

MARCOTALLURI

*ARPA Toscana - Responsabile
Comunicazione, Informazione e
Documentazione*

marco.talluri@arpat.toscana.it

Comunicazione ambientale e rapporti con i media

Riassunto - L'articolo illustra il valore strategico assegnato alle attività di comunicazione ed informazione per le agenzie ambientali con particolare riferimento ai rapporti con i media.

Parole chiave: comunicazione, informazione ambientale, open data, social media

Environmental communication and media relations

Summary- *The article illustrates the strategic value assigned to the communication and information activities for environmental agencies with particular reference to relations with the media.*

Keywords: *communication, environmental information, open data, social media*

Testo ricavato dalle presentazioni nell'ambito del ciclo di incontri di aggiornamento professionale per giornalisti sui temi dell'ambiente e della informazione ambientale organizzati nel 2016 dall'Ordine dei Giornalisti della Toscana in collaborazione con ARPA Toscana.

NON È POSSIBILE NON COMUNICARE

“... comunque ci si sforzi, non si può non comunicare. L'attività o l'inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggio: influenzano gli altri e gli altri, a loro volta, non possono non rispondere a queste comunicazioni e in tal modo comunicano anche loro.” [Watzlawick, P., Beavin, J.H., Jackson, D.D. (1967). *Pragmatica della comunicazione umana*. Roma: Astrolabio]

Questa constatazione vale sia nei confronti delle persone, ma anche delle organizzazioni. Non è possibile non comunicare, infatti l'apparente silenzio significa comunicare indifferenza, disinteresse, noncuranza nei confronti degli altri. L'alternativa è fra comunicare in modo consapevole ed organizzato, oppure farlo in modo del tutto casuale.

Questo vale per qualsiasi entità organizzativa e quindi, a maggior ragione anche per le agenzie ambientali.

L'AMBIENTE COME LUOGO DI AGGREGAZIONE E DI CONFLITTI

Le agenzie ambientali operano in un contesto socio-politico sempre più complesso e difficile. Da una parte c'è sempre una maggiore attenzione e sensibilità nei confronti dell'ambiente, ed ancor di più riguardo ai rischi per la salute derivanti dallo stato dell'ambiente e dalle fonti di pressione (industrie, impianti di gestione dei rifiuti, aree da bonificare, ecc.). Dall'altra pesa fortemente la “sfiducia” di base maturata in questi anni nei confronti di tutta la pubblica amministrazione e la tendenza sempre più accentuata alla conflittualità molto forte sui temi ambientali.

Vedi ad esempio il monitoraggio dei conflitti ambientali in Toscana che abbiamo realizzato nel 2014 [1].

È frequente che le agenzie si debbano confrontare con le critiche di cittadini, aziende, comitati, amministratori e politici ogni qual volta esprime giudizi non conformi alle loro attese.

In molti casi questa insoddisfazione si traduce in ricorsi legali da parte di importanti aziende, con richieste di risarcimento danni in alcuni casi milionarie.

In altri casi, l'insoddisfazione ha portato al disconoscimento dell'autorevolezza dei suoi risultati, con il rivolgersi – da parte di comitati e movimenti – ad altri soggetti, ad esempio per analisi di laboratorio, senza tener conto che gli accertamenti svolti rispondono a rigorose norme tecniche garantite dall'accreditamento e certificazione di qualità.

Talvolta si è lamentato da alcune associazioni di categoria locali o anche da singoli operatori, un eccessivo “fiscalismo” dell'azione ispettiva delle agenzie, che hanno prodotto sanzioni amministrative e notizie di reato, tuttavia le agenzie sono tenute ad applicare la legge, e quando riscontrano superamenti dei limiti stabiliti dalle norme, non hanno un potere discrezionale, ma devono agire in modo sanzionatorio.

LA TERZIETÀ DELLE AGENZIE AMBIENTALI

Il fatto che queste critiche e questi conflitti provengano, a seconda dei casi, da parte di soggetti che esprimono e rappresentano interessi del tutto contrastanti, conferma lo sforzo che le agenzie ambientali compiono ogni giorno per garantire concretamente la propria terzietà.

Certo in Italia non si è scelto di seguire il modello “forte” dell’Autorità ambientale come si è fatto negli Stati Uniti [2], ma anche la recente legge 132/2016 che istituisce il Sistema nazionale a rete per la protezione dell’ambiente (SNPA), riconosce il carattere tecnico-scientifico della rete delle agenzie.

La terzietà consiste anche nel mettere a disposizione di tutti dati e informazioni ambientali oggettivi. Altri, le istituzioni, le associazioni, i partiti, i media, i cittadini possono esprimere le loro preferenze, le loro valutazioni soggettive, secondo il proprio punto di vista. Uno dei compiti più importanti delle agenzie ambientali è proprio questo, quello di organizzare e mettere a disposizione l’informazione ambientale acquisita.

L’INFORMAZIONE AMBIENTALE: COMPITO FONDAMENTALE DELLE AGENZIE

L’informazione ambientale è una delle attività istituzionali primarie per le agenzie ambientali (insieme al controllo ed al supporto tecnico-scientifico), ed ora questo aspetto è stato ulteriormente rafforzato dalla legge 132/2016 che stabilisce che i dati ambientali prodotti dal sistema “costituiscono riferimento tecnico ufficiale da utilizzare ai fini delle attività di competenza della pubblica amministrazione.”

L’informazione ambientale è un diritto dei cittadini, come previsto dalla Convenzione di Aarhus, sull’accesso alle informazioni, la partecipazione del pubblico al processo decisionale e l’accesso alla giustizia in materia ambientale, recepita dalla Direttiva europea 2003/4/CE sull’accesso del pubblico all’informazione ambientale e inserita nell’ordinamento giuridico italiano dal D.Lgs. 195/2005.

Ma sulla base di queste stesse normative, per le agenzie è un dovere diffondere l’informazione ambientale disponibile.

In questi anni alcune agenzie hanno compiuto passi importanti in questa direzione; è il caso di ARPA Toscana che

ha chiaramente individuato l’informazione ambientale come un proprio obiettivo strategico, che si traduce nell’impegno di mettere a disposizione di tutti (istituzioni, imprese, associazioni, cittadini) informazioni (notizie, approfondimenti, report) e dati ambientali derivanti dalle attività istituzionali (monitoraggio e controllo, supporto) in modo: tempestivo, completo – esauriente, facilmente fruibile, facilmente comprensibile.

POTENZIALITÀ DI COMUNICAZIONE

Le agenzie ambientali hanno notevoli potenzialità di comunicazione. Spesso al loro interno si vive una condizione quasi frustrante, di depositari di dati - che sono il frutto di un duro e qualificato lavoro quotidiano - che poi sono utilizzati da altri (ad esempio Legambiente) per promuovere iniziative eclatanti.

Sono gli stessi operatori che hanno bisogno di dare un senso compiuto al proprio lavoro, ed è poi l’agenzia come insieme di coloro che ci lavorano, che ha bisogno di costruirsi una immagine, una autorevolezza che non può prescindere dal „far sapere” le cose pregevoli e qualificate che fa.

Fermi restando i corretti rapporti con i committenti istituzionali, va considerato che comunque ad un certo punto questi dati sono forniti ai terzi che li richiedono in forza della normativa sulla trasparenza, e quindi può e deve essere compiuta un’azione di comunicazione “attiva”.

Puntare davvero sulla comunicazione come attività strategica ha significato, ad esempio per ARPA Toscana, assumere una impostazione volta ad affermare un ruolo proattivo, cercando di far arrivare notizie e dati ambientali ai possibili fruitori, e non aspettando le loro richieste, mostrando così un’agenzia costantemente presente ed attiva sul territorio, in particolare attraverso le attività di controllo ambientale.

