6.11, infatti, si vede che la percentuale di questi ultimi è del 39%, contro il 30% di chi non ha ricevuto materiale informativo.

Tabella 6.11 – Differenziazione dei rifiuti. Relazione tra informazione ricevuta e conoscenza del ruolo di ARPAV

		Saprebbe dirmi chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo in Veneto?						
		Comune	Provincia	Regione	ARPAV	ULSS	non sa/ n.r.	totale
Ha ricevuto informazioni	si	9	4	6	39	21	21	100
	no	11	9	8	30	20	22	100
	totale	9	5	6	38	21	21	100

Anche nell'individuare correttamente la natura istituzionale di ARPAV come Agenzia Regionale, la percentuale è più alta tra coloro che dichiarano di aver ricevuto informazioni (46%) che tra i soggetti che si dichiarano non informati (38%) (tab. 6.12).

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.12 – Differenziazione dei rifiuti. Relazione tra informazione ricevuta e conoscenza della natura istituzionale di ARPAV

		Secondo lei l'ARPAV è....					totale
		azienda privata	Agenzia regionale	ufficio del Comune	associazione ambientalista	non sa/ n.r.	
Ha ricevuto informazioni	si	8	46	5	12	29	100
	no	8	38	5	15	34	100
	totale	8	44	5	13	30	100

L'informazione ricevuta in base all'età e alla tipologia del comune di residenza

Rispetto alla variabile età (tab. 6.13), sono gli anziani quelli che in percentuale minore dichiarano di aver ricevuto informazioni (77%). Se si distingue il campione sulla base della residenza in comuni capoluogo o non capoluogo (tab. 6.14), sono sempre i residenti nei comuni non capoluogo a dichiarare di ricevere più informazioni: l'86% contro l'80% dei residenti nei capoluoghi di provincia. Analizzando la situazione a livello provinciale (tab. 6.15), la percentuale più bassa di soggetti che dichiarano di aver ricevuto materiale informativo si registra a Belluno (78%) e la più alta a Padova (89%).

Tabella 6.13 – Differenziazione dei rifiuti. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base alla classe d'età di appartenenza

	Ha mai ricevuto informazioni sulla differenziazione dei rifiuti?		
	si	no	totale
15 - 24 anni	84	16	100
25 - 44 anni	87	13	100
45 - 64 anni	86	14	100
65 - 75 anni	77	23	100
totale	84	16	100

Tabella 6.14 – Differenziazione dei rifiuti. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base al tipo di comune di appartenenza

	Ha mai ricevuto informazioni sulla differenziazione dei rifiuti?		
	si	no	totale
comune capoluogo	80	20	100
comune non capoluogo	86	14	100
totale	84	16	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.15 – Differenziazione dei rifiuti. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base alla provincia di residenza dell'intervistato

6.3 L'informazione ricevuta sul risparmio idrico

Poco più di un terzo degli intervistati dichiara di aver ricevuto opuscoli o libretti informativi sulle modalità di risparmio dell'acqua potabile (tab. 6.16). Come già rilevato nel paragrafo 6.1 sul risparmio energetico, anche nel caso del controllo dei consumi di acqua la componente legata alla scelta volontaria dell'individuo influisce fortemente sul comportamento adottato. Diversamente accade per la differenziazione dei rifiuti urbani, ampiamente prevista e disciplinata dalla legge. Rispetto alla rilevazione del 2003, sul fronte dell'informazione sulle modalità per attuare il risparmio idrico, si è assistito ad un significativo incremento della copertura informativa (24% nel 2003), anche se il livello è ancora molto basso.

Informazione ricevuta e comportamenti attuati

Il 58% dei soggetti intervistati dichiara di consumare acqua in bottiglia; tra questi il 53% beve acqua naturale e il restante 47% acqua frizzante. Relativamente a tale consumo si osservino le distribuzioni percentuali rilevate tra chi beve acqua in bottiglia (tab. 6.17) e chi consuma acqua del rubinetto (tab. 6.18) relativamente alla motivazione della scelta dell'acqua da bere: nel primo caso si registrano solo lievi differenze tra chi ha ricevuto materiale informativo e chi no, mentre nel secondo vi è una differenza percentuale a favore di chi ha ricevuto informazioni (+7%); da notare anche qui il ruolo del fattore economico: tra coloro che non hanno ricevuto informazioni un 6% in più dichiara di consumare acqua per comodità e perché costa meno.

	Ha mai ricevuto informazioni sulla differenziazione dei rifiuti?		
	si	no	totale
Belluno	78	22	100
Padova	89	11	100
Rovigo	87	13	100
Treviso	88	12	100
Venezia	83	17	100
Verona	83	17	100
Vicenza	81	19	100
totale	84	16	100

Tabella 6.16 - Distribuzione percentuale del campione circa l'informazione ricevuta sul risparmio idrico

	Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi sul risparmio idrico?			totale
	si	no	n.r.	
	37	61	2	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

		Perchè beve acqua in bottiglia?			
		piace di più	più sicura e controllata	altro	totale
Ha ricevuto informazioni	si	53	34	12	100
	no	51	36	13	100
	totale	53	35	12	100

Tabella 6.17 – Risparmio idrico. Informazione ricevuta e consumo di acqua in bottiglia

Tabella 6.18 - Risparmio idrico. Informazione ricevuta e consumo di acqua del rubinetto

		Perchè beve acqua del rubinetto?				
		piace di più	più sicura e controllata	costa meno/ più comoda	n.r.	totale
Ha ricevuto informazioni	si	24	59	15	2	100
	no	26	52	21	1	100
	totale	25	55	19	1	100

L'informazione ricevuta e conoscenza del ruolo e della natura istituzionale dell'ARPAV

Dalla tabella 6.19 emerge che coloro che hanno ricevuto informazioni sul risparmio idrico dimostrano una conoscenza maggiore dell'ARPAV: il 43% contro il 34% di chi afferma di non averne ricevute. Per quanto riguarda invece la natura istituzionale dell'Agenzia, risponde correttamente il 48% tra coloro che hanno ricevuto materiale informativo e il 42% tra i non informati (tab. 6.20).

Tabella 6.19 – Risparmio idrico. Relazione tra informazione ricevuta e conoscenza del ruolo di ARPAV

		Saprebbe dirmi chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo in Veneto?						
		Comune	Provincia	Regione	ARPAV	ULSS	non sa/ n.r.	totale
Ha ricevuto informazioni	si	8	5	6	43	20	18	100
	no	9	5	7	34	21	24	100
	totale	9	5	6	38	21	21	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.20 – Relazione tra informazione ricevuta sul risparmio idrico e conoscenza della natura istituzionale di ARPAV

		Secondo lei l'ARPAV è....					totale
		azienda privata	Agenzia regionale	ufficio del Comune	associazione ambientalista	non sa/ n.r.	
Ha ricevuto informazioni	si	9	48	6	11	28	100
	no	8	42	5	13	32	100
	totale	8	44	5	13	30	100

L'informazione ricevuta in base all'età e alla tipologia del comune di residenza

Rispetto alla variabile età, sono i soggetti dai 45 ai 64 anni che si dichiarano più informati (tab. 6.21), mentre rispetto alla variabile tipologia del comune di residenza non si rilevano grosse differenze (tab. 6.22).

Tra le province Rovigo è quella in cui si rileva la percentuale più bassa di soggetti che dichiarano di aver ricevuto informazioni (23%); Vicenza e Treviso quelle in cui si registrano le percentuali più alte, rispettivamente il 45% e 42% (tab. 6.23).

Tabella 6.21 – Risparmio idrico. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base alla classe d'età di appartenenza

	Ha mai ricevuto informazioni sul risparmio idrico?		
	si	no	totale
15 - 24 anni	34	66	100
25 - 44 anni	35	65	100
45 - 64 anni	40	60	100
65 - 75 anni	38	62	100
totale	37	63	100

Tabella 6.22 – Risparmio idrico. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base al tipo di comune di appartenenza

	Ha mai ricevuto informazioni sul risparmio idrico?		
	si	no	totale
comune capoluogo	40	60	100
comune non capoluogo	36	64	100
totale	37	63	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.23 – Risparmio idrico. Dichiarazione sull'informazione ricevuta in base alla provincia di residenza dell'intervistato

	Ha mai ricevuto informazioni sul risparmio idrico?		
	si	no	totale
Belluno	26	74	100
Padova	38	62	100
Rovigo	23	77	100
Treviso	42	58	100
Venezia	36	64	100
Verona	33	67	100
Vicenza	45	55	100
totale	37	63	100

6.4 L'informazione ricevuta sull'elettromagnetismo

Per la prima volta in questa indagine sono stati sottoposti ai rispondenti alcuni quesiti relativi all'uso del cellulare. Prima di passare ad analizzare la copertura informativa sul tema si presentano i risultati principali rilevati. L'85% del campione dichiara di possedere un telefono cellulare anche se ne fa un uso contenuto: il 75% dichiara di passare al cellulare meno di 15 minuti al giorno mentre il 13% lo utilizza da 15 a 30 minuti. Solo l'8% del campione fa normalmente uso del cellulare con l'auricolare col filo.

Passando ad analizzare la copertura informativa sul tema, solo l'11% del campione afferma di essere stato informato sull'elettromagnetismo: la percentuale più bassa tra le tematiche considerate (tab. 6.24). In presenza di simili percentuali di copertura informativa, risulta difficile effettuare valutazioni significative circa l'influenza dell'informazione ricevuta sul comportamento adottato e sulla conoscenza e percezione del problema.

Rispetto alla rilevazione del 2003 si rileva un incremento non significativo nella copertura informativa, pari a solo 2 punti percentuali.

Tabella 6.24 - Distribuzione percentuale del campione circa l'informazione ricevuta sull'elettromagnetismo

Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi sull'elettromagnetismo?			
si	no	n.r.	totale
62	36	2	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

6.5 Conclusioni sull'informazione ricevuta nelle varie tematiche

Dai dati di questo capitolo emerge una situazione informativa molto diversificata. Rispetto alla rilevazione del 2003 si può innanzitutto osservare un generale incremento della copertura informativa raggiunta; fa eccezione il tema dell'elettromagnetismo per il quale l'informazione è pressoché assente: nel 2003 il 9% aveva ricevuto opuscoli sull'argomento, nel 2006 questa percentuale cresce solo di 2 punti. Sul tema del risparmio idrico, nonostante l'incremento di 13 punti percentuali, la situazione rimane ancora critica: solo il 37% del campione dichiara di aver ricevuto informazioni su come contenere i consumi di acqua.

