

**Università IUAV di Venezia**  
**Nuove tecnologie e informazione territorio e ambiente**

- 1. La comunicazione come elemento strategico del controllo ambientale.**
- 2. Comunicare i dati, le informazioni, le conoscenze.**
- 3. I pubblici, le modalità, gli strumenti della comunicazione ambientale.**
- 4. Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio.**
- 5. Il conflitto ambientale e la dicotomia fatto/valore: per una comunicazione non duale**

**Mauro Bompani**  
**Responsabile Area Comunicazione**  
**Direzione generale Arpa Emilia-Romagna**

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

**Il segreto per essere noiosi  
consiste nel dire tutto**

*Voltaire*

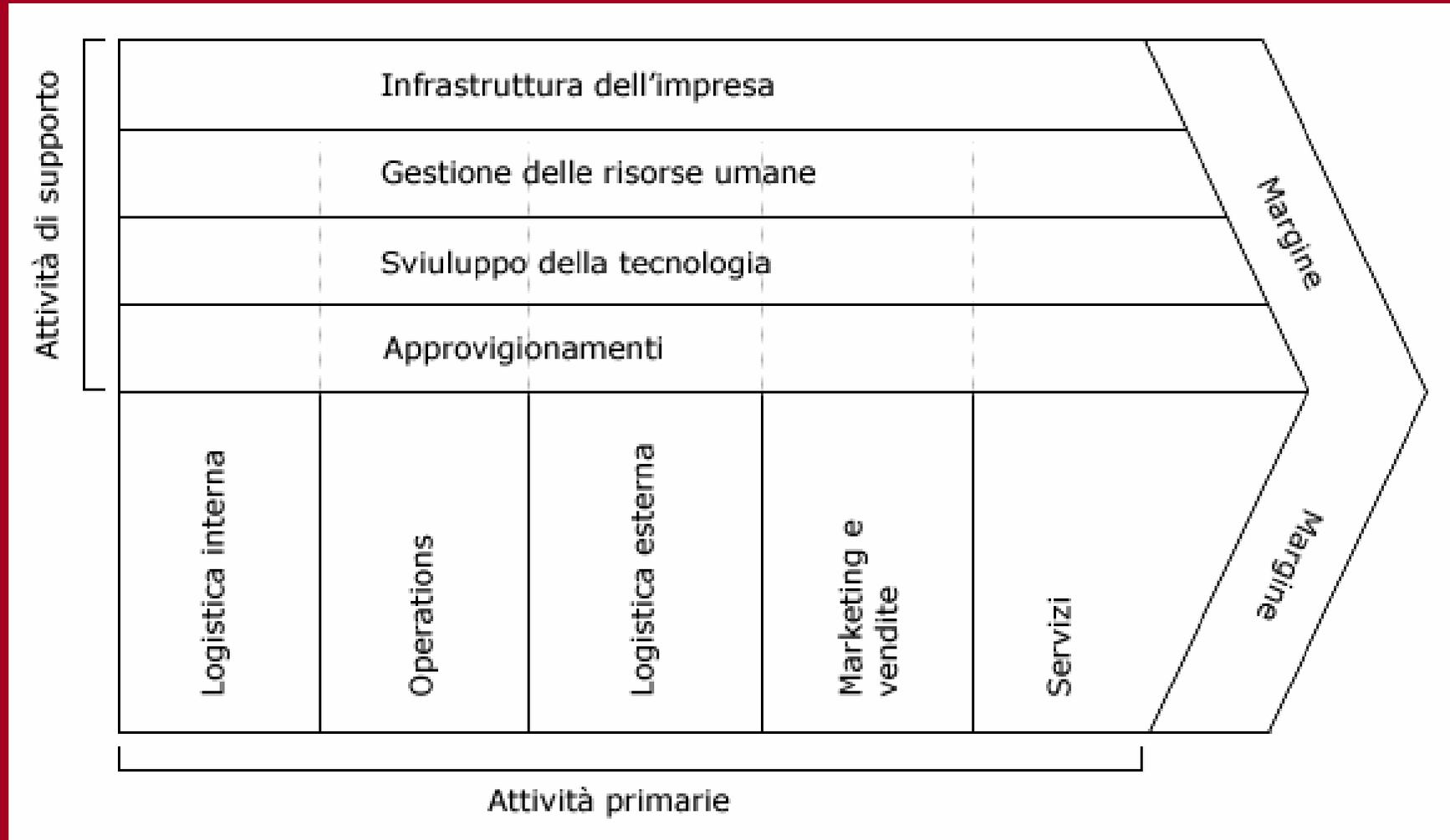
**Università IUAV di Venezia**  
**Nuove tecnologie e informazione territorio e ambiente**

- 1. La comunicazione come elemento strategico del controllo ambientale.**
- 2. Comunicare i dati, le informazioni, le conoscenze.**
- 3. I pubblici, le modalità, gli strumenti della comunicazione ambientale.**
- 4. Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio.**
- 5. Il conflitto ambientale e la dicotomia fatto/valore: per una comunicazione non duale**

**Mauro Bompani**  
**Responsabile Area Comunicazione**  
**Direzione generale Arpa Emilia-Romagna**

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

# Processi primari e di supporto



# Processi primari

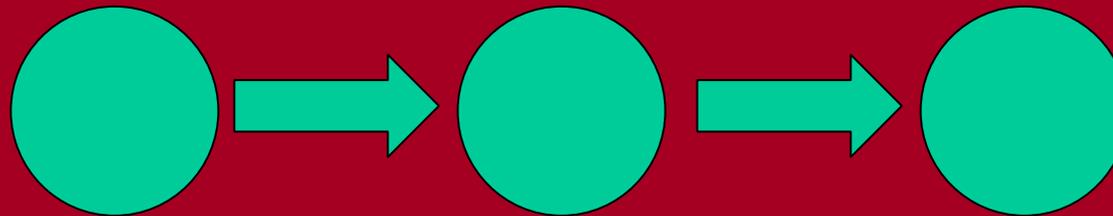
- **Processo: un insieme organizzato di attività il cui risultato finale sia una prestazione che ha valore per un cliente esterno**

# Processi di integrazione/supporto

- **Processi di supporto: definiscono gli obiettivi aziendali, ne controllano e regolano l'allineamento e il raggiungimento, garantiscono l'acquisizione, l'utilizzo e l'aggiornamento delle risorse per lo svolgimento dei processi primari**

## Dove si colloca la comunicazione nel controllo ambientale?

### Catena del valore “classica”



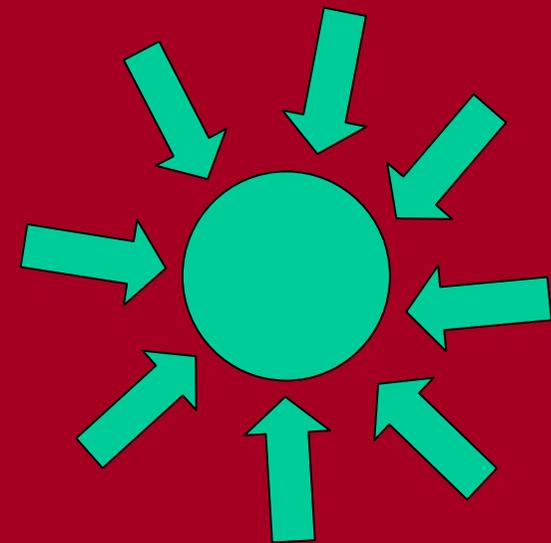
La classica catena del valore privilegia  
l'informazione lineare (e il feedback)

La comunicazione è “funzionale”, è un processo di  
supporto. Oppure è pubblicità

# Stella del valore

(sviluppata nel mondo dei servizi)

La stella del valore mostra i diversi attori che contribuiscono al processo di creazione del valore per il cliente. Le relazioni interne ed esterne sono prevalentemente dialogiche. La comunicazione è “organizzativa”, è un **processo primario** di costruzione del valore.



Rielaborazione da: Richard Normann, *Ridisegnare l'impresa*, Etas, 2002

## CONCLUSIONE

la comunicazione in Arpa è  
processo primario e secondario.