L'ORGANIZZAZIONE NELLE AGENZIE AMBIENTALI: UNA SITUAZIONE MOLTO DIFFERENZIATA

Nell'ambito del programma triennale delle attività [3] del Sistema Nazionale della Protezione Ambientale (SNPA) è stato costituito dal Consiglio Federale un gruppo di lavoro sulla comunicazione, coordinato da ARPA Toscana.

Obiettivo del gruppo di lavoro è quello di "fare rete" e mettere in comune le esperienze più avanzate su tale fronte per sviluppare modalità di comunicazione coordinata, almeno su alcuni temi cardine che mediaticamente investono la società.

Fra i primi impegni del GdL c'è stato quello di somministrare a tutte e 22 le agenzie ambientali (ISPRA-APPA-ARPA) del SNPA un questionario sulle attività di comunicazione: i risultati - sintetizzati nel report „Le attività di comunicazione e informazione delle Agenzie ambientali” [4] - rappresentano una ricognizione degli strumenti di comunicazione delle agenzie e delle migliori pratiche di diffusione dell'informazione ambientale.

La situazione fotografata a settembre 2015 è piuttosto diversificata fra le varie Agenzie. Solamente 8 hanno una organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione ed informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, stakeholder, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le sue principali funzioni (comunicazione interna, relazioni con il pubblico, relazioni con i media, comunicazione istituzionale, gestione siti Web e social media, produzione editoriale, organizzazione di eventi, immagine coordinata, ecc).

Prevalentemente ciò accade in diverse delle agenzie più grandi. In tutti questi casi le strutture riferiscono direttamente alla Direzione generale, con un chiaro riconoscimento della loro funzione strategica. Tuttavia, solamente 6 di queste agenzie, impegnano in tali attività almeno 5 o

più persone, avendo quindi una struttura di un certo peso. In 5 di esse la responsabilità della struttura è attribuita ad un dirigente.

Al contrario in 7 casi, nelle agenzie di più piccole dimensioni, le funzioni di comunicazione sono svolte prevalentemente da parte di personale (1/2 unità in genere) inserito nelle segreterie dei direttori generali o di quelli tecnici.

In altri 7 casi le funzioni della comunicazione ed informazione sono articolate fra varie strutture (o addetti), anche dipendenti da diverse direzioni, con evidente condizione di difficile coordinamento.

Anche in presenza di una struttura dedicata alla comunicazione, non sempre le attività di relazione con il pubblico e di ufficio stampa sono inserite in essa. Ancora più frequentemente le attività relative alla diffusione dei dati ambientali sono curate da settori tecnici.

Complessivamente sono 155 le persone impegnate in attività di comunicazione ed informazione: 15 dirigenti e 140 operatori del comparto (anche se c'è un margine di incertezza su questo numero, tenendo conto che laddove sono presenti più strutture, alcuni svolgono anche attività diverse), di cui 40 hanno fra le proprie competenze professionali anche quelle relative all'iscrizione all'ordine dei giornalisti (prevalentemente come pubblicisti).

Una criticità evidente, presente in quasi tutte le agenzie (ad eccezione solo di 2) è che tutto il personale impegnato nelle attività di comunicazione è centralizzato presso la sede direzionale e non ci sono operatori della comunicazione presso le sedi territoriali. In esse, se ci sono attività comunicative da seguire (in special modo relazioni con i cittadini) si sopperisce con altro personale. In due casi c'è un qualche rapporto funzionale fra la struttura dedicata alla comunicazione e personale presente sul territorio per le attività di relazioni con il pubblico.

La dimensione dell'Agenzia (numero dipendenti) è certamente un fattore determinante per definire l'organizzazione delle attività di comunicazione e

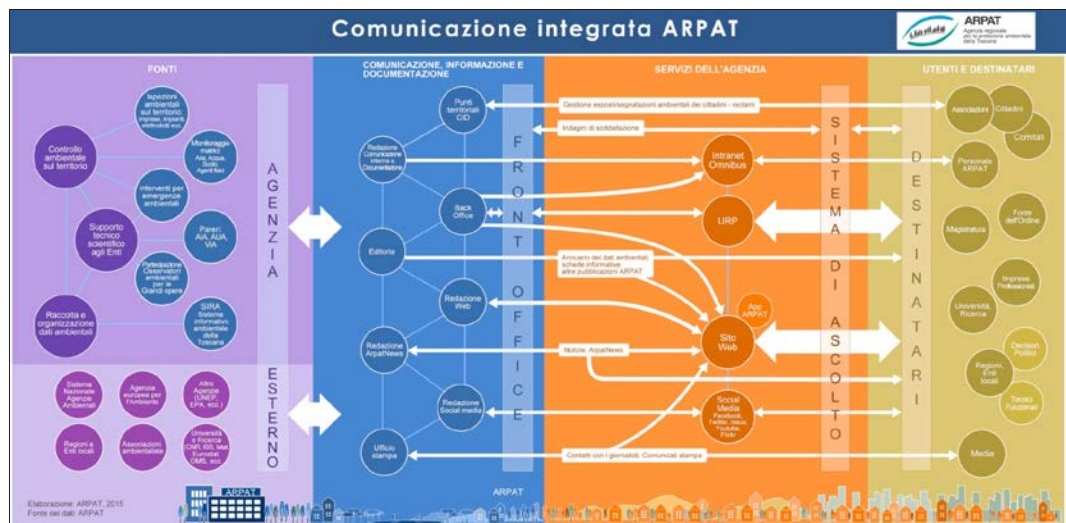


Figura 1. La comunicazione integrata ARPAT

informazione, anche se in alcune agenzie piuttosto grandi la comunicazione non ha comunque una strutturazione adeguata, ovvero è dispersa fra varie strutture.

L'ORGANIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE IN ARPA TOSCANA: UN'ESPERIENZA DA RIPROPORRE ANCHE NELLE ALTRE AGENZIE?

Con la riorganizzazione di ARPA Toscana avvenuta nel 2012, è stata istituita una struttura complessa "Comunicazione, informazione e documentazione" (sCID) a diretto riporto del Direttore generale di ARPAT, che presidia a livello regionale le attività di comunicazione interna ed esterna, di informazione verso i mezzi di comunicazione di massa, di relazioni con il pubblico ed il sistema di ascolto (per il dettaglio delle attività di competenza del Settore (vedi art. 1.1 dell'atto di organizzazione)¹. Il Settore all'1.8.2016 è composto da un dirigente e 17 operatori, ha sede a Firenze, presso la Direzione, ed opera anche mediante personale dipendente gerarchicamente e funzionalmente

dal responsabile del settore, aventi sede di lavoro presso i dipartimenti territoriali dell'Agenzia, che operano con modalità di lavoro "a rete".

Il settore assicura una regia unitaria di tutte le attività di comunicazione interna ed esterna, ad esempio:

- tutti i rapporti con i media sono gestiti direttamente dal responsabile del Settore comunicazione, unico autorizzato in Agenzia a parlare con i giornalisti.
- Il settore è immediatamente informato per tutti gli interventi in pronta disponibilità (emergenze ambientali) degli operatori dell'Agenzia.

