



PIANO DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

**PER IL RISANAMENTO DELLE AREE
CONTAMINATE DELLE PROVINCE
DI NAPOLI E CASERTA**



PIANO DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

PER IL RISANAMENTO DELLE
AREE CONTAMINATE DELLE PROVINCE
DI NAPOLI E CASERTA



Gli interessi dei cittadini e
quelli dello Stato sono
esattamente
COINCIDENTI

perché lo **Stato SONO i**
cittadini.

Questa è la realtà che deve
riaffermarsi e consolidarsi
anche sul piano della
percezione

Sommario

<i>Premesse</i>	7
<i>1. Cornice metodologica e teorica: potenziare la relazione di fiducia nello Stato come atto politico</i>	13
1.1 Il modello di Grunig & Hunt: comunicazione simmetrica, partecipativa e circolare	15
1.2 Il territorio come soggetto e non come oggetto: ri-tessere la relazione tra istituzioni pubbliche e cittadini	16
1.3 Il contributo del Reputation management: la buona reputazione generata non solo dal dire, bensì dal fare	19
1.3.1 La reputazione come bene relazionale, sociale e politico	19
1.3.2 Qualità, ascolto, autenticità + emozione: 3 pilastri, più un <i>acceleratore</i>	21
1.3.3 Dalla mera gestione dell'immagine, alla co-costruzione della fiducia	24
1.4 La comunicazione pubblica nella e sulle Aree contaminate come strumento di legittimazione democratica	26
1.5 Approccio integrato nelle Aree contaminate: comunicazione, educazione civica, sensibilizzazione culturale	28
1.6 Il nesso tra epidemiologia e comunicazione nelle Aree contaminate: dalla prevenzione sanitaria all'informazione consapevole	30
<i>2. Analisi del contesto</i>	33
2.1 Contesto territoriale e demografico delle aree interessate	34
2.2 Dinamiche illegali nelle Aree contaminate: economia informale, evasione e criminalità ambientale	37
2.3 La narrazione tossica contro lo Stato alimentata dalle ecomafie	39
2.4 Una risorsa per lo Stato: la mobilitazione civica contro gli sversamenti tossici e il ruolo delle istituzioni "di prossimità". La Chiesa, le parrocchie, le scuole e i comitati locali	41
2.5 L'efficace ruolo delle Prefetture e il lavoro di prevenzione e vigilanza coordinato dal Ministero dell'Interno	46
<i>3. Obiettivi del Piano</i>	49
3.1 Valorizzare la reputazione dello Stato nei territori coinvolti	51
3.2 Far emergere e rafforzare le reti virtuose già esistenti	52
3.3 Disincentivare la criminalità ambientale con meccanismi culturali e narrativi efficaci	54
3.4 Fornire strumenti informativi per la prevenzione sanitaria e gli stili di vita	56
3.5 La trasparenza nei fatti: rendere visibili i risultati, e comunicarli in modo accessibile, continuo e onesto	57
3.6 Valorizzare le azioni precedenti alla sentenza CEDU: verso una rendicontazione di tipo circolare	59
<i>4. Fasi della strategia di comunicazione e informazione prevista dal Piano</i>	61

FASE 1 – ASCOLTO E MAPPATURA PARTECIPATA	62
4.1 L'importanza di segnare un cambio di passo: l'ascolto come primo atto comunicativo ...	62
4.2 Mappatura dei presidi territoriali attivi (comitati, parrocchie, centri civici, scuole)	63
4.3 Incontri fisici sul territorio: <i>tessitori sociali</i> , tra dialoghi pubblici e tavoli di ascolto	65
4.4 Il <i>Digital Body</i> del Piano: l'Hub informativo, i questionari multicanale e le dashboard interattive	68
4.5 Rendicontazione pubblica fin dalla fase iniziale: la trasparenza come chiave per ricostruire la credibilità dello Stato	70
4.6 Come valorizzare i risultati già conseguiti: non costruiamo sul nulla.....	72
FASE 2 – INFORMAZIONE, ATTIVAZIONE E VALORIZZAZIONE	74
4.7 Restituzione pubblica dell'ascolto alla cittadinanza	74
4.8 Progettazione partecipata e realizzazione delle iniziative educative, artistiche e ambientali	76
4.9 Selezione di testimonial tramite processi di validazione/vetting	79
4.9.1 Coinvolgere i simboli calcistici del territorio: un ponte emotivo e identitario	80
4.10 Narrare attraverso le immagini: il progetto fotografico e multimediale sul risanamento delle Aree contaminate.....	81
4.11 Premialità: riconoscere le eccellenze	83
4.12 Attivazione di gemellaggi/partnership con realtà all'avanguardia nella raccolta e prevenzione dei rifiuti	85
4.13 Coinvolgimento attivo della RAI come Media-partner istituzionale: campagne, speciali, e programmi dedicati.....	88
FASE 3 – MEMORIA PUBBLICA E TRASFORMAZIONE CULTURALE	90
4.14 Riconfigurazione narrativa e trasformazione simbolica del territorio	90
4.15 Il museo diffuso degli intangibili della <i>Terra dei Fuochi</i> : la dimostrazione di un cambiamento possibile	91
4.16 Alcuni modelli di ispirazione: esperienze internazionali di rigenerazione culturale e ambientale	93
4.17 Costruzione di una nuova identità collettiva, responsabile e realistica	96
5. <i>L'infrastruttura pubblica della fiducia: strumenti, governance e trasparenza</i>	97
5.1 Un'architettura comunicativa integrata: strumenti e accessibilità	99
5.2 l'infrastruttura digitale della campagna: connettività, accesso, partecipazione	101
5.3 Governance relazionale e livelli di responsabilità	104
5.4 Trasparenza come pratica permanente: monitoraggio e restituzione	106
5.4.1 Monitoraggio continuo delle attività	106
5.4.2 Dispositivi di rendicontazione narrativa	106
5.4.3 Spazi pubblici di restituzione e verifica	107
5.5 Proposta per un Presidio civico indipendente	109
6. <i>Linguaggi e narrazione</i>	111

6.1 <i>Terra dei fuochi</i> : origine e significato del nome	112
6.2 Verso una riattribuzione di significato del termine “Terra dei fuochi”: dal <i>naming</i> , a un percorso verso nuove narrazioni simboliche	114
6.3 La nuova denominazione tecnica ufficiale: “Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta”	117
6.4 Parole che curano: il tono di voce e la postura come dispositivi di fiducia	118
Conclusioni	121
Bibliografia	123
Appendice	129
PARTE 1: Le criticità strutturali e congiunturali del territorio	130
1 Emergenza ambientale	130
2 Emergenza sanitaria	131
3 Emergenza economica.....	133
PARTE 2: potenzialità inespresse e risorse locali.....	135
1 Cenni sul patrimonio ambientale, naturalistico e paesaggistico	136
2 Cenni sul patrimonio monumentale e artistico	137
3 Cenni sul patrimonio culturale e immateriale.....	138

Premesse

Questo Piano nasce con l'obiettivo di offrire indirizzi strategici e operativi alle attività di comunicazione e informazione relative alle operazioni di bonifica e recupero delle **Aree contaminate nelle province di Napoli e Caserta** (per brevità, di seguito "Aree contaminate"), fino ad oggi correntemente conosciute dalla cittadinanza come "Terra dei Fuochi".

Gli estensori di questo documento hanno utilizzato il termine di nuova attribuzione, ovvero la dicitura **Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta** (che infatti compare ben 67 volte nel testo del Piano) ma anche, a volte, la dicitura **Terra dei Fuochi**, termine comunque diffuso tra la popolazione, quanto meno fino ad oggi, questo per ragioni che andremo a spiegare nel dettaglio all'interno del Piano stesso, e che hanno a che fare con una precisa proposta di riposizionamento percettivo del "brand" territoriale, illustrata nel dettaglio nel Capitolo 6 di questo Piano.

È di tutta evidenza come quella alla quale è chiamato il Governo non sia una campagna ordinaria di comunicazione pubblica, né debba prevedere solamente la messa a punto di uno dei tanti strumenti di gestione dell'emergenza.

Questo Piano, al contrario, si propone come un vero e proprio punto di svolta - innovativo e sfidante - nelle relazioni tra Stato e cittadini: un'iniziativa istituzionale che riconosce la necessità di **ridefinire e potenziare il rapporto di fiducia con le comunità locali**, comunità a lungo segnate da criticità ambientali e da impatti significativi sul piano sanitario, sociale e culturale.

Il tema delle sistematiche violazioni diffuse della legalità, da parte certamente solo di una parte della popolazione, ma egualmente rilevanti per la rete di omertà che il malaffare è riuscito a realizzare, sono anch'esse parte dell'equazione, e chiamano in causa le istituzioni anche sotto il profilo della necessaria sensibilizzazione ed educazione alla cittadinanza, quanto mai necessaria in un territorio segnato, spesso volte a proprio malgrado, dal degrado.

Il Piano, in tal senso, prende atto delle complessità generate nel tempo e si impegna ad affrontarle con una visione nuova e orientata alla corresponsabilità e co-protagonismo tra istituzioni pubbliche e cittadinanza, ovvero tra lo Stato e le sue componenti, i cittadini, che di quello Stato sono gli elementi costituenti fondamentali, come gli atomi per il corpo umano, con l'ambizione di spezzare la **falsa dicotomia tra "interessi dello Stato" e "interessi del territorio", in realtà esattamente coincidenti**.

Prendere la parola su una vicenda così delicata e rilevante per l'intero Paese - non dobbiamo nascondercelo - presenta alcune criticità (una tra tutte, la domanda che potrebbe sorgere spontanea tra la cittadinanza è: **"Bene per tutto ciò che sta venendo fatto ora, ma perché non è stato fatto prima...?"**); peraltro, comunicare al pubblico sul tema delle bonifiche nei territori contaminati delle Province di Napoli e Caserta è certamente **irrinunciabile**, sia - doverosamente - per rendicontare i cittadini sui più recenti sviluppi e sull'efficacia dell'azione del Governo, sia per dare concreta risposta alle richieste della stessa sentenza CEDU.

Il vero tema è quindi: **come comunicare**, e quale **"postura" e "tono di voce"** assumere, anche per evitare **rebound reputazionali negativi**, comprensibilmente sgraditi a carico delle Istituzioni pubbliche?

Proprio per questo motivo, il Piano non intende individuare e poi "calare dall'alto" soluzioni preconfezionate, né proporre direttive di comunicazione avulse dalla realtà dei territori: al contrario, si impegna, nel definire i più adeguati ed efficaci strumenti di comunicazione,

prendendo le mosse – come vedremo - da una **indispensabile operazione di ascolto autentico e da un confronto diretto** con chi quei territori li vive, li conosce e li presidia ogni giorno.

L'inquadramento normativo del Piano è definito dall'art. 10, comma 5, lettera f, del Decreto-legge 14 marzo 2025, n. 25: il suo scopo primario è fornire un quadro metodologico, operativo e anche valoriale alle successive fasi attuative del Decreto, orientando nel contempo i futuri bandi pubblici.

Il Piano accompagna e integra la Relazione tecnica che sarà allegata al Decreto attuativo, rispetto alla quale costituisce il versante comunicativo e relazionale. Se la Relazione tecnica restituisce la fotografia ambientale e infrastrutturale dell'area oggetto di intervento, il Piano interviene invece per articolarne e illustrarne il versante *immateriale*. In tal senso, le due componenti – tecnica e comunicativa – operano in sinergia per rafforzare la coerenza e l'efficacia dell'azione dell'Autorità pubblica.

Il documento ha natura programmatica: non definisce, volutamente, l'intera azione nei dettagli, ma indica con adeguato approfondimento i principi, le linee strategiche e le priorità che dovranno essere recepite e declinate nei Bandi di comunicazione, sensibilizzazione, informazione e partecipazione civica che saranno predisposti e attivati nei mesi successivi. A tal fine, le linee di indirizzo contenute in questo Piano sono pensate per essere articolate e applicabili in modo flessibile, e capaci di orientare azioni concrete delle Istituzioni nel breve, medio e lungo periodo.

Il Piano ha un approccio **multi-stakeholder**: destinatari del Piano sono, oltre ai soggetti istituzionali coinvolti nella governance del progetto, tutti gli attori che opereranno nelle fasi esecutive, ovvero enti pubblici, scuole, associazioni, soggetti privati, organizzazioni civiche e imprese attive nei territori.

Il Piano si fonda inoltre su un presupposto esplicito: **la valorizzazione e il rafforzamento della credibilità dello Stato nei confronti delle comunità locali, e la tessitura di un nuovo patto di fiducia tra istituzioni e cittadini, costituiscono un obiettivo imprescindibile e trasversale, da cui discendono tutte le azioni previste dal Piano.** Questi valori, tuttavia, non potranno essere semplicemente dichiarati, ma andranno resi **visibili, documentati e misurati** nella loro consistenza, anche attraverso un uso consapevole, competente e partecipato della comunicazione pubblica.

Per raggiungere questo obiettivo, è essenziale che la strategia venga costruita **insieme ai territori, sui territori, con i territori**, valorizzando i presidi civici, le reti associative, gli enti educativi e le figure sociali riconosciute e autorevoli: la partecipazione alle attività previste dal Piano non sarà quindi intesa come “un atto formale” o una consultazione meramente simbolica, ma come una leva progettuale primaria, perchè **senza un ascolto reale e continuativo, nessuna comunicazione istituzionale**, neanche la più articolata e raffinata, **può risultare legittima, efficace e credibile**.

Il Piano si configura inoltre come un'ulteriore risposta concreta ai rilievi formulati dalla sentenza della **Corte Europea dei Diritti dell'Uomo (CEDU)**, che ha evidenziato i margini di miglioramento nelle misure messe in atto dai passati Governi per garantire la tutela del diritto alla salute e all'ambiente nei territori della cosiddetta “Terra dei Fuochi”.

La comunicazione istituzionale, in questo contesto, non ha quindi funzione **“cosmetica” o celebrativa**: è chiamata a operare come leva di cittadinanza, come strumento di ascolto e trasparenza, come dispositivo di corresponsabilità collettiva. In tal senso, il Piano si pone anche

come atto di riconoscimento, nei confronti delle comunità coinvolte, dell'urgenza – oggi - di una **svolta credibile**, misurabile e visibile nell'azione istituzionale a tutela di quei territori.