Sia per il risparmio energetico che per quello idrico, la componente legata alla scelta volontaria dell'individuo influisce fortemente sul comportamento adottato. Diversamente si rileva per la differenziazione dei rifiuti urbani, pratica ampiamente prevista e disciplinata dalla legge anche sotto l'aspetto della diffusione delle informazioni, con capillare divulgazione sia delle modalità di differenziazione dei materiali che delle eventuali forme di sanzione per chi non rispettasse quanto disciplinato dalla legge.

Concludiamo l'analisi della copertura informativa analizzando, rispetto alla rilevazione del 2003, l'evoluzione dell'informazione sul ruolo e sulla natura istituzionale dell'ARPAV, informazione diffusa attraverso le azioni attuate dall'Agenzia per far conoscere il proprio ruolo e le attività giornalmente realizzate per la prevenzione e protezione dell'ambiente e quindi della salute umana (tab. 6.25 e 6.26). Sulla conoscenza corretta del ruolo dell'Ente si registra una crescita significativa di 16 punti percentuali, anche se la visibilità di ARPAV tra i cittadini è ancora modesta (38%). Il 45% del campione risponde invece correttamente alla domanda sulla natura istituzionale dell'ARPAV, contro il 32% del 2003. Per entrambi i quesiti diminuisce fortemente la percentuale di coloro che non sanno o non rispondono: si passa dal 42% del 2003 al 21% dell'indagine attuale nella domanda sull'ente preposto ai controlli ambientali e dal 51% del 2003 al 30% del 2006 nel secondo quesito.

Tabella 6.25 – Conoscenza del ruolo di ARPAV. Confronto con l'indagine 2003

	Saprebbe dirmi chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo in Veneto?						
	Comune	Provincia	Regione	ARPAV	ULSS	non sa/ n.r.	totale
indagine 2003	11	4	5	22	16	42	100
indagine 2006	9	5	6	38	21	21	100

6. L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Tabella 6.26 – Conoscenza della natura istituzionale di ARPAV. Confronto con l'indagine ARPAV 2003

	Secondo lei l'ARPAV è...					
	azienda privata	Agenzia regionale	ufficio del Comune	associazione ambientalista	non sa/ n.r.	totale
indagine 2003	6	32	3	8	51	100
indagine 2006	8	45	5	12	30	100

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

La rivoluzione dell'informazione ha portato ad un aumento sostanziale dell'accessibilità delle informazioni e all'avvento del mondo dei nuovi media "interattivi". Un numero senza precedenti di persone può ora comunicare agevolmente con le altre e partecipare a innumerevoli tipi di rete telematica.

Accanto agli strumenti di comunicazione più tradizionali l'Agenzia si sta muovendo per riempire questi nuovi spazi comunicativi attraverso il restyling del proprio sito internet, la creazione di una rete di educazione ambientale per collegare tra loro tutti i soggetti operanti nella regione su tali temi, la partecipazione a reti nazionali o internazionali.

Tuttavia, resta ancora molto da fare per sfruttare a pieno il potenziale offerto dalle tecnologie dell'informazione per colmare le lacune esistenti in termini di informazione.

7.1 Gli strumenti di ARPAV per comunicare

- **Standard book**

Le aziende hanno problemi crescenti di riconoscibilità e di distinguibilità per l'elevato tasso di "inquinamento simbolico", un sovraffollamento di segni che rende sempre più difficile manifestare i caratteri della propria voce in un mondo pieno di rumore.

Uno strumento che presenta la corporate identity, raggruppando l'uso dell'immagine nei diversi media (pubblicazioni, insegne, targhe, auto, segnaletica stradale, carta intestata, elenchi telefonici, ...), semplice da consultare e da aggiornare, garantisce l'uso corretto dell'immagine aziendale in tutte le sue applicazioni.

Anche semplici aspetti, quali il logotipo, le specifiche di colore e i caratteri tipografici, devono garantire l'unicità e l'integrità dell'immagine coordinata dell'azienda.

- **Centro di Documentazione**

Il gruppo di lavoro del sistema delle Agenzie ha individuato l'attività di documentazione come attività necessaria a supportare:

- la comunicazione;
- l'editoria;
- la formazione;
- l'educazione ambientale.

In particolare, la gestione organizzata di materiale informativo effettuata dal Centro di Documentazione ARPAV è finalizzata, tra l'altro, a:

- incrementare l'analisi e la risposta ai bisogni informativi e documentali degli utenti;
- rivolgere l'offerta informativa e documentale anche agli utenti esterni al sistema agenziale.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

- Newsletter

Uno strumento utile per la comunicazione interna e per l'aggiornamento del personale, sia in merito alle attività ed alle iniziative dell'Agenzia, sia con riferimento alle novità legislative, può essere rappresentato da un bollettino agile nei contenuti e nel formato.

L'utilizzo della newsletter verso soggetti-attori esterni supporta la condivisione delle proprie attività attraverso un'informazione periodica sui servizi e progetti dell'Agenzia.

- Editoria

Definire un piano editoriale delle pubblicazioni dell'Agenzia rappresenta anche questo uno strumento per supportare la comunicazione aziendale.

Ciò significa:

- individuare tipologie di collane mirate a tematismi ambientali, a contenuti particolari sulla base dell'approfondimento da raggiungere (informative, istituzionali, tecniche, ecc.) o a target specifici (cittadini, imprese, enti pubblici, media, scuola, ecc.);
- stabilire una grafica omogenea;
- definire piani di distribuzione mirati;

al fine di rendersi distinguibili tra gli utenti attraverso prodotti editoriali strutturati per tipologia di contenuti, grafica e formato.

- Supporti multimediali e audiovisivi

L'utilizzo di supporti multimediali e audiovisivi (CD, floppy, cassette, nastri, ecc.) contribuisce certamente a comunicare.

La realizzazione di un CD o di una cassetta va evidentemente studiata in base all'argomento da affrontare ed al soggetto principale destinatario.

Tali strumenti possono essere molto utili ad esempio nel mondo della scuola o per la partecipazione a mostre di settore.

È infatti possibile utilizzare un supporto multimediale per:

- fare comunicazione istituzionale (es.: video sull'ARPAV "Un ambiente nuovo per noi")
- fare educazione ambientale (es.: CD interattivo per le scuole su alcuni temi dello sviluppo sostenibile)
- fare informazione scientifica (es.: documentario tecnico).

- Giornali, radio, televisione

L'informazione ambientale diffusa attraverso i mezzi di comunicazione di massa (televisione, radio, giornali, rete telematica, ecc.) rappresenta uno dei maggiori catalizzatori di attenzione dell'opinione pubblica ed è parte integrante del meccanismo

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

democratico di partecipazione individuale e collettiva fornendo garanzia di controllo delle decisioni.

I media rappresentano, infatti, uno dei principali veicoli in grado di influire sull'opinione pubblica, ma lo scarso livello quantitativo e qualitativo con cui sono trattati argomenti di cronaca e informazioni in genere si ripercuote sul livello di comprensione e sensibilizzazione del cittadino.

Questi strumenti possono essere utilizzati in diversi modi:

- per fare comunicati stampa sull'attività istituzionale;
- per fornire informazioni mirate a particolari problematiche ambientali (articoli, interviste, trasmissioni ad hoc, spot pubblicitari, ecc.);
- per fare marketing aziendale e sociale.

La diffusione di questi strumenti permette di raggiungere in maniera capillare la cittadinanza; un uso corretto e coordinato quindi consente efficacemente di migliorare l'immagine aziendale e di fare informazione di "qualità".

- Internet

Internet è la nuova cultura, è un mezzo su cui investire e puntare per il futuro. L'ipertesto, la lettura multipla, la contemporaneità fra parola, immagine e suono si affiancheranno ai vecchi strumenti senza peraltro distruggerli. È per questo che un sito web di un ente non può limitarsi a copiare un bollettino od un annuario: servono idee nuove adatte alla potenzialità dello strumento. La parola chiave è quindi "creatività".

Un altro fondamentale aspetto di Internet è che rappresenta uno strumento che fornisce un duplice senso di direzione nella comunicazione istituzionale. Il sito web permette infatti non solo di raggiungere direttamente i cittadini, ma consente loro di parlare con l'istituzione, interrogandola, lasciando messaggi, spedendo e-mail, fornendo suggerimenti e consigli.

- Rete di Educazione Ambientale

Nel territorio della Regione Veneto esiste una pluralità di soggetti pubblici e privati che attua iniziative di informazione, formazione ed educazione ambientale che devono essere valorizzate con attività di sostegno ed indirizzo. La Regione Veneto ha individuato l'ARPAV quale Centro Regionale di Coordinamento IN.F.E.A. con funzioni di coordinamento, promozione e diffusione delle informazioni e attività ambientali attuate nel territorio regionale.

Per lo svolgimento delle funzioni sopra elencate, ARPAV ha individuato nella realizzazione di un sistema informativo a supporto della rete un elemento necessario per gestire le informazioni relative ai progetti, ai soggetti e alle strutture con l'obiettivo di mettere a disposizione di tutti il rilevante patrimonio informativo esistente e consentire lo scambio di esperienze.

- Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'ARPAV ha provveduto all'istituzione dell'URP non soltanto per dare attuazione ad un preciso obbligo di legge quanto per

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

instaurare un rapporto paritetico tra l'amministrazione e i cittadini, sempre più consapevoli dei diritti di cui risultano titolari e della necessità di avviare un'azione sinergica per la tutela dell'ambiente, quale bene di inestimabile valore.

L'Agenzia ha concepito, quindi, l'URP, quale punto di incontro con i fruitori dei propri servizi, al fine di agevolarli nell'esercizio dei diritti di informazione, accesso e partecipazione, previsti dalla Legge 7 Agosto 1990, n. 241, relativa alla "Trasparenza degli atti amministrativi".

L'URP costituisce quindi il punto di incontro tra l'ARPAV e la collettività, nonché un importante strumento finalizzato a rafforzare il processo di comunicazione interna ed esterna.

- Convegni, mostre, fiere, manifestazioni pubbliche

La partecipazione a convegni, mostre, fiere e altre manifestazioni pubbliche rappresenta anch'essa un modo per far conoscere l'Agenzia e comunicare con l'esterno.

La partecipazione può assumere aspetti diversi: si può essere presenti con una relazione ad un convegno oppure con un proprio stand ad una mostra.