Nella infografica è descritta in modo sintetico l'organizzazione del sCID ed i processi che sono svolti al suo interno, che implicano una serie di scelte a monte, che proviamo a sintetizzare:

- Le fonti: la scelta di ARPA Toscana è stata quella di comunicare non solo le proprie attività, ma di comunicare l'ambiente in senso lato. La newsletter dell'agenzia, ARPATnews [5], che ha iniziato le sue pubblicazioni nel 2013

¹ Atto di organizzazione di ARPAT, art.1.1 Settore Comunicazione, informazione e documentazione <http://www.arpat.toscana.it/agenzia/atti-fondamentali/atto-di-disciplina-dellorganizzazione-interna/1.1-settore-comunicazione-informazione-e-documentazione>

e che viene diffusa quotidianamente, e che ha un indirizzario vasto a livello nazionale, di oltre novantamila destinatari, contiene infatti notizie ed articoli, curati dalla sua redazione (tutti operatori del sCID, che hanno come fonti agenzie ambientali italiane e stranere, istituti di ricerca, università, altre istituzioni, le principali associazioni ambientaliste.

- L'organizzazione a rete del sCID: il personale assegnato al settore è distribuito sul territorio regionale ed opera a rete, nel senso che al proprio interno sono costituiti gruppi di lavoro (redazione Web, Editoria, Comunicazione interna, Back Office, ARPATnews, URP, Social media, ecc.) che fra loro interagiscono quotidianamente. Le attività di front office (numero verde e casella mail URP) sono gestite a turno da tutto il personale del settore – sia pure quantitativamente in modo diverso – in modo tale da garantire sempre a tutti un contatto diretto con i “clienti” dell’Agenzia, ed avere sempre consapevolezza di quello che loro chiedono e si aspettano da parte di essa.
- Il sCID assicura quindi una serie di servizi di comunicazione e informazione, che sono integrati fra di loro, proprio per le caratteristiche organizzative del settore. Ad esempio l’operatore

che risponde al numero verde e riceve una segnalazione di una emergenza ambientale [6] (uno sversamento in un corso d’acqua, un incendio, ecc.) ha la possibilità di relazionarsi immediatamente con gli altri colleghi che pubblicano le informazioni sul sito Web, postano sui social media, mantengono i rapporti con la stampa, e quindi ci sono tutte le condizioni per creare un circolo virtuoso ed assicurare efficacia, coerenza e tempestività nella comunicazione.

- I destinatari della comunicazione ed informazione del sCID sono molteplici, dagli stessi dipendenti – con la comunicazione interna – ai diversi stakeholder istituzionali e della società civile, ai media, a tutti i cittadini. Ognuno di essi ha varie modalità di entrare in contatto con l’Agenzia. Da non dimenticare poi il Sistema di ascolto [7], che periodicamente verifica la soddisfazione del funzionamento di tutto ciò.

Alla base poi del lavoro del sCID ci sono anche alcuni principi ispiratori che ogni giorno si cerca di mettere in pratica, anche se talvolta non è facile, e che sono qui sintetizzati nella tabella, messi a confronto con i loro contrattari tipici di una organizzazione burocratica.

Perché non cambiare (orientamento all'innovazione anche tecnologica)	Si è sempre fatto così...
Non accontentarsi (orientamento al miglioramento continuo)	Facciamo già le cose nel modo migliore possibile
Ascoltiamo sempre le esigenze di coloro a cui è destinato il nostro lavoro e cerchiamo di soddisfarle (orientamento al cliente/utente)	Cerchiamo di stare tranquilli ed evitiamo il fastidio di chi vuole troppe cose e ci disturba
Se si presenta un problema facciamocene carico e cerchiamo di risolverlo (orientamento alla responsabilità ed al <i>problem solving</i>)	Se si presenta un problema cerchiamo di chi è la colpa
La nostra deve essere una comunicazione che mette in comune contenuti utili (comunicazione di servizio)	Pubblichiamo i documenti formali (comunicazione “burocratica”) Facciamo fare bella figura a (Comunicazione “pubblicitaria”)

I RAPPORTI CON I MEDIA DELLA AGENZIE AMBIENTALI

Nella citata ricerca è emerso che praticamente tutte le agenzie producono regolarmente comunicati stampa, anche se con una frequenza che è piuttosto diversificata. Nel complesso sono stati diffusi nel 2014 circa mille comunicati da parte delle agenzie ambientali. Fra coloro che hanno fornito un dato puntuale, risulta una media di circa 50 comunicati diffusi nel corso del 2014, anche se tre agenzie ne hanno prodotti più di cento, e otto meno di 25.

In quasi tutte le agenzie (con tre eccezioni) chi si occupa della comunicazione (strutture o addetti dedicati) si relaziona quotidianamente con i giornalisti, fungendo da tramite tra l'Istituto e i media stessi. Questa attività è particolarmente rilevante ed impegnativa, in quanto richiede l'individuazione dell'interlocutore idoneo a fornire la risposta a quanto richiesto e tempestività nelle risposte da fornire, in particolare in presenza di situazioni di emergenze ambientali nazionali, regionali e locali. Questa attività si concretizza nel fornire interviste, pareri tecnici, partecipazioni a trasmissioni tv o a telegiornali, articoli e consente di comprendere meglio e di verificare, insieme alla rassegna stampa, quale sia l'effettivo "ritorno" e l'interesse di quello che presentiamo ai media. In alcuni casi, poi, l'addetto stampa è una vera e propria interfaccia "unica" nei confronti dei media, nel senso che è delegato, nella maggior parte dei casi, a dialogare con i colleghi giornalisti, sulla base delle informazioni fornitegli dalla struttura tecnica e territoriale.

In ogni caso c'è molta attenzione riguardo a quello che appare sulla stampa. Anche in questo caso tutte le agenzie (ad eccezione di quattro) hanno una rassegna stampa (metà delle agenzie la producono internamente e l'altra metà usufruisce di servizi esterni), che viene diffusa in 2/3 dei casi a tutto il personale, in particolare utilizzando la Intranet, mentre nelle altre agenzie viene distribuita solamente ai direttori ed ai dirigenti. In un caso (ARPA

Calabria [8]), la rassegna viene pubblicata sul Web.

In tutte le agenzie gli articoli che appaiono sulla stampa e che evidenziano problemi relativi all'attività dell'Agenzia vengono inoltrate alle strutture dell'ente interessate dalle critiche, anche per valutare eventuali repliche.

L'UFFICIO STAMPA DI ARPA TOSCANA

Come abbiamo visto, il sCID opera come una "redazione diffusa" sul territorio, quindi in grado di raccontare quello che succede nelle varie realtà, producendo così articoli pubblicati sul sito Web e diffusi con la newsletter ARPATnews.

ARPAT è piuttosto presente sulla stampa locale, nel 2015 sono stati 2.835 gli articoli di stampa nei quali l'Agenzia è stata citata (55 articoli la settimana). La rassegna stampa è pubblicata ogni mattina sulla intranet, in modo da essere visibile da parte di tutto il personale, e viene comunque inviata per mail a tutti i dipendenti.

Ogni giorno operatori del Settore Comunicazione dell'Agenzia segnalano alla Direzione ed ai responsabili delle varie strutture territoriali la presenza di articoli nei quali si parla dell'Agenzia e la necessità di formulare eventuali chiarimenti e/o precisazioni. Questo ha portato, ad esempio nel 2015, a diffondere 98 comunicati stampa (fig. 2).

I rapporti con i giornalisti che entrano in contatto con l'Agenzia sono strettamente centralizzati. Il responsabile del sCID (e dell'ufficio stampa), che è un giornalista pubblicitario ed i cui dati sono disponibili sul sito Web, è il riferimento per la stampa di tutta la regione. La Direzione dell'Agenzia nel 2012 ha emesso una circolare dispositiva che impegna tutti i dirigenti e tutto il personale a rinviare all'ufficio stampa qualsiasi richiesta di contatto da parte dei media.