L'ambito di applicazione è definito territorialmente, ma **non si esaurisce in un'azione localistica**. Il Piano si rivolge in primo luogo ai Comuni e alle comunità dei territori contaminati delle province di Napoli e Caserta (circa 90 Comuni), ma parla anche a una più vasta platea di attori: cittadine e cittadini, scuole, famiglie, imprese, parrocchie, media, forze dell'ordine, enti del terzo settore, operatori sanitari, università, comunità scientifica, stakeholder istituzionali e professionali.

È uno strumento scalabile, e rappresenta anche un moltiplicatore di consenso: ciascun bando futuro dovrà tener conto di questo impianto, articolandosi coerentemente lungo le direttrici indicate. La visione strategica sottesa al Piano è quella di un approccio integrato alla bonifica e alla riqualificazione ambientale in cui **la comunicazione non è un orpello finale, ma una leva essenziale di cambiamento**.

La comunicazione ha, inoltre, il compito di dare visibilità e senso al processo di bonifica in corso, attivando le energie locali, **valorizzando le esperienze pregresse e contrastando narrazioni tossiche, polemiche o stereotipate**. A tal fine, il Piano conterrà anche meccanismi di valutazione, monitoraggio, rendicontazione e ascolto continuo, così da permettere un costante allineamento tra **obiettivi, risultati e percezioni riguardo ad essi**.

Questo Piano, quindi, non vuol essere solo un documento tecnico, ma una vera e propria **dichiarazione di metodo**: ogni azione sarà progettata **con e per i territori**. Solo così, attraverso un ascolto strutturato, il riposizionamento delle Istituzioni potrà essere riconosciuto come legittimo, in quanto la partecipazione non sarà percepita come uno strumento accessorio, ma rappresenterà il fondamento su cui costruire un'azione di comunicazione pubblica autentica.

Alla luce di tali premesse, il Piano propone un percorso articolato in fasi, basato su ascolto attivo, valorizzazione delle buone pratiche, coinvolgimento strutturato dei soggetti territoriali, azioni educative, strumenti di monitoraggio e canali di comunicazione istituzionale; tutto ciò con un obiettivo chiaro: **trasformare un intervento straordinario in un'occasione di rigenerazione duratura**, costruendo nel contempo **una memoria pubblica condivisa** e favorendo un nuovo patto tra istituzioni e cittadinanza.

Nel Capitolo 1, si illustrano la cornice metodologica e gli ancoraggi scientifici del Piano, il ruolo della comunicazione pubblica nella e sulle Aree contaminate come strumento di legittimazione democratica, e il nesso esistente tra epidemiologia e comunicazione, al fine di generare un'informazione consapevole alla cittadinanza.

Nel Capitolo 2, si analizza in modo approfondito il contesto - ambientale, sociale, storico – nel quale, all'interno del territorio delle Aree contaminate, si sono sviluppate dinamiche illegali, nonché si illustrano le numerose iniziative di civica mobilitazione sviluppate nel tempo.

Nel Capitolo 3, si illustrano gli obiettivi del Piano, tra i quali marcare la discontinuità rispetto al passato, rafforzare la reputazione dello Stato nei territori coinvolti, valorizzare il lavoro delle reti virtuose esistenti, disincentivare la criminalità ambientale, fornire strumenti efficaci per la prevenzione sanitaria e i corretti stili di vita, monitorare lo sviluppo della messa a terra del Piano stesso rendendone visibili i risultati in modo accessibile, e – non ultimo - valorizzare le iniziative dello Stato precedenti alla sentenza CEDU, che pure vi sono state, e anche significative.

Nel Capitolo 4, si dettagliano le fasi della strategia di comunicazione e informazione prevista dal Piano, ovvero la fase di ascolto e mappatura partecipata, poi la fase esecutiva di informazione, attivazione e valorizzazione del territorio, e infine la fase di creazione della memoria pubblica e lo stimolo a un'azione di vera e propria trasformazione culturale. Ognuna di queste fasi è completata, nel Piano, dell'illustrazione degli strumenti tecnici e operativi grazie ai quali realizzarla.

Nel Capitolo 5, si affronta il tema dell'infrastruttura necessaria per rafforzare la fiducia tra Stato e cittadini, sia dal punto di vista degli strumenti tecnologici, che della governance, come anche del necessario monitoraggio in itinere, inclusa la creazione dell'apposito "Presidio Civico Indipendente".

Nel Capitolo 6, si approfondiscono gli aspetti legati al tono di voce, ai linguaggi e alle caratteristiche della narrazione, incluso il delicato tema del cambiamento di *namings*.

Nelle Appendici, si riepilogano, per cenni, le caratteristiche dell'emergenza ancora in corso, come anche alcune informazioni relative al patrimonio ambientale, paesaggistico, monumentale, artistico, culturale e immateriale delle Province coinvolte, informazioni di sintesi che comunque torneranno utili a chi dovrà nel prossimo futuro mettere a terra il Piano.

1. Cornice metodologica e teorica:
potenziare la relazione di fiducia nello Stato
come *atto politico*

Questo primo capitolo definisce l'impianto metodologico e gli ancoraggi teorici su cui si fonda questo Piano di comunicazione.

Si tratta di un'architettura concettuale chiara e coerente, **caratterizzata da una significativa discontinuità rispetto al passato**, un cambio di passo che prende le mosse dai modelli accademici più consolidati e autorevoli in ambito di comunicazione pubblica e gestione della reputazione, con particolare riferimento al modello bidirezionale simmetrico di Grunig, cosiddetto dal nome del ricercatore e relatore pubblico che lo codificò.

Questo Piano si fonda sull'assunto che una comunicazione efficace in un contesto di crisi di un territorio debba necessariamente essere *dialogica*, partecipativa e fondata innanzitutto sull'**ascolto**. L'istituzione non dovrebbe quindi confezionare e "calare dall'alto" iniziative di comunicazione senza prima confrontarsi con chi quei territori li vive, li conosce e li ha abitati, anche nelle loro ferite. Per questo motivo, la strategia qui proposta non è stata costruita "per" il territorio ma vuol essere definita "insieme al" territorio: con le persone, i presidi civici, le parrocchie, le scuole, le reti associative, le figure sociali di riferimento.

La partecipazione non viene intesa come una forma di ascolto dovuto e simbolico, bensì come **leva progettuale primaria**: senza ascolto, non può esistere alcuna legittimità nel comunicare. La piena ricostruzione della credibilità pubblica in uno scenario così delicato socialmente qual è quello delle Aree contaminate rappresenta dunque l'obiettivo primario da cui discendono tutte le azioni operative previste dal Piano stesso.

Ogni iniziativa, ogni messaggio, ogni strumento di comunicazione dovrà concorrere a questo fine: **riattivare e valorizzare una relazione di fiducia tra Stato e cittadinanza attraverso processi di co-costruzione, in modo trasparente e corresponsabile**. In questo quadro, la comunicazione non è vista solo come uno elemento tecnico, ma diventa un vero e proprio **atto politico**: essa servirà a ricostruire appieno i legami, restituire dignità ai territori, e dar voce a chi – nella propria personale percezione – ritiene, a torto o a ragione, di non essere stato sufficientemente ascoltato in passato.

È in questa prospettiva che si collocano i modelli e i riferimenti teorici illustrati nei paragrafi successivi: dal modello simmetrico di Grunig, alla concezione della comunicazione pubblica come servizio, fino agli apporti forniti dalla teoria della reputazione e al nesso tra epidemiologia e pubblica informazione.

1.1 Il modello di Grunig & Hunt: comunicazione simmetrica, partecipativa e circolare

Il presente Piano si fonda su un impianto teorico solido, ispirato alle più consolidate e riconosciute prassi accademiche nel campo della comunicazione pubblica. In particolare, il modello concettuale di riferimento è rappresentato dal paradigma bidirezionale simmetrico elaborato da *James E. Grunig e Todd Hunt*, che costituisce il vertice evolutivo della teoria delle relazioni pubbliche e uno degli strumenti più efficaci per orientare l'azione istituzionale in contesti di crisi.

Il modello a due vie simmetrico, teorizzato nella sua forma matura a partire dagli anni '80 del secolo scorso¹, presuppone una relazione strutturata, orizzontale e fondata sull'ascolto reciproco tra istituzioni e *audience* di riferimento.

Non si tratta di un semplice scambio di informazioni, ma di un processo deliberativo in cui ciascuna parte è chiamata a modificare le proprie posizioni alla luce delle istanze dell'altra, in un quadro di co-costruzione del consenso.

A differenza dei modelli storicamente precedenti ad esso – sempre unidirezionali e auto-referenziali – la comunicazione simmetrica tipica di questo modello pone la **legittimità**, la **trasparenza** e la **responsabilità** al centro dell'agire comunicativo.

Questo approccio è stato progressivamente riconosciuto come modello di riferimento anche nel contesto italiano, grazie al lavoro teorico e formativo di **Toni Muzi Falconi** - teorico delle relazioni pubbliche, e relatore pubblico di chiara fama, che ha in parte ispirato le ricerche del Prof. Luca Poma - che ne promosse la diffusione presso istituzioni, università e operatori della comunicazione pubblica, adattandolo al tessuto democratico e civico del nostro Paese².

Applicare il modello di Grunig & Hunt in un contesto come quello delle Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta **non è una scelta neutra**, ma una **precisa dichiarazione metodologica e dal forte significato politico**: la piena **ricostruzione della credibilità** dello Stato nei confronti delle comunità locali – obiettivo primario e trasversale di questo Piano – non può avvenire se non attraverso una comunicazione che abbandona ogni intento *persuasivo unilaterale* per assumere forme di **interazione circolare e trasformativa**.

¹ Grunig J., Hunt T., *Managing public relations*, Boston, Cengage Learning, 1984

² T. M. Falconi, *Governare le relazioni*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2002

1.2 Il territorio come soggetto e non come oggetto: ri-tessere la relazione tra istituzioni pubbliche e cittadini

Il modello bidirezionale e simmetrico che il Piano propone si presenta come lo strumento più adatto a guidare un processo di **riparazione del legame democratico e civile tra Stato e cittadini**, e di **riattivazione di un nuovo patto fiduciario** sul territorio delle Aree contaminate. Questo approccio prevede l'attivazione di circuiti di **ascolto strutturato**, momenti di **confronto deliberativo** e spazi di **co-decisione**, valorizzando la pluralità dei soggetti coinvolti: dalle amministrazioni comunali alle parrocchie, dai comitati civici ai presidi educativi e culturali.

La comunicazione istituzionale, in questo schema, assume una funzione **rigenerativa**, orientata a promuovere empowerment, riconoscimento reciproco e cittadinanza attiva. Come affermato nella letteratura più recente, si tratta di un passaggio dalla logica del **“dire ai cittadini”**, a quella del **“dialogare con le comunità”**³.

Inoltre, la comunicazione simmetrica ha il pregio di essere anche **circolare**: non si esaurisce in un flusso lineare e binario di input/output, ma genera **retroazioni continue** che permettono di **adattare man mano, nel tempo, le strategie in base alle risposte ricevute dal territorio**. Questo rende possibile una comunicazione realmente **adattiva**, capace di intercettare i mutamenti nel contesto sociale, culturale ed emotivo dei territori coinvolti. Tale impostazione si rivela essenziale per affrontare le potenziali **resistenze** generate da una dissimmetria percettiva da parte della popolazione riguardo l'efficacia dell'impegno dello Stato sui territori e il presunto **mancato tempestivo riconoscimento** dei danni ambientali e sanitari subiti dai cittadini.

È importante sottolineare che l'adozione del modello di Grunig & Hunt non muove da motivazioni **meramente teoriche**, ma trova **declinazione operativa** nelle scelte strutturali vere e proprie del Piano: la previsione di momenti di audizione, la co-progettazione delle azioni con gli attori locali, la centralità attribuita ai presidi civici, la volontà di articolare la comunicazione in modo differenziato e plurale. Ogni azione comunicativa è pensata come **conseguenza logica e coerente di un principio di equità relazionale**, che considera il territorio **non come un contenitore/destinatario passivo di messaggi**, ma come **soggetto attivo**, dotato di saperi, esperienze e aspettative più che legittime.

In sintesi, il modello bidirezionale simmetrico di Grunig & Hunt costituisce non solo un **riferimento teorico fondante**, ma anche la **matrice metodologica** da cui discende l'intero impianto del Piano. La sua adozione risponde alla necessità – non più rinviabile – di costruire una comunicazione pubblica **autentica, trasparente, partecipata, orientata alla fiducia e coerente con i principi democratici** che le istituzioni sono chiamate a incarnare.

Parlare *con* il territorio, e non solo *del* territorio, è la condizione essenziale per ricostruire un patto fiduciario tra istituzioni e cittadinanza. Non si tratta solo di una buona prassi di coinvolgimento, ma di una necessità etico-politica: laddove il legame civico è stato in parte eroso, la

³ L. Poma, G. Grandoni, *Il reputation management spiegato semplice: con un focus sulla misurazione della reputazione*, Celid Editore, Torino, 2023

comunicazione pubblica deve assumersi la responsabilità di contribuire alla sua **riparazione**, **ritessendo la relazione** tra potere centrale, istituzioni periferiche e cittadini.

Troppe volte in passato, in altri scenari, le comunità locali hanno assistito a interventi narrativi “esterni”, realizzati senza coinvolgimento, percepiti come imposti, talvolta addirittura offensivi nella loro inconsapevolezza del contesto particolare del territorio: iniziative che hanno “parlato sopra le teste dei cittadini”, contribuendo a rafforzare la distanza tra il centro e la periferia.

Questo Piano intende segnare una reale **discontinuità metodologica e politica** rispetto al passato: non si rivolge al territorio in terza persona, ma intende interpellarlo direttamente, riconoscendolo come portatore di sapere, memoria collettiva e competenza civica. Il tono di voce stesso e il linguaggio della comunicazione istituzionale dovranno mutare: meno tecnocratici, più relazionali; meno assertivi, più empatici; meno autoreferenziali, più dialogici.

In questa prospettiva, *ascoltare* non è un atto preliminare alla comunicazione, ma è comunicazione stessa: un’azione di ascolto autentico, continuativo e strutturato rappresenta la base su cui costruire ogni azione comunicativa. Come ha mostrato la letteratura sul reputation management e sull’engagement dei pubblici⁴, **la legittimità del messaggio istituzionale non dipende solo dal contenuto, ma anche dalla qualità del processo che lo genera.**

Per questo motivo, il Piano prevede la messa in opera di dispositivi permanenti di ascolto/confronto territoriale: **tavoli civici, forum deliberativi, consultazioni pubbliche, mappature partecipate, osservatori misti**. Questi strumenti non hanno solo una funzione consultiva, ma rappresentano spazi reali di potere condiviso, dove i cittadini possono contribuire attivamente alla definizione delle priorità, dei linguaggi e delle modalità di comunicazione. L’obiettivo non è quindi solo informare, ma co-progettare: dare forma a un’informazione pubblica che sia frutto di scelte condivise, ancorata alle reali aspettative, sensibilità e linguaggi delle comunità coinvolte.

