



Agenzia Regionale per la Prevenzione
e Protezione Ambientale del Veneto



Sistema Nazionale
per la Protezione
dell'Ambiente

M.I.



REGIONE DEL VENETO



VENETO

SOSTENIBILE

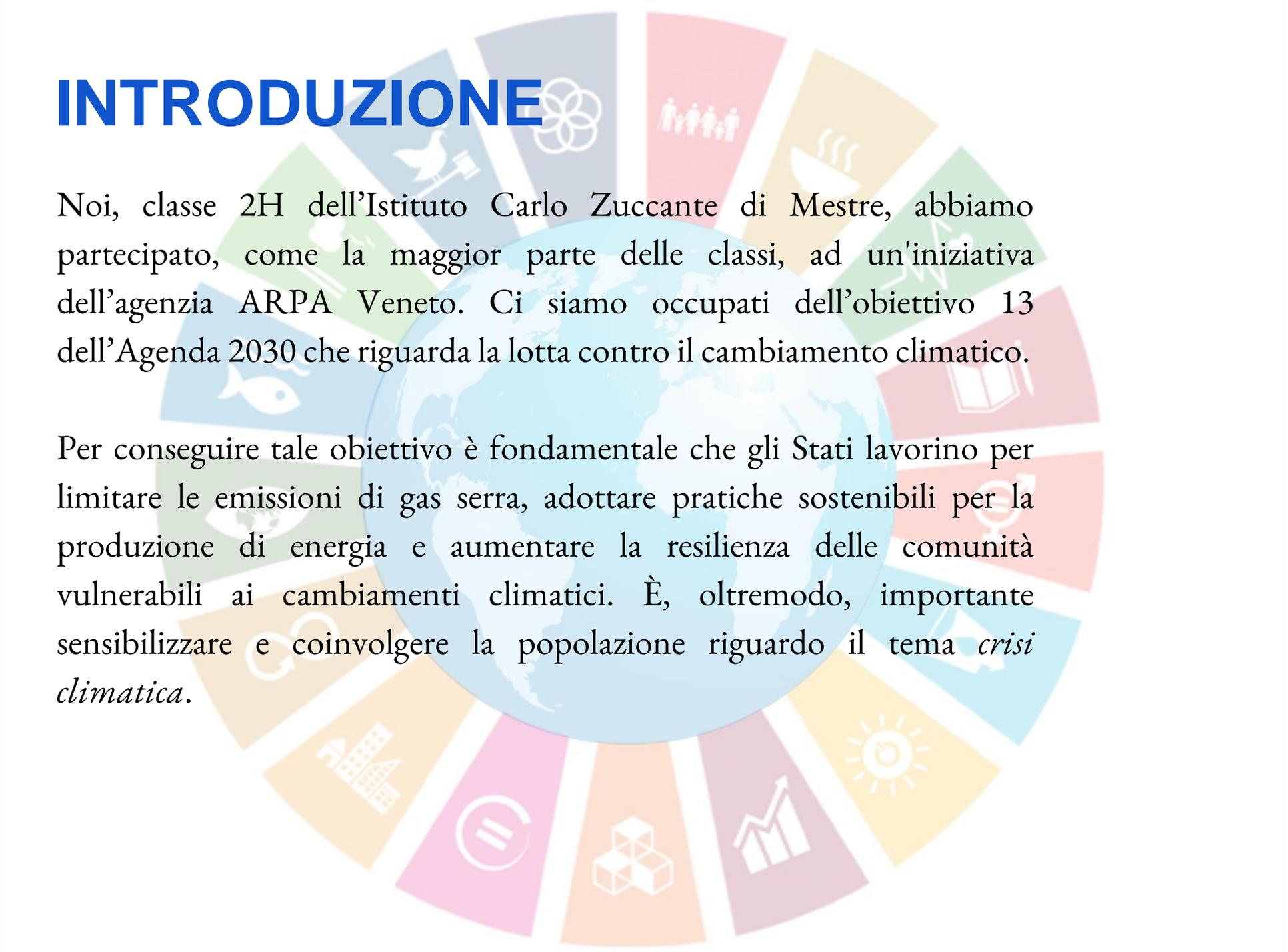
IL FUTURO LO DECIDI TU

FORUM DEI GIOVANI PER LA SOSTENIBILITÀ

Classe 2H , Scuola I.T.I.S. ZUCCANTE biennio

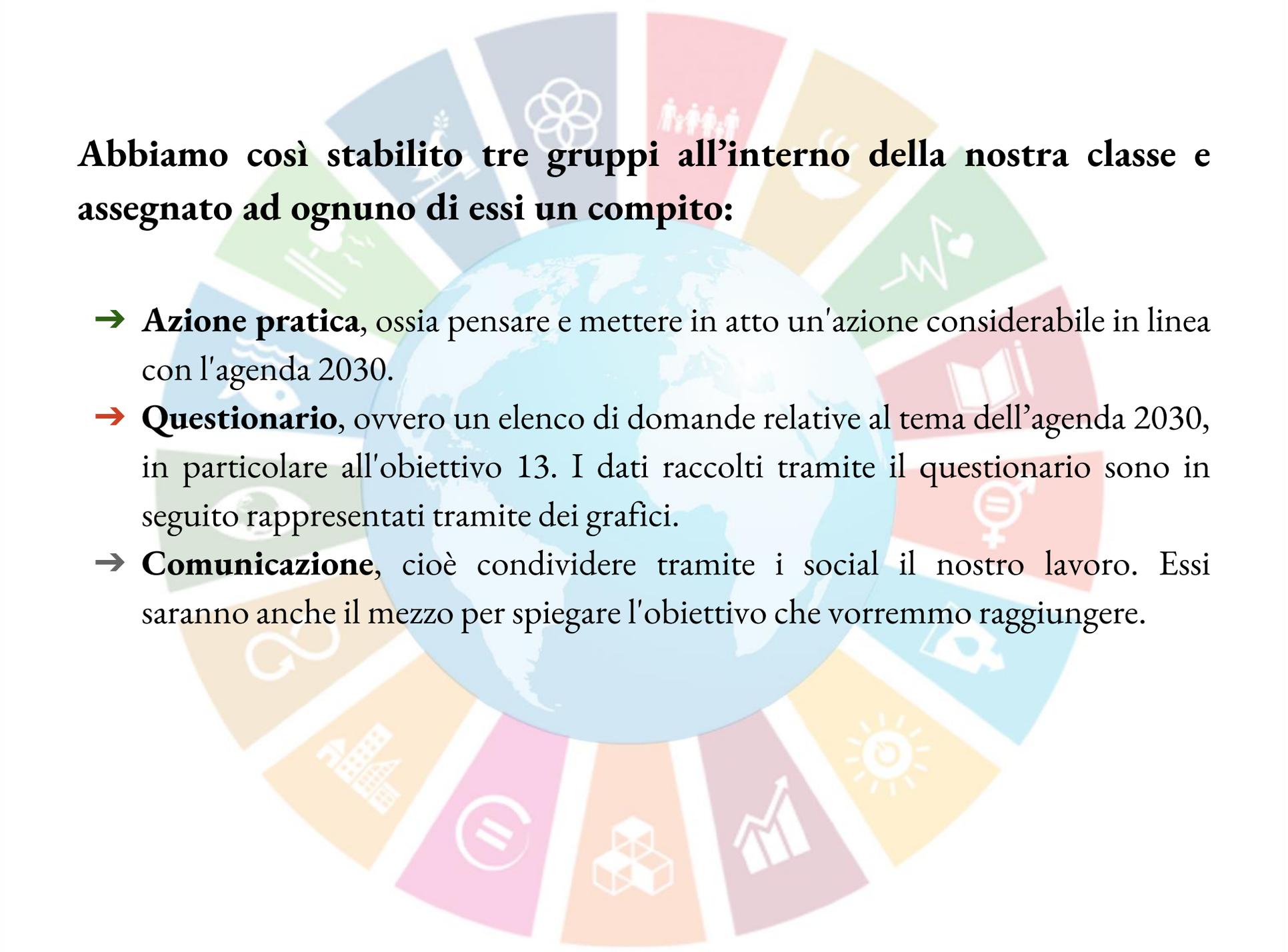
Padova, 30 maggio 2023

INTRODUZIONE



Noi, classe 2H dell'Istituto Carlo Zuccante di Mestre, abbiamo partecipato, come la maggior parte delle classi, ad un'iniziativa dell'agenzia ARPA Veneto. Ci siamo occupati dell'obiettivo 13 dell'Agenda 2030 che riguarda la lotta contro il cambiamento climatico.

Per conseguire tale obiettivo è fondamentale che gli Stati lavorino per limitare le emissioni di gas serra, adottare pratiche sostenibili per la produzione di energia e aumentare la resilienza delle comunità vulnerabili ai cambiamenti climatici. È, oltremodo, importante sensibilizzare e coinvolgere la popolazione riguardo il tema *crisi climatica*.



Abbiamo così stabilito tre gruppi all'interno della nostra classe e assegnato ad ognuno di essi un compito:

- **Azione pratica**, ossia pensare e mettere in atto un'azione considerabile in linea con l'agenda 2030.
- **Questionario**, ovvero un elenco di domande relative al tema dell'agenda 2030, in particolare all'obiettivo 13. I dati raccolti tramite il questionario sono in seguito rappresentati tramite dei grafici.
- **Comunicazione**, cioè condividere tramite i social il nostro lavoro. Essi saranno anche il mezzo per spiegare l'obiettivo che vorremmo raggiungere.

Azione Pratica

Cosa abbiamo fatto?

Il ruolo stabilito per questo gruppo era quello di contribuire alla salvaguardia dell'ambiente attraverso **azioni concrete**, in concordanza con l'obiettivo 13 dell'agenda 2030 (Adottare misure urgenti per combattere i cambiamenti climatici e le loro conseguenze).