In questo modo si è inteso assicurare unicità e coerenza, attraverso un'unica voce, nei confronti dei media. Naturalmente

questa modalità organizzativa richiede grande disponibilità del responsabile dell'ufficio stampa, che è reperibile sostanzialmente h24 e ogni giorno della settimana. Sono gestiti in media ogni anno circa 250-300 contatti con la stampa, che comunque richiedono una interazione in tempo quasi reale con i vari responsabili tecnici dell'Agenzia che operano sul territorio, in modo da poter assicurare in tempi brevi le risposte alla stampa.

Anche su questo versante, l'integrazione della comunicazione di ARPA Toscana aiuta molto ad avere sempre un'idea aggiornata di quanto succede, avendo una finestra continuamente aperta sulla situazione in divenire, attraverso il front office, i rapporti con la stampa, il dialogo attraverso i social media e l'interazione sul sito Web.

DAI DATI E DALLE NOTIZIE ALLE INFORMAZIONI AMBIENTALI

Le attività svolte da ARPA Toscana producono una quantità enorme di dati, ma di per sé non sono informazione ambientale. I dati nelle loro forme grezze sono per specialisti (spesso non sono facilmente comprensibili, anche se è fondamentale metterli a disposizione come open-data per il riuso da parte di tutti). Occorre costruire intorno al dato un contesto informativo comprensibile (ad esempio, i limiti di riferimento normativo, il confronto degli stessi dati nel tempo, il confronto con altre situazioni simili, ecc.). Si deve passare dai dati agli indicatori (in molti casi previsti dalle norme, ma in altri da costruire)

Diffondiamo quotidianamente informazione ambientale con grande impegno, attraverso:

- rapporti²: oltre 700 fra pubblicazioni, report, presentazioni;
- dati³ oltre 300 (es. Bollettino qualità

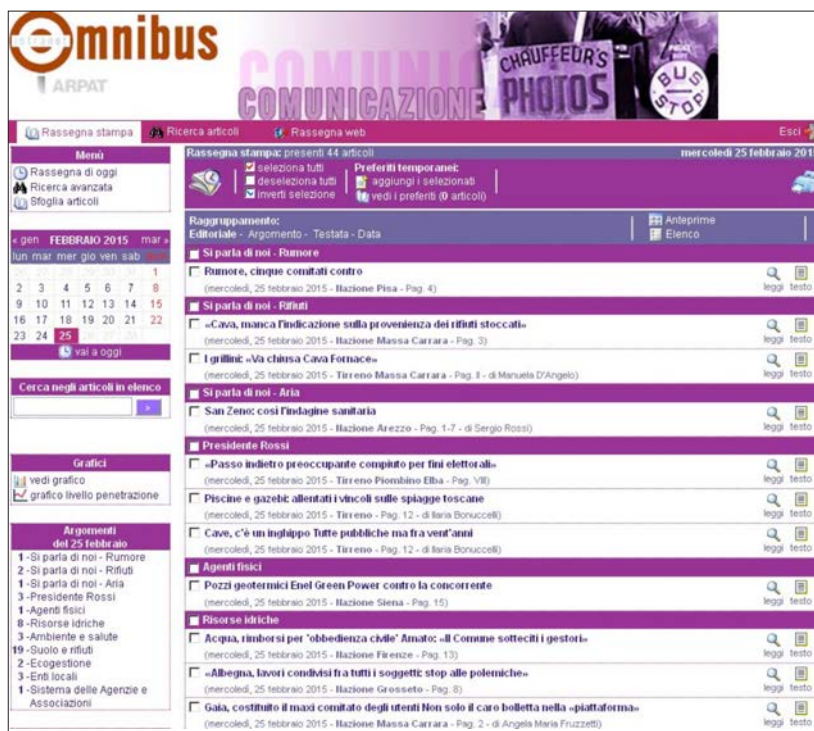


Figura 2. Rassegna stampa quotidiana ARPAT nella intranet "Omnibus"

aria, balneazione, SIRA, Annuario, ecc.);

- notizie⁴: oltre 5.200 fra ARPATnews, notizie brevi e comunicati, di cui circa 700 nel 2015.

La newsletter ARPATnews viene diffusa quotidianamente - utilizzando una piattaforma professionale - ad un indirizzario nazionale di oltre 90.000 destinatari, differenziati in base alla periodicità di invio (giornaliera, settimanale, quindicinale, mensile), tematica (aria, acqua, suolo, agenti fisici, mobilità, ecc.) e territoriale (Firenze, Arezzo, Grosseto, ecc.) (fig. 3).

I report sono stati standardizzati, prevedendo una struttura fissa, con alcuni aspetti che devono essere sempre presenti: ad un esempio una sintesi all'inizio, un glossario, una definizione degli indicatori utilizzati, ecc.

² Documentazione <http://www.arpat.toscana.it/documentazione/>

³ Dati e mappe <http://www.arpat.toscana.it/dati-e-mappe/>

⁴ Notizie <http://www.arpat.toscana.it/notizie/>

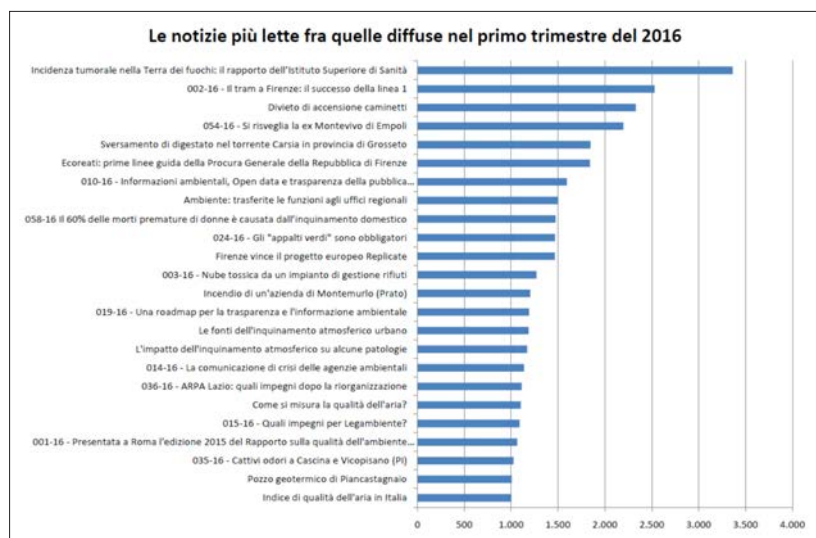


Figura 3. Le notizie più lette di ARPATnews nel primo trimestre 2016

Abbiamo iniziato dal 2012 a produrre l'Annuario dei dati ambientali ARPAT⁵, le cui caratteristiche sono:

- rappresentazione dei dati ambientali in forma agile (64-96 pagine) semplice ed immediatamente comprensibile [attraverso tabelle, grafici, cartogrammi, infografiche], senza bisogno di commenti o interpretazioni, e quindi sostanzialmente con testi molto limitati a "didascalie" estese;
- selezione di dati ambientali prodotti da ARPAT a seguito delle attività di monitoraggio e controllo più significativi per le diverse tematiche, rimandando per gli approfondimenti e/o per i dati completi ai report ambientali e/o anche dati disponibili sul sito web;
- "just in time": pubblicazione dei dati dell'anno immediatamente precedente entro giugno, al fine di realizzare un prodotto che possa suscitare interesse nei destinatari.

Dal 2014 sono anche prodotti i fascicoli provinciali dell'Annuario con il dettaglio dei dati disponibili fino al livello comunale (fig. 4).