Si potrebbe anzi dire che la comunicazione,  
in senso stretto, sia uno dei principali  
Prodotti della gestione caratteristica di Arpa  
“che ha valore per il cliente”

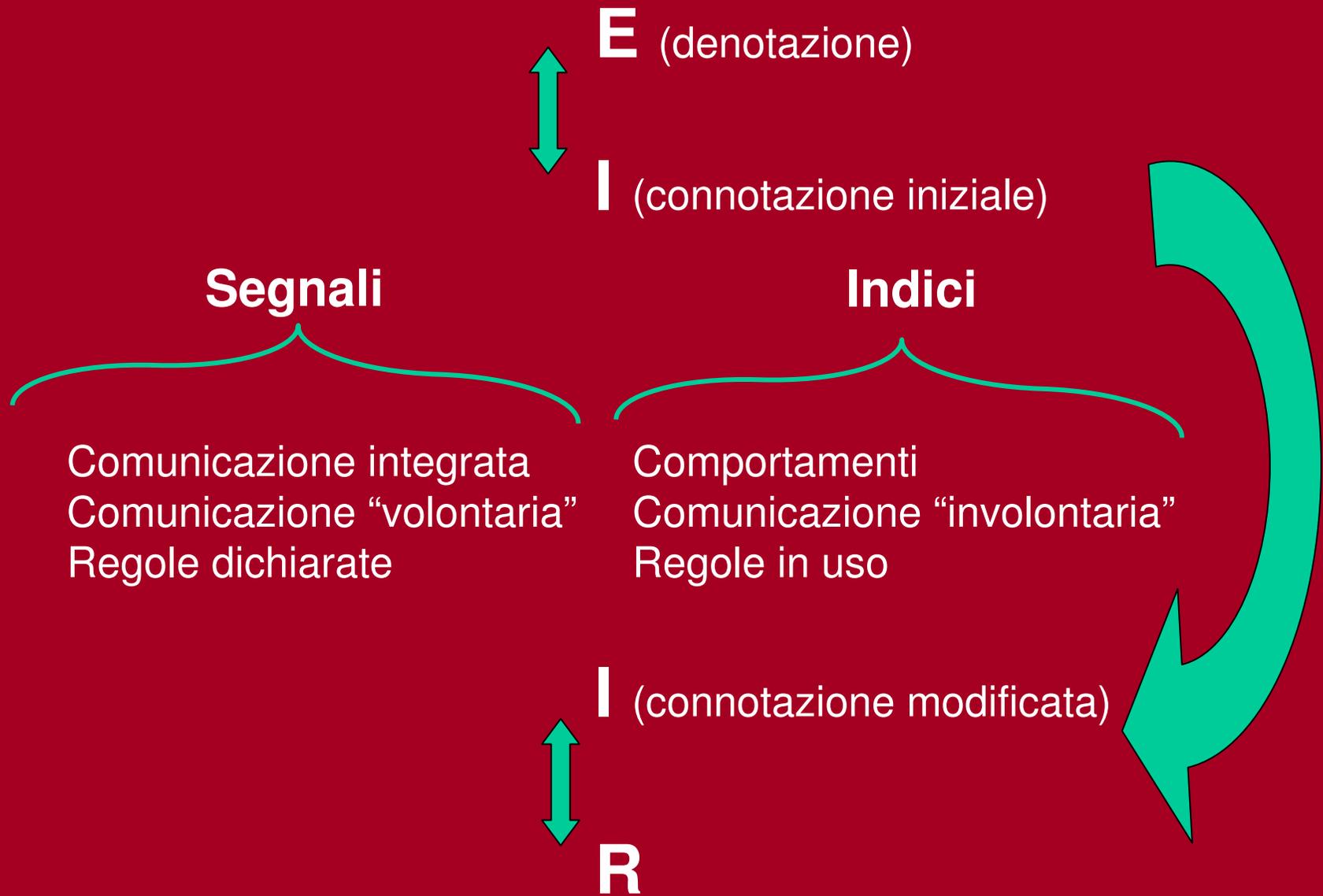
*[ma importante è il formato della comunicazione,  
cioè come comunicare l'informazione ambientale]*

**Università IUAV di Venezia**  
**Nuove tecnologie e informazione territorio e ambiente**

1. **La comunicazione come elemento strategico del controllo ambientale.**
2. **Comunicare i dati, le informazioni, le conoscenze.**
3. **I pubblici, le modalità, gli strumenti della comunicazione ambientale.**
4. **Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio.**
5. **Il conflitto ambientale e la dicotomia fatto/valore: per una comunicazione non duale**

**Mauro Bompani**  
**Responsabile Area Comunicazione**  
**Direzione generale Arpa Emilia-Romagna**

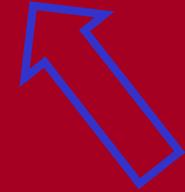
Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna



IUAV 31 marzo 2011

# MARKETING

# UFFICIO STAMPA



## COMUNICAZIONE D'IMPRESA

## RELAZIONI CON I MEDIA

## PUBBLICHE RELAZIONI

## COORDINAMENTO D'IMMAGINE

## COMUNICAZIONE ESTERNA

## COMUNICAZIONE INTERNA

# RAPPORTI ISTITUZIONALI

# RISORSE UMANE

# GRAFO DEI PROCESSI E FUNZIONI DELLA COMUNICAZIONE

Publicazioni settoriali

Rivista aziendale

Supporto al marketing

Comunicazione istituzionale Fiere, mostre, convegni

Sponsorizzazioni

Rapporti con categorie economiche

Rapporti con Enti locali

Rapporti con associazioni ambientaliste

Scuola ed università

Conferenze stampa

Comunicati stampa

Produzioni radio e TV

Verifica qualità percepita

Sondaggi di opinione

Sito Internet

Carta dei servizi

Reclami e richieste

Gestione marchio

Tecnologie per la comunicazione

Comunicazione del rischio

Comunicazione "a cascata"

Rassegna stampa

Accoglienza

Visite guidate

Press Book

Cerimoniale

Documentazione

Assemblee dipendenti

Ricorrenze, cerimonie, festività

Formazione alla comunicazione

Intranet

News letter

Bacheche

Comunicazione ambientale di Arpa

Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

# Organizzazione



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

# Organizzazione

- Allineare l'organizzazione alle strategie: non “delegare” la comunicazione, ma renderla pervasiva e diffusa
- Integrare i diversi specialismi comunicativi attraverso un presidio professionale
- Il *focus* della comunicazione delle Agenzie coinvolge anche le attività tecniche (anche la semplice comunicazione delle misure)
- **In sintesi: “comunicazione organizzativa”**

# Comunicazione organizzativa

- Strumento di produzione dell'immagine dell'ente
- Strumento di controllo fondamentale della coerenza dei fattori
- Modello di pianificazione delle attività comunicative
  - specialistiche
  - diffuse

## **Le cinque proposizioni operative della comunicazione organizzativa**

- Riferire tutte le iniziative di comunicazione ai valori guida aziendali, specifici ed eticamente fondati.
- Realizzare un'elevata coerenza e sinergia tra tutti gli atti comunicazionali e con le azioni gestionali.
- Supportare le innovazioni organizzative e gestionali strategiche con la comunicazione.
- Diffondere le competenze di comunicazione interpersonale per favorire la cooperazione.
- Realizzare il presidio strategico della comunicazione e utilizzare tecniche manageriali evolute per gestirla.

*Emanuele Invernizzi*

## Pianificare secondo la comunicazione organizzativa

<i>Modalità</i> <b>Obiettivi</b>	<b>Com. interpersonali</b>	<b>Com. mediate dirette e/o personalizzate</b>	<b>Com. mediate indirette (di massa)</b>
<b>Per la visibilità dell'impresa</b>	C. di front office C. di vendita C. di ricevimento Congressi e convegni	Bilancio, Annual report, Brochure istituzionale News letter, Pubblicazioni di prestigio	Relazioni con la stampa Sponsorizzazioni Pubblicità di marca
<b>Per la gestione e lo sviluppo organizzativo</b>	Introduzione di nuovi ass. Relazioni capo – coll. Riunioni di gruppo Formazione	House organ, Quaderni aziendali Bilancio, Brochure, News letter	Relazioni con la stampa Video conferenze Interviste a media
<b>Per la visibilità dei prodotti</b>	C. di front office C. di assistenza Numero verde	Brochure di prodotto Direct mail Riviste per esterno Guida per clienti/utenti	Mostre e fiere Pubblicità Presentazione di nuovi prodotti

Fonte: dispensa Istituto RSO.