Nel contesto delle Aree contaminate, dove la relazione tra istituzioni e popolazioni si è a tratti interrotta, questo approccio si configura come una scelta etica e politica: significa rifiutare l’idea di un “territorio (solo) da bonificare” per riconoscere invece la centralità del vissuto umano, culturale e simbolico che la vicenda della cosiddetta Terra dei Fuochi ha generato. Significa anche comprendere che in questo processo di comunicazione e informazione il valore non sarà solo nella *trasmissione di dati*, ma anche nella *(ri)costruzione di legami*. E questi legami – come sottolinea la migliore letteratura sulla democrazia deliberativa e sull’open government – nascono solo dove esiste reciprocità, equo riconoscimento e accesso reale ai processi decisionali.

Inoltre, riconoscere il territorio come soggetto significa anche accettare la pluralità delle sue voci, delle sue memorie, delle sue forme di sapere. Non esiste una “comunità” unica, ma un mosaico di soggetti, vissuti e aspirazioni che devono essere accolti e rappresentati. In quest’ottica, ogni atto comunicativo diventa anche un atto di giustizia narrativa: perché **restituisce visibilità a chi è stato marginalizzato**, legittimità a chi – quanto meno nella propria personale percezione - è stato ignorato, voce a chi non è stato sufficientemente ascoltato. È in questa chiave che la comunicazione può contribuire alla costruzione di un nuovo senso di appartenenza e di un rinnovato patto civico.

⁴ Cfr. J. Grunig, T. M. Falconi, L. Poma, tra i principali esponenti della disciplina delle pubbliche relazioni contemporanee.

Il territorio, dunque, non è il luogo dove “accade la comunicazione”, bensì è il soggetto che la rende possibile: le sue ferite, le sue memorie, i suoi saperi sono le fondamenta su cui costruire una narrazione pubblica percepita come realmente autentica. Solo in questo modo sarà possibile trasformare un piano istituzionale in un percorso collettivo di riconoscimento reciproco, riparazione e futuro. Una comunicazione che non si limita a dire “*noi ci siamo*”, ma che sappia dimostrare “*noi vi abbiamo ascoltati davvero, ed è con voi che stiamo costruendo il cambiamento*”.

1.3 Il contributo del Reputation management: la buona reputazione generata non solo dal *dire*, bensì dal *fare*

Nelle aree segnate da una crisi prolungata di fiducia, la massima valorizzazione del legame tra istituzioni e comunità non può prescindere dall’apporto metodologico e valoriale del **reputation management**. Questa disciplina, ormai codificata da anni di letteratura scientifica e pratica professionale, propone una visione evoluta rispetto i vecchi modelli di comunicazione caratterizzati da una visione fortemente *marketing-oriented*: si tratta di una comunicazione che non stressa più la necessità di *apparire*, ma che è orientata a riportare **coerenza tra identità - ciò che siamo realmente - e immagine, ciò che trasmettiamo all’esterno**: solo allineando al meglio questi due elementi si può costruire buona reputazione per il soggetto pubblico, e consolidare un’autorevolezza riconosciuta dalla audience, e non solo dichiarata unilateralmente dalle istituzioni.

Il reputation management fornisce strumenti per affrontare i contesti ad alta conflittualità reputazionale – come quello delle province di Napoli e Caserta – con una strategia fondata su **ascolto, trasparenza, autenticità e partecipazione**. Si tratta di spostare il baricentro della comunicazione istituzionale dalla logica del messaggio a quella della relazione, e di riconoscere che la reputazione non è solo un problema di **linguaggio**, ma anche e soprattutto di **comportamento**.

1.3.1 La reputazione come bene relazionale, sociale e politico

La reputazione non è un presupposto innato né una prerogativa automaticamente riconosciuta all’autorità pubblica: è un capitale preziosissimo ma estremamente fragile, che si costruisce nel tempo, attraverso la coerenza tra **ciò che si è, ciò che si fa, e ciò che si comunica**.

Essa rappresenta una leva essenziale per riattivare processi di fiducia e cooperazione. È ciò che permette a un soggetto istituzionale di essere creduto, accolto, ascoltato. Per questo, la reputazione non può essere trattata come un semplice *indicatore di buona immagine*: va riconosciuta come un **bene relazionale, sociale e politico**.

Come ricorda la più recente letteratura, la reputazione “*non appartiene all’organizzazione ma ai pubblici che ne determinano il valore, sulla base dell’esperienza e della coerenza tra identità ed immagine*”⁵.

In questo senso, essa si costruisce nel tempo e si consolida attraverso l’interazione con tutti gli stakeholder, che attribuiscono (o negano) fiducia in base a ciò che vedono, sentono, vivono. Si tratta quindi di **una forma di riconoscimento esterno**, dinamicamente mutevole, che dipende dalle percezioni maturate nel tempo attraverso i messaggi trasmessi, la qualità delle relazioni ma

⁵ Poma, Grandoni, *Il reputation management spiegato semplice*, cit.

soprattutto le azioni concrete: senza queste ultime, la più accattivante campagna di pubblicità e marketing territoriale non sarà generatore di duraturo cambiamento.

La reputazione è dunque un **bene relazionale**, perché nasce dall'interazione tra soggetti; è un **bene sociale**, perché rafforza la coesione, la collaborazione e l'inclusione all'interno delle comunità; è un **bene politico**, perché condiziona in modo diretto il grado di legittimità dell'azione pubblica.

Come afferma Arthur W. Page, *“tutti gli affari, in un paese democratico, nascono con il permesso della collettività e prosperano grazie all'approvazione del pubblico”*⁶. Lo stesso vale per le istituzioni: in assenza di fiducia, ogni iniziativa – anche tecnicamente ineccepibile – rischia di naufragare nella disillusione o nell'indifferenza.

Dove c'è buona reputazione, le politiche pubbliche possono attecchire, le informazioni circolare, i processi partecipativi funzionare. Dove la reputazione è debole o compromessa, al contrario, gli stessi identici messaggi possono suonare vuoti, sospetti, manipolativi. Il grado di autorevolezza reputazionale riconosciuta dalla audience alla fonte andrà a determinare l'efficacia del messaggio.

La reputazione, in altre parole, **non si costruisce attraverso (solo) la comunicazione e il marketing, bensì attraverso la verità percepita, analizzando il comportamento dell'istituzione nel medio-lungo periodo**: è quindi un **bene relazionale a tempo differito**, perché può essere guadagnata solo attraverso costanza, credibilità e costruzione di relazioni autentiche.

Questa impostazione è confermata anche dalla ricerca accademica internazionale: uno studio durato 18 anni, condotto da Robert Eccles alla *Harvard Business School*, ha dimostrato che le organizzazioni in grado di includere preoccupazioni di carattere etico nel proprio lavoro ottengono performance significativamente migliori – in termini economici e di valore - rispetto a quelle con reputazioni più deboli o manipolate o attente solo al marketing, alla comunicazione e alle vendite⁷.

Questo approccio è particolarmente rilevante per un piano di comunicazione pubblica che si sviluppa in zone del Paese segnate da una storia passata di conflitti (a volte, occorre dirlo, anche eteroindotti da interessi opachi sul territorio). Fatto sta che nella percezione di parte dei cittadini – ed è necessario prenderne atto - i territori della cosiddetta Terra dei Fuochi hanno assistito a un lungo periodo, in passato, di messaggi smentiti dai fatti, di parole rassicuranti ma non confortate da solide evidenze, e di scelte percepite come calate dall'alto senza adeguato coinvolgimento dei cittadini. Ne deriva che in un contesto del genere, **la reputazione istituzionale può rinascere e venire adeguatamente valorizzata solo se fondata su atti riconoscibili e concreta corrispondenza tra messaggi e azioni**.

È qui che il reputation management fornisce una chiave d'intervento strategico preziosa: laddove consente di progettare strategie di comunicazione pubblica **non autoreferenziali, ma relazionali**, e non orientate solo al controllo dell'immagine, bensì all'ascolto attivo e alla co-costruzione della fiducia. L'obiettivo non è “farsi vedere migliori”, ma **diventare davvero più credibili** agli occhi delle comunità, ricostruendo la legittimità attraverso il riconoscimento reciproco: *“La reputazione*

⁶ Op. Cit.

⁷ [Eccles R. G., Ioannou I., Serafeim G., The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance, Harvard Business School, Boston, 2012](#)

*non si dichiara, si conquista. E non si conquista parlando bene di sé, ma agendo in modo coerente nel tempo*⁸.

In definitiva, la reputazione non è solo uno “strumento comunicativo”: è una condizione per realizzare la democrazia, perché è ciò che **permette di richiedere ascolto, di ricevere attenzione e di generare fattiva cooperazione**.

In territori feriti e complessi, ricostruire reputazione, nell’accezione qui illustrata, significherà costruire un nuovo patto tra Stato e cittadinanza: non è il “premio” a fine percorso, ma è la prima pietra da posare.

1.3.2 Qualità, ascolto, autenticità + emozione: 3 pilastri, più un *acceleratore*

La reputazione è un costrutto fragile e prezioso, che non può nascere solo da un esercizio retorico, né si può “imporre per decreto”. È piuttosto un esito: **il riflesso di ciò che un’organizzazione è, fa e comunica, nel tempo**.

Con buona pace dei comunicatori tradizionali, la reputazione non è un’effimera “facciata” da curare, magari mediante una bella campagna Social, bensì un *campo da coltivare*: vive della coerenza dei comportamenti e della continuità nell’ascolto. E come ogni campo, ha bisogno di cure regolari e dedizione. Nessuna impalcatura comunicativa può reggere se le fondamenta reputazionali sono instabili, incoerenti, smentite dai fatti.

Alla base della costruzione reputazionale ci sono **tre pilastri fondamentali: qualità, ascolto e autenticità**. A questi si affianca un **acceleratore decisivo**: l’emozione, intesa non come ornamento estetico, ma come forza generativa della relazione. Questi elementi non sono condizioni accessorie bensì **condizioni necessarie**: se mancherà anche uno solo di questi tre pilastri, la reputazione vacillerà. Analizziamoli insieme, contestualizzati all’interno di questo Piano.

1.3.2.1 Qualità

Esiste un vizio di forma diffuso nella comunicazione istituzionale: si confonde la qualità dichiarata con quella riconosciuta. Ma la reputazione non risponde alla logica dell’autocertificazione: la qualità, in chiave reputazionale, **non è mai ciò che l’istituzione dice di sé, bensì ciò che il cittadino le attribuisce sulla base dell’esperienza concreta**. È qualità riconosciuta, non proclamata, ed è qualità situata: cambia a seconda del contesto, del momento, delle attese.

Per questo, parlare di qualità nelle Aree contaminate implica uno sforzo ulteriore e del tutto particolare. Non si tratta di elencare solamente indici di performance, ma di rendere più visibile la presenza istituzionale e di dimostrare affidabilità nel tempo.

Qualità, qui, significa quindi: bonifiche che vengono avviate ma vengono anche monitorate, portate a termine e rendicontate; presidi che non si limitano a inaugurazioni, ma che restano operativi nel tempo; dati che non restano chiusi nei cassetti degli uffici tecnici, ma che vengono restituiti ai cittadini in modo leggibile, accessibile, comprensibile per chiunque.

⁸ Op. Cit.

Una qualità che “non si vede”, che non si tocca con mano, semplicemente non esiste: allora, primo compito di una comunicazione pubblica orientata alla ricostruzione della reputazione non è solo *raccontare* la qualità dell’azione pubblica, ma **renderla tangibilmente osservabile**, attraverso valori che ispirano gesti concreti, e poi risultati raggiunti, e infine linguaggi utilizzati per illustrarli.

Come affermano le neuroscienze, il cervello umano non distingue tra esperienza vissuta e esperienza percepita come vera: per questo, **la qualità deve essere resa percepibile, visibile, comprovabile**⁹.

In definitiva, **la qualità** (dell’azione delle istituzioni, in questo caso) **è ciò che terrà in piedi tutto il resto**. È il pilastro più visibile, più delicato, critico e decisivo.

1.3.2.2. Ascolto

Ascoltare è una postura, e, ancor prima, una scelta politica. **L’ascolto autentico espone, impegna, vincola**: non si ascolta per “far contenti”, ma per comprendere e trasformare le priorità e ridefinire le mappe.

Una delle cause più profonde della criticità reputazionale delle istituzioni, in contesti come quello campano, è proprio l’assenza di vero ascolto: **tavoli formali che non diventano processi, consultazioni rituali, incontri “di ascolto” dove però si arriva già con il comunicato stampa scritto**.

Ma l’ascolto, se vuole generare reputazione, deve essere ben altro. È necessario assumersi un rischio, ed essere se del caso disponibili anche a mettere in discussione le proprie scelte, includendo e governando l’eventuale dissenso. Come abbiamo già segnalato (ed è proprio l’essenza del modello di Grunig) l’istituzione dev’essere disponibile a **“farsi contaminare” dalla sensibilità e dalle aspettative della audience**.

In questa prospettiva, l’ascolto non è solo una fase del processo comunicativo: **è parte costitutiva dell’identità dell’organizzazione**, perché un’organizzazione che non sa ascoltare, non è in grado di cambiare, e un’organizzazione che non cambia, non riesce a generare fiducia.

Come osservato anche in ambito internazionale, i governi e le amministrazioni che attivano processi di deliberazione civica e ascolto strutturato godono di maggiore stabilità reputazionale anche in fasi critiche¹⁰.

In questo Piano, l’ascolto dovrà essere progettato, monitorato e rendicontato, e dovrà essere rappresentato con luoghi, momenti, strumenti, ma soprattutto dovrà avere **conseguenze**. Perché solo se l’ascolto **produce cambiamento**, diventa **buona reputazione**, altrimenti è solo banale “liturgia”.

1.3.2.3 Autenticità

Autenticità non significa solo dire la verità, significa **essere riconoscibili nella coerenza tra ciò che si è, ciò che si fa, e ciò che si racconta**.

⁹ Kahneman, D., *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 2011

¹⁰ [OECD, Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions, Paris, OECD Publishing, 2020](#)

La (buona) reputazione non tollera il disallineamento tra DNA (ciò che si è), quello che si fa nella pratica, e come si appare al pubblico. Quando l'immagine proiettata all'esterno è distante dall'identità intrinseca, il perimetro reputazionale dell'organizzazione viene compromesso.