Per il futuro auspichiamo che si possa definire un set di indicatori ambientali

da parte delle ARPA, (a partire da quelli adottati dall'Agenzia Europea (EEA), per fare un benchmarking ambientale. Ed abbiamo anche un "sogno", poter diffondere i dati ambientali in modo veramente user friendly, sullo stile di Open polis <http://www.openpolis.it/>

IL SITO WEB COME PRINCIPALE MEZZO DI COMUNICAZIONE

Il sito Web (www.arpat.toscana.it), completamente rinnovato nel 2011, è una fonte inesauribile di informazioni per tutti, ed anche per i giornalisti. Fra gli esempi più significativi di comunicazione realizzati da ARPA Toscana in questi anni va senz'altro segnalato quello relativo alla pubblicazione dei dati sulla qualità delle acque di balneazione.

ARPAT pubblica in modo tempestivo i dati relativi al monitoraggio della qualità delle acque di balneazione [9], che vengono costantemente aggiornati con i dati dei campionamenti, ed a fine anno pubblica la relazione con l'analisi dell'andamento dell'intera stagione balneare [10], sintetizzato anche in apposite infografiche (classificazione 2015 [11]).

È anche disponibile una specifica scheda informativa [12], strutturata in forma di domanda-risposta, che risponde ad alcune delle più frequenti domande del pubblico sul tema della balneazione, chiarendo i concetti fondamentali.

Inoltre, su Flickr è disponibile una sequenza fotografica delle operazioni effettuate dal campionamento [13] fino alle analisi di laboratorio (fig. 5).

Il sito web dell'Agenzia [14], pubblica gli esiti del monitoraggio e, soprattutto, dei superamenti dei parametri microbiologici che implicano una non idoneità alla balneazione. I campioni di acqua prelevati nelle diverse aree di balneazione sono trasferiti in laboratorio, dove le relative analisi hanno una durata di 48h (stabilita dalla legge). Quindi i risultati

⁵ Annuario dei dati ambientali ARPAT <http://www.arpat.toscana.it/annuario>

PM ₁₀		medie annuali µg/m ³							
ZONA	Comune	Stazione	Tipo	2011	2012	2013	2014	2015	
Agglomerato Firenze	Firenze	FI-Boboli	☆	26	23	20	19	22	
	Firenze	FI-Bassi	☆	24	23	20	18	22	
	Scandicci	FI-Scandicci	☆	29	27	24	20	23	
	Firenze	FI-Gramsci	☆	38	36	34	29	31	
	Firenze	FI-Mosse	☆	38	39	30	23	24	
	Signa	FI-Signa	☆	-	-	-	25	26	
Prato Pistoia	Prato	PO-Roma	☆	30	30	27	25	28	
	Prato	PO-Ferrucci	☆	35	31	30	25	27	
	Montale	PT-Montale	☆	34	34	29	26	31	
	Pistoia	PT-Signorelli	☆	25	24	23	21	23	
Valdarno aretino e Valdichiana	Arezzo	AR- Repubblica	☆	28	28	27	27	30	
	Arezzo	AR- Acropoli	☆	-	-	-	21	23	
Valdarno pisano e Piana lucchese	Capannori	LU-Capannori	☆	31	26	24	29	33	
	Lucca	LU-Micheletto	☆	33	33	29	28	32	
	S. Croce sull'Arno	PI-S. Croce Coop	☆	31	28	27	27	29	
	Pisa	PI-Passi	☆	26	25	23	21	25	
	Pisa	PI-Borghetto	☆	29	28	26	25	29	
Costiera	Grosseto	GR-URSS	☆	19	19	17	17	17	
	Livorno	LI-Carducci	☆	28	27	23	23	25	
	Livorno	LI-Cappiello	☆	-	-	-	17	18	
	Livorno	LI-LaPira	☆	-	-	-	-	21	
	Piombino	LI-Cotone	☆	27	25	23	21	18	
	Piombino	LI-Parco 8 marzo	☆	-	-	-	-	19	
	Carrara	MS-Colombarotto	☆	24	24	24	22	23	
	Viareggio	LU-Viareggio	☆	30	28	27	24	27	
Collinare e montana	Chitignano	AR-Casa Stabbi	☆	13	13	**	11	11	
	Siena	SI-Bracci	☆	-	-	-	-	21	
	Bagni di Lucca	LU-Fornoli	☆	-	-	-	-	25	
	Pomarance	PI-Montecerboli	☆	15	14	10	8	11	
	Poggibonsi	SI-Poggibonsi	☆	29	22	18	18	20	

Limite di legge PM₁₀ media annuale 40 µg/m³: 0-15 (verde), 16-20 (giallo), 21-25 (arancione), 26-40 (rosso), >40 (rosso scuro).
 Analizzatore non attivo: - Efficienza <90%: **
 Classificazione zona: Urbana (città), Suburbana (città periferia), Rurale (campagna).
 Tipologia di stazione: Fondo (cassa), Traffico (auto), Industriale (ingranaggio).

Fig. 4 I dati del PM₁₀ nell'Annuario dei dati ambientali ARPAT 2016

sono validati ed inseriti nella banca dati. Qualora si rilevino superamenti dei limiti ne viene data immediata comunicazione al Sindaco competente per territorio al fine di adottare l'ordinanza di divieto (o di revoca quando si tratti invece di rientro nei limiti dopo un superamento). Il sistema di pubblicazione consulta automaticamente la banca dati alle ore 8,00 - 11,00 - 14,00 - 17,00 e 20,00 di ogni giorno, e riporta nella pagina dedicata ai divieti [15] tutti i dati che superano i limiti di legge. Quando il superamento è riscontrato anche solo dopo 24 ore dall'inizio

delle analisi, ne viene comunque data subito notizia al Sindaco per gli opportuni provvedimenti, e data notizia sia nella pagina dedicata ai divieti [15] (in un apposito box), sia nella pagina con i dati del monitoraggio. Solamente dopo la conclusione del periodo di 48 ore sono poi resi disponibili i valori definitivi risultanti dalle analisi effettuate.

Grazie a questa operazione anche la domanda del pubblico è cresciuta dal punto di vista quantitativo ma anche e soprattutto dal punto di vista qualitativo, ed è cresciuta nell'opinione pubblica, ed



Fig. 5 Pagina con i dati del monitoraggio della qualità delle acque di balneazione di un'area specifica

anche negli operatori economici, la consapevolezza che gli episodi di divieto di balneazione, non dipendono da chi effettua i controlli (le agenzie ambientali) ma dalla carenza, purtroppo ancora presente, di sistemi fognari e di depurazione sufficienti ed efficienti.

Nel dicembre 2015 è stata realizzata una sezione completamente rinnovata per la pubblicazione dei dati sulla qualità dell'aria [16] che mette a disposizione di tutti informazioni in tempo quasi reale sui monitoraggi della rete regionale della qualità dell'aria, fornendo un'idea immediata e facilmente comprensibile della situazione, e di grande utilità anche per i giornalisti, nei periodi di maggiore criticità ambientale per l'inquinamento atmosferico (autunno/inverno) e conseguente massima attenzione mediatica (fig. 6).

Dal luglio del 2013 è disponibile gratuitamente sull'Apple store, sul Google market e (dal 2016) anche sul Microsoft Store, una APP con la quale si può

accedere da smartphone o tablet a vari servizi informativi messi a disposizione da ARPAT; in particolare: acque di balneazione ed alga tossica *Ostreopsis Ovata*, qualità dell'aria, pollini e altri allergeni. La app consente inoltre un accesso costante alle ultime informazioni fornite dall'Agenzia: notizie (ARPATnews, notizie brevi e comunicati stampa), documentazione (pubblicazioni, report, schede informative, ecc.), dati e mappe (banche dati, tabelle, grafici, ecc.), altre risorse informative (indirizzi utili, contatti, rubrica di tutto il personale dell'Agenzia).