# Comunicazione di Arpa Emilia-Romagna

- **Tre elementi strategico-organizzativi che vanno in questa direzione**
  - Sito Internet-Intranet (gestione diffusa, attenzione ai “formati” della comunicazione, gestione con CMS)
  - Indagine di customer (per Vision 2000), attivazione di customer satisfaction survey
  - Nei nodi operativi: sviluppo delle competenze comunicative in logica di “sussidiarietà”
- **Criticità/obiettivi fondamentali:**
  - Diffusione della cultura comunicativa
  - Adeguamento delle competenze professionali nei nodi
  - Rapporto con formazione/organizzazione/risorse umane

# Gli strumenti di comunicazione di Arpa Emilia-Romagna

(per inviare “segnali”)

**Università IUAV di Venezia**  
**Nuove tecnologie e informazione territorio e ambiente**

1. **La comunicazione come elemento strategico del controllo ambientale.**
2. **Comunicare i dati, le informazioni, le conoscenze.**
3. **I pubblici, le modalità, gli strumenti della comunicazione ambientale.**
4. **Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio.**
5. **Il conflitto ambientale e la dicotomia fatto/valore: per una comunicazione non duale**

**Mauro Bompani**  
**Responsabile Area Comunicazione**  
**Direzione generale Arpa Emilia-Romagna**

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

**Navigare tra i documenti della  
conoscenza ambientale**  
*(condivisione dei dati)*

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

## Fondamenta epistemologiche del tecnico

**“Ho talmente tanti dati  
che me ne manca sempre qualcuno”**

**Indicatori descrittivi:** utili “solo”  
per comprendere meglio i fenomeni complessi

**Indicatori di prestazione:** sono associati  
a soglie, limiti, target. Strumento principale  
di supporto alle decisioni di politica ambientale  
(pianificazione, agende 21, ecc.)

**Possiamo dire che c'è un'analogia con il mix tra modalità  
comunicative e modalità coercitive/premiali finalizzate a modificare  
i comportamenti?**

## Informare o comunicare con gli indicatori?

**Troppo analitici:** poco usabili per la decisione politica. Rischio tecnocratico

**Troppo sintetici:** la decisione è già “incorporata”.  
Rischio di ipersemplicificazione non rigorosa

# Come comunica il "tecnico"

Comunicati  
mass media

Valutaz.in VAS,  
SIA, EMAS,  
dossier amb.

Relazioni  
stato amb.

Repertori  
di basi-dati

Annuari sui  
dati amb.

Referti tecnico-  
scientifici

Basi-dati

Banche dati

Rapporti  
di misura

DATI

INDICATORI INDICI

COMUNICAZIONE

CLASSIFICAZIONE

# La “dinamica” della comunicazione ambientale tramite indicatori

Comunicazione  
[sintesi]

Ipotesi di  
chiavi di lettura

Conoscenza  
dei bisogni  
e delle  
aspettative

Qui si colloca  
l'interazione tra  
strutturazione  
info web e  
domanda

Informazione  
[analisi]

Non relazionale

Ipotesi  
(p.es. *media*)

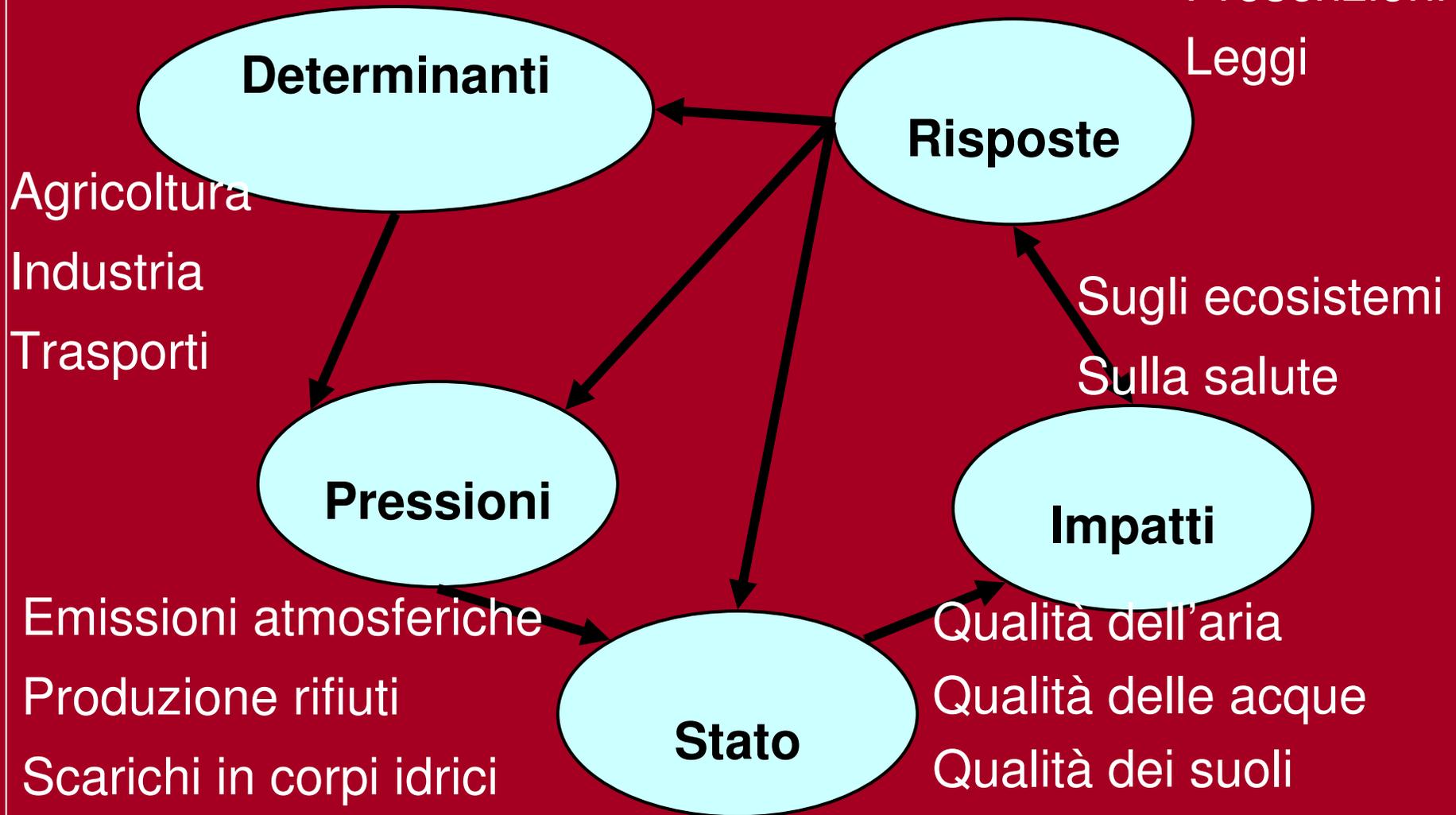
Dati

Indicatori

[Indici e/o metadati]

# Modello DPSIR

Piani  
Prescrizioni  
Leggi



# **Comunicazione dei dati ambientali è il focus della relazione con i cittadini**

**Affidabile**

**Comprensibile**

**Rigorosa**

**Coinvolgente**

**Efficace**

**Gratuita**

**...**

***Così ci dicono i cittadini e i colleghi  
di Arpa Emilia-Romagna***

## **Arpa Emilia-Romagna:**

**Comunicare 10 milioni di dati/anno**

**Mettere a disposizione 5.000 documenti**

**Sono dunque necessari:**

**Un sistema di ricerca, intelligente  
per chi cerca (non per chi detiene le info)**

**Un sistema di aggregazione in indici-  
indicatori (condivisi dai destinatari)**

**cioè: sistemi di comunicazione**

**Università IUAV di Venezia**  
**Nuove tecnologie e informazione territorio e ambiente**

1. **La comunicazione come elemento strategico del controllo ambientale.**
2. **Comunicare i dati, le informazioni, le conoscenze.**
3. **I pubblici, le modalità, gli strumenti della comunicazione ambientale.**
4. **Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio.**
5. **Il conflitto ambientale e la dicotomia fatto/valore: per una comunicazione non duale**

**Mauro Bompani**  
**Responsabile Area Comunicazione**  
**Direzione generale Arpa Emilia-Romagna**

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

**Esempio di una risposta tardiva, burocraticamente legata alla “descrizione dei dati” e non alle esigenze**

**In assenza di risposta efficace  
il bisogno di conoscenza si autoorganizza:**

**ma in tal modo**

- *La conoscenza che si diffonde è imprecisa*
- *L'autorità è delegittimata*
- *Si può produrre conflitto*

# Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio

*Un esempio ologrammatico “sportivo”*

*La comunicazione delle distanze lineari,  
chilometriche, è “neutra”, oggettiva,  
meramente tecnica e normata. O no?*