In ogni caso l'immagine dell'ARPAV dovrà essere sempre coordinata e unitaria anche attraverso l'uso di proprie attrezzature (pannelli, espositori, targhe, ecc.) in occasione di manifestazioni pubbliche.

- Campagne informative

Alle campagne informative verrà dedicato il successivo paragrafo del presente capitolo.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

7.2 Le campagne informative di ARPAV

Nell'ambito delle attività di prevenzione dell'Agenzia diventa fondamentale informare ed orientare i cittadini a comportamenti ispirati all'idea di corresponsabilità nella tutela dell'ambiente, ovvero del peso che il comportamento del singolo può avere per una migliore o peggiore gestione delle risorse e sull'impatto ambientale. Tutto ciò nell'ottica di un modello di sviluppo che valorizzi la qualità dell'ambiente e del vivere quotidiano attraverso un consumo consapevole.

Nel programma regionale che ARPAV e Regione Veneto stanno realizzando nei settori dell'informazione, della formazione e dell'educazione ambientale, le campagne informative realizzate si affiancano e si integrano con azioni specificatamente rivolte all'educazione ambientale, allo sviluppo di Agenda 21 in alcune realtà locali, alla formazione su temi ambientali di operatori pubblici e privati e alla realizzazione di indagini conoscitive per il rilievo di comportamenti, conoscenze e percezioni ambientali della cittadinanza.

Comunicare la frugalità' – una campagna di comunicazione integrata per i cittadini del Veneto

Il tema su cui si sviluppa la campagna è una rivisitazione in chiave moderna del concetto di "frugalità" inteso come modalità di consumo di beni e risorse che privilegia la qualità piuttosto che la quantità e riconoscimento della necessità imprescindibile di orientare gli attuali modelli di comportamento e di consumo del singolo individuo verso una logica di ecosostenibilità delle azioni quotidiane, al fine di limitare i danni all'ambiente e contenere gli sprechi di risorse.

La concezione di spreco in questo contesto non si riferisce, ovviamente, all'aspetto economico, quanto ad un uso incontrollato di risorse naturali limitate, quali acqua e energia, o a modalità di comportamento quotidiano che non tengano conto, ad esempio, della quantità di rifiuti immessa nell'ambiente o ancora, dell'inquinamento provocato dai mezzi di trasporto o dal riscaldamento domestico.

Accanto all'obiettivo principale ci sono obiettivi più specifici che si sono voluti raggiungere:

- spingere il cittadino ad interrogarsi sulle proprie abitudini;
- trasmettere l'importanza del risparmio e della salvaguardia di risorse per garantire il benessere proprio e delle generazioni future;
- creare nel cittadino la coscienza che il suo comportamento è fondamentale nella risoluzione delle problematiche ambientali;
- far sentire il singolo consumatore come parte di una comunità che intraprende uno sforzo comune per la salvaguardia delle risorse naturali;
- creare fiducia e ottimismo nella reale possibilità di salvaguardare le risorse e migliorare il mondo in cui viviamo;
- dare risalto alle Istituzioni Pubbliche che operano per la prevenzione e la protezione dell'ambiente.

La campagna è stata rivolta ai cittadini del Veneto in qualità di consumatori senza individuare specifici target di destinatari ed è stata realizzata nell'intero territorio regionale nell'autunno 2004.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

La scelta del messaggio è ricaduta su una soluzione semplice e discreta che riuscisse però ad arrivare alla sfera discrezionale del singolo individuo, senza ricorrere ad una comunicazione troppo invadente. La libertà della persona non deve essere messa in discussione da un messaggio troppo coercitivo, colpevolizzante o ancora ansiogeno e troppo responsabilizzante.

Non si è voluto inoltre mettere in discussione la necessità del consumo. Tutti siamo consapevoli che l'auto è necessaria, che l'acqua è indispensabile per una molteplicità di usi, che i rifiuti sono un qualcosa che non possiamo non produrre. Il cittadino è conscio di tutto ciò perché quotidianamente è inevitabilmente consumatore di queste risorse. E' necessario però che le istituzioni condividano questa considerazione sull'ineluttabilità del consumo affinché il messaggio venga considerato credibile dall'individuo stesso.

Nelle presentazioni è stato scelto un messaggio minimalista, veloce, diretto per suggerire, attraverso l'essenzialità, l'adozione di comportamenti vicini ad una *"new simplicity"*.

Le parole sono le uniche protagoniste della campagna in ogni sua declinazione.

Lo slogan della campagna *"Consumo Quanto Basta"* racchiude un richiamo al senso della misura che responsabilizza il cittadino invitandolo ad usare criterio. Il buon senso a cui si fa appello ha confini labili e soggettivi e non viene quindi sentito come una costrizione e nemmeno come un ricatto morale. È semplicemente un consiglio, un invito a usare la propria intelligenza e la propria sensibilità, per il proprio bene prima ancora che per quello degli altri.

L'esigenza di affrontare temi diversi ha indotto alla scelta di una campagna *multisoggetto*. Si è scelta questa strada allo scopo di poter raccontare nel modo più efficace, evitando sovrapposizioni, i tre differenti ambiti di interesse, acqua, aria, rifiuti, dedicando ad ognuna di queste tematiche un soggetto ad hoc.

Gli strumenti della campagna

I canali di distribuzione scelti sono: affissione, radio, televisioni, cinematografi, internet.

I manifesti non hanno colori e immagini ma solo parole scritte con i caratteri irregolari di una vecchia macchina da scrivere a formare semplici frasi del tipo: *"non si è sprecato inchiostro per convincere a non sprecare acqua"*, *"si usano poche parole per convincere ad usare poche risorse"*, ecc. Il messaggio quindi si autogiustifica, il manifesto stesso funge di per sé da esempio pratico di frugalità condensando in un'unica strategia comunicativa due obiettivi distinti: la trasmissione del messaggio e la sua esemplificazione, assicurando la massima sintesi possibile indispensabile per catturare in pochi attimi e parole l'attenzione dei cittadini.

Per quanto riguarda gli spot televisivi e cinematografici, per conferire alla comunicazione quel minimo di appeal indispensabile per attirare l'attenzione degli spettatori, è stata introdotta la visione di una macchina da scrivere che scrive le stesse frasi riportate sui manifesti in un foglio bianco. Non ci sono voci, né suoni, solo il rapido susseguirsi del battito dei tasti. La macchina da scrivere è uno strumento che nel mondo ormai dominato dai computer richiama alla semplicità e all'essenzialità. Se infatti l'obiettivo è quello di "scrivere parole" la vecchia macchina da scrivere è più che sufficiente. Il ritmo serrato della

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

battitura può apparire un ostacolo alla comprensione ma in realtà sortisce esattamente l'effetto contrario incuriosendo lo spettatore, "sfidandolo" a seguire per capire dove si vuole andare a parare e guadagnando la sua attenzione, raggiungendo così l'obiettivo più prezioso per un messaggio pubblicitario.

Per un mezzo come la radio, che non può contare su suggestioni visive, la soluzione minimalista individuata è una voce che illustra in modo chiaro e sintetico le finalità del messaggio. Per guadagnare interesse lo spot comincia con una frase ad effetto, presentandosi come una "pubblicità a rovescio". A questa segue la spiegazione di tale frase, una spiegazione che racchiude in sé il nocciolo del messaggio: l'invito a consumare meno risorse naturali che è l'esatto opposto di ciò che ci si aspetta dalla pubblicità.

I numeri della campagna

- Manifesti: circa 2.200 manifesti di dimensioni variabili 70x100, 100x140, 140x200, 600x300 per 15 giorni
- Televisioni: 7-8 passaggi al giorno nelle fasce di maggior ascolto (telegiornali e prima serata) su 4 televisioni per 30 giorni ripetuti per una settimana nel mese successivo per un totale di oltre 1100 passaggi (spot 20")
- Radio: 5 passaggi al giorno nelle fasce di maggior ascolto (prima mattina, pranzo, ore serali) su 6 radio per 30 giorni ripetuti per una settimana nel mese successivo per un totale di circa 1000 passaggi (spot 30")
- Cinema: 2 passaggi al giorno in 35 cinema per 30 giorni per un totale di circa 2000 passaggi (spot 30")

La campagna ha coperto un arco temporale di circa due mesi (ottobre – novembre 2004), combinando in maniera ragionata i diversi mezzi di comunicazione.

"Pop Heart – Un cuore per la montagna": campagna integrata di comunicazione sull'educazione alla montagna

E' la campagna di comunicazione integrata realizzata da ARPAV e Regione Veneto sui temi del rispetto dell'ambiente e della sicurezza personale in montagna.

La campagna riprende i concepts creativi e artistici che contraddistinguono la pop art - da Andy Warhol a Roy Lichtenstein fino ad arrivare a Keith Haring – per proporre al turista e all'escursionista della montagna alcuni suggerimenti pratici a tutela dell'ambiente montano e della propria sicurezza. Lo stesso logo dell'iniziativa riproduce uno stilema tipico della poetica di Warhol: un cuore ripetuto in tre riquadri seriali e virato di colore lascia lo spazio del quarto riquadro ad una montagna stilizzata integrando all'interno della grafica il nome e lo slogan dell'iniziativa.

L'utilizzo della pop art – ricordato dallo slogan stesso della campagna - si inserisce in una strategia di comunicazione che ARPAV sta perseguendo da tempo, caratterizzata dall'utilizzo di linguaggi e grafica talvolta non propriamente convenzionali ma in grado di stimolare emozioni e suggestioni che supportano il ricordo del messaggio.

La campagna sviluppa i seguenti temi:

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

- la tutela ambientale: il turista deve tenere, durante l'escursione, comportamenti rispettosi dell'ambiente. Il cittadino deve comprendere l'importanza di questi ecosistemi naturali, ponendo particolare attenzione a non trasformare la visita in contaminazione ambientale. I principali temi affrontati sono la flora, i funghi, il fuoco, i rifiuti, il rumore, il campeggio, il rispetto e la responsabilità.
- la tutela dell'incolumità personale: l'escursionista dovrà provvedere a garantire l'incolumità sua e dei suoi compagni seguendo semplici consigli dettati dall'esperienza e dal buon senso. Si forniscono informazioni in merito all'allenamento, all'isolamento, alle condizioni meteo, all'abbigliamento e all'attrezzatura.