L'autenticità è ciò che distingue un'organizzazione che comunica **per esserci** da un'organizzazione che comunica solo **per apparire**. È la differenza tra chi si costruisce una maschera reputazionale e chi si assume la responsabilità della propria storia, anche delle sue parti meno spendibili e di appeal.

Nel contesto delle aree contaminate, l'autenticità istituzionale non potrà che passare da una narrazione consapevole del proprio ritardo e dal racconto delle fragilità del passato: un tocco lieve e consapevole che dovrà includere una coraggiosa assunzione di responsabilità anche per le mancanze (di altri), laddove esistenti.

Una comunicazione pubblica che dichiara di aver fatto tutto nel migliore dei modi e in modo impeccabile, sarebbe non solo poco credibile (minando così già in principio tutta la strategia del Piano) ma anche offensiva e irrispettosa verso chi, di fatto, ha patito dolore e vittime a causa delle malepratiche criminali tipiche per decenni delle Aree contaminate, morendo di tumore e respirando roghi.

La reputazione si costruisce anche attraverso **la capacità di sostenere un messaggio imperfetto ma vero**, piuttosto che un messaggio "perfetto" ma falso: raccontare i propri limiti, riconoscere ciò che non ha funzionato, è infatti un segno di affidabilità. L'autenticità, in definitiva, è una forma di rispetto. Ed è anche una forma di coraggio.

1.3.2.4 +1 Emozione (acceleratore)

L'emozione non è un "effetto collaterale" della comunicazione, ne è parte integrante: si può dimenticare un'informazione, ma difficilmente si dimenticherà un'emozione provata.

Ecco perché, accanto ai tre pilastri strutturali (qualità, autenticità e ascolto) **l'emozione gioca un ruolo di acceleratore** di buona reputazione: non la crea, di per sé, ma ne favorisce la trasmissione, la sedimentazione e l'intensità.

L'emozione che genera reputazione non deve però essere spettacolarizzazione, né pietismo: è anche **riconoscimento dell'altro, della sua storia, della sua sofferenza**, è una parola che arriva al momento giusto, un gesto simbolico che si imprime nella memoria collettiva, una voce che non urla, ma accompagna.

Kevin Roberts, illustrando il suo concetto di *lovemarks* (i marchi che amiamo, difendiamo e raccomandiamo) spiega che la differenza tra un brand forte e uno amato è proprio in questo: **nell'emozione che è in grado di generare, nella fiducia che può attivare, nel senso di appartenenza che costruisce**¹¹.

Ecco allora uno dei compiti di questo Piano: **rendere la comunicazione pubblica non solo efficace, ma anche memorabile**; non solo informativa, ma **trasformativa**; non solo tecnicamente corretta, ma davvero capace di **generare legami**.

¹¹ [Roberts K., Lovemarks. The Future Beyond Brands, New York, PowerHouse Books, 2005](#)

1.3.3 Dalla mera gestione dell'immagine, alla co-costruzione della fiducia

Per molto tempo – ovunque nel mondo - la comunicazione pubblica si è sviluppata seguendo una logica lineare, monodirezionale, gerarchica: le istituzioni parlano, i cittadini ascoltano. Il messaggio, confezionato in forma professionale, viene diffuso attraverso canali ufficiali, spesso con l'intento di rassicurare e orientare. In questo schema, **la reputazione viene intesa come qualcosa da controllare e da difendere**, come fosse una risorsa da mettere al riparo da rischi, e l'immagine – *rectius*, l'apparenza - diventa il suo principale vettore.

Ma la reputazione come abbiamo già detto **non è (solo) immagine**: l'immagine è la rappresentazione esterna di un'identità, talvolta progettata a fini persuasivi, e rischia di scollarsi dalla realtà se non viene ancorata a comportamenti coerenti e autentici.

Questo cambio di paradigma – da gestione dell'immagine, a costruzione della fiducia – implica una trasformazione radicale della funzione comunicativa. Significa **passare da una logica di protezione a una logica di esposizione consapevole**; significa, anche, non comunicare “nonostante” le criticità, ma “a partire” da esse, abbandonando il linguaggio della *propaganda* per scegliere quello della *responsabilità*.

Un esempio concreto di questo procedimento di transizione si trova nelle pratiche di comunicazione pubblica orientate alla trasparenza radicale: enti che pubblicano dati in tempo reale, che raccontano anche i propri fallimenti spiegandone con equilibrio le ragioni, che coinvolgono i cittadini nella lettura dei risultati e nella definizione dei successivi obiettivi da raggiungere.

Alcune amministrazioni locali, anche in Italia, hanno iniziato a sperimentare questo approccio attraverso piattaforme di Open data, bilanci partecipativi, forme ibride di deliberazione online/offline. Il risultato non è solo una reputazione più solida per le istituzioni stesse, ma anche una maggiore **resilienza relazionale**: quando la reputazione è costruita insieme, resiste meglio anche agli attacchi o agli inevitabili momenti di crisi¹².

Nel caso delle Aree contaminate, co-costruire la fiducia significherà **ribaltare la logica narrativa**: non tentare solamente di convincere la cittadinanza che lo Stato c'è, ma di dimostrare che lo Stato **di fatto c'è sempre stato**; e non solo con atti formali, ma con gesti, presenza, azioni, meccanismi permanenti di ascolto, trasparenza e dialogo, e creando spazi dove le persone possano leggere i dati, porre domande, contribuire a ridefinire le priorità, comunicando **con**, e non solo **a**.

Questo passaggio richiederà anche **un nuovo linguaggio**: meno “difensivo”, meno tecnico, meno autoreferenziale: un linguaggio che non nasconda le inevitabili difficoltà, ma che **le sappia raccontare** nel modo corretto.

In definitiva, **la sfida del Piano non è solo comunicare ciò che si farà, ma rendere evidente il modo in cui si intende farlo**, coinvolgendo quanto più possibile l'audience: passare dallo *storytelling*, allo *storymaking*, attraverso una comunicazione che invece di “promettere”, calca le

¹² Ivi. p.21 [OECD, Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions, Paris, OECD Publishing, 2020](#)

orme di ciò che di concreto si fa, e semplicemente lo racconta in modo esaustivo, dettagliato e comprensibile al cittadino.

1.4 La comunicazione pubblica nella e sulle Aree contaminate come strumento di legittimazione democratica

La comunicazione pubblica non è – non dovrebbe mai essere – una funzione ancillare, un apparato decorativo da attivare a valle delle decisioni, un megafono per amplificare messaggi preconfezionati.

È, invece, **una leva essenziale del funzionamento delle istituzioni democratiche**. Un diritto dei cittadini, oltre che un dovere delle istituzioni. Un presidio di accesso, comprensione, trasparenza e coinvolgimento. E, in quanto tale, è un **fattore diretto di legittimazione del potere**.

In democrazia, infatti, **non è sufficiente che le decisioni siano giuste: devono essere anche comprensibili e contestualizzate**. I cittadini non devono solo essere governati con competenza: devono poter valutare, giudicare, partecipare, e la comunicazione pubblica è ciò che rende possibile questa valutazione: è ciò che **abilita la cittadinanza attiva, nutre il patto fiduciario tra istituzione e cittadini, rende verificabili le promesse e rende visibili e tangibili i comportamenti**, mentre laddove la comunicazione istituzionale è trascurata o trattata come mera funzione “informativa”, rischia di generare opacità, e laddove è usata come mero strumento di consenso, si trasforma in propaganda.

Questa visione è pienamente in linea con i principi dell’Open Government e della “democrazia comunicante”, che considerano la comunicazione non come un’appendice dell’azione pubblica, ma come sua **condizione costitutiva**¹³.

Nelle nostre società complesse, dove la fiducia non si eredita ma si conquista, e dove i flussi informativi sono disintermediati e pervasivi, **una pubblica amministrazione che comunica in modo accessibile e aperto è una pubblica amministrazione che valorizza al massimo le proprie chance di legittimazione**.

Nel contesto delle Aree contaminate, tutto questo assume un valore ancora più urgente: non si tratta solo di spiegare cosa sta facendo lo Stato, ma di **rendere evidente – e discutibile – come, quando, con chi, a che condizioni**.

La comunicazione qui non è solo, allora, uno strumento di accompagnamento, ma è **parte dell’intervento stesso**, ed è una forma di presidio democratico, che può ristabilire un rapporto interrotto, sanare una frattura di lungo corso, ricostruire quel capitale fiduciario che né la legge né l’investimento possono generare automaticamente da soli.

Comunicare, in questi territori, è anche **ristabilire giustizia narrativa**: restituire alle persone il diritto di essere informate, ma anche quello di essere rappresentate con rispetto, senza stigmatizzazioni, senza semplificazioni, senza strumentalizzazioni. E dimostrare che oggi la comunicazione può e deve diventare **spazio di confronto, inclusione, restituzione, corresponsabilità**, diventando, in questo senso, **strumento di infrastrutturazione sociale**: non solo generando consenso, ma (ri)costruendo **comunità**.

¹³ [OECD, Open Government: The Global Context and the Way Forward, Parigi, OECD Publishing, 2016](#)

Nel Piano, ciò si traduce in una precisa scelta metodologica: ogni azione comunicativa dovrà essere progettata **non solo come flusso di informazioni** bensì **come servizio attivo al cittadino e come atto di responsabilità verso la collettività**.

I contenuti non saranno solo *informativi*, ma saranno *abilitanti*; i canali non saranno selezionati solo in base all'*efficienza*, ma anche in base all'*accessibilità reale*; il linguaggio non sarà *tecnocratico*, ma *chiaro, empatico, comprensibile e rispettoso*; la misurazione non si limiterà ai risultati raggiunti in termini di *volumi* (approccio quantitativo, con numero di accessi ai siti, numero di like, etc), ma riguarderà *l'effettiva comprensione, l'utilità, e il grado di fiducia generato nel tempo* (approccio qualitativo).

Così facendo, la comunicazione sul progetto di bonifica e riqualificazione delle Aree contaminate potrà essere **non solo un contenitore di messaggi, bensì l'elemento fondante di una nuova infrastruttura democratica**.

1.5 Approccio integrato nelle Aree contaminate: comunicazione, educazione civica, sensibilizzazione culturale

Nelle Aree contaminate, segnate nel tempo dal dolore generato dallo “stupro” dei territori oggetto dei traffici della criminalità organizzata, non sarà sufficiente trasmettere messaggi: sarà necessario attivare processi, entrando in relazione con sistemi di significato già esistenti – spesso frammentati, talvolta compromessi, ma ancora vivi - e per farlo, l’azione dell’istituzione avrà bisogno di affiancarsi a pratiche educative e culturali capaci di riattivare consapevolezza, responsabilità e desiderio di futuro. Questo Piano adotta quindi un approccio integrato: la comunicazione come parte di un disegno più ampio che comprenderà anche **educazione civica e sensibilizzazione culturale**.

Si tratta di azioni **complementari e sinergiche**, da integrare nella progettazione, nella tempistica, nei linguaggi e nei destinatari. Una campagna informativa, ad esempio, potrà generare maggiore impatto se accompagnata da laboratori nelle scuole o percorsi nelle parrocchie; un portale digitale potrà essere realmente efficace solo se i cittadini sapranno davvero come usarlo correttamente; un video istituzionale diventerà memorabile se chi lo guarderà avrà gli strumenti per riconoscersi nel messaggio e discuterlo criticamente.

In questa prospettiva, la comunicazione diventa quindi ponte: collega l’azione istituzionale alle istanze sociali, traduce la complessità, offre strumenti per comprendere e partecipare.

L’educazione civica è radice: lavora sui significati, sui valori, sulle competenze critiche necessarie per abitare lo spazio pubblico con responsabilità e consapevolezza. La sensibilizzazione culturale è orizzonte: apre nuove prospettive, mette in discussione narrazioni tossiche, aiuta a ripensare il rapporto tra individuo, comunità e ambiente.

Nel contesto delle Aree contaminate, questa integrazione sarà essenziale, perché non basterà illustrare le operazioni di bonifica, bisognerà costruire senso civico attorno all’ambiente; non basterà informare sulle nuove regole e norme, occorrerà generare un’etica del rispetto e della legalità; non basterà dire “lo Stato c’è”, servirà dimostrare che lo Stato è anche cultura pubblica condivisa, non solo presenza operativa e sanzionatoria.

Un approccio integrato permetterà inoltre di contrastare la disinformazione, il fatalismo e la rassegnazione, che spesso proliferano dove mancano strumenti cognitivi e spazi di confronto adeguati. Insegnare come funziona un bando, cosa prevede una legge, come leggere una mappa ambientale, non è una funzione secondaria: è un’azione di cittadinanza attiva ed è educazione alla democrazia.

A rafforzare questa visione contribuisce anche un recente riferimento normativo che promuove una lettura estesa e relazionale del concetto di *identità pubblica*. La **UNI/PdR 111:2022**, dedicata al *Brand Design*, invita a considerare ogni entità – anche le istituzioni pubbliche – come responsabile della propria proposta di valore non solo in termini grafici o comunicativi, ma soprattutto culturali ed etici. Secondo la prassi, la *marca* non coincide solo con il *logo* o la

campagna, ma con l'intero sistema di significati e valori che un'istituzione costruisce nel tempo nel rapporto con i propri pubblici, attraverso coerenza, ascolto e visione¹⁴.

Applicare questa prospettiva in questo Piano significa trattare l'identità pubblica come un impegno narrativo e valoriale, non solo come un esercizio di stile di comunicazione.

Le esperienze internazionali più avanzate lo confermano: dalle iniziative di civic-education promosse nei Paesi nordici¹⁵, ai programmi UNESCO orientati alla formazione di cittadini responsabili nell'ambito dello sviluppo sostenibile e della cultura della pace¹⁶, fino ai laboratori territoriali di gestione condivisa dei beni comuni e rigenerazione urbana attiva attuati in Spagna¹⁷. Le politiche pubbliche più efficaci sono quindi quelle che integrano informazione, formazione e coinvolgimento, con la comunicazione che **abilita il cittadino a comprendere, reagire e contribuire**.

Per questo, ogni azione prevista in questo Piano dovrà essere pensata in una logica tridimensionale, ponendosi quantomeno tre domande: *cosa sto informando? Cosa sto formando? Cosa sto trasformando?*

Solo così si potrà passare da una comunicazione che **spiega**, a una **comunicazione che dà forma**.