IUAV 31 marzo 2011

# Comunicazione burocratica

## Pista ciclabile Modena-Vignola (22 km)



**Domanda di segnalazione: direzione e distanza**

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

## Il bisogno di comunicazione lascia segnali



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

## La comunicazione spontanea è “qualitativa”



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

# la comunicazione spontanea “anticipa” quella burocratica...



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

**... in modo solo parzialmente rigoroso**



**Finalmente, un bel giorno, la pista è completata e “si risponde alla domanda”.**

**L’approccio burocratico e non relazionale svela allora tutti i propri limiti**

IUAV 31 marzo 2011

# Per chi la usa, inizia qui



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

**Non qui, sulla tangenziale, dove c'è il cartello...**



**Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna**

IUAV 31 marzo 2011

# Ma dove comincia “la competenza” Si risponde alla norma ma non alla domanda



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

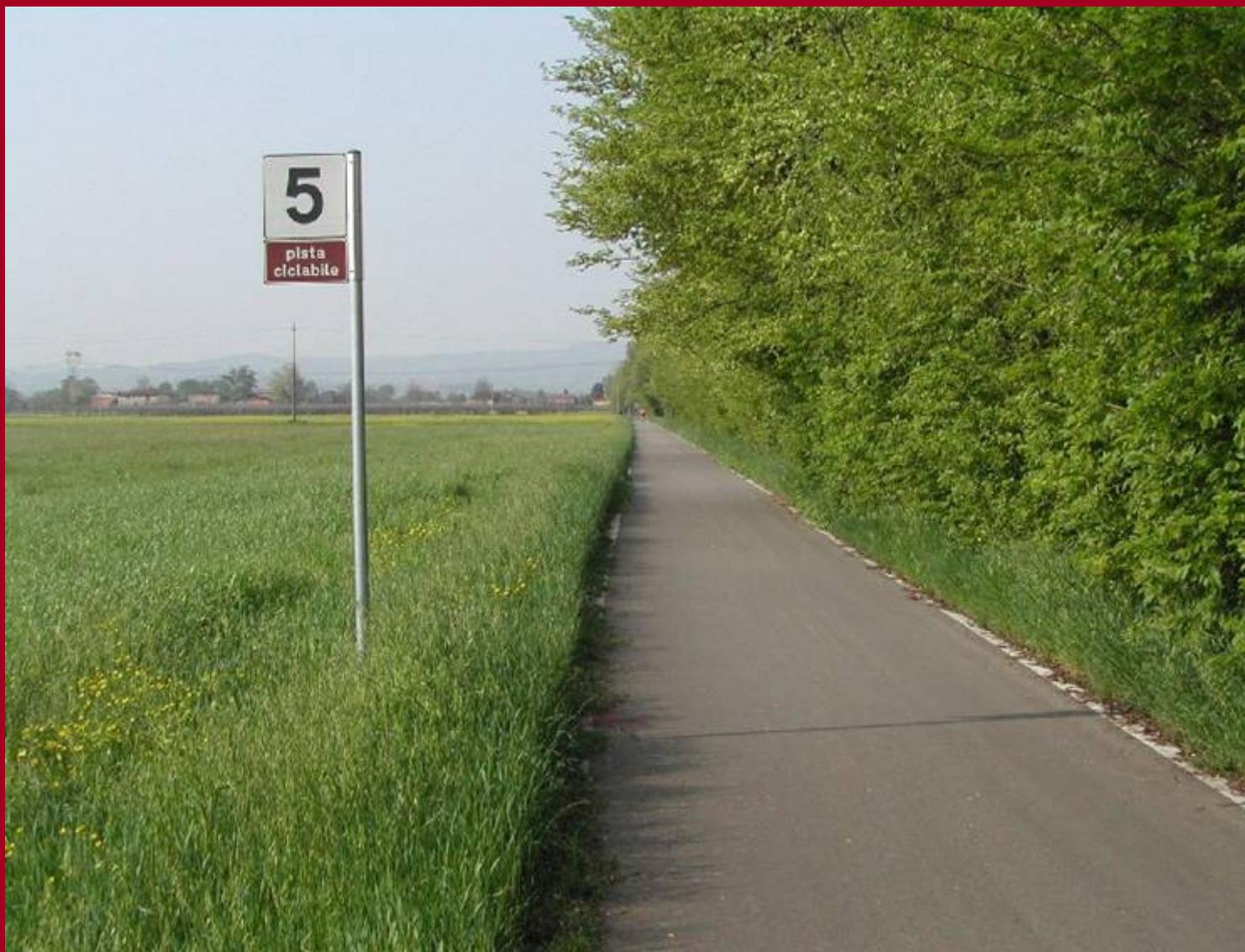
IUAV 31 marzo 2011

# Comunicazione burocratica inefficace



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

# Comunicazione burocratica ridicola



# Comunicazione burocratica ridicola



IUAV 31 marzo 2011

## Comunicazione burocratica precisa



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

# Comunicazione burocratica è inutile e costa di più



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

# La comunicazione burocratica

- Tutto ciò che non è previsto, è vietato
- Non “interpreta” mai la legge, la applica (?)
- È precisa e rigorosa
- È formalmente di qualità (*anche in Qualità*)
- In parte è inutile, solamente formalistica
- Costa di più (è poco efficace)
- Il bisogno di conoscenza si autoorganizza:
  - L'autorità è delegittimata
  - La conoscenza che si diffonde è imprecisa
- La comunicazione (ascolto) non c'è, o viene “dopo”

IUAV 31 marzo 2011

# Comunicazione di servizio

## Pista ciclabile Modena – Pescale (33 km)



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

# Già il “contesto” ci comunica un’attenzione diversa



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

Comuni  
“multifunzionali”

e e  
(ute)



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IUAV 31 marzo 2011

# Comunicazione di servizio è flessibile e si adatta all'ambiente



Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

IIAV 31 marzo 2011

Com

patica



**Km**



**Colombarone**

**17/33**

**Progressiva chilometrica · Modena Ponte Alto · Sassuolo Pescale**

**Il ciclista con la testa  
si riconosce dal casco**



bomp@tin.it

**Provincia di Modena · Comuni di Campogalliano · Formigine · Modena · Prignano · Sassuolo**

IUAV 31 marzo 2011

**Comunicazione “pensata” e di servizio trova  
finanziamento perché  
con**



**Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna**

# La comunicazione di servizio

- Tutto ciò che non è vietato, è consentito
- Interpreta le norme a favore dei cittadini
- È flessibile e si adatta alla domanda
- È sostanzialmente di qualità (*anche quando non è in Qualità*)
- Comunica solamente ciò che è utile
- Spesso costa di meno, perché usa il sapere che c'è già
- È frutto dell'ascolto e della comunicazione "in rete"
- È empatica

# COMUNICAZIONE

“burocratica”

“di servizio”

Ciò che non è previsto, è vietato

Non “interpreta” mai la legge, la applica (?)

È precisa e rigorosa

È formalmente **in** qualità

(*ma **di** qualità?*)

In parte è inutile, solamente formalistica

La comunicazione (ascolto) non c'è, o viene “dopo”

Costa di più (è poco efficace)

Il bisogno di conoscenza si autoorganizza:

- *La conoscenza che si diffonde è imprecisa*
- *L'autorità è delegittimata*
- *Produce conflitto*

Ciò che non è vietato, è consentito

Interpreta le norme a favore dei cittadini

È flessibile e si adatta alla domanda

È **di** qualità

(*anche quando non è **in** qualità*)

Comunica solamente ciò che è utile

È frutto dell'ascolto e della comunicazione “in rete”

Spesso costa di meno, perché usa il sapere che c'è già

È empatica

Produce conoscenza:

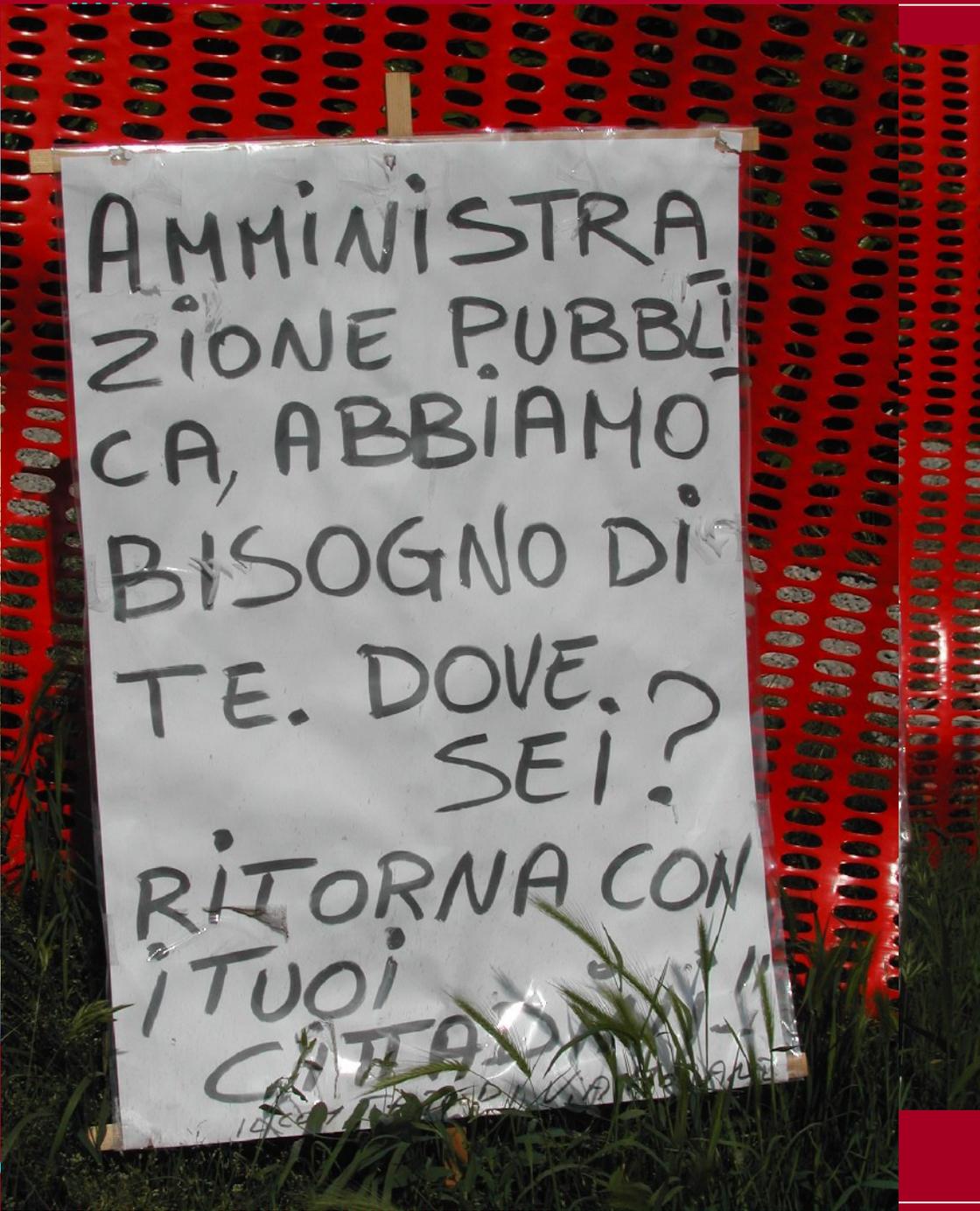
- *Comunicazione non è “risorsa scarsa”*

## **Lo stesso ente (la Provincia) ha prodotto le due segnaletiche. Come è stato possibile?**

- **Assessorato all'Ambiente: aperto all'innovazione e ai cittadini (costretto "per natura"?)**
- **Assessorato al Traffico: più orientato a processi routinari condotti senza (apparente) necessità di relazioni diffuse**

**Non è questione di "buone tecniche" per costruire comunicazione dall'alto, ma di cultura della comunicazione e della relazione, di non separazione fatto/valore.**

**In campo ambientale, nuove norme ci aiutano molto in questa direzione (VI prog e lppc)**





# Strategia della comunicazione

**Università IUAV di Venezia**  
**Nuove tecnologie e informazione territorio e ambiente**

1. **La comunicazione come elemento strategico del controllo ambientale.**
2. **Comunicare i dati, le informazioni, le conoscenze.**
3. **I pubblici, le modalità, gli strumenti della comunicazione ambientale.**
4. **Comunicazione burocratica e comunicazione di servizio.**
5. **Il conflitto ambientale e la dicotomia fatto/valore: per una comunicazione non duale**

**Mauro Bompani**  
**Responsabile Area Comunicazione**  
**Direzione generale Arpa Emilia-Romagna**

Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna

## **Due tesi e la conclusione**

**-La relazione con i destinatari della comunicazione è costitutiva delle informazioni stesse**

**-Non esiste “descrizione dei fatti” indipendente da sistemi e scelte di valore**

**-Quindi le migliori strategie, organizzazione e risorse della comunicazione ambientale sono quelle che verificano i fatti/valori ambientali con i bisogni e le domande reali dei pubblici**

## **Caratteristica fondamentale di un sistema di comunicazione efficace ed efficiente:**

**La comunicazione si crea nella relazione.**

**Non c'è "chi la inizia"**

**Chi la struttura deve tenere conto di questo "doppio movimento" di elaborazione e interpretazione (che genera coerenza)**

# Modello di analisi dei processi comunicativi

**Non c'è "il padrone della verità"**

**Il flusso della comunicazione non può avvenire con un processo unidirezionale**



# Strategie di comunicazione

- **Comunicare per produrre conoscenza più che persuasione, esplicitando i valori (epistemici ed etici) che co-fondano i modelli conoscitivi**
- **Integrazione della comunicazione “fino dall’inizio” (per esempio, nelle valutazioni “multicriteria” per autorizzazioni, progetti, VAS, ecc.)**
- **In sintesi: sfuggire al “modello duale” della comunicazione (che è quasi sempre conflittuale)**

“La comunicazione non è un bene scarso, soggetto a sparire nel consumo. Il consumo, all’opposto, la allarga e approfondisce, dunque svaniscono almeno alcune delle giustificazioni dei conflitti per conquistare una posizione dominante. La lotta per il dominio nella comunicazione mette a nudo, una volta priva della giustificazione della scarsità del bene, il suo carattere di mera lotta di potere.”

Romano Màdera

R. Màdera, L. V. Tarca, *La filosofia come stile di vita*, B. Mondadori, 2003

## ***La seconda tesi è conseguente Dicotomia fatto/valore***

“Giungere a pensare facendo a meno del dogma della dicotomia fatto/valore (*è* e *deve*) significa entrare in un genuino “post-modernismo”:  
accedere ad un nuovo campo complessivo di possibilità intellettuali in tutte le aree importanti della cultura”.

Hilary Putnam

Hilary Putnam, *Fatto/valore* (Fazi, 2004, pag. XXIV-218)

# Caratteristiche delle decisioni ambientali

- Interdisciplinare
- Trasversale
- Confronta grandezze non omogenee
- Incertezza (legata anche alla novità)
- Irreversibilità di certi effetti
- Benefici e costi non sempre equamente distribuiti
- Il decisore non è unico

**Nell'incertezza dei contenuti  
occorre perseguire la trasparenza metodologica,  
per la quale è indispensabile la partecipazione attiva dei  
pubblici**

# Incertezza della percezione

1997, Idaho Falls

Petizione per la messa al bando dell'ossido di idrogeno

“Nella forma gassosa l'ossido di idrogeno può provocare ustioni; è il componente principale delle piogge acide; è la causa dell'erosione dei terreni; riduce l'efficacia dei freni delle auto; se inalato accidentalmente può uccidere; inoltre è dimostrata la sua presenza nei tessuti degli ammalati terminali di cancro”

Il 76% degli interpellati firmò.

Solo il 15% dei rimanenti si accorse che...

## L'ossido di idrogeno è l'acqua

## Quali figure/comportamenti privilegiare nelle diverse fasi della comunicazione “per la convinzione”?

- **Informazione generale**
- **Informazione tecnica**
- **Info con retroazione**
- **Consultazione**
- **Concertazione**
- **Negoziazione**

Prevalente  
disaccordo



Prevalente  
Consenso

Convincere  
Decisionali



Rassicurare  
Non decisionali

## Alcuni strumenti disponibili

### Informazione generale

Dèpliant- Conferenze stampa -Campagne stampa  
Brochure

### Informazione tecnica

Seminari - Bilanci sociali - Convegni - Visite on site  
Rapporti ambientali - Rapporti di sostenibilità

### Info con retroazione

Rapporti ambientali - Workshop – Emas – Iso 14000

### Consultazione

Panel esperti – Focus group – Incontri informali  
Incontri formali

### Concertazione

Forum di mediazione – Dibattiti – Gruppi di lavoro...

### Negoziazione

Conciliazione – comitati misti – mediazione...