LE AGENZIE AMBIENTALI SUI SOCIAL MEDIA

Per le agenzie ambientali, come per molte aziende ed enti, il Web è il principale canale di comunicazione e informazione ambientale. Uno sforzo particolare viene sempre più rivolto verso il cosiddetto Web 2.0, quell'insieme cioè

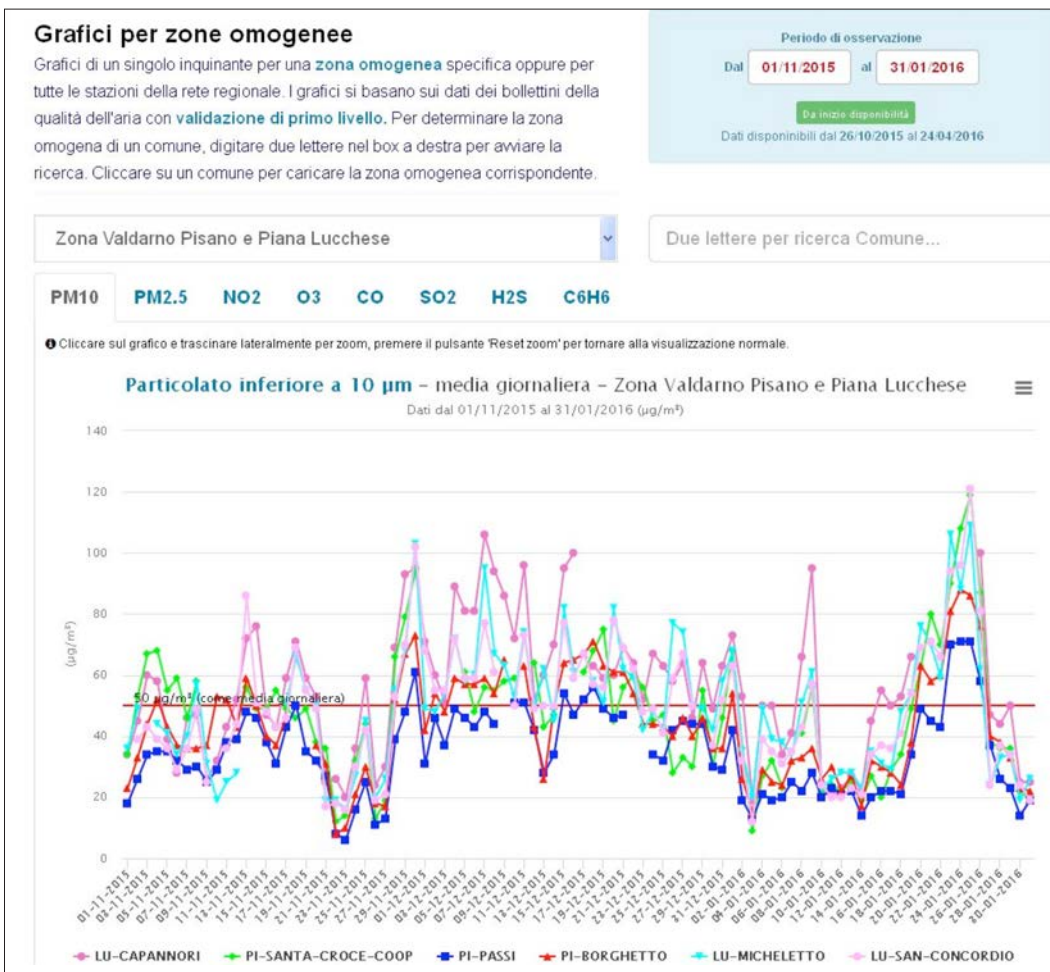


Fig. 6 Pagina con i dati del monitoraggio della qualità dell'aria di una zona omogenea in un determinato arco di tempo

di applicazioni che rendono più agevole l'interazione e la condivisione di contenuti tra il sito Web e l'utente, creando veri e propri social network o meglio social media. In questo sforzo però non si dimenticano mai le caratteristiche peculiari delle agenzie, che sono enti tecnici, che hanno come propri compiti istituzionali il controllo ed il monitoraggio dell'ambiente e la raccolta, organizzazione e diffusione di informazioni ambientali.

Per questo ci si è orientati in particolare verso quei social media che possono essere più opportunamente utilizzati per diffondere notizie, dati, documenti, immagini, video, raccolti o realizzati nell'ambito delle proprie attività. In

questo modo si rendono disponibili informazioni e dati ambientali anche ad utenti che difficilmente visiterebbero i siti Web istituzionali delle agenzie, ed al contempo si cerca di promuovere la logica collaborativa tipica dei social media per un effetto „tam tam” che può essere specialmente utile per le situazioni di emergenza ambientale.

Anche in termini quantitativi, cioè di persone raggiunte attraverso questi canali di comunicazione, i dati che si rilevano ed indicati nelle tabelle delle seguenti pagine mostrano l'utilità di stare sui social.

L'indagine citata sulla comunicazione delle agenzie ambientali ha rilevato (a settembre 2015) che la presenza maggiore

delle agenzie nel campo dei social si ha su Twitter, dove sono presenti 15 agenzie. Si tratta, infatti, di un mezzo di comunicazione molto efficace, che può essere facilmente utilizzato, anche direttamente da smartphone, per fornire in modo assai tempestivo informazioni, ed interagire direttamente, anche in relazioni ad interventi compiuti dall'Agenzia per varie situazioni fra le quali appunto, i casi di emergenza ambientale.

Molto diversi sono i risultati in termini di 'popolarità', ma in ogni caso si tratta di una realtà in continua evoluzione, verso la quale è indispensabile grande attenzione, considerando le enormi potenzialità che presenta, specialmente in un ambito, quale quello ambientale dove c'è grande esigenza di diffondere informazioni e di favorire il dialogo e la partecipazione.

In ogni caso va evidenziato che complessivamente gli account Twitter alla data della rilevazione hanno quasi 35.000 follower. A tale proposito, il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando per la definizione di una policy condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli hashtag.

Per quanto riguarda Facebook, che sicuramente è la piattaforma social sulla quale sono presenti il maggior numero di utilizzatori, anche se fortemente caratterizzato da relazioni interpersonali, un luogo cioè dove più facilmente si sviluppano interazioni di carattere amicale, emozionale, piuttosto che di tipo oggettivo - informativo, vi era (al momento della rilevazione) una presenza significativa da parte di 11 agenzie; tale presenza si concretizza per quasi tutte in una pagina istituzionale (la cui visibilità è misurabile attraverso i cosiddetti "mi piace", complessivamente oltre 20.000).

Le agenzie ambientali sono poi presenti, a macchia di leopardo, anche su altri social, quali You Tube, Flickr, Instagram Issuu, Slideshare, ecc.

ARPAT SUI SOCIAL MEDIA

ARPA Toscana è presente su Twitter

([www.twitter.com/arpa toscana](http://www.twitter.com/arpa_toscana)) dal gennaio di 2012. Nel corso del 2015 ha diffuso 3.682 tweet (1.003 dei quali costituita da rilancio di tweet di altri soggetti importanti in campo ambientale, come ad esempio l'Agenzia Europea per l'Ambiente o l'Agenzia dell'ONU per l'ambiente). Al 31.12.2015 Sono stati 3.956 gli utenti che si sono registrati per ricevere i nostri tweet, in molti casi si tratta di giornalisti, testate online, enti istituzionali, associazioni, amministratori locali, ma anche singoli cittadini. Da quest'anno Twitter mette a disposizione uno specifico sistema statistico sull'andamento del proprio account. Da esso risulta che i tweet dell'Agenzia hanno registrato circa 900.000 visualizzazioni, sono stati rilanciati (retweet) in oltre 4.000 casi, con un „tasso di interazione” medio del 2%.