Abbiamo discusso a lungo su come procedere per la salvaguardia dell'ambiente, alla fine abbiamo optato per la pulizia dell'area verde della scuola **C. Zuccante della sede biennio**, utilizzando sacchi e guanti per la sicurezza personale per poi fare una statistica della spazzatura raccolta.



Azione Pratica

Cosa abbiamo fatto?

Infine si farà la **raccolta differenziata** di tutto quello che è stato raccolto cioè il sistema di raccolta dei rifiuti che prevede la loro separazione nei diversi tipi in modo da poterli smaltire in maniera più sostenibile. I rifiuti vengono suddivisi in **differenti categorie** come carta, plastica, vetro, organico, indifferenziato, ingombranti, pile e batterie.



Questionario

Cosa abbiamo fatto?

A questo gruppo è stato affidato il compito di elaborare un **questionario**.

Il processo di realizzazione è stato suddiviso in tre parti: la prima e più importante è stata chiaramente la stesura delle **dodici domande**, seguita dalla seconda, ossia trasferirle in digitale.

Questo ci ha permesso di diffondere il modulo tramite un **QR code** e di raccogliere i dati in tempo reale, tradurli automaticamente in **grafici** e analizzarli.

La prima domanda è relativa ai mezzi di trasporto utilizzati e la frequenza di utilizzo, questa domanda serve per darci un'idea generale sulle possibili emissioni per ogni soggetto che ha compilato il questionario.

La seconda domanda riguarda più un'opinione generale dell'utente, dove gli viene chiesto se questo ritiene di far buon uso dell'acqua potabile.

La terza domanda verifica se l'utente tende o meno a dare una seconda vita ai propri beni.

La quarta domanda ci informa di quanti utenti dispongano di impianti fotovoltaici presso le proprie abitazioni.

Questionario

Cosa abbiamo fatto?

La quinta domanda riguarda la frequenza con la quale gli utenti consumano alimenti di origine animale nell'arco di una settimana.

La sesta domanda chiede all'utente se svolge la raccolta differenziata.

La settima domanda viene chiesto all'utente se pensa di fare buon uso dell'elettricità.

L'ottava domanda chiede se si tende ad acquistare articoli eco-friendly.

La nona domanda ci fa capire quanto, ogni utente, usufruisca del condizionatore o del riscaldamento domestico.

La decima domanda ci informa su quanto sia praticato dagli utenti il car sharing, questa azione favorisce una leggera diminuzione delle emissioni da parte di ogni singolo ed è già praticata da oltre 1 milione di persone in Italia.

Questionario

Cosa abbiamo fatto?

L'undicesima ci fa sapere se il soggetto che sta compilando il questionario ha ottenuto un'adeguata educazione sul cambiamento climatico e l'ambiente in generale.

La dodicesima e ultima domanda chiede all'utente se conosce l'agenda 2030 e successivamente, una sotto-domanda che chiede di argomentare così da poter capire se le persone sono consapevoli degli obiettivi da raggiungere entro l'anno 2030.

Per ogni domanda del questionario è presente un'informazione associata con essa per diffondere più conoscenze con gli utenti. Questa piccola aggiunta consente ad ognuno che sta rispondendo di confrontarsi con l'informazione e darsi subito un'idea su quanto si stia contribuendo a mantenere il pianeta più Green possibile.



Comunicazione

Cosa abbiamo fatto?

Questo gruppo si è prefissato come obiettivo quello di **comunicare** mediante **social-media** di cosa tratta l'Obiettivo 13 dell'Agenda 2030. Abbiamo quindi deciso di creare un account **Instagram**, con il quale abbiamo pubblicato dei **post** riguardanti questo obiettivo. Ogni post riporta i problemi principali da risolvere, con allegati anche dei testi che approfondiscono ogni principale problematica.

In seguito ci siamo suddivisi i compiti per poter creare la pagina e dare risalto ai post nel miglior modo possibile. Abbiamo suddiviso il lavoro in:

- **Grafica del post;**
- **Corpo del post;**
- **Gestione account Instagram.**

Comunicazione

Come abbiamo lavorato?

I **post** che abbiamo pubblicato su **Instagram** sono stati realizzati con l'ausilio di **Canva**, uno strumento che ci è stato molto utile in quanto semplice da utilizzare ed intuitivo, nonostante diverse opzioni richiedano un abbonamento, siamo comunque riusciti ad avere un buon risultato.

Abbiamo optato per Instagram come social-media di comunicazione perchè:

- È il social a noi più familiare;
- E' il social più facile da usare;
- È il social dove sono presenti il maggior numero di giovani, ovvero i destinatari dei nostri post.

Durante il percorso ci siamo confrontati più volte in quanto avevamo idee diverse per esempio nella scelta dei colori, dei caratteri del testo e del design in generale. In particolare, è risultato impegnativo concordare le descrizioni delle immagini da utilizzare.