

## **PREMIO AICA**

### **COMUNICARE PROTOCOLLO KYOTO**

A partire dal 2005, un anno dopo l'istituzione del premio AICA, fu creata questa nuova categoria di premio su indicazione di Luca Mercalli, per dare risalto alle campagne di comunicazione che affrontano i temi legati al risparmio e all'efficiamento energetico, riducendo così le emissioni di CO<sub>2</sub>, come previsto dal celebre trattato internazionale firmato nella città giapponese l'11 dicembre 1997.

Per l'edizione 2014 del premio, i candidati sono:

#### **1) Provincia di Siena con la campagna di buone pratiche**

<http://www.provincia.siena.it/News/Siena-Carbon-Free-la-Provincia-a-emissioni-zero-lancia-una-campagna-di-buone-pratiche>

Sensibilizzare, informare e diffondere buone pratiche per sviluppare comportamenti virtuosi fra i cittadini e gli attori del territorio. E' l'obiettivo della campagna di comunicazione "Siena Carbon Free" promossa dalla Provincia di Siena, in collaborazione con la società in house Apea, per arricchire e implementare ulteriormente le proprie azioni verso una sempre maggiore riduzione della Co2. Raggiunto l'ambizioso obiettivo dell'azzeramento delle emissioni di anidride carbonica, che fa del territorio senese la prima area vasta carbon free in Europa, l'amministrazione provinciale non si ferma, continuando ad affrontare i grandi temi ambientali a livello locale e globale con il supporto strategico di Apea, che ha messo a punto la campagna.

#### **2) Campaign against Climate Change**

<http://www.campaigncc.org/TimetoAct>

<http://www.timetoact2015.org/>

<http://www.campaigncc.org/aboutus/whatwedo>

**Campaign against Climate Change è un'associazione inglese che promuove sin dal 2001**

**una** campagna contro i cambiamenti climatici, volta a unire le persone a spronare un'azione urgente per evitare la destabilizzazione catastrofica del clima globale.

Nel 2001 la campagna ha organizzato il Kyoto Rally per protestare contro il rifiuto di Bush del trattato di Kyoto e da allora ha organizzato le più grandi mobilitazioni sul clima del Regno Unito. Dal 2005 la Campagna organizza una marcia annuale nazionale, contestualmente ai negoziati annuali sul clima delle Nazioni Unite. Questo evento porta migliaia di persone per le strade di Londra per chiedere un'azione urgente sul clima ogni anno. Le ultime due marce si sono tenute a Settembre 2014 e il 7 Marzo 2015. La marcia "Time to act" (Tempo di Agire) del Marzo 2015, 9 mesi prima della COP21 di Parigi ha visto la partecipazione di oltre 20.000 persone.

L'organizzazione promuove le proprie azioni tramite web, tramite social media, e attraverso la realizzazione di video quali

<https://www.youtube.com/watch?v=2zX9lvbCQpM>

### **3) WISE (World Information Service on Energy)**

WISE è un'associazione nata nel 1978 a Amsterdam per sostenere campagne internazionali, progetti e azioni a volte promosse direttamente da WISE, altre volte da altri soggetti. Storicamente coinvolti nelle campagne per la costruzioni di nuovi reattori nucleari in India, Taiwan, Sud Africa atc., WISE si è spesso concentrata sui temi legati al nucleare.

Attualmente si sta impegnando nella campagna "Don't Nuke the Climate" per mobilitare persone e sollevare l'urgenza delle questioni che verranno affrontate durante la COP21 di Parigi. <http://www.wiseinternational.org/campaign>

Gli strumenti per promuovere questa campagna sono:

- Una marcia virtuale, alla quale tutti possono partecipare acquistando un banner da posizionare sui propri siti / firme etc.  
<http://www.wiseinternational.org/campaign/cop-21-paris>
- Una petizione online che chiunque può firmare  
<http://www.wiseinternational.org/campaign/sign-petition>
- Una marcia a Parigi organizzata per il 12 Settembre  
<http://www.wiseinternational.org/campaign/march-paris>
- Giornate internazionali di mobilitazione (10 e 11 Ottobre 2015)  
<http://www.wiseinternational.org/international-day-actions-against-nukes>

### **4) Ecolifestyles, con la campagna ECOLIFE**

<http://www.ecolifestyles.eu/>

Ecological Lifestyles for CO2 Reduction – EcoLife, è un progetto co-finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma LIFE+2012 Informazione e Comunicazione, promosso da Legambiente, Deep Blue, AzzerCO2, ACLI e MDC. Attraverso questa campagna di comunicazione vogliamo informare e consigliare i cittadini per scegliere un nuovo stile di vita che rispetti l'ambiente e ci aiuti a risparmiare con semplici gesti quotidiani. EcoLife ci aiuterà a capire come le nostre azioni producono ogni giorno un aumento delle emissioni che causano l'effetto serra: ogni cittadino può fare la sua parte.