Quando

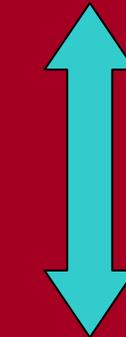
Perchè

Prevalente  
Consenso

Rassicurare  
Non decisionali



Prevalente  
disaccordo



Convincere  
Decidere

**Fin qui arriva la metà della strategia chiamata comunicazione, che deve però essere intrecciata con l'altra metà, chiamata "regole", o obblighi, o divieti, o premi/punizioni, progettata e condotta secondo l'utilizzo dello strumentario visto nel grafo.**

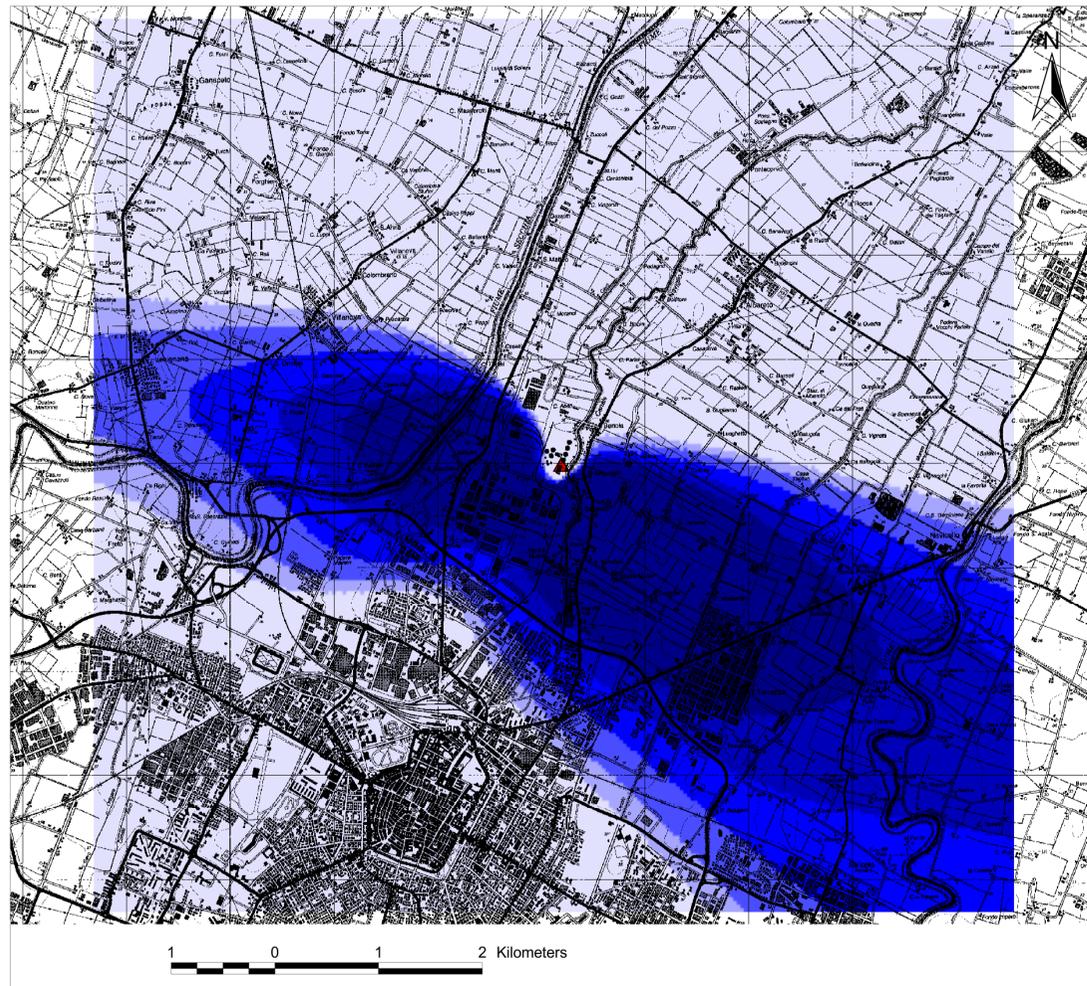
**Per convincerCI, saranno opportuni strumenti che incidono sul nostro sistema di formazione dei sistemi di credenze**

**Puntare a una co-produzione degli strumenti e dei progetti-processi di miglioramento (lo strumento “caldo” di comunicazione si comporta come un servizio, è co-prodotto o è nulla)**

### **3. Comunicazione nel progetto Monitor**

**Poteva bastare questo... forse**

# Storico Inceneritori

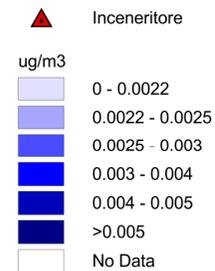


Inceneritore  
**Modena**  
Via Cavazza

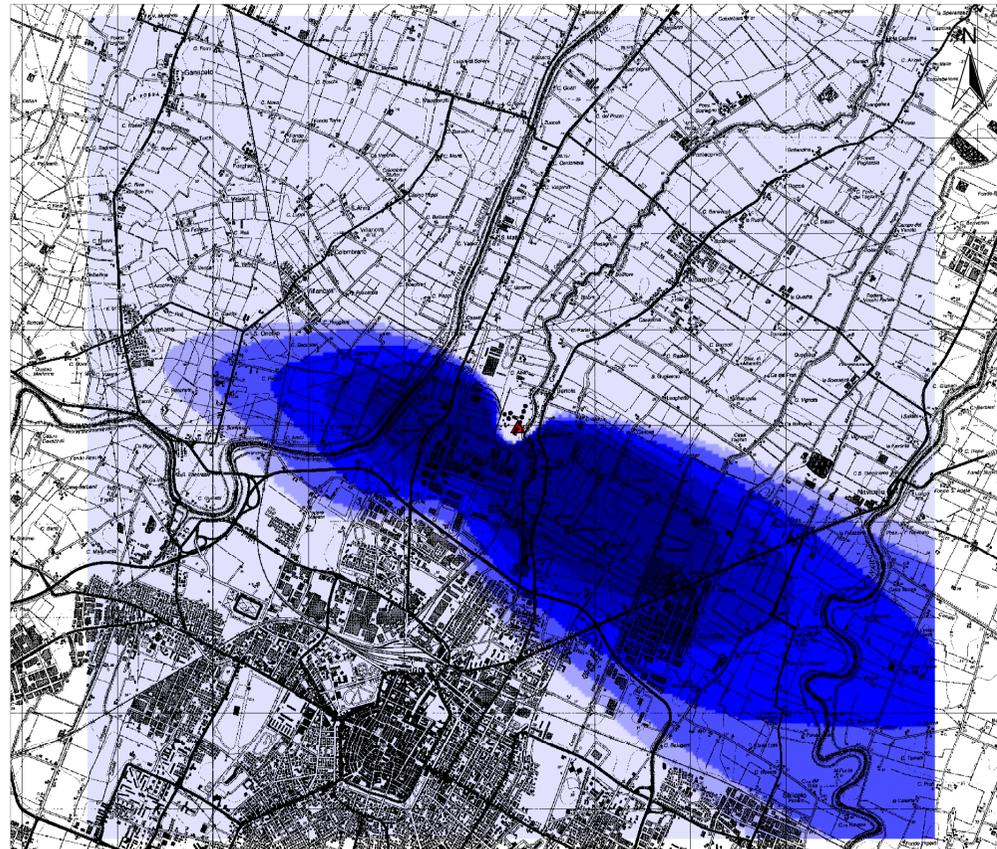
**Particolato PM10**  
Valori medi annuali  
di ricaduta al suolo

Dati di riferimento considerati  
emissioni: 1997-2002  
meteorologia: anno 2006

### Legenda



# Storico Inceneritori



Inceneritore  
**Modena**  
Via Cavazza

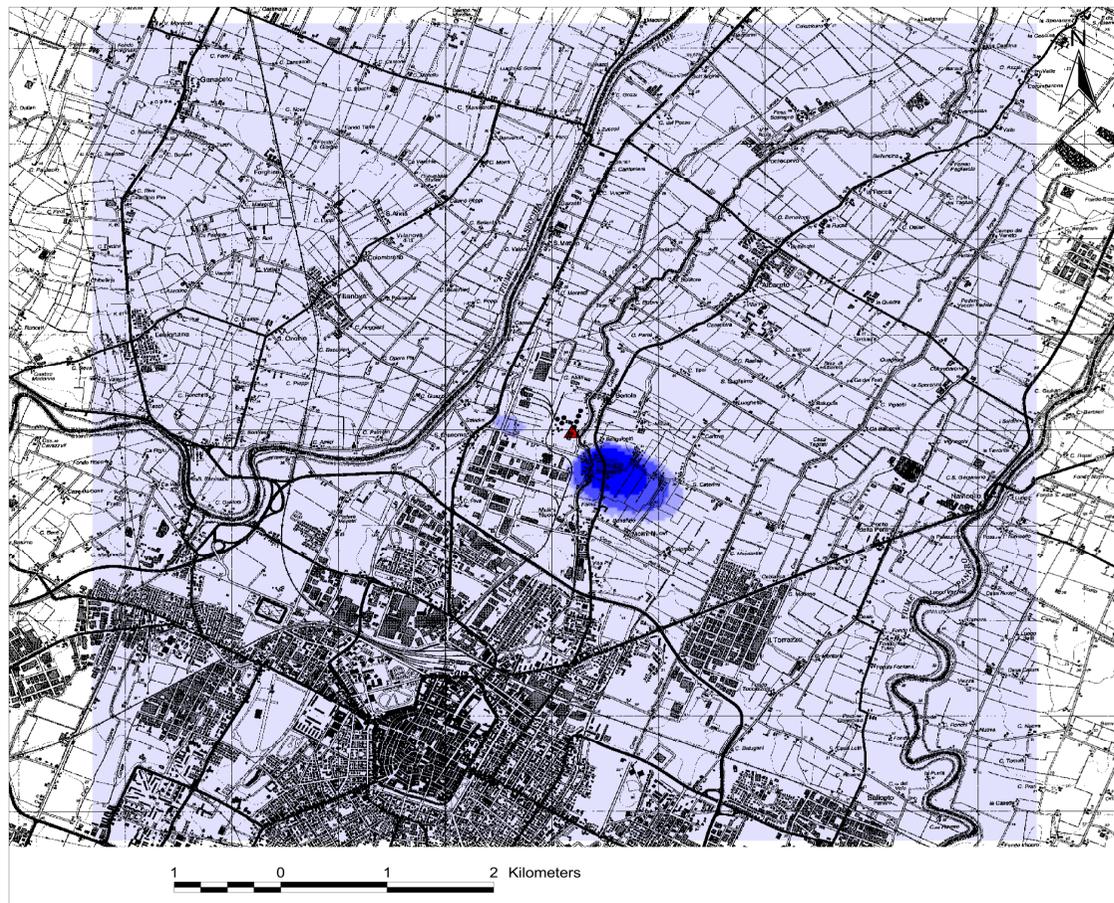
**Particolato PM10**  
Valori medi annuali  
di ricaduta al suolo