L'obiettivo generale della campagna è indurre nei cittadini e turisti riflessioni critiche sulle proprie modalità di comportamento, orientandoli verso una maggiore sensibilizzazione e un miglior rapporto con la montagna. Uno speciale riguardo è rivolto ai parchi e a tutte le località montane della regione che rientrano nel citato DOCUP Obiettivo 2 la cui unicità nel contesto europeo deriva, oltre che dalla loro bellezza, anche dalla rarità e fragilità degli ecosistemi in esse presenti. L'invito al rispetto di questi patrimoni naturalistici e geo-morfologici può essere efficacemente diffuso attraverso i numerosi strumenti comunicativi della campagna.

Gli strumenti della campagna

- un booklet, piccolo opuscolo informativo cartaceo con un formato compatto che raccoglie in sintesi i contenuti della campagna.
- due cortometraggi in animazione di circa 4 minuti ciascuno che utilizzano fotografia, animazione e filmato, uno dedicato all'ambiente e l'altro dedicato al tema della sicurezza. Un bambino cartoon (che rappresenta le future generazioni) ci accompagna in una surreale galleria d'arte che ospita una rassegna molto speciale. Il video compone immagini di quadri pop, parole, slogan e testi che guidano lo spettatore attraverso messaggi di tutela e sicurezza ambientale. Lo slogan finale dei cortometraggi è: *"La montagna celebra l'arte della natura. La montagna pretende di avere un futuro. Mostra le tue opere migliori"*.
- una sezione del sito internet di ARPAV dedicata ad approfondire i contenuti della campagna e organizzata con un agevole interfaccia polifunzionale composto da 4 sezioni: EcoMemos, SafeMemos, Parks Meteo, VideoBox.
- una bandana, gadget della campagna, riporta il logo e i numeri di emergenza a cui rivolgersi in caso di difficoltà.

Tutta la campagna è bilingue, italiano e inglese.

La campagna è promossa da ARPAV - attraverso il Settore per la Prevenzione e la Comunicazione Ambientale - e finanziata dalla Regione Veneto nell'ambito del DOCUP Obiettivo 2. Hanno collaborato alla realizzazione della campagna: Dipartimento Provinciale ARPAV di Belluno, Parco Naturale Regionale delle Dolomiti d'Ampezzo, Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi, Parco Naturale Regionale della Lessinia, CNSAS Soccorso Alpino e Speleologico Veneto, CAI Veneto.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

“Viaggiatori! e viaggiatori?”: campagna di comunicazione sul turismo sostenibile

ARPAV e Regione Veneto hanno realizzato una campagna di comunicazione sui temi del turismo al fine di promuovere, in tale contesto, l'adozione di comportamenti orientati alle sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Un breve filmato di animazione - “Viaggiatori! e viaggiatori?” - è lo strumento individuato come più idoneo a indurre nei turisti una riflessione sui propri comportamenti.

Il filmato è rivolto a cittadini e operatori di settore ma soprattutto a coloro che scelgono la nostra regione come luogo di villeggiatura. In particolare, la campagna rivolge l'attenzione a tutte quelle aree - località litoranee, montane, collinari, lacustri - che rientrano nel citato DOCUP Obiettivo 2, il cui fascino deriva, oltre che dalla loro bellezza, anche dalla rarità e fragilità degli ecosistemi e dei beni culturali, in esse presenti. Queste località presentano infatti caratteri naturalistici, geo-morfologici e storico-culturali, tali da renderle uniche nel contesto europeo e la cui tutela e valorizzazione possono essere efficacemente sostenute da azioni di sensibilizzazione e di educazione ambientale.

Il cartoon “Viaggiatori! e viaggiatori?” è stato realizzato avvalendosi della grafica essenziale e della gradevole ironia del fumettista Bruno Bozzetto, su uno story board predisposto dal Settore per la Prevenzione e la Comunicazione Ambientale.

Il filmato offre 11 simpatiche provocazioni su aspetti comuni e tipiche situazioni del nostro viaggiare: la preparazione, l'abbigliamento, l'itinerario, i contatti umani, il pranzo, gli spostamenti, le risorse, le vacanze alternative, il comportamento, la montagna, il rientro a casa, confrontando atteggiamenti, punti di vista, comportamenti, consumi di risorse, di due tipologie di turisti. Il turista che viaggia “in punta di piedi” rispettoso dei luoghi e delle persone che incontra, che riconosce nel viaggio un'opportunità di crescita da cogliere attraverso gli incontri umani, il contatto con l'ambiente e l'avventura, e il turista che brucia le tappe, distratto e un po' annoiato, attratto dalle mete esotiche e dalla diversità, che nello stesso tempo rifugge, perché ha bisogno di essere rassicurato nelle sue abitudini.

Il filmato “Viaggiatori! e viaggiatori?” ha partecipato alla Rassegna Cinematografica CADORE DOC – Film Festival in programma a Pieve di Cadore (BL) dal 2 al 6 Agosto 2006 e alla Mostra del Cinema di Venezia edizione 2006.

“Ribelli... per natura” - campagna di comunicazione sul consumo responsabile rivolta agli adolescenti

Il progetto “Ribelli per Natura”, promosso da Regione del Veneto e ARPAV in collaborazione con la Direzione Scolastica Regionale, è rivolto agli studenti del secondo ciclo (fascia di età 14-19), eventualmente estendibile al primo ciclo. L'iniziativa, che si rifà al progetto europeo youthXchange di UNEP-UNESCO, è stata presentata ai Dirigenti Scolastici ed ai Docenti Referenti per l'Educazione Ambientale delle Scuole del Veneto, attraverso una serie di incontri realizzati nei capoluoghi di provincia nei mesi di marzo e aprile 2006.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

La campagna intende sensibilizzare il settore scolastico sul problema dell'educazione alla sostenibilità, ponendo le basi per azioni e proposte su tematiche ambientali emergenti. "Ribelli per natura" si riferisce alla fisiologica "ribellione" che interessa il periodo adolescenziale, in cui l'individuo si contrappone al modello dell'adulto, per affermare la propria identità, spesso attivando comportamenti contrari a quelli comuni per puro spirito di contrapposizione. L'idea alla base del progetto intende sfruttare questa "naturale ribellione", trasformandola in azioni "pro natura" e cioè in comportamenti che vadano a favore della natura intesa come ambiente nelle sue molteplici valenze e interconnessioni. Si tratta in un certo senso di offrire agli adolescenti una provocazione che sia in grado di attivare un'acquisizione di maggiore consapevolezza e senso di responsabilità nei confronti dell'ambiente, stimolando in loro comportamenti più critici e propositivi, soprattutto per quanto riguarda i modelli di consumo ricorrenti.

Gli obiettivi

Il progetto si pone come obiettivo l'avvio di una riflessione sul tema del consumo responsabile e dello sviluppo sostenibile attraverso la realizzazione di attività curriculari ed extracurriculari liberamente scelte dagli insegnanti e dai ragazzi. "Ribelli per natura" si propone di promuovere interventi di sensibilizzazione ai temi dello sviluppo sostenibile fornendo elementi di conoscenza per:

- sviluppare nei giovani il senso di responsabilità e rispetto verso l'ambiente e conseguentemente orientare i propri comportamenti nei consumi. I giovani, investiti del ruolo di peer educators, divengono esperti nei confronti dei loro pari su questi specifici argomenti, e quindi agiscono quali facilitatori di cambiamento di atteggiamento nei confronti dei loro coetanei;
- evidenziare la necessità di un'etica individuale e collettiva attraverso l'interiorizzazione cosciente dei principi condivisi a livello internazionale sullo sviluppo sostenibile;
- mettere in luce le relazioni complesse tra gli esseri umani e tra questi e gli ambienti in cui vivono, al fine di rendere comprensibili le ricadute ambientali negative legate ai comportamenti scorretti del singolo e della collettività.

I contenuti

Gli argomenti che si intendono promuovere riprendono il progetto di ricerca "Is the future yours" promosso da UNEP/UNESCO sui giovani e il consumo sostenibile.

Questo progetto è stato concepito e realizzato nell'intento di aprire un dialogo con le nuove generazioni cercando di capire:

- quanto esse sappiano e cosa pensino in tema di consumo sostenibile;
- che cosa si aspettano dal proprio futuro e se e quanto siano consapevoli del proprio potenziale di attori primari nella transizione verso la sostenibilità.

7. ARPAU E LA COMUNICAZIONE

Tra i risultati della ricerca è emersa una rilevante domanda per una informazione chiara ed accessibile sul significato di espressioni come “sviluppo sostenibile” o “consumo sostenibile/responsabile” e del nesso che esiste tra comportamenti individuali, conseguenze sull’ambiente e sulla società, nonché di come le scelte individuali, anche dei giovani stessi, siano in grado di influenzare, i futuri modelli di consumo e le produzioni.

E’ nato così “Youth X change”, training kit per un consumo responsabile (costituito da una brochure e da un sito web).

Il metodo

Si è reputato opportuno investire insegnanti e ragazzi della scelta delle metodologie e degli strumenti attraverso i quali i contenuti del progetto verranno veicolati all’interno del sistema scolastico, qualora siano direttamente coinvolti nella progettazione delle attività.

Considerato l’ambito culturale del progetto è ritenuto opportuno però suggerire la metodologia che attinge ai programmi di “Life skills Educations” che si sono diffusi nel mondo a partire dagli anni ‘80 come programmi orientati alla prevenzione dei più diffusi disagi giovanili. Il termine “*Life skills*” è stato così definito agli inizi degli anni ‘90 dall’Organizzazione Mondiale della Sanità: “..abilità che consentono di trattare efficacemente le richieste e le sfide della vita quotidiana” possono quindi essere considerate quelle “abilità di vita” e “per la vita”, mantenendo un livello di benessere psicologico elevato e sviluppando attitudini positive e adattive nell’interazione con gli altri, nel rapporto con il proprio ambiente sociale”.

Nell’ambito dei programmi di “Life skills Educations” si sono sviluppati quelli di “*Peer education*”, letteralmente “educazione tra pari”: si tratta di una strategia educativa volta ad attivare un processo naturale di passaggio di conoscenze, di emozioni e di esperienze da parte di alcuni membri di un gruppo ad altri membri di pari status.

Un intervento secondo questa prospettiva mette in moto un processo di comunicazione globale, caratterizzato da un’esperienza profonda ed intensa e da un forte atteggiamento di ricerca di autenticità e di sintonia tra i soggetti coinvolti. Questo processo consente di potenziare la dimensione sociale dell’apprendimento e di veicolare con maggiore efficacia l’insegnamento delle life skills. Si ritiene che questa metodologia sia validamente applicabile, all’interno del sistema scolastico, non solo alle situazioni di disagio giovanile, ma anche nell’ambito delle attività che hanno come tema i consumi, lo sviluppo sostenibile, il rispetto dei diritti umani.