¹⁴ UNI, *UNI/PdR 111:2022. Brand Design – Prassi di Riferimento per la gestione dell'identità di marca*, Milano, Ente Italiano di Normazione, 2022

¹⁵ si veda ad esempio il modello Finlandese di educazione civica integrata nel curricula scolastico obbligatorio, descritto in [Finnish National Agency for Education del 2014](#)

¹⁶ [UNESCO, Education for Sustainable Development: A roadmap, Parigi, UNESCO, 2020](#)

¹⁷ [Urban Innovative Actions, La Corriente del Golfo. Urban Commons in Seville, 2020](#)

1.6 Il nesso tra epidemiologia e comunicazione nelle Aree contaminate: dalla prevenzione sanitaria all'informazione consapevole

In un territorio dove la salute collettiva è diventata una questione identitaria prima ancora che sanitaria, il rapporto tra epidemiologia e comunicazione non è un tema marginale, bensì una questione pubblica di interesse generale.

Nelle Aree contaminate, dove per anni si sono sovrapposte narrazioni allarmistiche e comunque conflitti tra dati, la percezione del rischio si è sviluppata più come espressione di angoscia diffusa, che come risultato di un processo informativo trasparente e razionale. In questo contesto, la comunicazione non può essere trattata come semplice supporto alla scienza: è parte integrante della strategia di salute pubblica.

L'epidemiologia, per definizione, non opera in astratto: per essere efficace, deve essere compresa, accettata, discussa. I dati non parlano da soli: parlano solo se qualcuno è in grado di leggerli, spiegarli, contestualizzarli, tradurli in scelte individuali e collettive. E questo passaggio, dalla produzione all'interpretazione, è interamente comunicativo.

Non è un caso che l'Organizzazione Mondiale della Sanità, già nel 2005, abbia definito l'*Health literacy* come una delle competenze fondamentali per la promozione della salute, indispensabile per rendere le persone più autonome, informate e attive nei confronti del proprio benessere¹⁸.

In questa direzione si colloca anche il superamento, ormai irrinunciabile, del tradizionale modello della comunicazione scientifica noto come **PUS** (*Public Understanding of Science*), fondato sull'idea di un "pubblico passivo da istruire", verso il più maturo modello **PEST** (*Public Engagement with Science and Technology*), che promuove un dialogo attivo e inclusivo tra scienza e società.

Il PEST riconosce che **la scienza ha bisogno di contesti di ascolto, confronto, partecipazione**, e che le esperienze vissute dai cittadini, i saperi locali, le percezioni culturali del rischio sono parte integrante del sistema conoscitivo.

Come osserva Nicholas Russell, questo modello mira a creare **spazi di dialogo aperto tra scienza e società**, affinché le decisioni siano non solo più informate, ma anche più legittimate¹⁹.

Applicare questo paradigma nel contesto delle Aree contaminate significa **andare oltre la semplice divulgazione dei dati epidemiologici**, ma implica il coinvolgimento attivo delle comunità locali nella raccolta, nell'interpretazione e nell'uso delle informazioni sanitarie, promuovere una cultura della salute condivisa e partecipativa e trattando finalmente i cittadini non solo come destinatari passivi da assicurare, ma come **interlocutori attivi da responsabilizzare**.

Questo Piano riconosce quindi la necessità di una **integrazione strutturale tra epidemiologia e comunicazione pubblica**. I dati sanitari, laddove disponibili, dovranno essere trattati non come patrimonio per solo esperti, ma come **bene comune da restituire alla collettività**, attraverso

¹⁸ [World Health Organization, Health Literacy and Health Promotion, WHO, 2020](#)

¹⁹ Russell, N., *Communicating Science: Professional, Popular, Literary*, Cambridge University Press, 2010

strumenti di visualizzazione accessibili, momenti pubblici di discussione, attività di alfabetizzazione scientifica e alleanze con scuole, presidi civici, parrocchie, medici di base.

D'altro canto, comunicare in modo trasparente il limite della conoscenza epidemiologica – qualora i dati fossero parziali, controversi o in attesa di conferma – è un passaggio altrettanto cruciale per **ricostruire fiducia**.

Non esiste infatti un rapporto fiduciario tra istituzione e cittadini che possa nascere dalla censura o dall'eccesso di rassicurazione. Il *Crisis and Emergency Risk Communication Manual* del CDC americano lo ricorda chiaramente: l'onestà e la tempestività nel comunicare **anche l'incertezza**, in modo chiaro e schietto, sono i primi fattori predittivi di credibilità nella gestione delle crisi sanitarie²⁰.

Nel caso delle Aree contaminate, ciò significherà progettare una comunicazione epidemiologica **capace di uscire dall'ambito accademico**, senza banalizzazioni ma con forte vocazione educativa.

Le mappe, i registri, le curve e le proiezioni devono essere messi a disposizione delle persone non come documenti banalmente “da scaricare”, ma come **contenuti da discutere, metabolizzare e comprendere**. La trasparenza sui rischi non è un pericolo da evitare, ma uno strumento per abilitare scelte più consapevoli da parte dei cittadini.

Infine, occorrerà promuovere una riflessione più ampia sul legame tra **prevenzione sanitaria e giustizia ambientale**. In un contesto dove la malattia è stata troppo a lungo percepita come fatalità o colpa individuale, restituire centralità alla dimensione collettiva della salute significherà **riconoscere il diritto alla cura come diritto alla conoscenza**. Non si tutela la salute senza ridurre l'asimmetria informativa, senza creare alleanze educative, senza trasformare la paura in consapevolezza e l'isolamento in responsabilità condivisa.

Ecco allora il senso di questo nesso: **non si fa epidemiologia senza comunicazione, e non si costruisce buona reputazione per le Istituzioni senza informazione trasparente sulla salute**.

La cittadinanza ha diritto di **sapere**, certamente, ma ha anche diritto di **capire**. E in territori obiettivamente feriti, questo diritto non è un dettaglio, bensì una forma concreta e misurabile di “riparazione” e di positiva **ricostruzione del tessuto sociale**.

²⁰ [Centers for Disease Control and Prevention, Crisis and Emergency Risk Communication Manual, 2018](#)

2. Analisi del contesto

2.1 Contesto territoriale e demografico delle aree interessate

La cosiddetta “Terra dei Fuochi” identifica un vasto territorio compreso tra le province di Napoli e Caserta, che coinvolge attualmente **90 comuni** (56 in provincia di Napoli e 34 in provincia di Caserta)²¹. Quest’area si estende principalmente nel quadrilatero tra il Litorale Domitio, l’agro aversano-atellano, l’agro acerrano-nolano e l’area vesuviana, includendo anche la città di Napoli²².

La popolazione complessiva residente in questi comuni supera i **3 milioni di abitanti**²³. La maggior parte (circa 2,42 milioni) risiede nei comuni della provincia di Napoli, mentre i restanti ~0,62 milioni risiedono nei comuni della provincia di Caserta²⁴. Ne consegue una densità abitativa elevatissima: si tratta infatti di uno dei territori più densamente popolati d’Italia, con valori che in diversi comuni superano gli **8.000–10.000 abitanti per km**²⁵ (basti citare che i primi posti per densità a livello nazionale sono occupati da comuni dell’hinterland napoletano).

Negli ultimi decenni questa zona è stata teatro di diffusi **sversamenti illeciti e roghi di rifiuti**, che ne hanno contaminato il territorio. Le numerose discariche abusive e incendi di rifiuti (da cui il nome “Terra dei Fuochi”) rappresentano la manifestazione più visibile di un fenomeno criminale ben più ampio – l’interramento illegale di rifiuti, spesso di origine industriale – che ha devastato parte del territorio campano²⁶. Le indagini ambientali condotte dagli organi tecnici hanno permesso di individuare in questi comuni quasi **1.900 siti** agricoli potenzialmente contaminati (circa 20.000 particelle catastali) per un’estensione complessiva intorno ai **2.000 ettari**²⁷. Ulteriori aree a rischio sono in fase di valutazione (in particolare terreni limitrofi a discariche e siti interessati da roghi) nell’ambito delle attività di mappatura in corso.

Il territorio presenta una notevole varietà di usi del suolo, comprendendo sia zone rurali sia insediamenti urbanizzati. In sintesi, esso include:

- **estese aree agricole** pianeggianti, un tempo celebri per la loro fertilità (l’antica *Campania Felix*);
- numerosi **nuclei urbani** ed area metropolitana densamente popolati;
- diverse **aree industriali**, con poli produttivi attivi o dismessi;
- una diffusa presenza di edifici a **edilizia abusiva** (costruzioni non autorizzate).

Questo contesto eterogeneo evidenzia diverse criticità ambientali e sociali. La Campania registra il più alto tasso di **abusivismo edilizio** in Italia, con oltre 50 costruzioni illegali ogni 100 autorizzate²⁸ – un fenomeno particolarmente marcato proprio nell’hinterland napoletano-casertano. Inoltre, la coesistenza di poli industriali e di un’urbanizzazione spesso disordinata ha facilitato in passato

²¹ [ARPAC, Terra dei Fuochi, Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale della Campania](#)

²² [ARPAC, Relazione sulle attività svolte nella terra dei fuochi, Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale della Campania](#)

²³ Ibidem

²⁴ Ibidem

²⁵ [ISTAT, La popolazione residente nei comuni della Campania, Istituto Nazionale di Statistica, 2020](#)

²⁶ [Senato della Repubblica – XIII Commissione permanente \(Territorio, ambiente, beni ambientali\), Indagine conoscitiva sul fenomeno degli incendi e dei roghi di rifiuti in Campania, 2013](#)

²⁷ Ibidem

²⁸ [ISTAT, 9° Censimento generale dell’agricoltura – Campania: principali risultati, 2024](#)

l'abbandono illecito di ingenti quantitativi di rifiuti speciali in questi territori, rendendo necessarie urgenti misure di bonifica e rigorosi interventi di controllo.

È bene sottolineare come il danno ambientale che affligge le province di Napoli e Caserta abbia una doppia natura: da un lato quello legato agli **interramenti storici** di rifiuti pericolosi avvenuti a partire dagli anni '70 e intensificatisi negli anni '80 e '90; dall'altro, quello più recente e diffuso, legato a pratiche sistemiche di **abbandono illegale** e non gestito dei rifiuti urbani e speciali, in particolare da parte del tessuto produttivo sommerso e delle microimprese, in vario modo e con varia intensità complici delle malepratiche ambientali promosse dalla criminalità organizzata, foss'anche solo per trovare scorciatoie meno costose ai trattamenti legali dei rifiuti.

Gli interramenti "storici" costituiscono una delle ferite più profonde e il cui processo di risanamento è più ambizioso. Le indagini condotte dalla Direzione Distrettuale Antimafia di Napoli, a partire dagli anni '90, hanno messo in luce il coinvolgimento diretto della criminalità organizzata – in particolare dei clan casalesi – nello smaltimento illegale di rifiuti speciali e industriali provenienti da tutta Italia, in collaborazione con imprese del Nord operanti nel settore del trattamento rifiuti²⁹. L'Operazione "Cassiopea", avviata nel 2001, ha documentato lo smaltimento illecito di circa un milione di tonnellate di rifiuti, inclusi rifiuti tossici, in diversi comuni della provincia di Caserta, tra cui Parete e Villa Literno³⁰.

Secondo il **Rapporto Rifiuti Speciali – Edizione 2024** dell'ISPRA, nel 2022 la produzione nazionale di rifiuti speciali è stata di 161,4 milioni di tonnellate, con una diminuzione del 2,1% rispetto all'anno precedente. Di questi, 151,4 milioni di tonnellate (93,8%) erano rifiuti non pericolosi, mentre quasi 10 milioni di tonnellate (6,2%) erano rifiuti pericolosi. Il settore delle costruzioni e demolizioni ha contribuito per il 50% alla produzione totale, con quasi 80,8 milioni di tonnellate. Al Sud Italia, la produzione di rifiuti speciali è stata di 40,6 milioni di tonnellate, con la Campania che ha prodotto circa 10,3 milioni di tonnellate, rappresentando il 25,4% del totale della macroarea geografica e il 6,4% del totale nazionale³¹.

La gestione dei rifiuti speciali nel 2022 ha visto il **recupero di materia** come modalità prevalente di gestione, pari a 127,6 milioni di tonnellate (72,2% del totale); lo **smaltimento in discarica** ha invece riguardato 8,9 milioni di tonnellate (5%), mentre il restante 14,9% è stato avviato ad altre forme di trattamento o smaltimento³².

Il **Consorzio PolieCo**, nel suo **Rapporto Annuale 2023** pubblicato nel 2024, ha documentato il persistere di criticità riguardanti la **filiera sommersa del riciclo della plastica**, evidenziando come una parte significativa dei materiali raccolti non finisca in impianti autorizzati, ma venga ancora **illegalmente smaltita, bruciata in roghi o abbandonata** in siti non controllati. Le principali cause individuate sono la carenza di controlli efficaci, l'accesso limitato a impianti di trattamento a costi

²⁹ Cantoni, R., *The Waste Crisis in Campania, Southern Italy: A Historical and Geographical Perspective*, in "Environmental Justice", 2012

³⁰ [PAMI – Portale Ambiente e Legalità, Compendio. Allegato 17. Operazioni e attività della criminalità ambientale](#), s.d.

³¹ [ISPRA, Rapporto Rifiuti Speciali – Edizione 2024, 2024, pp. 12–15](#)

³² *Ibidem* pp. pp. 20–22

sostenibili e la presenza di una rete opaca di operatori “grigi”³³ con tariffe ben più convenienti di quelle ufficiali.

A ciò si aggiungono i dati del **Rapporto Territoriale ARPAC 2022**, che conferma come le aree più soggette a fenomeni di **abbandono sistemico** siano quelle a maggiore densità edilizia irregolare e quelle poste a cavallo tra i confini amministrativi comunali, dove l’assenza di videosorveglianza e la marginalità sociale favoriscono comportamenti quotidiani di sversamento illecito³⁴.

Secondo l’**Osservatorio Regionale sulla Gestione dei Rifiuti**, pubblicato da ARPA Campania nel novembre 2024, nel 2023 la **raccolta differenziata** ha raggiunto il 56,6%, con un miglioramento rispetto al 55,6% del 2021, ma con forti disparità tra i Comuni e persistenti criticità nelle zone periferiche e agricole³⁵.

Tutto ciò premesso, il danno ai territori non è soltanto ambientale, ma anche **percettivo e simbolico**: la presenza di rifiuti interrati o abbandonati contribuisce a consolidare l’idea – cara alla criminalità organizzata - di un **territorio abbandonato** e senza controllo, dove le regole dello Stato – teoricamente - non valgono. L’abitudine al degrado e alla trascuratezza è diventata quindi parte del “paesaggio mentale”, prima ancora che di quello fisico, e anche su questi aspetti intende lavorare questo Piano.