Dati di riferimento considerati  
emissioni: 2002  
meteorologia: anno 2006

**Legenda**

	Inceneritore
	0 - 0.0022
	0.0022 - 0.0025
	0.0025 - 0.003
	0.003 - 0.004
	0.004 - 0.005
	>0.005
	No Data

# Storico Inceneritori



Inceneritore

**Modena**

Via Cavazza

**Particolato PM10**

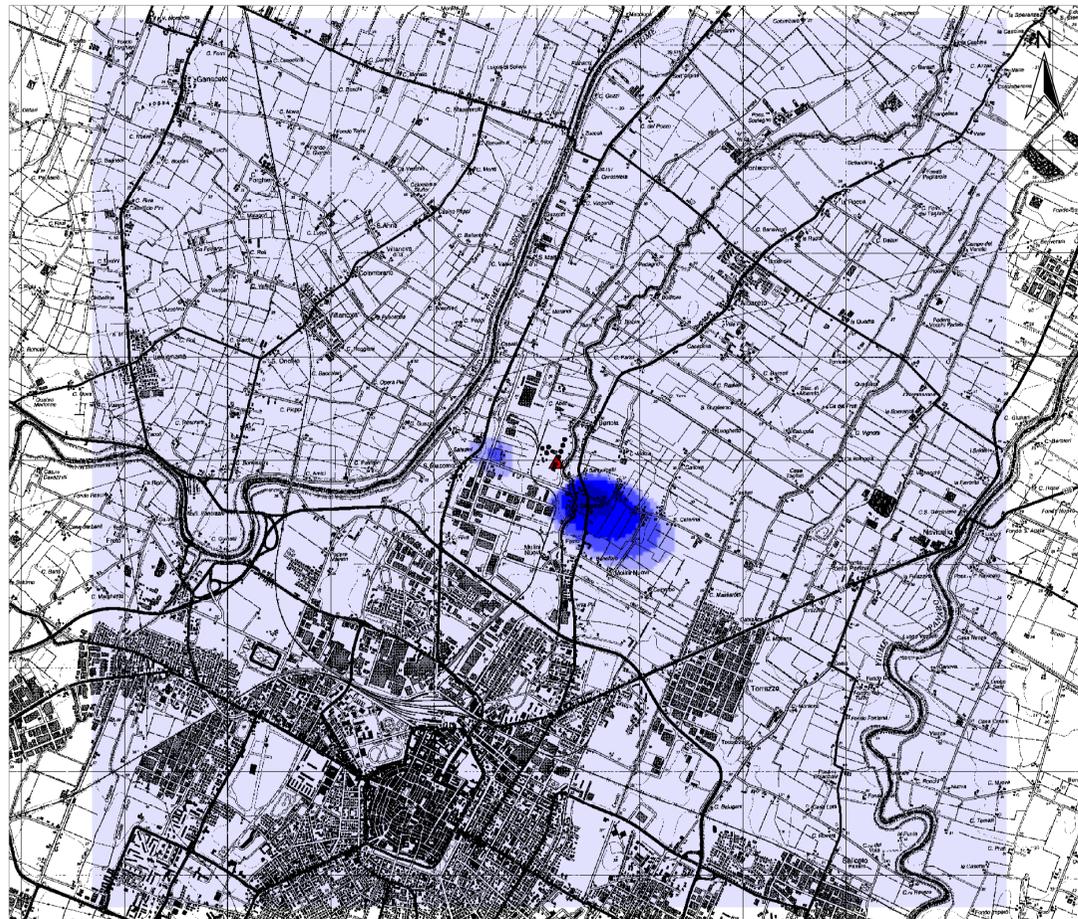
Valori medi annuali  
di ricaduta al suolo

Dati di riferimento considerati  
emissioni: 2003  
meteorologia: anno 2006

**Legenda**

	Inceneritore
ug/m3	
	0 - 0.0022
	0.0022 - 0.0025
	0.0025 - 0.003
	0.003 - 0.004
	0.004 - 0.005
	>0.005
	No Data

# Storico Inceneritori



1 0 1 2 Kilometers

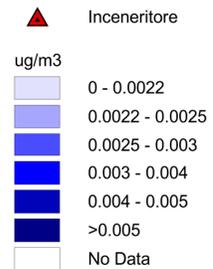


Inceneritore  
**Modena**  
Via Cavazza

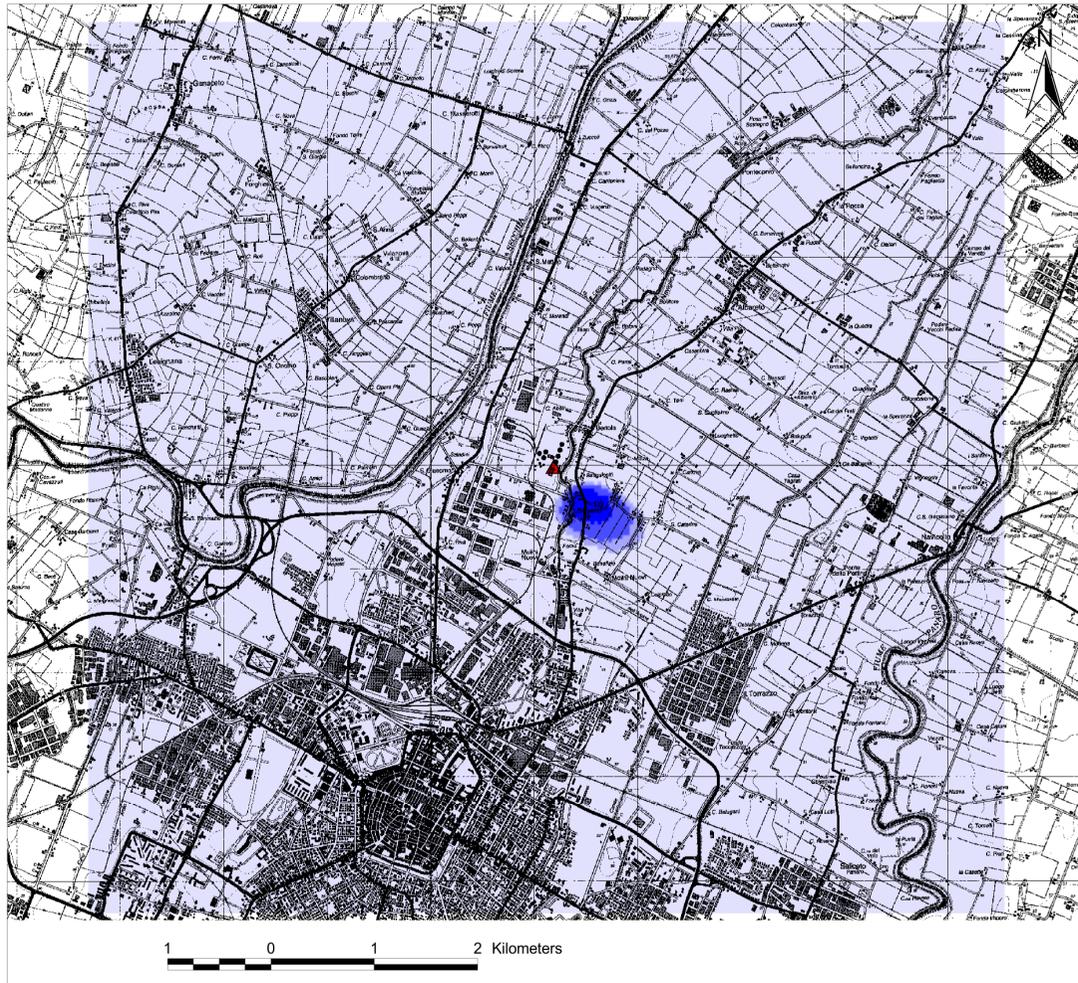
**Particolato PM10**  
Valori medi annuali  
di ricaduta al suolo