“Ribelli per natura” si propone dunque di applicare la metodologia di “Life skills e peer education” ai contenuti del progetto UNEP-UNESCO e in generale alle tematiche legate allo sviluppo sostenibile e al consumo responsabile.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

Le tematiche

- Sviluppo sostenibile e consumo sostenibile
- Comportamenti collettivi e individuali (Verso nuovi stili di vita)
- Salute (Star bene)
- Mobilità sostenibile (Spostarsi)
- Turismo sostenibile (Partire)
- Rifiuti (Ridurre i rifiuti)
- Energia (Ottimizzare le energie)
- Cambiamenti climatici (Occhio al tempo)
- Consumi di acqua e desertificazione (Non c'è acqua da perdere)
- Commercio internazionale ed equità sociale (Paga il giusto)
- Biodiversità (Vivi e lascia vivere)
- Strumenti a disposizione del consumatore (Passa all'azione)
- Idoli, audience, pubblicità (Alla scoperta del villaggio globale).

Per la realizzazione del progetto gli insegnanti e gli studenti hanno potuto scegliere una o più di queste tematiche. Per ognuna di queste la guida "Youth X change" informa, propone soluzioni, offre consigli, ma soprattutto stimola i giovani ad interrogarsi sulle loro priorità e la fondatezza dei loro valori.

I lavori delle scuole

I percorsi proposti possono essere inseriti in: attività curriculari che interessino una sola materia o più materie d'insegnamento con percorsi modulari; attività extracurriculari che coinvolgano enti, associazioni, altre scuole, cittadini. Le attività possono essere inserite in quelle già tradizionalmente avviate all'interno degli istituti scolastici e previste dai POF, ad esempio:

- Giornale scolastico
- Sito web
- Teatro
- Realizzazione di prodotti multimediali (spot pubblicitari, manifesti, filmati, ecc..)
- Sportelli informativi
- Musica
- Studio/Ricerca
- Pittura/arte
- Settimana di autogestione

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

Azioni di ARPAV a supporto delle scuole per la realizzazione del progetto:

1. fornire consulenza sui vari temi sviluppati e indicazioni di figure professionali, strutture ed attività adeguate;
2. mettere a disposizione gli opuscoli "Youth x change" in un numero commisurato al numero di classi coinvolte all'interno di ogni Istituto Scolastico;
3. collaborare con RAI Educational attraverso la realizzazione di:
 - o 5 trasmissioni televisive (di mezz'ora ciascuna, anche articolate in sotto-unità) rivolte agli studenti, agli insegnanti e alle famiglie, verranno presentati attività, percorsi ed esperienze scolastiche sui temi del consumo sostenibile previste dal progetto stesso;
 - o l'inserimento sui siti internet di RAI Educational e ARPAV degli approfondimenti degli argomenti trattati nelle trasmissioni, attraverso materiale didattico per gli studenti e gli insegnanti, materiale prodotto dalle scuole e materiale organizzato e commentato via internet.
4. effettuare un monitoraggio del progetto nelle classi. Il progetto prevede delle azioni di monitoraggio, verifica e valutazione delle attività svolte e dei risultati ottenuti, tanto in itinere quanto nella fase finale;
5. coinvolgere la rete europea delle scuole;
6. organizzare un Convegno finale con presentazione dei risultati e delle attività svolte nell'ambito di Expo Scuola 2007.

"Veneto d'amare ...Il sogno del mare per un mare da sogno" campagna di comunicazione sull'educazione al rispetto e sfruttamento del mare

Obiettivi della campagna sono la sensibilizzazione della popolazione ad un più attento sfruttamento della risorsa marina, la diffusione dei principi di salvaguardia e tutela del bacino e la divulgazione delle conoscenze e delle attività realizzate dal Servizio Acque Marino Costiere.

La campagna si rivolge non solo ai cittadini della regione ma anche a particolari categorie di fruitori del mare, quali sub e diportisti, e ai numerosi turisti che nel periodo estivo affollano le nostre spiagge.

Seguendo l'ispirazione dettata dallo slogan e dal nome della campagna, che mirano a instaurare un'immagine di relazione emotiva con l'ecosistema marino, e simultaneamente collegandosi ai concepts creativi/artistici che contraddistinguono tutti i materiali da prodursi, il logo della campagna riproduce uno stilema tipico dell'iconografia caraibica degli anni '50: i toni del verde acqua, dell'arancione e del turchese, giocati su tinte piatte, come le tante insegne che saranno passate davanti agli occhi di Earnest Hemingway durante i suoi soggiorni cubani.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

Gli strumenti realizzati per la campagna, in versione multi-lingue (lingua italiana, lingua inglese e lingua tedesca), sono:

- un cortometraggio in animazione che sviluppa il messaggio sulla tutela del mare, con contributi fotografici e filmati che evocano una suggestione narrativa negli splendidi scenari delle tegnùe. Si richiama l'attenzione dello spettatore sulla fragilità degli ecosistemi marini, invitando a comportamenti responsabili anche mostrando il quotidiano impegno di ARPAV.
- una sezione del sito web ARPAV dedicata, un'interfaccia originale, una cartolina dell'Alto Adriatico che si trasforma in un contenitore interattivo diviso in aree tematiche capace di soddisfare le curiosità dei visitatori.
- un bollettino per il sito internet, uno strumento per aggiornarsi sulle condizioni meteo-marine, sulla qualità delle acque e sulle caratteristiche di balneabilità delle varie zone incluse nel bacino dell'Alto Adriatico.
- un opuscolo informativo che riporta un sintetico ma esaustivo vademecum per vivere il mare con responsabilità ed intelligenza.
- "Il vecchio e il mare" di Earnest Hemingway, gadget della campagna, un classico da non dimenticare, insieme ai classici ed indimenticabili consigli per godere di un mare sempre più blu! Il libro viene infatti rivestito da una particolare copertina-folder, costituita dall'opuscolo informativo realizzato per la campagna.

7.3 L'Osservatorio Regionale dei comportamenti

La realizzazione dell'Osservatorio dei comportamenti prevede una serie di indagini periodiche che hanno l'obiettivo di rilevare e monitorare quanto i cittadini conoscono del loro ambiente, come lo percepiscono e quali comportamenti con impatto ambientale adottano quotidianamente. L'Osservatorio raccoglie, attraverso indagini campionarie, dati relativi ai singoli cittadini, a specifiche categorie di fruitori delle azioni educative o a aree della regione di particolare interesse dal punto di vista ambientale ed ad attività che in esse si realizzano.

I risultati delle indagini dovrebbero consentire di:

- orientare la cultura in modo da modificare gli atteggiamenti in maniera coerente con la tutela ambientale;
- definire gli interventi educativi in grado di correggere il sistema di azioni (atteggiamenti e comportamenti);
- verificare l'efficacia degli interventi educativi compiuti;
- dare maggiore visibilità ai soggetti istituzionali preposti alla tutela dell'ambiente.

Le sue finalità lo rendono quindi un valido strumento a sostegno dell'attività educativa e comunicativa; i riscontri rilevati dall'utilizzo di questo strumento operativo nella programmazione e gestione dell'attività hanno infatti evidenziato l'importanza di disporre di un quadro quanto più articolato e aggiornato circa i bisogni della popolazione, per migliorare l'efficacia e l'efficienza delle azioni intraprese.

Le informazioni raccolte attraverso le indagini sono state già utilizzate nella pianificazione e strutturazione di azioni educative,

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

come ad esempio la Campagna di comunicazione sulla frugalità.

In particolare, a partire dal 2002, le indagini realizzate da ARPAV rivolte a singoli soggetti in qualità di consumatori sono:

- indagine pilota sugli adulti (2002) ha sperimentato e tarato il modello d'indagine ipotizzato circa i contenuti e la metodologia d'indagine, e ha raccolto le prime indicazioni conoscitive sulla popolazione così da indirizzare e pianificare l'attività educativa successiva.
- indagine sugli adulti (2003) è partita dai risultati dell'indagine pilota, e ha rilevato informazioni sui principali problemi ambientali nel Veneto, individuando i bisogni educativi prioritari nel territorio regionale.
- indagine sugli studenti (2004) ha analizzato comportamenti, conoscenze e percezioni di un'importante categoria di fruitori delle azioni educative, e ha posto a confronto giovani e adulti evidenziando le differenze che li distinguono e completando così lo scenario circa l'analisi dei fabbisogni informativi ed educativi che caratterizzano le diverse fasce.
- indagine sugli adulti (2006) per l'aggiornamento dei dati su percezioni, conoscenze e comportamenti relativi all'ambiente, raccolti nelle precedenti indagini.

I problemi ambientali materia di indagine sono stati:

- consumi energetici e qualità dell'aria;
- consumi idrici e qualità dell'acqua;
- produzione e smaltimento di rifiuti domestici;
- onde elettromagnetiche.

I dati raccolti attraverso le indagini sono stati oggetto di rapporti d'indagine in cui le informazioni sono state articolate in:

- comportamenti adottati relativi alle problematiche ambientali;
- conoscenza dei principali problemi ambientali locali e globali;
- percezione delle problematiche e conoscenza degli effetti sull'ambiente derivanti da comportamenti errati;
- conoscenza delle istituzioni preposte alla tutela dell'ambiente.

L'analisi propriamente statistica dei dati è stata affiancata da commenti di taglio educativo-informativo e da approfondimenti su specifici argomenti.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

7.4 La soddisfazione dei clienti: customer satisfaction

La soddisfazione dei bisogni dei cittadini è l'obiettivo principale dell'attività di comunicazione attuata da un soggetto pubblico. Un utente è soddisfatto quando il valore percepito dal contatto con l'amministrazione (Customer Experience) è maggiore o uguale al valore atteso (aspettative). Le indagini di customer satisfaction sono lo strumento per rilevare il grado di soddisfazione dei cittadini nei confronti del prodotto/ servizio e trarre indicazioni operative sul tipo di interventi da adottare per modificare stabilmente la situazione verso un miglioramento del valore percepito.

Nei mesi di febbraio e marzo 2005 ARPAV ha commissionato ad un'agenzia esterna la realizzazione di un'indagine sulla soddisfazione dei clienti circa i servizi erogati dall'Agenzia. L'indagine è stata realizzata utilizzando metodologie e tecniche di analisi qualitativa (interviste dirette in profondità e focus group) e di analisi quantitativa (rilevazione telefonica tramite questionario precompilato).