³³ [Consorzio Nazionale per il Riciclaggio dei Rifiuti in Polietilene, Rapporto Annuale 2023, Roma, PolieCo, 2024](#)

³⁴ [ARPAC, Relazione sullo stato dell’ambiente in Campania – Rapporto Territoriale 2022, Napoli, ARPA Campania, 2022, pp. 73–78](#)

³⁵ [ARPAC, Rapporto Rifiuti Urbani in Campania 2023, Napoli, ARPA Campania, 2024](#)

2.2 Dinamiche illegali nelle Aree contaminate: economia informale, evasione e criminalità ambientale

L'emergenza rifiuti in queste province non è frutto del caso, ma il risultato di precise **dinamiche illegali** che hanno peculiari radici socio-economiche.

Si è infatti sviluppata negli anni, nel territorio delle aree contaminate delle province di Napoli e Caserta una *economia informale* parallela, in cui lo smaltimento illecito dei rifiuti è divenuto un business redditizio, parte integrante delle attività delle **ecomafie**.

Organizzazioni criminali, in primis clan camorristici come quello dei Casalesi, hanno offerto a industrie e imprenditori compiacenti un servizio illegale: prendere in carico ingenti quantità di scarti (soprattutto industriali e tossici) a costi molto inferiori a quelli dello smaltimento legale, **evadendo così normative ambientali e tasse**³⁶.

Questo "sistema" di collusione e di malaffare ha permesso a molte aziende di risparmiare milioni di euro in costi di smaltimento, alimentando al contempo un circuito occulto di denaro gestito dai clan. Secondo la testimonianza di un collaboratore di giustizia, già nei primi anni '90 il traffico illegale di rifiuti era divenuto una delle attività più remunerative per il clan camorristico dominante sul litorale domizio, un "*settore industriale trainante*" dell'economia criminale locale.

In questo contesto di collusione, l'evasione fiscale e l'elusione di ogni controllo ambientale sono sistematiche: i rifiuti viaggiano accompagnati da falsi documenti o del tutto privi di tracciabilità, venendo smaltiti in nero senza versare tributi né rispettare le normative³⁷.

Le cifre dell'**economia illegale dei rifiuti** in Campania testimoniano la portata del fenomeno. Nel rapporto *Ecomafia 2024* di Legambiente si stima un *fatturato criminale annuo di circa 9 miliardi di euro* in Italia generato dalle ecomafie (sommando traffici di rifiuti, abusivismo edilizio, traffico di specie, ecc.), con la Campania al primo posto nazionale per numero di reati ambientali³⁸. Negli ultimi cinque anni sono stati accertati **oltre 23.000 reati ambientali in Campania**, pari al 14,7% del totale nazionale, con più di 20.000 persone denunciate e 183 arresti³⁹. In particolare, il *ciclo illegale dei rifiuti* vede un'incidenza crescente: oltre 9.000 reati legati ai rifiuti registrati nel solo 2023, in aumento del 66% rispetto agli anni precedenti⁴⁰.

Questa proliferazione di illeciti indica l'esistenza di un "**industria**" **criminale dei rifiuti**, radicata sul territorio: i clan camorristici – definiti appunto "*ecomafie*" quando operano in campo ambientale – gestiscono discariche abusive, trasporto e intermediazione illegale di rifiuti speciali, imponendo controllo su attività come la demolizione e lo smaltimento edilizio, anch'esse fonti di rifiuti da occultare⁴¹.

³⁶ [La Stampa, Rifiuti, quando Schiavone disse "Abbiamo avvelenato tutti", 1 novembre 2013](#)

³⁷ Direzione Nazionale Antimafia, *Relazione annuale*, 2014

³⁸ [La Stampa, Ecomafia 2024: rifiuti, abusivismo, agromafie. Legambiente: "Criminalità ambientale sempre più pervasiva", 21 marzo 2024](#)

³⁹ [Legambiente, Rapporto Ecomafia 2023, 2024](#)

⁴⁰ Ibidem

⁴¹ [Europol & UNICRI, Waste Trafficking in CAM, 2020](#)

Queste dinamiche illecite prosperano grazie a **connivenze e zone d'ombra** tra criminalità e una certa imprenditoria. Come evidenziato da inchieste e sentenze, accanto alla camorra hanno agito *“imprenditori senza scrupoli”* pronti a smaltire illegalmente pur di ridurre i costi, professionisti che falsificavano analisi e formulari dei rifiuti, funzionari corrotti che omettevano i controlli⁴².

L'intreccio tra interessi criminali, corruzione, omertà e cultura del malaffare e dell'anti-Stato, ha spesso ostacolato l'azione di contrasto: basti pensare che, nonostante l'introduzione di nuovi reati ambientali nel Codice penale (come il delitto di combustione illecita di rifiuti, L.6/2014) molte indagini negli anni 2000 si sono concluse senza condanne effettive a causa di lungaggini e **prescrizioni**⁴³.

Un caso emblematico è la vicenda dei fratelli *Pellini*, imprenditori condannati per disastro ambientale nella zona a nord di Napoli: il loro patrimonio illecito di 220 milioni di euro, inizialmente confiscato, è tornato nelle loro disponibilità per un vizio di forma procedurale, suscitando l'indignazione dei cittadini e di attivisti come don Patriciello⁴⁴, e mettendo in luce alcune falle nel sistema sanzionatorio.

In sintesi, le dinamiche illegali alla base dell'emergenza sono caratterizzate da un'economia sommersa multimilionaria, radicata nella complicità tra clan mafiosi e attori economici insospettabili, che ha degradato il territorio eludendo per anni la legge e i controlli ufficiali, e che ha trovato particolare terreno fertile in territori flagellati da decenni – proprio malgrado - da una diffusa cultura del malaffare e della convenienza scaltra a breve termine.

⁴² [Fontana, *La Nuova Ecologia*, 2025](#)

⁴³ [Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, Sentenza “Cannavacciuolo e altri c. Italia”, 30 gennaio 2025](#)

⁴⁴ [ANSA, Terra dei fuochi, don Patriciello: “Una pagina nera per l'Italia”, 27 marzo 2024](#)

2.3 La narrazione tossica contro lo Stato alimentata dalle ecomafie

Riguardo alle Aree contaminate, esiste un percepito da parte di alcune fasce di popolazione, in parte ingiustificato, di eccessiva inerzia istituzionale - che peraltro questo Piano vuole contrastare stimolando un vero e proprio **cambio di passo** sotto il profilo narrativo – percepito che ha alimentato nella popolazione locale un sentimento di parziale disillusione, con il quale è necessario con schiettezza fare i conti. Un sentimento, tuttavia, nato **non a caso**: nel contempo, **una leva malevola utilizzata dalle ecomafie per consolidare i propri interessi criminali**.

Già negli anni 2000, in Campania, autorevoli esponenti scientifici notavano che *“il danno principale è il pregiudizio alla fiducia della popolazione nei confronti delle autorità”* e che la comunità locale tendeva ad accomunare *“le istituzioni medico-scientifiche a quelle politiche”* ritenendole, con un’evidente generalizzazione, tutte corresponsabili dell’accaduto⁴⁵. Ebbene, se da un lato la Corte Europea dei Diritti Umani, nella sentenza del gennaio 2025 sul caso Terra dei Fuochi, ha contestato la parziale inadeguatezza delle misure adottate per fronteggiare le problematiche ambientali, come anche delle azioni di informazione alla popolazione sui rischi per la salute⁴⁶, una delle cause dell’attuale scenario è certamente attribuibile ad aspetti legati alla pura **“percezione”**: la comunicazione non adeguata alle aspettative della popolazione sui rischi sanitari ha contribuito essa stessa alla maturazione di questo sentimento, e i cittadini, in carenza di spiegazioni percepite come esaustive sulle motivazioni alla base dell’aumento di tumori sul territorio o sulla nocività delle sostanze trovate nel terreno, hanno finito per assumere atteggiamenti a volte di polemica verso le istituzioni pubbliche⁴⁷.

Il disagio si è manifestato a quel punto in vari modi: proteste, diffidenza verso i dati “ufficiali”, reticenza a collaborare con Enti pubblici e un ricorso frequente ai comitati civici per farsi rappresentare. Anche episodi di intimidazione come l’incendio doloso della sede di Legambiente a Succivo nel 2024 hanno contribuito ad alimentare l’idea di distanza tra l’interesse dei cittadini e l’azione delle istituzioni⁴⁸, finendo per mettere in discussione anche l’autorevolezza delle autorità sanitarie e scientifiche e le conclusioni degli esperti ufficiali⁴⁹.

In risposta a questo delicato scenario, a partire dal secondo decennio degli anni Duemila, si è assistito all’emergere di una mobilitazione civica capillare e autonoma: un fenomeno composito e spontaneo che ha visto cittadini, comitati, famiglie, parrocchie e associazioni unirsi per difendere il diritto alla salute, alla trasparenza e alla giustizia ambientale.

È utile sottolineare tuttavia come la nascita di un **movimento di base strutturato** costituisca però un elemento fondamentale da comprendere e soprattutto **una risorsa da valorizzare** nel disegno di qualsiasi strategia di comunicazione, perché le proteste sono state anche un esercizio di

⁴⁵ [Fusco, M., ISS – EpiCentro, 2008](#)

⁴⁶ Cedu, sentenza 30/01/25

⁴⁷ [Fusco M., Ambiente e salute: il caso Campania, in Epidemiologia&Prevenzione, Istituto Superiore di Sanità](#)

⁴⁸ Op. Cit.

⁴⁹ Op. Cit.

democrazia attiva, di pedagogia civica e di partecipazione collettiva, capace di incidere realmente sull'agenda politica e sulle scelte legislative.

Se la crisi ambientale delle Aree contaminate ha avuto origine in una combinazione di **interessi criminali e di disattenzione sistemica**, la risposta dello Stato - contrariamente ad una certa narrazione tossica alimentata strumentalmente anche dalle ecomafie - **non è certamente mancata**, come illustreremo più avanti nel Piano, e in realtà, **è del tutto inautentica l'idea di uno Stato assente dai territori delle Aree contaminate, un'idea che la stessa criminalità organizzata ha avuto forte interesse ad amplificare e propagandare**: gli interventi concreti sul territorio, negli ultimi anni, sono stati crescenti e significativi, come illustreremo nel prossimo paragrafo del Piano.

Nonostante questo, lo Stato è fino ad oggi uscito "perdente" dal punto di vista **narrativo**: molto probabilmente, per non aver saputo illustrare con efficacia - e far comprendere - strategie, approcci, obiettivi e tempistiche, **carenze che questo Piano si propone di risolvere una volta per tutte**.

Come ci insegna la fisica, in natura il vuoto non esiste, e questa regola vale anche nelle scienze della comunicazione: **un vuoto narrativo, viene immediatamente colmato, riempito da altri soggetti**, spesso malevolmente interessati a destabilizzare lo scenario aumentando l'entropia e creando dissidi e frizioni tra cittadini e istituzioni, funzionali ad alimentare il malaffare, malaffare che ha prosperato in misura più significativa in aree d'Italia come quelle di Napoli e Caserta soffocate negli anni da una cultura dell'illegalità diffusa, purtroppo, a più livelli, e pervasiva nella società, o quantomeno in parte di essa.

Uno degli scopi delle azioni previste da questo Piano è quindi quello di rompere questo meccanismo vizioso, rimettendo al centro della narrazione pubblica **la necessità di legalità**, e il rapporto esistente – nel medio lungo periodo – tra inserimento di preoccupazioni di carattere etico e profittabilità. È infatti possibile – lo dimostrano anni di studi ma anche di pratica sui territori – “fare bene” e aumentare il benessere, trasformando quelli che inizialmente possono essere percepiti solo come “ulteriori costi”, invece, in **investimenti**: sul territorio stesso, sulla propria salute, sul benessere della propria famiglia e della propria rete sociale, sulla capacità di attrarre capitali e imprese, di trattenere talenti, di far sbocciare eccellenze.

Da questo punto di vista, le campagne di comunicazione e informazione generate dal Piano non potranno limitarsi ad evidenziare **l'esistente**, ma dovranno attivare processi cognitivi e narrativi capaci di **restituire ordine, senso e responsabilità** ai gesti quotidiani e collettivi della cittadinanza.

L'informazione tecnica, l'educazione ambientale e il coinvolgimento dei presidi civici saranno quindi strumenti fondamentali per **invertire una volta per tutte questa deriva culturale e narrativa pessimistica**, che ha fatto il suo tempo, sostituendola con una percezione di **presenza e di efficacia** dell'azione dello Stato.

2.4 Una risorsa per lo Stato: la mobilitazione civica contro gli sversamenti tossici e il ruolo delle istituzioni “di prossimità”. La Chiesa, le parrocchie, le scuole e i comitati locali

Un punto di svolta nella presa di coscienza collettiva avvenne tra il 2012 e il 2014, quando - in seguito a un’escalation di incendi tossici, denunce di medici locali e testimonianze di cittadini - prese forma il **movimento** “Stop Biocidio”, nome che diventò lo slogan di un’intera generazione di abitanti delle Aree contaminate, unendo per la prima volta sotto un’unica istanza migliaia di persone appartenenti a realtà sociali e culturali diverse.

Tra i momenti più significativi di questa mobilitazione si ricordiamo la grande manifestazione “**#fiumeinpiena**”, svoltasi a Napoli il 16 novembre 2013⁵⁰: un corteo di circa **50.000 persone**, giunte da ogni angolo della Campania, che attraversò pacificamente il centro della città per chiedere verità, bonifiche e interventi urgenti. L’evento assunse un forte valore storico e simbolico non solo per l’eccezionale partecipazione, ma per la capacità di **unificare sotto una bandiera comune** (quella del diritto alla salute e alla giustizia ambientale) attivisti, famiglie, lavoratori, religiosi, studenti, agricoltori, operatori sanitari e **rappresentanti politici del territorio di tutti i Partiti**.

A guidare la protesta furono soprattutto **le famiglie colpite**, in particolare **le madri dei bambini deceduti**: le cosiddette “*mamme della Terra dei Fuochi*”, la cui forza simbolica ed emotiva trasformò il dolore privato in una denuncia pubblica collettiva. Molte di queste donne si organizzarono in comitati spontanei, scrissero lettere al Presidente della Repubblica, intervengono nei media, partecipando ai tavoli istituzionali con testimonianze toccanti che sfuggono alle retoriche e ai tecnicismi. La loro presenza ebbe certamente un impatto decisivo nel far emergere la dimensione umana dell’emergenza ambientale⁵¹.