La presenza ARPAT sul social più diffuso al mondo, Facebook, è la più recente, infatti è stata attivata - come ARPA-Tnews (<https://www.facebook.com/Arpatnews/>) - solamente nell'estate dello scorso anno [17]. La scelta di proporre la newsletter deriva dalla constatazione che il tema „ambiente” interessa target molto ampi - spesso non professionali - rispetto ai quali ad esempio, il superamento del limite dei 140 caratteri imposto da Twitter, permette l'elaborazione di piccole sintesi dei contenuti proposti - oltre, naturalmente alle immagini ed ai link per gli approfondimenti - che rendono i contenuti maggiormente fruibili anche a un pubblico meno esperto. A distanza di qualche mese, a fine 2015, le persone che seguivano (avendo cliccato su „mi piace”) l'account di FB erano poco più di 600, con una copertura dei post, nelle ultime settimane dell'anno, superiore alle 5.000 unità ed interazioni che hanno coinvolto poco meno di 500 persone. Numeri contenuti, ma che - anche per questo social - stanno mostrando un interesse crescente.

YouTube è un sito Web che consente la condivisione e visualizzazione di video. È il terzo sito più visitato al mondo dopo Google e Facebook. ARPAT ha attivato la sua presenza su YouTube (<https://www>.

youtube.com/user/arpatoscana) nella seconda metà del 2011. Anche in questo caso ora è disponibile un sistema di analisi delle statistiche molto dettagliato. A fine 2015 sono stati resi disponibili 99 video (prevalentemente costituiti da servizi realizzati da varie emittenti televisive, in cui si parla dell'Agenzia). Nel 2015 si sono registrate 3.925 visualizzazioni per una durata media di 1' 32". Dall'apertura del canale le visualizzazioni sono state oltre 24.000 con un tempo medio di 1'28". Una parte significativa è costituita da video relativi alle attività svolte per le emergenze della Costa Concordia [18] e dei bidoni tossici dispersi dall'eurocarga Venezia [19], ma anche sulla geotermia [20].

Flickr è un sito Web che permette agli iscritti di condividere fotografie personali con chiunque abbia accesso a Internet. Il sito Web ha una libreria in continua crescita contando ogni minuto più di duemila nuove foto inserite da parte dei suoi sette milioni di utenti. ARPAT ha attivato la sua presenza su Flickr nel mese di luglio 2012. A fine 2015 sono state rese disponibili oltre 1.500 immagini, organizzate in più di 110 album, che hanno registrato complessivamente più di 340.000 visualizzazioni. Fra queste alcune raccolte di foto che presentano le attività svolte dall'Agenzia (ad esempio il monitoraggio delle acque di balneazione dal campionamento in mare fino alle analisi in laboratorio [21], il campionamento delle emissioni di atmosfera ad un camino di una raffineria [22], i controlli in un sito inquinato in bonifica [23], le analisi di laboratorio [24], ecc.) che singoli eventi di interesse ambientale (ad esempio l'intervento in caso di incendio di un impianto produttivo).

Issuu è un servizio Web (lanciato nel dicembre 2007) che permette di caricare materiale digitale per la visualizzazione di documenti libri, riviste, giornali e altri media stampati. Si integra con i siti di reti sociali per promuovere il materiale caricato. In particolare rende agevole la consultazione dei documenti, caricati

prevalentemente in formato pdf, rendendoli sfogliabili, come quando si legge un libro. Inoltre è particolarmente comodo perché permette di visualizzare agevolmente anche documenti particolarmente pesanti (anche di centinaia di pagine), non facilmente scaricabili in assenza di connessioni veloci.

ARPAT ha attivato la sua presenza su Issuu (<https://issuu.com/arpatoscana>) nel mese di luglio 2012. A fine 2015 sono stati resi disponibili i report ambientali e le pubblicazioni dell'Agenzia edite dal 2012, fra le quali l'Annuario dei dati ambientali ARPAT [25], nonché tutta la serie delle schede informative rivolte alla divulgazione su alcuni temi di interesse generale (amianto, rumore, radon, campi elettromagnetici, microinquinanti, AIA, ecc.). Complessivamente 99 pubblicazioni, che sono state viste quasi 135.000 volte, con un massimo per le versioni dei diversi anni dell'Annuario dei dati ambientali

UNA PROSPETTIVA DI LAVORO PER IL SNPA

Nell'ambito del programma triennale delle attività del Sistema Nazionale della Protezione Ambientale (SNPA), come accennato sopra, è stato costituito dal Consiglio Federale un gruppo di lavoro sulla comunicazione [26], coordinato da ARPA Toscana. Nel corso del seminario del Consiglio federale (CF), del Comitato tecnico permanente (CTP) e del gruppo di lavoro "Comunicazione" (GdL) [26] di ISPRA e delle Agenzie provinciali (APPA) e regionali (ARPA), tenutosi a Firenze a fine gennaio, in cui si è parlato di comunicazione e informazione [27] come attività strategiche per il Sistema nazionale per la protezione ambientale (SNPA), il presidente di ISPRA e del CF, Bernardo De Bernardinis, ha proposto di programmare una **Conferenza nazionale sulla comunicazione del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente** (SNPA) come momento di presentazione delle varie azioni che si stanno mettendo



Figura 7. Il percorso di ascolto e confronto del Gruppo di lavoro “Comunicazione” del SNPA

a punto e – soprattutto – come momento di confronto anche con gli interlocutori esterni del SNPA. Con l’approvazione definitiva da parte del Parlamento della legge 132 del 28 giugno 2016, che istituisce formalmente il sistema, questo momento di discussione ed approfondimento è ancora più necessario.

La conferenza potrebbe essere programmata per la tarda primavera 2017, quando le attività previste saranno ad uno stato molto avanzato. Per questo il GdL Comunicazione sta realizzando un percorso articolato, in primo luogo di ascolto, per capire quali sono le aspettative degli interlocutori esterni nei confronti della comunicazione e informazione del Sistema.

I primi appuntamenti, rivolti in particolar modo ai comunicatori delle Agenzie – in alcuni casi aperti anche ad altri rappresentanti del SNPA – sono già stati svolti nel corso della primavera 2016, altri sono previsti in autunno:

- il 10 maggio 2016 a Padova si è tenuto, in collaborazione con la Federazione relazioni pubbliche italiane (Ferpi), il seminario Crisis Management. Perché non si è mai sufficientemente preparati quando scoppia una crisi? Una ipotesi di cassetta degli attrezzi [28];
- il 16 e 17 giugno 2016 a Trieste si è svolto, in collaborazione con la Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati (SISSA), il workshop Comunicare la scienza, comunicare l’ambiente [29];
- il 7 settembre a Firenze si svolgerà la giornata formativa dedicata ai nuovi mezzi di comunicazione Le Agenzie di protezione ambientale e i social, in collaborazione con Cittadini di Twitter;
- Il 29 settembre si svolgerà a Bologna un seminario in collaborazione con la Federazione italiana media ambientali (FIMA) su: *Comunicare l’ambiente nell’epoca della conversazione sociale. Esperienze, problemi e prospettive verso una maggiore*

trasparenza dell'informazione ambientale.