Gli aspetti indagati

La natura degli aspetti da rilevare è stata definita nel corso della fase qualitativa dell'indagine attraverso le interviste in profondità ed i focus group con clienti privilegiati dell'Agenzia. Sono state dunque indagate, sia per quanto attiene la soddisfazione e l'importanza attribuita, le seguenti dimensioni del servizio:

la rapidità di erogazione del servizio; la disponibilità di informazioni su funzioni e competenze dell' ARPAV; la tempestività di intervento nelle emergenze; la puntualità nella consegna dei risultati, la completezza e chiarezza dei risultati; la copertura del territorio; la competenza del personale ARPAV; l'adeguatezza dei mezzi e delle strumentazioni dell'Agenzia; l'immediatezza del contatto con la struttura o l'ufficio desiderato; la cortesia del personale; la comprensione delle richieste del cliente; la salvaguardia della riservatezza delle informazioni; la facilità di scambio e condivisione delle informazioni con ARPAV.

I clienti intervistati

Sono stati intervistati clienti istituzionali e non istituzionali dell'Agenzia ai quali, attraverso indicatori di soddisfazione preventivamente identificati e testati, è stato chiesto di esprimere un giudizio sui servizi erogati dall'Agenzia.

Nella fase qualitativa sono stati intervistati referenti interni all'Agenzia con l'obiettivo principale di identificare la tipologia di clientela dell' ARPAV e clienti con l'obiettivo principale di definire le dimensioni ed i momenti di verità del servizio e per testare lo strumento di rilevazione quantitativa (questionario).

Per la fase quantitativa è stato ricostruito l'universo di riferimento dei clienti dell'Agenzia (oltre 2000 referenti a vario titolo di Amministrazioni Regionale, Provinciali e Comunali, Aziende sanitarie, Associazioni ambientaliste, Associazioni di categoria, enti ed aziende territoriali, corpi di polizia, Vigili del fuoco, scuole, università ed istituti di ricerca). Sono state complessivamente svolte 1018 interviste con una copertura media dei clienti istituzionali dell'ARPAV (Amministrazioni Regionale, Provinciali e Comunali, Aziende sanitarie) che si aggira intorno all' 85%.

7. ARPAV E LA COMUNICAZIONE

I risultati

A livello generale il quadro emerso è sostanzialmente di elevata soddisfazione generalizzata: i clienti intervistati hanno espresso per l'operato complessivo dell'Agenzia dei giudizi di soddisfazione in oltre il 70% dei casi e di estrema soddisfazione (o delizia) nel 24% circa dei casi, coloro che si sono dichiarati insoddisfatti non superano il 5% del totale del campione.

All'interno di questo quadro vanno operate alcune distinzioni:

- vi sono clienti (limitandoci a quelli istituzionali) per i quali si evidenziano dei livelli di soddisfazione dichiarata sensibilmente inferiori: è il caso delle aziende sanitarie e delle amministrazioni comunali dei comuni più estesi demograficamente;
- la rapidità di erogazione del servizio e la puntualità di consegna dei risultati e, secondariamente, la copertura del territorio e la facilità di scambio e condivisione delle informazioni, risultano essere gli elementi di maggiore criticità per i quali si osservano percentuali relativamente superiori di insoddisfatti, seppure in un contesto complessivo assolutamente positivo.

Nonostante il quadro positivo rilevato, al fine di migliorare gli indicatori relativi alla propria missione, e quindi accrescere la soddisfazione degli utenti, per l'Agenzia si pongono comunque alcune priorità di intervento:

La rapidità di erogazione del servizio. In assoluto è stato rilevato come l'aspetto del servizio meno soddisfacente, ed assume un carattere ancora più critico nelle Aziende Sanitarie e nelle Amministrazioni Comunali dei comuni demograficamente più ampi.

La copertura del territorio è il secondo aspetto emerso come prioritario. In particolare le analisi hanno evidenziato come tale aspetto rivesta una criticità superiore per le Amministrazioni Regionale e Provinciali e per le Aziende Sanitarie ed in seconda battuta per le Amministrazioni Comunali dei comuni più estesi demograficamente.

I giudizi negativi sulla copertura del territorio, valutati alla luce delle conoscenze rilevate circa le competenze e funzioni dell'ente, richiamano l'attenzione sul rapporto istituzionale tra ARPAV e gli enti sopraccitati. Un'analisi più ampia delle informazioni suggerisce infatti che la criticità non sia propriamente riconducibile ad una carenza nella qualità del servizio erogato, quanto all'esplicitazione e conoscenza comune dei rispettivi ruoli e funzioni sul territorio.

La facilità di scambio e condivisione delle informazioni. L'importanza di questo aspetto è stata sottolineata in particolare dagli intervistati nelle Amministrazioni Regionale e Provinciali e tra le Aziende Sanitarie.

8. CONCLUSIONI

L'indagine oggetto del presente rapporto, la terza realizzata da ARPAV con destinatari i cittadini adulti in qualità di consumatori, permette di fare un'analisi temporale relativamente agli aspetti indagati. Il confronto nel tempo consente di evidenziare eventuali modifiche intercorse circa i comportamenti, le conoscenze e le percezioni dei soggetti o la permanenza di criticità nell'approccio da parte dei cittadini ai principali problemi ambientali o, ancora, la necessità di azioni e politiche strutturali che supportino i cittadini nel loro impegno verso la sostenibilità.

Tra i comportamenti sostenibili, l'attenzione nello spegnere le luci in casa spostandosi da una stanza all'altra risulta essere il comportamento più adottato (59% del campione nel 2006); significativa la variazione positiva che si registra nell'arco temporale considerato: nel 2002 il comportamento corretto era stato adottato dal 43% del campione.

Tra i comportamenti sostenibili si segnala anche la differenziazione dei rifiuti, pratica svolta senza alcuna difficoltà dal 48% del campione nel 2006; in questo caso si registra una rilevante variazione positiva: nel 2003 solo il 4% differenziava i rifiuti senza alcuna difficoltà.

La criticità più evidente tra i comportamenti riguarda l'utilizzo del mezzo di trasporto per gli spostamenti quotidiani; la macchina risulta infatti il mezzo utilizzato dal 64% del campione nel 2006, percentuale rimasta pressoché costante nell'arco di tempo considerato.

Le conoscenze possedute dai cittadini circa le tematiche proposte sono buone per quanto riguarda l'inquinamento dell'aria e l'energia mentre risultano meno soddisfacenti per quanto riguarda la tematica dei rifiuti. Nonostante la pratica di differenziazione sia ormai consolidata nella regione, buona parte del campione (61%) non sa che una scheda telefonica non si degrada nell'ambiente e solo il 34% sa che la produzione procapite giornaliera di rifiuti supera il chilogrammo.

Sul tema del risparmio idrico il campione intervistato lamenta una scarsa informazione da parte delle istituzioni: solo il 37% dichiara di aver ricevuto opuscoli informativi sull'argomento.

Per quanto riguarda la percezione, i problemi ambientali segnalati come più gravi dagli intervistati sono l'inquinamento derivante dal traffico e quello proveniente dalle attività industriali, problemi individuati come i più gravi anche nell'indagine del 2002. Tra i meno sentiti come gravità la produzione dei rifiuti e l'elettrosmog.

Per quanto riguarda i risultati dell'analisi territoriale che ha messo a confronto i cittadini residenti in comuni ricadenti nelle aree DOCUP Obiettivo 2 con soggetti residenti in comuni non ricadenti entro tali aree, in generale non si segnalano differenze apprezzabili tra i due subcampioni.

In merito al ruolo e alla natura istituzionale dell'Agenzia, analizzando i risultati si può dedurre che le attività realizzate negli anni hanno consentito all'Agenzia di farsi conoscere sia presso i propri clienti istituzionali che presso i singoli cittadini. Questa evoluzione è segnalata dalla variazione positiva registrata nella percentuale del campione che individua correttamente ARPAV quale ente preposto al controllo ambientale: dal 17% nel 2002 si passa al 38% nel 2006. Anche in merito alla conoscenza della natura istituzionale dell'Agenzia si conferma questo trend positivo: nel 2002 il 23% del campione individuava ARPAV quale Agenzia Regionale, la percentuale sale al 45% nel 2006.

8. CONCLUSIONI

In conclusione preme sottolineare l'importante esperienza che ha rappresentato l'attivazione dell'Osservatorio dei comportamenti, esperienza che ha accompagnato un quinquennio di attività supportando la gestione e la pianificazione di azioni informativo-educative. Questo strumento ha fornito, infatti, preziosi riscontri quantitativi circa i bisogni educativi della popolazione e ha permesso la ricostruzione dello scenario operativo che caratterizza la regione in termini di comportamenti, conoscenze e percezioni dell'ambiente in cui viviamo.



Allegato 1:

Questionario - Indagine quantitativa



Questionario - Indagine quantitativa

Buongiorno /Buonasera, telefono per conto dell'Agenzia Regionale per l'ambiente. Stiamo svolgendo uno studio sui comportamenti delle persone e sui loro effetti sull'ambiente. Avrebbe 10 minuti per un breve questionario telefonico?

Bene, iniziamo con alcune domande sui comportamenti e sui consumi.

1. Che mezzo di trasporto utilizza principalmente per i suoi spostamenti quotidiani?

- 1 - auto
- 2 - bicicletta/a piedi
- 3 - moto/motorino/scotter
- 4 - autobus/corriera
- 5 - treno
- (non risponde)

2. Se deve acquistare un elettrodomestico, tiene conto, nella scelta, dei consumi di energia elettrica dichiarati dal costruttore?

- 1 - si è un fattore decisivo
- 2 - si, ma non è un fattore decisivo
- 3 - no
- (non risponde)

2.a (se domanda 2=1) Principalmente per quale motivo il consumo di energia elettrica è un fattore decisivo?