Tra le figure più emblematiche del movimento, accanto agli attivisti storici come Angelo Ferrillo⁵², assume un ruolo centrale **don Maurizio Patriciello**, parroco del quartiere Parco Verde di Caivano. Il suo impegno instancabile, dalla predicazione all’interlocuzione con le autorità, fece da catalizzatore morale del movimento. La sua azione venne accompagnata da una rete di parrocchie, associazioni cristiane e gruppi giovanili che si mobilitarono per informare, proteggere, dare speranza.

Anche grazie a questa sollecitazione civile dal basso, il tema della Terra dei Fuochi entrò con forza nell’agenda politica nazionale. Nel febbraio 2014, il Governo italiano approvò il **Decreto Legge 136/2013**, convertito nella **Legge 6/2014**⁵³, che prevedeva:

⁵⁰ [Today.it, Napoli, manifestazione Fiumeinpiena: in migliaia contro la Terra dei Fuochi, 16 novembre 2013](#)

⁵¹ [LifeGate, Le mamme della Terra dei Fuochi. Vogliamo che i bimbi non si ammalino più, 2016](#)

⁵² Ideatore e responsabile di [laterradeifuochi](#), un contenitore di Video-Denunce tutt’altro che virtuale, uno spazio web di cittadinanza attiva per la denuncia, sensibilizzazione e monitoraggio ambientale in tempo reale sugli effetti delle eco-mafie e l’inadempimento della politica, riguardo al fenomeno dei roghi tossici di rifiuti speciali.

⁵³ Ministero dell’Ambiente, *Decreto-Legge 10 dicembre 2013, n. 136, convertito con modificazioni dalla Legge 6 febbraio 2014, n. 6*, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie Generale n. 32 del 8 febbraio 2014

- il riconoscimento formale della situazione di emergenza ambientale;
- l'introduzione del **reato di combustione illecita di rifiuti** (art. 256-bis del Codice dell'ambiente);
- lo stanziamento di fondi per la **mappatura e il monitoraggio dei suoli agricoli**;
- l'impiego dell'**Esercito** a presidio dei punti sensibili, con l'Operazione "*Strade Pulite*".

Sebbene tali misure abbiano rappresentato un primo passo importante, il movimento civico mantenne una posizione **critica e vigile**.

Il vero valore del movimento "Stop Biocidio" si è però sostanziato nella sua capacità di **superare i confini della protesta** per diventare una **forma embrionale di cittadinanza attiva e consapevole**: molti dei partecipanti alle manifestazioni continuano ancora oggi a operare come "sentinelle ambientali", a monitorare i roghi, a raccogliere dati, a educare i giovani. Il movimento è diventato quindi anche **una rete di mutualismo sociale**, in cui si scambiano esperienze, si offrono supporto psicologico, si elaborano strategie comuni per la difesa del territorio.

In questo senso, la mobilitazione civica non ha rappresentato solo una risposta emergenziale a un disastro, ma ha posto le basi per una **nuova cultura della partecipazione**, fondata sulla consapevolezza dei diritti ambientali come diritti civili fondamentali.

Nel quadro di una crisi ambientale protratta purtroppo per decenni, la presenza capillare e credibile delle **istituzioni di prossimità** ha rappresentato per molte comunità locali un vero punto di riferimento. In particolare, la **Chiesa cattolica**, il **sistema scolastico**, le **parrocchie** e i **comitati civici** hanno svolto un ruolo fondamentale di supporto etico, culturale e sociale.

La **Chiesa campana** è stata tra le prime realtà collettive a denunciare pubblicamente la gravità delle problematiche ambientali in atto: già agli inizi degli anni Duemila, diversi **vescovi delle diocesi interessate** – tra cui Acerra, Aversa, Caserta, Nola, Napoli – hanno promosso appelli pubblici, incontri interdiocesani e celebrazioni nei luoghi simbolo dei roghi per sensibilizzare le coscienze.

Nel 2014, la **Conferenza Episcopale Campana** ha invitato la Chiesa a un impegno diretto, non solo spirituale ma anche civico, nella difesa del territorio e delle popolazioni⁵⁴.

Particolarmente incisiva come abbiamo già ricordato è stata l'azione di **don Maurizio Patriciello**, parroco del quartiere Parco Verde di Caivano, figura divenuta negli anni simbolo della lotta contro i roghi tossici e l'inquinamento ambientale. Patriciello ha denunciato in modo sistematico e pubblico gli sversamenti, ha dato voce ai cittadini colpiti – in particolare alle madri che hanno perso figli per malattie oncologiche – ed è intervenuto in numerose occasioni sui media, in Parlamento e nei consessi istituzionali⁵⁵. La sua parrocchia è divenuta un presidio di ascolto, formazione e mobilitazione, ospitando momenti di preghiera, fiaccolate, dibattiti e laboratori con i giovani. L'impegno di Patriciello ha avuto anche un risvolto istituzionale, tanto che la **Prefettura di Caserta** lo ha incluso stabilmente nei tavoli di coordinamento sulla Terra dei Fuochi, riconoscendone il ruolo di ponte fiduciario tra Stato e comunità locali⁵⁶.

⁵⁴ [Di Donna, Convegno Custodia del Creato, 2014, in Occhetta, La Civiltà Cattolica](#)

⁵⁵ [Famiglia Cristiana, Le mamme della Terra dei Fuochi: «Nessuno deve soffrire come noi», 7 maggio 2016](#)

⁵⁶ [Prefettura di Caserta, Terra dei Fuochi a Caserta: vertice in Prefettura, 2022, ARPAC Campania](#)

Al suo fianco, nel corso degli anni, si è distinto anche **mons. Antonio Di Donna**, vescovo di Acerra e presidente della Conferenza Episcopale Campana: in diverse omelie e incontri pubblici, Di Donna ha espresso il dolore della Chiesa per la devastazione ambientale e ha ribadito il dovere morale di denunciare gli abusi.

Accanto alla Chiesa, anche le **scuole** si sono attivate in modo significativo. In diversi comuni – tra cui Acerra, Giugliano, Marano, Caivano – dirigenti scolastici, insegnanti e studenti hanno sviluppato progetti educativi orientati alla legalità ambientale e al monitoraggio civico. Tra i più significativi, il progetto *“Non cali il ghiaccio sulla Terra dei Fuochi”*, promosso nel 2014 da tutte le scuole di Acerra, ha coinvolto centinaia di studenti in attività di ricerca, storytelling, arte e manifestazioni pubbliche per chiedere giustizia ambientale⁵⁷. Il progetto si è concluso con una Giornata della Legalità durante la quale gli studenti hanno marciato per le vie cittadine insieme a docenti, famiglie e istituzioni.

Numerosi istituti hanno inoltre avviato **orti didattici** (es. a Giugliano e Marano), laboratori creativi sul riciclo, incontri con attivisti e studiosi, e percorsi di **citizen monitoring** come *“A Scuola di OpenCoesione”*, realizzato ad esempio dal Liceo Braucci di Caivano⁵⁸. In questi percorsi, le scuole hanno funzionato da **incubatori di consapevolezza civica** e da **veicoli intergenerazionali del cambiamento**, mobilitando anche le famiglie degli studenti.

Un altro pilastro dell’azione virtuosa sul territorio sono stati i **comitati civici** e le **associazioni di base**, che hanno rappresentato forme di auto-organizzazione spontanea dei cittadini. Tra i più attivi si segnalano le *Mamme della Terra dei Fuochi*, il movimento *Stop Biocidio*, i comitati *No Roghi* e numerose realtà giovanili o studentesche. Essi hanno promosso fiaccolate, manifestazioni (come la grande marcia del novembre 2013 a Napoli), assemblee pubbliche, blog informativi, “tour dell’orrore” nei siti contaminati, e anche azioni di monitoraggio ambientale⁵⁹.

Alcuni comitati sono stati inclusi in tavoli istituzionali o hanno dato vita a **reti civiche di sorveglianza**, collaborando con le forze dell’ordine e le Prefetture (come nel caso delle volontarie ambientali coordinate a Succivo e Casal di Principe). Figure come **Carmen Medaglia**, attivista del casertano, hanno acquisito una forte autorevolezza all’interno delle comunità, trasformandosi in veri e propri “osservatori civici”⁶⁰.

Oltre alla già citata rete civica **Stop Biocidio**, vi sono anche altre esperienze che hanno prodotto un’intensa attività informativa sul territorio, promuovendo incontri, assemblee e attività formative rivolte ai cittadini per creare consapevolezza diffuse e competenze civiche. Di grande valore è ad esempio il lavoro realizzato dal **Coordinamento Comitati Fuochi**, che ha svolto una sistematica azione di monitoraggio civico e di raccolta segnalazioni da parte dei cittadini, contribuendo a creare una banca dati informale ma preziosa sugli sversamenti e i roghi, utilizzata da istituzioni e media come punto di riferimento alternativo alle fonti ufficiali⁶¹.

Tra i presidi civici più strutturati e innovativi figura poi certamente l’**Osservatorio ambientale Stefano Tonziello** istituito nel 2021 presso il Real Sito di Carditello. Si tratta di un organismo congiunto che coinvolge Ministero dell’Ambiente, Prefetture, enti locali e comitati di cittadini,

⁵⁷ [ANSA, Terra dei Fuochi, progetto scuole Acerra: “Non cali il ghiaccio”, 2014](#)

⁵⁸ [ItaliaCheCambia, Scuole nella Terra dei Fuochi: educazione al cambiamento, 2019](#)

⁵⁹ Zavoli, S., *“Terra dei fuochi: la mappa dei veleni”*, La Repubblica, 2013

⁶⁰ [Lemmi, D. e Simoncelli, M., “La resistenza nella Terra dei fuochi. La lotta dell’attivista Carmen Medaglia”, LifeGate, 2020](#)

⁶¹ Coordinamento Comitati Fuochi, sito ufficiale, 2018

garantendo un costante dialogo tra istituzioni e società civile. L'Osservatorio svolge funzioni di monitoraggio ambientale, promozione della trasparenza e coinvolgimento diretto della popolazione nelle decisioni relative alla gestione e al risanamento del territorio⁶².

Significativa è stata anche l'esperienza del progetto **SPES (Studio di Esposizione nella Popolazione Suscettibile)** promosso dalla Regione Campania tra il 2016 e il 2019, che ha coinvolto direttamente i cittadini nella fase di raccolta dati e monitoraggio della salute e della qualità ambientale attraverso modalità partecipative. Grazie a questo approccio inclusivo, i cittadini sono diventati co-autori delle informazioni scientifiche prodotte, rafforzando la fiducia verso il metodo e gli esiti delle indagini⁶³.

Una pratica particolarmente efficace di Citizen-science è rappresentata dal **Progetto VERITAS (2018-2020)**, coordinato dalla Rete di Cittadinanza e Comunità con il coinvolgimento di numerosi ricercatori italiani e internazionali. Questo progetto ha coinvolto attivamente i residenti nella raccolta di dati epidemiologici e ambientali, rilevando la presenza di metalli pesanti e contaminanti industriali nel sangue dei volontari. L'esperienza ha dimostrato che la partecipazione diretta dei cittadini genera dati affidabili e una maggiore consapevolezza collettiva.

Anche a livello locale e scolastico, si riscontrano esperienze preziose di coinvolgimento educativo e civico. Emblematico il progetto didattico **“Non cali il ghiaccio sulla Terra dei Fuochi”**, realizzato nel 2014 dalle scuole del Comune di Acerra, che ha visto gli studenti protagonisti di attività di sensibilizzazione, ricerche sul territorio e marce pubbliche per promuovere la legalità ambientale e tenere alta l'attenzione sul problema dei roghi tossici⁶⁴.

Questi presidi civici e reti associative rappresentano oggi **risorse preziose ed elementi chiave su cui il Piano deve far leva**, non solo per la loro riconosciuta capacità di generare consenso sociale, ma perché costituiscono la testimonianza concreta che una governance partecipata e dal basso è non solo possibile, ma anche molto efficace. Queste realtà verranno quindi coinvolte come **parte dell'infrastruttura di comunicazione del Piano**, e in tal senso, la strategia proposta prevede un forte radicamento nella valorizzazione e nel rafforzamento di queste esperienze pregresse, prevedendo strumenti operativi specifici come:

- la creazione (o il riconoscimento e consolidamento, laddove già esistenti) di tavoli permanenti di ascolto e co-progettazione con comitati, scuole, associazioni e parrocchie locali;
- l'integrazione e il riconoscimento esplicito delle reti civiche già attive come interlocutori privilegiati in fase di attuazione e monitoraggio degli interventi;
- la diffusione delle buone pratiche già sperimentate sul territorio, rendendole scalabili e replicabili in altri Comuni dell'area.

Il contesto sopra illustrato resta un elemento chiave da tener costantemente presente per la predisposizione e messa a terra di qualunque azione di comunicazione, e i messaggi dovranno tenere conto della sensibilità ferita delle comunità locali, che chiedono verità, giustizia e rispetto⁶⁵: alla luce di queste riflessioni, è di tutta evidenza come costruire un nuovo patto di

⁶² [Redazione GreenCity, Terra dei Fuochi, nasce a Carditello l'Osservatorio ambientale Stefano Tonziello, 2021](#)

⁶³ Regione Campania, *Progetto SPES – Studio di esposizione nella popolazione suscettibile*, Napoli, Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Mezzogiorno, 2019

⁶⁴ Op. Cit.

⁶⁵ Op. Cit.

fiducia tra istituzioni e territorio richiederà **trasparenza totale**, presenza costante delle istituzioni sul campo e anche il **riconoscimento** – nelle forme corrette - di eventuali errori o ritardi del passato, con una postura e un tono di voce centrati su schiettezza, onestà e concreto orientamento alla risoluzione dei problemi, in linea con tutta la letteratura e le buone prassi del *crisis management* e della *crisis communication*.

In definitiva, l'esistenza di esperienze pregresse, presìdi civici, progetti di citizen science, strumenti di segnalazione dal basso e osservatori ambientali congiunti, dimostra che in Campania già esiste un'imprescindibile **base civile attiva e strutturata**, in grado di dialogare con le istituzioni e di incidere concretamente sul territorio. Tuttavia, questa rete ha bisogno di essere **sostenuta e riconosciuta**, evitando approcci calati dall'alto e rispondendo al bisogno di ascolto e protagonismo espresso schiettamente dai cittadini.

