

## LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE: STRATEGICA, IRRINUNCIABILE E INELUDIBILE

**U**n lusso? O, peggio, una moda? Qualcuno, soprattutto nella pubblica amministrazione, sembra ancora pensare che la comunicazione ambientale – e gli investimenti che essa richiede – non sia molto di più. O che, al massimo, possa risolversi in qualche campagna pubblicitaria. Colorata, magari accattivante, ma fine a se stessa, episodica, sconsiderata.

Nulla di più errato. Chi si occupa d'ambiente – in primis Federambiente e le aziende d'igiene ambientale sue associate – sa ormai da tempo che la comunicazione è una componente strategica, irrinunciabile e ineludibile, della sua attività, né più né meno di quelle tecnologica ed economico-finanziaria.

Da tempo sostengo in tutte le sedi che noi e le nostre aziende possiamo avere le migliori strategie finanziarie, i più avanzati impianti tecnologici e i migliori mezzi operativi, i migliori manager e il personale più qualificato, perfino i finanziamenti più ampi (parlo per assurdo, ovviamente, stante la cronica inadeguatezza degli stanziamenti pubblici in questo settore), ma nonostante tutto questo non vinceremo mai la battaglia dei rifiuti – di un corretto e completo ciclo dei rifiuti – se non saremo in grado di convincere, motivare e utilizzare al meglio quelli che ritengo siano i primi operatori dell'igiene ambientale, vale a dire i cittadini. E per far questo occorre comunicare in modo efficace, parlare con i cittadini, con il territorio, e saper ascoltare i cittadini e il territorio.

In un ciclo tanto delicato qual è quello dei rifiuti, l'informazione e la formazione del consenso – consenso informato, consapevole –, devono non solo accompagnare ma addirittura precedere ogni decisione, sia per quanto riguarda le strategie organizzative della raccolta sia per quel che attiene alle scelte impiantistiche per lo smaltimento.

Faccio due esempi che mi paiono significativi. Aziende, enti locali e, per certi aspetti, gli stessi Conai e consorzi di filiera, sia per scelta maturata nel tempo sia per un obbligo di legge (il Dlgs 22/97, il cosiddetto decreto Ronchi), puntano molto sulla raccolta differenziata. Ma fino a che essa resta fine a se stessa, trattata – e comunicata – come fine e non come mero strumento, difficilmente può migliorare i modesti risultati finora ottenuti. Decisamente meglio sarebbe operare sul fronte del riutilizzo e del riciclaggio, ponendo l'accento su questi aspetti, così come su quelli – basilari – della prevenzione e della minimizzazione dei rifiuti, su cui Federambiente, attraverso un suo Forum specifico, opera attivamente da oltre due anni: attraverso scelte d'acquisto (o di non acquisto) rese

consapevoli da un'adeguata informazione, i consumatori potrebbero concretamente incidere sulle scelte di produttori e distributori in materia d'imballaggi.

Il secondo esempio, clamoroso, è sotto gli occhi di tutti in questi mesi. L'emergenza rifiuti che investe ancora una volta la Campania, a dieci anni dall'inizio del commissariamento, è a mio parere il frutto di tre errori concomitanti: scelte organizzative e impiantistiche, tecnologiche e di localizzazione, quanto meno opinabili; inversione dei tempi (non si possono realizzare e mandare a regime gli impianti per la produzione del Cdr prima ancora di aver cominciato a costruire un termovalorizzatore); rinuncia pressoché completa alla costruzione

di un consenso sociale intorno alle scelte del piano regionale dei rifiuti elaborato dalla struttura commissariale. In Campania oggi appare problematico uno sbocco positivo alla situazione d'emergenza anche perché la cittadinanza, esasperata, rifiuta ormai qualsiasi soluzione: da un lato dice no ai termovalorizzatori, dall'altro vuole impedire la riapertura delle discariche. Ma così non si va da alcuna parte. E questo perché, in mancanza d'informazioni corrette su che cos'è un termovalorizzatore, come funziona, che cosa brucia, che cosa davvero emette dai camini, si è lasciata diffondere e radicare una demonizzazione irrazionale di questi impianti che non ha alcun riscontro nella realtà. Laddove

quest'opera d'informazione è stata fatta, laddove le scelte impiantistiche sono andate di pari passo con l'ascolto della popolazione e con la capacità di rispondere positivamente ai dubbi, alle paure, alle richieste della popolazione, i problemi, quando vi sono stati, si sono rivelati infinitamente minori. È per questo che Federambiente annette un'importanza fondamentale alla comunicazione ambientale e ne ha fatto uno dei capisaldi della sua azione. Comunicazione rivolta ai giovani e ai giovanissimi – con manifestazioni come il Trash Day, che quest'anno ha visto proprio in Campania una straordinaria, entusiasta partecipazione di scolari e insegnanti, e I Guardiani dell'ambiente – ma non solo. L'esperienza della Biennale internazionale della comunicazione ambientale, giunta quest'anno alla terza edizione, ci dice che stiamo andando nella direzione giusta, in un dialogo serrato tra noi, le nostre aziende, le amministrazioni pubbliche a tutti i livelli, il mondo dell'imprenditoria privata e quello dell'ambientalismo.

**Guido Berro**  
Presidente di Federambiente