- 1 - per un risparmio economico
- 2 - perché inquina meno l'ambiente
- (non risponde)

3. In casa Lei spegne le luci quando si sposta da una stanza all'altra?

- 1 - mai
- 2 - qualche volta
- 3 - spesso
- 4 - sempre
- (non risponde)

4. Nella sua abitazione utilizza lampade a basso consumo di energia al posto di quelle solite?

- 1 - si tutte o buona parte
- 2 - alcune
- 3 - no, solo quelle solite
- 4 - non le conosco
- (non risponde)

5. Secondo lei, l'effetto serra, cioè il surriscaldamento del pianeta, e' causato principalmente:

- 1 - dalle bombolette spray
- 2 - dal petrolio e carbone per l'industria, il riscaldamento e le automobili
- 3 - dall'abbattimento delle foreste
- 4 - esclusivamente dal traffico automobilistico
- (non risponde)

6. Secondo lei, in Italia in che modo si produce la maggior parte di energia elettrica?

- 1 - con la forza del vento
- 2 - con la combustione del petrolio o del carbone
- 3 - con l'energia solare
- 4 - con l'energia dell'acqua
- 5 - con l'energia nucleare
- (non risponde)

7. Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi con indicazioni o consigli per risparmiare energia elettrica?

1 - si

2 - no

(non risponde)

8. Secondo Lei l'inquinamento dell'aria causa malattie?

1 - si

2 - no

(non risponde)

8.a (se domanda 8=1) Quale è la prima malattia causata dall'inquinamento dell'aria che le viene in mente?

8.b E la seconda che le viene in mente?

8.c E la terza che le viene in mente?

9. Secondo lei i suoi comportamenti quotidiani possono incidere sull'inquinamento dell'aria?

1 - per nulla

2 - poco

3 - abbastanza

4 - molto

(non risponde)

Parliamo ora dell'acqua.

10. Nei normali usi quotidiani dell'acqua (igiene personale, lavatrice, lavastoviglie, ecc.), quanta attenzione pone al consumo dell'acqua?

1 - molta

- 2 - abbastanza
- 3 - poca
- 4 - nessuna
- (non risponde)

10.a. (se domanda 10=1 o 2) Lei fa attenzione al consumo di acqua principalmente per...

- 1 - risparmiare sulla bolletta
- 2 - perchè l'acqua potabile un giorno potrebbe finire
- (non risponde)

11. Lei principalmente a casa beve

- 1 - acqua del rubinetto
- 2 - acqua in bottiglia
- (non risponde)

11.a (se domanda 11=2) Lei beve

- 1 - acqua frizzante
- 2 - acqua senza bollicine
- (non risponde)

11.b (se domanda 11=2) Perchè beve acqua in bottiglia?

- 1 - è più controllata e sicura
- 2 - le piace di più
- (non risponde)

11.c (se domanda 11=1) Perchè beve acqua del rubinetto?

- 1 - è più controllata e sicura
- 2 - le piace di più
- 3 - costa meno/è scomodo portare a casa l'acqua in bottiglia
- (non risponde)

12. Ha mai ricevuto opuscoli o libretti informativi su come ridurre i consumi di acqua?

- 1 - si
- 2 - no
- (non risponde)

13. Secondo lei la quantità di acqua consumata per fare una doccia rispetto al bagno è:

- 1 - maggiore
- 2 - uguale
- 3 - minore
- (non risponde)

14. La preoccupa di più

- 1 - l'inquinamento dell'acqua potabile
- 2 - l'esaurimento dell'acqua potabile
- (non risponde)

Parliamo ora delle onde elettromagnetiche prodotte da ripetitori radiotelevisivi, stazioni radio base per la telefonia cellulare e da elettrodotti.

15. A suo avviso rappresentano un problema per l'ambiente e per la salute dell'uomo?

- 1 - si
- 2 - no
- (non risponde)

15.a (se domanda 15=1) Principalmente perchè?

- 1 - causano malattie
- 2 - causano insonnia
- 3 - non è ancora stato dimostrato che sono innocue (non pericolose)
- (non risponde)

16. Parliamo ora di alcuni elettrodomestici di uso comune e dei loro effetti sulla salute.

L'asciugacapelli può essere dannoso per i campi elettromagnetici prodotti?

il forno elettrico può essere dannoso per i campi elettromagnetici prodotti?

e il telefono cellulare può essere dannoso?

e il computer può essere dannoso?

e il rasoio elettrico può essere dannoso?

e il frigorifero può essere dannoso?

1 - si

2 - no

(non risponde)

17. Ha mai ricevuto opuscoli e libretti informativi sul tema dell'elettromagnetismo?

1 - si

2 - no

(non risponde)

18. Quanto la preoccupa personalmente la questione dell'elettrosmog ovvero l'elevata presenza di campi elettromagnetici nell'ambiente?

1 - molto

2 - abbastanza

3 - poco

4 - per niente

(non risponde)

19. Lei possiede un telefono cellulare?

- 1 - si
- 2 - no
- (non risponde)

19.a (se domanda 19=1) Mediamente col cellulare quante telefonate fa o riceve al giorno per lavoro o nel tempo libero?

20. Pensi ora alle telefonate che fa o che riceve col cellulare in una giornata per lavoro o nel tempo libero.

In tutto quanto tempo passa al cellulare in una giornata?

- 1 - meno di 15 minuti
- 2 - da 15 minuti a mezz'ora
- 3 - da mezz'ora a 1 ora
- 4 - da 1 ora a 2 ore
- 5 - più di 2 ore
- (non risponde)

20.a Lei quando dorme tiene il cellulare acceso accanto a se?

- 1 - si
- 2 - no
- (non risponde)

20.b Lei usa il cellulare con l'auricolare col filo (no bluetooth)?

- 1 - si
- 2 - no
- (non risponde)

Parliamo ora dei rifiuti domestici.

21. Nel fare la spesa, tra prodotti simili, sceglie quelli che hanno poco imballaggio, confezione?

- 1 - sempre
- 2 - spesso
- 3 - qualche volta
- 4 - mai
- (non risponde)

22. Tra i tipi di rifiuti che ora le leggerò, quale le risulta più difficile da differenziare?

- 1 - carta
- 2 - vetro
- 3 - plastica
- 4 - avanzi da cucina
- 5 - nessuna difficoltà (non leggere)
- (non risponde)

23. Ha mai usato nella sua zona un posto attrezzato per portare rifiuti ingombranti o pericolosi?

- 1 - sì, più di una volta
- 2 - sì, una volta
- 3 - mai
- (non risponde)

23.a (se domanda 23=3) Per quale ragione non l'ha mai utilizzata?

- 1 - è scomoda da raggiungere
- 2 - non ne ha mai avuto bisogno
- 3 - non ne conosce l'esistenza
- (non risponde)

24. Ha mai ricevuto opuscoli con informazioni e consigli su come separare i rifiuti domestici?

- 1 - si
- 2 - no
- (non risponde)

25. Secondo lei, quanto impiegano i seguenti oggetti per degradarsi, da soli, nell'ambiente? (1-meno di un anno; 2-da due a cinque anni; 3-da cinque a venti anni; 4-da venti a cento anni; 5-più di cento anni)

- 25_a. mozziconi di sigarette
- 25_b. schede telefoniche
- 25_c. bicchiere di plastica
- 25_d. fazzoletti di carta

26. Secondo lei, in Italia più o meno quanti rifiuti produce in un giorno ogni persona?

- 1 - meno di un etto e mezzo
- 2 - da un etto e mezzo a mezzo chilo
- 3 - da mezzo chilo ad un chilo
- 4 - più di un chilo
- (non risponde)

27. Secondo lei per salvaguardare l'ambiente è prioritario

- 1 - che il cittadino separi correttamente i rifiuti
- 2 - che il cittadino ne produca meno
- 3 - che il comune migliori la raccolta ed il riutilizzo dei rifiuti
- (non risponde)

28. Nonostante i miglioramenti in questo settore, ancora la maggior parte dei rifiuti non viene separata correttamente. Secondo lei chi è il maggiore responsabile della non corretta separazione dei rifiuti?

- 1 - i cittadini che non separano correttamente i rifiuti domestici
 - 2 - l'azienda o l'ente che gestisce la raccolta ed il riutilizzo dei rifiuti
 - 3 - le amministrazioni pubbliche che non hanno informato a sufficienza i cittadini
- (Non risponde)

29. Quale tra i seguenti comportamenti le risulta più difficile?

- 1 - fare attenzione ai consumi di energia elettrica
 - 2 - fare attenzione ai consumi di acqua potabile
 - 3 - separare tutti i rifiuti nella maniera corretta
- (non sa)
(non risponde)

30. Saprebbe dirmi in Veneto chi fa i controlli ambientali su acqua, aria, suolo?

- 1 - comune
 - 2 - provincia
 - 3 - regione
 - 4 - ARPAV
 - 5 - ULSS
- (non risponde)

31. Secondo lei l'ARPAV è...?

- 1 - un'azienda privata
 - 2 - un'agenzia regionale
 - 3 - un ufficio del comune
 - 4 - un'associazione ambientalista
- (non risponde)

32. Fra i seguenti qual'è, secondo lei, il problema ambientale più grave?

- 1 - inquinamento elettromagnetico
 - 2 - diminuzione dell'acqua potabile
 - 3 - amianto
 - 4 - produzione di rifiuti
 - 5 - inquinamento da traffico
 - 6 - inquinamento industriale
 - 7 - diminuzione di specie animali e vegetali (biodiversità)
- (non risponde)

32.a Mi potrebbe dire il secondo più grave?

32.b Ed un terzo?

33. In quali dei seguenti argomenti secondo lei bisognerebbe informare maggiormente i cittadini?

- 1 - il modo corretto di separare i rifiuti
 - 2 - i modi per risparmiare energia elettrica
 - 3 - i campi elettromagnetici
 - 4 - i modi per risparmiare acqua potabile
- (non risponde)

**Siamo alle ultime domande utili per le statistiche.
Mi può dire il suo titolo di studio (conseguito)?**

- 1 - nessun titolo
- 2 - licenza elementare
- 3 - scuola media inferiore
- 4 - diploma scuola media superiore (5 anni)
- 5 - diploma di laurea/laurea

Che attività svolge attualmente?

- 1 - operaio
- 2 - tecnico, impiegato, funzionario
- 3 - insegnante
- 4 - dirigente
- 5 - commerciante
- 6 - artigiano
- 7 - libero professionista
- 8 - imprenditore
- 9 - studente
- 10 - casalinga
- 11 - disoccupato
- 12 - pensionato
- 13 - servizio civile volontario
- 14 - altro

Potrebbe indicarmi il suo anno di nascita?

Sesso dell'intervistato

- 1 - M
- 2 - F

L'intervista è terminata, la ringrazio per la collaborazione.