Dati di riferimento considerati  
emissioni: 2004  
meteorologia: anno 2006

### Legenda



# Storico Inceneritori

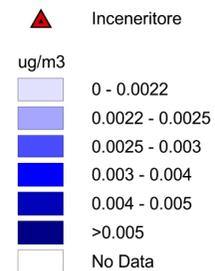


Inceneritore  
**Modena**  
Via Cavazza

**Particolato PM10**  
Valori medi annuali  
di ricaduta al suolo

Dati di riferimento considerati  
emissioni: 2005  
meteorologia: anno 2006

### Legenda



# Storico Inceneritori



Inceneritore

**Modena**

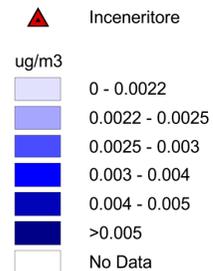
Via Cavazza

**Particolato PM10**

Valori medi annuali  
di ricaduta al suolo

Dati di riferimento considerati  
emissioni: 2006  
meteorologia: anno 2006

### Legenda



**Il sistema dell'acquisizione  
è però complesso e la cosa deve essere  
dunque pianificata**

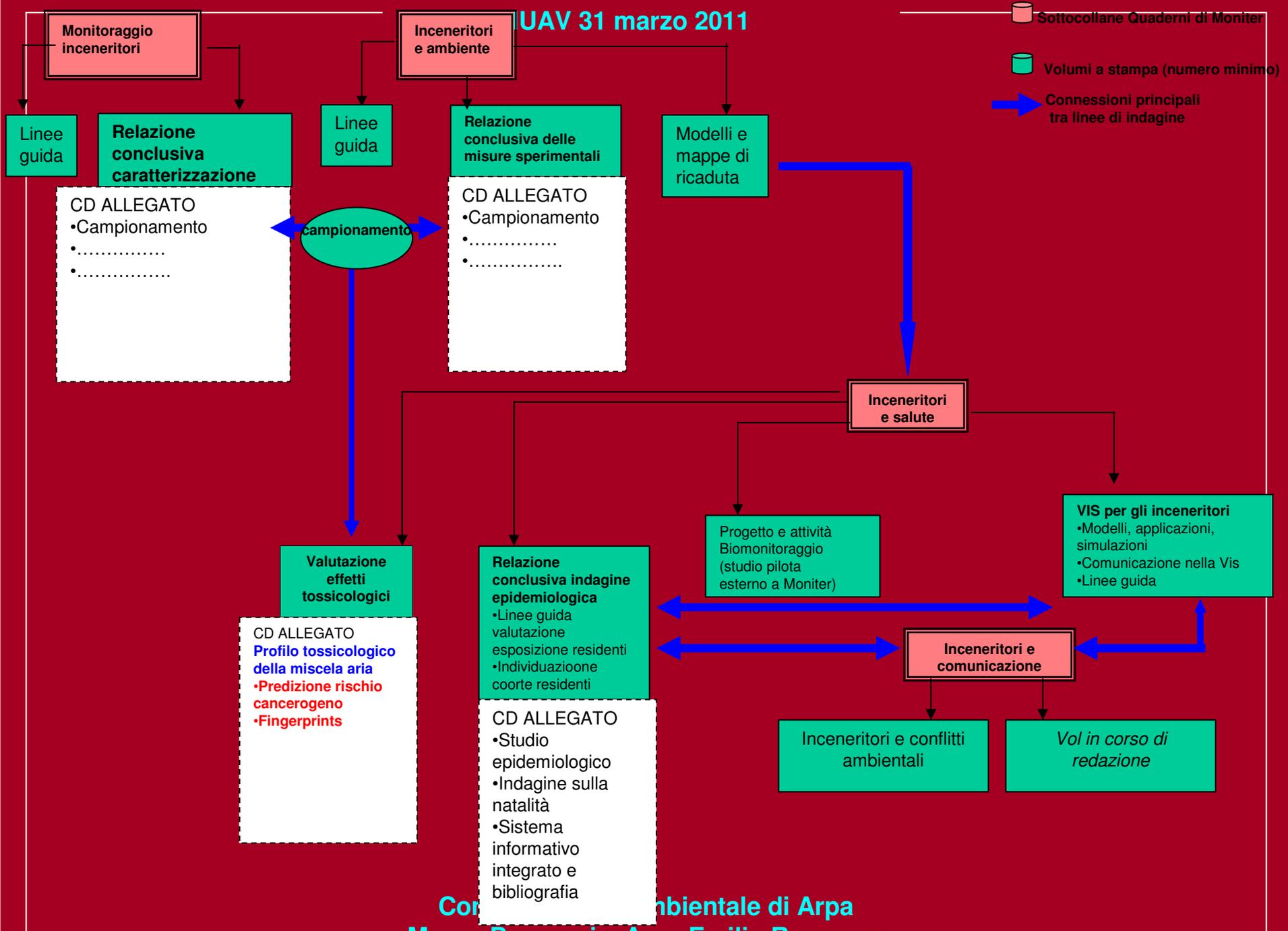
**(per la serie: v)**

**Altro file**

**Addio sogni di gloria: vediamo il sito, oggi**

Altro file

# UAV 31 marzo 2011



# Linea progettuale 7: COMUNICAZIONE

Responsabile: Paolo Tamburini. Rer

## Azione 1:

**Comunicazione generale del progetto “sorveglianza inceneritori”**

Responsabile:

Mauro Bompani. Arpa

Attività svolte nel periodo  
maggio 2007 – maggio 2008

**DOCUMENTI PUBBLICATI (Sito pubblico)**

LP1AZ1 Linee guida per la sorveglianza degli impianti di incenerimento

LP2AZ1 Linee guida per la realizzazione della sorveglianza ambientale (also English version)

LP7AZ3 Protocollo di indagine: ricognizione delle dinamiche in atto nelle realtà territoriali coinvolte

**DOCUMENTI PUBBLICATI (Area riservata)**

LP2AZ3: SAL al maggio 08 (also English version)

LP3AZ1 Linee guida per la realizzazione della valutazione dell'esposizione (also English version)

LP5 SAL aprile 2008 (also English version)

LP6 AZ1 - Modelli applicazioni simulazioni (doc. SAL aprile 2008)

Attività1-Output: caratterizzazione delle fonti. Riferimenti identificati

Attività2 – Output: aree di revisione

AZ2 - Comunicazione nella VIS (doc. SAL aprile 2008)

LP6AZ1-AZ2: Stato avanzamento lavori: Definition of guidelines for evaluating impact

**Nella tabella che segue sono elencate le principali attività a forte valenza comunicativa realizzate.**

**La classificazione secondo le modalità tipiche della comunicazione organizzativa consente di evidenziare alcune aree da sviluppare.**

**Sono state volutamente omesse le attività con output esclusivamente procedurali o metodologici, senza valore specifico per i pubblici interni o esterni**

IUAV 31 marzo 2011

<i>Modalità Obiettivi</i>	<b>Com. interpersonali</b>	<b>Com. mediate dirette e/o personalizzate</b>	<b>Com. mediate indirette (di massa)</b>
<b>Per la visibilità del progetto</b>	<b>Incontri CS e CP</b>	<b>PC incontro Comitato FE incontro Comitato (Rab?) Arpa Rivista (da feb07) MO incontro Comitato (27giugno)</b>	<b>Compa (11-07) Ecomondo (11-07) Forum P.A. (05-08) Dépliant (10-07) Sito internet (05-07) Nome – Marchio (05-07) Interventi sui media regionali (dic 07)</b>
<b>Per la gestione e lo sviluppo organizzativo</b>	<b>Incontri CS e CP</b>	<b>Presentazione Arpa (05-07) Formazione Sanità (5-08) Sito Internet (area riservata) Presentazione a dirigenti Arpa (07-07) Pubblicazione presentazioni ppt</b>	<b>Sito internet</b>
<b>Per la visibilità dei singoli risultati</b>	<b>Forum su Internet (Area riservata)</b>	<b>Helmholtz Zentrum (12-07/02-08) Pubblicazione Linee guida e SAL (11-07/06-08)</b>	<b>Sito internet (05-07) Pubblicazione Linee guida (06-08) Regolamento pubblicizzazione (03-08)</b>
<b>Per la conoscenza dei conflitti ambientali</b>	<b>Interviste LP7AZ3</b>	<b>Attività LP7az3-4</b>	

**Comunicazione ambientale di Arpa  
Mauro Bompani – Arpa Emilia-Romagna**