Con l'istituzione di 30 centri informativi disseminati in tutta Italia, una mostra itinerante sul cambiamento climatico, un portale web e un gioco virtuale che simulerà nuovi stili di vita sostenibili, il progetto EcoLife divulgherà ai cittadini una serie di informazioni utili per modificare il proprio modo di vivere, partendo da temi quotidiani come la mobilità, l'energia, lo shopping e la nutrizione, i servizi pubblici, il tempo libero, la vita in casa e negli ambienti collettivi.

### **5) SEA Milano, con la campagna rivolta ai dipendenti per il risparmio energetico e il rispetto dell'ambiente**

<http://www.seamilano.eu/it/sostenibilita/case-histories-0/energy-seaving>

Sulla scorta dei significativi risultati ottenuti da SEA sul fronte del contenimento dei consumi energetici (e della riduzione delle relative emissioni di CO2), nel 2011 è stata avviata una campagna di comunicazione interna centrata sulla sensibilizzazione dei dipendenti sui temi del risparmio energetico e, più in generale, del rispetto ambientale.

## **6) Habitami, campagna per la riqualificazione energetica dei condomini di Milano**

<http://www.habitami.it/>

Habitami vuole contribuire ad elevare le prestazioni energetiche attraverso l'efficientamento dei Condomini. Con Habitami Milano Tour 2014/15 informa i cittadini di tutte le 9 zone di Milano come l'efficienza energetica riduca le spese condominiali, la bolletta energetica e accresca il valore dell'edificio. Con Habitami Network promuove la riqualificazione energetica di edifici residenziali (impianto e involucro edilizio) con l'uso di fonti rinnovabili per l'abitare sostenibile a Milano. Auspica interventi che, dal punto di vista paesaggistico, migliorino l'estetica di edifici inefficienti e degradati valorizzando il patrimonio edilizio e riducendo la necessità di nuova costruzione e in conseguenza di consumo di suolo, il tutto in armonia con il contesto urbano di Milano

## **7) ZERO WASTE PRO e CO2 Emissions Calculator of Waste Management**

<http://www.zerowastepro.eu/latest-news/co2-emissions-calculator-video-tutorial>

CO2ZW è un mezzo di calcolo del gas a effetto serra (GHG) (in equivalenti di biossido di carbonio) proveniente dalle operazioni di scarico dei comuni europei. Lo strumento in questa versione è un calcolatore basato su Excel®, che, attraverso l'inserimento dei dati sui rifiuti di un comune specifico (o dati nazionali di default), permette all'utente di ottenere un'impronta di carbonio del trattamento dei rifiuti a livello di comune (le infrastrutture non sono incluse). L'utente sarà in grado di utilizzare questo calcolatore per sostenere le iniziative di monitoraggio e di valutazione dei gas serra, nonché di fornire una stima delle potenziali riduzioni (o incrementi) di gas serra associati alla gestione e ai cambiamenti tecnologici nelle operazioni di raccolta locale.

## **8) THE GUARDIAN**

<http://www.theguardian.com/environment/2015/mar/12/find-a-new-way-to-tell-the-story-how-the-guardian-launched-its-climate-change-campaign>

Il capo redattore Alan Rusbridger di the Guardian, noto quotidiano britannico, ha deciso di impegnarsi a trovare un nuovo modo di narrare il cambiamento climatico. Partendo dalla constatazione che il giornalismo lotta da almeno due decenni con la difficoltà di raccontare una storia che sembra non coinvolgere il pubblico, il quotidiano ha deciso di condividere con i suoi lettori il percorso attraverso il quale hanno intenzione di coinvolgere il mondo sul tema. Per questo vengono registrati e condivisi dei podcast,

<http://gu.com/p/46h3j/sbl> nei quali si può sentire la redazione discutere sulle modalità più appropriate per affrontare il tema, e condividendo con i lettori pensieri sottostanti le riflessioni portate avanti <http://www.theguardian.com/environment/2015/mar/06/climate-change-guardian-threat-to-earth-alan-rusbridger>