Allegato 2:

Comuni DOCUP Obiettivo 2



Elenco Comuni DOCUP Obiettivo 2 2000/2006

PROVINCIA DI BELLUNO (n. comuni 64)

AGORDO
ALANO DI PIAVE
ALLEGHE
ARSIE'
AURONZO DI CADORE
BORCA DI CADORE
CALALZO DI CADORE
CANALE D'AGORDO
CASTELLAVAZZO
CENCENIGHE AGORDINO
CESIOMAGGIORE
CHIES D'ALPAGO
CIBIANA DI CADORE
COLLE SANTA LUCIA
COMELICO SUPERIORE
DANTA
DOMEGGE DI CADORE
FALCADE
FARRA D'ALPAGO
FELTRE
FONZASO
FORNO DI ZOLDO
GOSALDO
LA VALLE AGORDINA
LAMON
LENTIAI
LIMANA
LIVINALLONGO DEL COLLE
LORENZAGO DI CADORE
LOZZO DI CADORE

MEL
OSPITALE DI CADORE
PEDAVENA
PERAROLO DI CADORE
PIEVE D'ALPAGO
PIEVE DI CADORE
PUOS D'ALPAGO
QUERO
RIVAMONTE AGORDINO
ROCCA PIETORE
SAN GREGORIO NELLE ALPI
SAN NICOLO' DI COMELICO
SAN PIETRO DI CADORE
SAN TOMASO AGORDINO
SANTA GIUSTINA
SANTO STEFANO DI CADORE
SAPPADA
SEDICO
SELVA DI CADORE
SEREN DEL GRAPPA
SOSPIROLO
SOVERZENE
SOVRAMONTE
TAIBON AGORDINO
TAMBRE
TRICHIANA
VALLADA AGORDINA
VALLE DI CADORE
VAS
VIGO DI CADORE
VODO DI CADORE

VOLTAGO AGORDINO
ZOLDO ALTO
ZOPPE' DI CADORE

PROVINCIA DI ROVIGO (n. comuni 50)

ADRIA
ARIANO NEL POLESINE
ARQUA' POLESINE
BADIA POLESINE
BAGNOLO DI PO
BERGANTINO
BOSARO
CALTO
CANARO
CANDA
CASTELGUGLIELMO
CASTELMASSA
CASTELNOVO BARIANO
CENESELLI
CEREGNANO
CORBOLA
COSTA DI ROVIGO
CRESPINO
FICAROLO
FIESSO UMBERTIANO
FRASSINELLE POLESINE
FRATTA POLESINE
GAIBA
GAVELLO
GIACCIANO CON BARUCHELLA
GUARDA VENETA

LENDINARA
LOREO
LUSIA
MELARA
OCCHIOBELLO
PAPOZZE
PETTORAZZAGRIMANI
PINCARA
POLESELLA
PONTECCHIO POLESINE
PORTO TOLLE
PORTOVIRO
ROSOLINA
ROVIGO
SALARA
SAN BELLINO
SAN MARTINO DI VENEZZE
STIENTA
TAGLIO DI PO
TRECENTA
VILLADOSE
VILLAMARZANA
VILLANOVA DEL GHEBBO
VILLANOVA MARCHESANA

PROVINCIA DI VERONA (n. comuni 25)

ANGIARI
BEVILACQUA
BONAVIGO
BOSCHI SANT'ANNA
BOSCO CHIESANUOVA
BRENTINO BELLUNO

CASALEONE
CASTAGNARO
CEREA
CONCAMARISE
DOLCE'
ERBEZZO
FERRARA DI MONTE BALDO
FUMANE
LEGNAGO
MINERBE
ROVERE VERONESE
SAN ZENO DI MONTAGNA
SANGUINETTO
SANT'ANNA DI ALFAEDO
SELVA DI PROGNO
TERRAZZO
VELO VERONESE
VESTENANOVA
VILLA BARTOLOMEA

PROVINCIA DI TREVISO (n. comuni 2)

CAVASO DEL TOMBA
FREGONA

PROVINCIA DI PADOVA (n. comuni 34)

AGNA
ANGUILLARA VENETA
ARRE
BAGNOLI DI SOPRA
BAONE
BARBONA
BOVOLENTA

CANDIANA
CARCERI
CARTURA
CASALE DI SCODOSIA
CASTELBALDO
CINTO EUGANEO
CONSELVE
ESTE
GRANZE
MASI
MEGLIADINO SAN FIDENZIO
MEGLIADINO SAN VITALE
MERLARA
MONTAGNANA
OSPEDALETTO EUGANEO
PIACENZA D'ADIGE
PONSO
SALETTO
SANTA MARGHERITA D'ADIGE
SANT'ELENA
SANT'URBANO
TERRASSA PADOVANA
TRIBANO
URBANA
VESCOVANA
VIGHIZZOLO D'ESTE
VILLA ESTENSE

PROVINCIA DI VICENZA (n. comuni 26)

ALTISSIMO
ASIAGO
CALTRANO

CALVENE
CHIAMPO
CISMON DEL GRAPPA
COGOLLO DEL GENGIO
CONCO
CRESPADORO
ENEGO
FOZA
GALLIO
LAGHI
LASTEBASSE
LUGO DI VICENZA
LUSIANA
NOGAROLE VICENTINO
PEDEMONTE
POSINA
RECOARO TERME
ROANA
ROTZO
SAN PIETRO MUSSOLINO
VALDASTICO
VALLI DEL PASUBIO
VALSTAGNA

FOSSALTA DI PORTOGRUARO
GRUARO
PORTOGRUARO
PRAMAGGIORE
TEGLIO VENETO
VENEZIA

PROVINCIA DI VENEZIA (n. comuni 12)

ANNONE VENETO
CAORLE
CAVARZERE
CHIOGGIA
CINTO CAOMAGGIORE
CONA
CONCORDIA SAGITTARIA

Bibliografia

Agenzia Europea per l'Ambiente (2003), L'ambiente in Europa: terza valutazione – www.eea.eu.int

Agenzia Europea per l'Ambiente (2004), Segnali Ambientali – www.eea.eu.int

APAT, Dichiarazione del Comitato internazionale di valutazione per l'indagine sui Rischi Sanitari dell'esposizione ai campi elettrici, magnetici ed elettromagnetici (CEM) - www.apat.it

APAT (2003), L'ambiente come opportunità, Grafiche Ponticelli spa, Frosinone

APAT (2004), Annuario dei dati ambientali: edizione 2004 - www.apat.it

APAT (2004), Annuario dei dati ambientali: edizione 2006 - www.apat.it

ARPAV (2001), Il ciclo dell'acqua, Tipolitografia Capiotto, Caorle

ARPAV (2001), La distribuzione dell'acqua in Veneto, Padova

ARPAV (2001), Acqua riflettiamoci – www.arpa.veneto.it

ARPAV (2001), Piano Triennale Regionale di Educazione Ambientale 2001-2003, Padova

ARPAV (2002), Rapporto sugli indicatori ambientali del Veneto 2002, Promotis Italia Editrice, Brescia

ARPAV (2003), L'ambiente e i cittadini del Veneto: comportamenti, conoscenze e percezioni, Padova – www.arpa.veneto.it

ARPAV (2003), Rischio da campi elettromagnetici. Come comunicare, Milano

ARPAV (2005), L'ambiente e i giovani del Veneto: comportamenti, conoscenze e percezioni, Padova – www.arpa.veneto.it

ARPAV (2005), L'ambiente e i cittadini del Veneto - 2003: comportamenti, conoscenze e percezioni, Padova – www.arpa.veneto.it

ARPAV (vari anni), Collana "A proposito di ..." – www.arpa.veneto.it

ARPAV (2005), Dall' A-mianto alla Z-anzara – Glossario dei rischi ambientali – www.arpa.veneto.it

ARPAV (2004), La gestione dei rifiuti urbani nel Veneto 2002/2003, Treviso

ARPAV (2005), Youth X change kit didattico sul consumo responsabile LA GUIDA – UNESCO – UNEP prima edizione in italiano a cura di ARPAV – www.arpa.veneto.it

Arpa Piemonte (2003), Indagine sulla percezione della qualità dell'aria nella provincia di Torino - www.arpa.piemonte.it

Buiatti, M./Beccastrini, S., (2001), Natura e cultura. Materiali per una nuova educazione ambientale, Vol.1, ARPAT/ LA NUOVA ITALIA, Firenze

Commissione Europea, L'Ambiente per gli europei, n. 25, settembre 2006

Commissione Europea (2000a), Comunicazione della Commissione sul principio precauzionale, COM (2000) 1 definitivo, Bruxelles

Commissione Europea (2001), LIFE- Ambiente in azione

European Commission (2001), Sesto programma di azione per l'ambiente della Comunità Europea "Ambiente 2010: il nostro futuro, la

nostra scelta” – www.europa.eu.int

European Commission (2000), Comunicazione della Commissione sul principio di precauzione – Bruxelles, 2.2.2000 COM(2000)1 Final – www.europa.eu.int

European Commission (2005), The attitudes of european citizens towards environment 2005 - Special Eurobarometer - www.europa.eu.int/comm/public_opinion/archives

Fabbris, L. (1997), Statistica multivariata. Analisi esplorativa dei dati, McGraw-Hill, Milano

Floccia M./Gisotti G./Sanna M., (2003), Dizionario dell'inquinamento- cause, effetti, rimedi, normativa, Carocci editore, Roma

ISTAT (1998), La vita quotidiana nelle grandi città, Roma

ISTAT (1998), I cittadini e l'ambiente nelle grandi città, Roma

ISTAT (1998), La vita quotidiana di bambini e ragazzi, Roma

ISTAT (2000), Stili di vita e condizioni di salute, Roma

ISTAT (2000), Cultura, socialità e tempo libero, Roma

ISTAT (2005), LA vita quotidiana nel 2005. Indagine multiscopo sulle famiglie – “Aspetti della vita quotidiana” – Anno 2005

Regione Veneto, ARPAV (2005), Il Veneto e il suo ambiente nel XXI secolo

Terna, Rete Elettrica Nazionale S.p.A., 2005

Struffi, L. (2000) Quali indicatori della sensibilità per l'ambiente?, Futuribili, 1-2, pp.89-112

WWF (2005), Rapporto WWF 2005

Siti Internet

www.apat.it

www.climatechange.eu.com

www.conai.org

www.eea.eu.int

www.enea.it

www.enel.it

www.europa.eu.int

www.istat.it

www.wwf.it

Servizio Comunicazione
ed Educazione Ambientale

Piazzale Stazione 1
35131 Padova
Tel. +39 049 8767644
Fax + 39 049 8767682
e-mail: dsiea@arpa.veneto.it

maggio 2007
Stampato su carta Ecolabel Dalum Cyclus