Successivamente sono previsti un workshop di approfondimento a Perugia, una iniziativa in collaborazione con l'associazione Comunicazione Pubblica, un incontro presso l'Università di Salerno su open data e trasparenza ed un seminario su Comunicazione ed educazione alla sostenibilità, il tutto fra l'autunno inoltrato e la primavera del prossimo anno.

Anche attraverso queste iniziative si sta costruendo un tessuto comune di conoscenze ed esperienze fra i comunicatori delle Agenzie ambientali che può favorire l'obiettivo della integrazione della comunicazione del SNPA.

Fra le iniziative messe in essere dal GdL, vi è anche la pubblicazione di un notiziario settimanale del SNPA denominato AmbienteInforma [30], che ha iniziato le sue pubblicazioni il 27 maggio 2016, e viene inviato a tutto il personale degli enti del SNPA e ad un indirizzario di stakeholder esterni (amministratori, tecnici, associazioni, imprese, categorie, media, ecc.), di oltre 50.000 destinatari, che progressivamente sarà sempre più esteso. È disponibile anche un modulo online [31] - aperto a tutti - per ricevere il notiziario (archivio dei numeri usciti [32]). L'obiettivo di questo strumento informativo è quello di presentare un "Sistema", composto da tante agenzie diverse, che lavora quotidianamente e sempre più spesso "insieme", in una prospettiva di integrazione. In AmbienteInforma si trovano (notizie, report e pubblicazioni, video, eventi, articoli, infografiche):

- relative all'attività del SNPA e/o di più soggetti che lo compongono;
- relative all'attività di un singolo ente, presentate in un'ottica più generale di sistema, passando da una logica locale ad una globale;
- esempi di "buone pratiche" anche sperimentate da un singolo ente, ma utili anche per gli altri;
- ma anche relative all'attività di un singolo ente, cercando di evitare gli eccessivi „localismi”.

Il Notiziario è realizzato da una

redazione [33] alla quale partecipano comunicatori di ISPRA e di tutte le agenzie ambientali regionali e provinciali, che lavora in modo pienamente integrato (ad esempio con riunioni settimanali in videoconferenza per condividere i singoli numeri del notiziario e definire gli argomenti dei focus dei numeri successivi).

Con il lavoro quotidiano comune, metaforicamente "spalla a spalla", si costruiscono davvero le basi per l'integrazione dei comunicatori delle agenzie, premessa essenziale per realizzare una comunicazione integrata del Sistema.

Se AmbienteInforma è la prima azione di comunicazione integrata di sistema, altre ne seguiranno, sempre più impegnative e coinvolgenti, accompagnando la costruzione del SNPA:

- il coordinamento della presenza sui social media, definendo policy condivise e hashtag comuni;
- il coordinamento editoriale delle riviste edite da alcune agenzie, accentuando in una prima fase le loro caratteristiche complementari, per poi procedere gradualmente alla realizzazione di una rivista di sistema;
- il coordinamento delle nomenclature usate nei siti Web, come premessa per una sempre maggiore interconnessione fra i siti delle diverse agenzie, nella prospettiva della costruzione anche di un sito Web di sistema;
- l'individuazione di modalità integrate di presentazione ai media dei report di sistema (qualità dell'ambiente urbano, qualità dell'aria, ecc.), come punto di partenza per una integrazione sempre maggiore degli uffici stampa;
- il coordinamento delle attività di relazioni con il pubblico, condividendo banche dati, FAQ, ed altre risorse;
- ecc.

NOTE BIBLIOGRAFICHE

- [1] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpatnews/2015/072-15/072-15-conflitti-ambientali-in-toscana-nel-2014>
- [2] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpatnews/2014/072-14/072-14-1-agen>

- zia-per-la-protezione-ambientale-statunitense
- [3] <http://www.arpat.toscana.it/agenzia/collaborazioni/sistema-delle-agenzie/programma-triennale-di-attivita/programma-triennale-di-attivita>
- [4] <http://www.isprambiente.gov.it/files/pubblicazioni/reportfinale03nov15.pdf>
- [5] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpat-news/>
- [6] <http://www.arpat.toscana.it/attivita/supporto-tecnico-scientifico/emergenze-ambientali>
- [7] <http://www.arpat.toscana.it/urp/sistema-di-ascolto-di-arpat>
- [8] <http://www.arpacal.it/index.php/arpacal/attivita/comunicazione/rassegna-stampa>
- [9] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpacal-news/2016/103-16/103-16-informazioni-in-tempo-quasi-reale-sulla-balneazione-in-toscana>
- [10] <http://www.arpat.toscana.it/documentazione/catalogo-pubblicazioni-arpat/rapporti-balneazione/controllo-delle-acque-di-balneazione-stagione-2015>
- [11] <http://www.arpat.toscana.it/documentazione/brochure/balneazione-classificazione-acque-2015-infografica.pdf>
- [12] <http://www.arpat.toscana.it/documentazione/catalogo-pubblicazioni-arpat/la-balneazione>
- [13] <http://www.flickr.com/photos/arpatoscana/albums/72157630999278538>
- [14] http://www.arpat.toscana.it/temi-ambientali/acqua/balneazione/ac_ma_balneazione_intro.html
- [15] <http://www.arpat.toscana.it/temi-ambientali/acqua/balneazione/divieti-di-balneazione/divieti-temporanei-di-balneazione>
- [16] <http://www.arpat.toscana.it/temi-ambientali/aria/qualita-aria/>
- [17] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/notizie-brevi/2015/le-notizie-sullambiente-d-arpat-anche-su-facebook>
- [18] <http://www.arpat.toscana.it/temi-ambientali/acqua/naufragio-nave-costa-concordia/naufragio-della-costa-concordia>
- [19] <http://www.arpat.toscana.it/temi-ambientali/acqua/bidoni-tossici-a-largo-della-gorgona/bidoni-ossici-a-largo-della-gorgona>
- [20] <https://www.youtube.com/watch?v=TxbT-xAyGJE>
- [21] <http://www.flickr.com/photos/arpatoscana/sets/72157630999278538/>
- [22] <http://www.flickr.com/photos/arpatoscana/sets/72157632285573752/>
- [23] <http://www.flickr.com/photos/arpatoscana/sets/72157632294658718/>
- [24] <http://www.flickr.com/photos/arpatoscana/sets/72157638041139493/>
- [25] <http://www.arpat.toscana.it/annuario>
- [26] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/notizie-brevi/2015/comunicazione-e-informazione-al-via-un-gruppo-di-lavoro-del-sistema-nazionale-della-protezione-ambientale>
- [27] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/notizie-brevi/2016/il-sistema-nazionale-per-la-protezione-ambientale-discute-di-comunicazione>
- [28] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpat-news/2016/105-16/105-16-la-gestione-della-crisi/>
- [29] <http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpacal-news/2016/139-16/139-16-comunicare-la-scienza-comunicare-lambiente>
- [30] <http://ambienteinforma-snpa.it/>
- [31] http://ambienteinforma-snpa.it/?page_id=372
- [32] http://arpat.httdev.it/e/t?q=9%3d2YB-bA%26G%3d7W%26o%3dbAY5%26J%-3dAX3XC%26Q%3diOzL_svYv_46_xwTu_8B_svYv_3AgNq6z.DuOjAw.Dz_NRxV_XgAxKoOkJe_MWyQ_WlJfRyHfOzAsN.gOqS_xwT7b-6gu_9Bj9rEtO_xwTu_902V_xwTu_8bi6yDmDyPb_MWyQ_Xj7f71Y2a7-Z66F-Zba9-e908-9dX-DB309X68k%26o%3d
- [33] http://ambienteinforma-snpa.it/?page_id=353