Questo Piano deve quindi fondarsi su un principio chiaro e non negoziabile: **la strategia**, come accennato in premessa, **va costruita insieme ai territori, sui territori, con i territori**, coinvolgendo in modo strutturato i **presìdi civici, le reti associative, gli enti educativi, le figure sociali riconosciute e autorevoli** – come i parroci, i docenti, gli attivisti – in ogni fase della progettazione, diffusione e verifica dei messaggi. Questi attori, percepiti come interni alla comunità e non come "corpi estranei", potranno infatti veicolare contenuti credibili e innescare cambiamenti culturali reali.

Pertanto, **senza un ascolto profondo, continuativo e autentico, non può esistere alcuna credibilità nel comunicare**. L'esperienza dei territori lo dimostra: ovunque si sia costruita un'alleanza tra Stato e comunità – attraverso osservatori partecipati, tavoli di co-progettazione, presìdi educativi e figure ponte come i parroci – **lì si è generata fiducia e si sono attivati percorsi di riscatto**.

Il Piano deve quindi trasformare questi esempi in **metodo**: valorizzare ciò che esiste già, integrarlo nella strategia, e fare della **co-produzione con le comunità locali** la chiave per un'informazione efficace, autorevole e rigenerativa.

2.5 L'efficace ruolo delle Prefetture e il lavoro di prevenzione e vigilanza coordinato dal Ministero dell'Interno

Come abbiamo già sottolineato, è del tutto **non genuina** l'idea – propagandata specialmente dalle ecomafie – di uno Stato “assente” o indifferente alle sofferenze della popolazione, anzi: nell'ambito della gestione dell'emergenza ambientale sul territorio, le Prefetture di Napoli e Caserta hanno rappresentato il fulcro operativo della presenza dello Stato sul territorio.

Il loro ruolo è stato ed è strategico nel coordinare le attività di prevenzione, controllo e vigilanza, in stretta sinergia con il Ministero dell'Interno, le Forze dell'Ordine, l'Esercito, i Comuni e gli altri enti coinvolti. Si tratta di un modello di governance multilivello, che ha assunto maggiore coerenza e incisività a partire dal 2013, con la sottoscrizione del *Patto per la Terra dei Fuochi*, successivamente rafforzato da disposizioni Ministeriali ad hoc⁶⁶.

Presso ciascuna Prefettura opera un'unità di coordinamento interforze, che convoca regolarmente Tavoli tecnici con tutti i soggetti competenti: sindaci dei Comuni interessati, Polizie locali, Carabinieri, Polizia di Stato, Guardia di Finanza, Vigili del Fuoco, Esercito, ARPAC, ASL territoriali e altri attori istituzionali. Queste riunioni hanno l'obiettivo di condividere le informazioni, pianificare azioni coordinate, aggiornare le mappature dei siti a rischio e definire interventi puntuali⁶⁷.

Un ulteriore tassello è rappresentato dalla figura dell'**Incaricato Nazionale per il contrasto ai roghi di rifiuti**, attualmente il Viceprefetto Filippo Romano, che coordina a livello centrale le Prefetture e i Ministeri coinvolti assicurando coerenza nell'azione pubblica di prevenzione. È stato grazie a questa regia che nel 2024 si è avviato un nuovo dispositivo sperimentale di vigilanza ambientale, basato su un mix di tecnologie avanzate (droni, visori notturni, tracciamento GPS) e pattugliamenti interforze sul campo⁶⁸.

I risultati sono già significativi: nel solo 2024 sono stati identificati **470 nuovi siti di abbandono rifiuti**, sequestrate 9 attività illegali, denunciati 20 soggetti e comminate sanzioni per oltre 8,3 milioni di euro⁶⁹.

Da un'attività di ascolto che ha coinvolto direttamente il Viceprefetto Ciro Silvestro, incaricato dal Ministero dell'Interno per il coordinamento della lotta ai roghi nella Prefettura di Napoli, è emersa l'urgenza di rafforzare la componente informativa e relazionale del presidio prefettizio. Attualmente la Prefettura diffonde aggiornamenti tramite comunicati stampa e una sezione dedicata del proprio sito web, utile soprattutto per amministratori locali e tecnici⁷⁰. Tuttavia, secondo Silvestro, è fondamentale che la comunicazione istituzionale non si limiti a riportare i sequestri o i roghi avvenuti, ma valorizzi anche i “risultati negativi”, come l'assenza di incendi in aree precedentemente critiche: **un indicatore concreto di efficacia preventiva, spesso trascurato dal racconto pubblico.**

⁶⁶ [Prefettura di Napoli, Incaricato per i roghi di rifiuti, 2018](#)

⁶⁷ [ARPAC, Terra dei Fuochi: a Caserta vertice in Prefettura, 2024](#)

⁶⁸ [Ministero dell'Interno, Rapporto vigilanza Terra dei Fuochi, 2024](#)

⁶⁹ [Cozzolino, La Terra dei fuochi non s'è mai spenta, DIRE, 2025](#)

⁷⁰ Prefettura di Napoli, *Area Terra dei Fuochi*, s.d.

In questo senso, Silvestro ha sottolineato il valore delle **sanzioni amministrative e ambientali**, troppo spesso non considerate dalle statistiche ufficiali, ma centrali come deterrente e segnale di legalità visibile. Tra le priorità attuali rientra la costruzione di un **piano straordinario di controlli interforze** tra le Prefetture di Napoli e Caserta, ispirato ai rilievi della sentenza della Corte Europea dei Diritti dell’Uomo⁷¹. Il piano, della durata sperimentale di tre mesi, sarà basato su obiettivi misurabili, indicatori di performance e un rendiconto pubblico finale, così da accrescere la trasparenza dell’azione statale.

Altro punto critico emerso riguarda il **coordinamento tra le diverse fonti di comunicazione istituzionale**: Prefettura, Ministero, Commissario nazionale Gen. Vadalà, etc. Silvestro ha ribadito l’importanza di un approccio multicanale integrato, che risolva il rischio di disallineamento e parcellizzazione dei flussi di comunicazione. In quest’ottica, la pagina della Prefettura potrà rappresentare un hub utile da cui partire per il potenziamento della comunicazione pubblica, integrando strumenti nuovi e aggiornamenti sistematici, come suggerito nel prosieguo di questo Piano.

Accanto all’azione repressiva e informativa, le Prefetture svolgono una funzione **comunicativa e relazionale** anche attraverso eventi pubblici e momenti di confronto con la cittadinanza: emblematico ad esempio il coinvolgimento stabile di **don Maurizio Patriciello** nei tavoli prefettizi della Provincia di Caserta, riconosciuto come figura di ponte tra Stato e popolazione⁷².

Anche le **operazioni “Action Day”** rientrano tra le attività coordinate: si tratta di blitz ad alto impatto con decine di controlli simultanei in siti industriali e zone critiche. Solo nel 2023 ne sono stati eseguiti oltre 50 in un’unica giornata⁷³.

A ciò si affianca l’**operazione “Strade Sicure – Terra dei Fuochi”** dell’Esercito Italiano, attiva dal 2014, che impiega attualmente circa 500 militari dotati di droni tattici (*Raven* e *Strix*) e mezzi fuoristrada per il pattugliamento continuo delle aree a rischio⁷⁴.

Questa **cabina di regia integrata** – formata da Ministero dell’Interno, Prefetture, Forze Armate, enti locali e tecnici ambientali – rappresenta oggi il modello più avanzato di risposta pubblica al fenomeno: non solo consente una sorveglianza costante e capillare del territorio, ma funge anche da **cinghia di trasmissione tra le istanze delle comunità locali e le strategie nazionali**.

Per il Piano, ciò significa **poter contare su un interlocutore operativo, efficiente, radicato sul territorio e disponibile all’interlocuzione**. Le Prefetture potranno essere alleate preziose nella fase di informazione e sensibilizzazione: fornendo dati, agevolando l’accesso ai territori e supportando il racconto di una **presenza dello Stato finalmente visibile e affidabile**. Valorizzare e comunicare il lavoro di prevenzione e vigilanza coordinato dal Ministero dell’Interno – in sinergia con le Prefetture – **costituirà quindi una leva decisiva per rafforzare la fiducia, la legittimità e l’impatto dell’azione pubblica nei territori più fragili**.

⁷¹ Op. Cit.

⁷² Prefettura di Caserta, *Verbale riunione Terra dei Fuochi*, 2022

⁷³ Ministero dell’Interno, *Action day Terra dei Fuochi: controlli in Campania*, 2023

⁷⁴ [Ministero della Difesa, Operazione Terra dei Fuochi, 2021](#)

3. Obiettivi del Piano

La comunicazione pubblica, come emerso nei capitoli precedenti, non è un complemento accessorio dell'azione istituzionale: è parte integrante della strategia di intervento.

Non informa soltanto su ciò che accade, ma **contribuisce a generarlo**.

In territori segnati da disallineamento tra dichiarazioni e percezioni, la comunicazione è chiamata a **ricucire il patto di fiducia**, restituendo coerenza tra identità pubblica e immagine percepita, tra promesse e realtà, tra lo Stato e i suoi cittadini.

Gli obiettivi di questo Piano non si esauriscono dunque nella sfera meramente informativa. Al contrario, mirano a produrre **effetti trasformativi**, culturali e relazionali, a rigenerare senso civico, e riattivare il ruolo dei presidi già esistenti, sostenendo il cambiamento ambientale e sanitario attraverso la trasparenza, il coinvolgimento e il riconoscimento reciproco tra istituzioni e cittadini.

Comunicare, in questa prospettiva, non significa necessariamente e solo semplificare ciò che è complesso, bensì **abilitare la cittadinanza a orientarsi in quella complessità**, e, soprattutto, rendere lo Stato visibile, affidabile, capace di cura e di ascolto.

Il presente capitolo articola in sette obiettivi strategici la visione di questo Piano: dal riposizionamento reputazionale dello Stato nei territori delle Aree contaminate alla promozione della corresponsabilità sociale, dal contrasto culturale alla criminalità ambientale alla valorizzazione delle azioni già realizzate, dall'informazione sanitaria alla misurabilità dei risultati. Si tratta di un insieme coerente di finalità interdipendenti, che, nel loro insieme, definiscono **l'orizzonte di senso e la direzione operativa** dell'intervento comunicativo proposto dal Piano.

3.1 Valorizzare la reputazione dello Stato nei territori coinvolti

Nella narrazione pubblica relativa alle Aree contaminate, lo Stato ha spesso dichiarato con forza la propria intenzione di intervenire, sanzionare e bonificare, e certamente **molto è stato fatto già nel passato**; tuttavia, ciò che pare essere mancata, sotto il profilo della percezione, è un'adeguata coerenza tra **intenzioni dichiarate e risultati ottenuti**.

Si è prodotto quindi – nella percezione di parte delle popolazioni coinvolte - un **disallineamento tra identità (ciò che lo Stato dice di essere) e immagine (ciò che la popolazione percepisce)**: ed è proprio in questo scarto che si genera quello che possiamo definire un **pregiudizio reputazionale**, in quanto le istituzioni, **pur avendo operato in molti casi con intensità e rigore**, non sono riuscite a rendere visibile e riconoscibile il proprio ruolo e impegno, generando nella popolazione una percezione di assenza o indifferenza.

Il primo obiettivo del Piano di comunicazione sarà dunque valorizzare **la percezione dello Stato come “presente e affidabile”**: ciò richiederà non solo un cambio di narrazione, ma un cambiamento strutturale nel modo in cui le istituzioni si raccontano, si mostrano, si mettono in relazione con le comunità.

L'affidabilità istituzionale, infatti, **non si può costruire solo con dichiarazioni, bensì con la coerenza tra ciò che viene detto, ciò che viene fatto e ciò che viene reso visibile**.

Per raggiungere questo obiettivo, il Piano prevede un insieme di azioni che vanno dalla comunicazione di prossimità (fisica e digitale), alla documentazione sistematica dei risultati raggiunti, fino all'attivazione di spazi permanenti di confronto e ascolto, in grado di rafforzare la presenza istituzionale anche simbolica nei territori.

Valorizzare al meglio reputazione dello Stato, infatti, significa anche **restaurarne il volto pubblico** rendendolo riconoscibile, accessibile, umano: uno Stato che si fa vedere non solo quando interviene in emergenza, ma anche quando ascolta, risponde e accompagna.

3.2 Far emergere e rafforzare le reti virtuose già esistenti

La sentenza della Corte Europea dei Diritti dell’Uomo (*Cordella e altri contro Italia*, 2019) ha rappresentato un passaggio critico nella ricostruzione del rapporto tra istituzioni e territorio. Pur non negando l’esistenza di interventi pubblici efficaci, la Corte ha rilevato **carenze nella capacità dello Stato di garantire pienamente il diritto alla salute, all’informazione ambientale e alla protezione contro i rischi industriali**. In particolare, ha evidenziato l’assenza di un sistema efficace di controllo, comunicazione e prevenzione capace di rendere le persone realmente consapevoli e tutelate. In parallelo, la sentenza ha anche fatto emergere, seppur indirettamente, un elemento che il Piano intende valorizzare: **la tenuta di una rete diffusa di soggetti** che, nel tempo, ha esercitato funzioni cruciali di presidio ambientale, mediazione civica, sostegno sociale.

Presidi territoriali – sostenuti anche dalle istituzioni locali - che hanno operato in modo silenzioso ma continuo, **svolgendo un ruolo di affiancamento, spesso spontaneo, all’azione pubblica**, e guadagnandosi nel tempo una reputazione di prossimità, affidabilità e coerenza. Il Piano riconosce queste realtà non come semplici “alleati”, ma come **soggetti reputazionali attivi**, portatori di una legittimità civica che lo Stato ha il dovere di ascoltare e rafforzare.

La loro autorevolezza non deriva da titoli formali, ma da una **reputazione maturata sul campo**, nella capacità di presidiare i territori, nel coraggio di denunciare e nell’intelligenza del fare quotidiano. Per questo, il Piano riconosce che **rafforzare queste reti non è solo un atto di sostegno, bensì è una scelta strategica**, in quanto **le reti virtuose possono fare da cerniera reputazionale per lo Stato stesso**, contribuendo a veicolare messaggi istituzionali, se questi saranno – come saranno - coerenti, accessibili, condivisi.

L’obiettivo non è sostituire l’azione istituzionale con quella civica, né assorbire le reti in un disegno calato dall’alto. È, piuttosto, **attivare un’alleanza narrativa e operativa**, che valorizzi le competenze già presenti e permetta a queste esperienze di consolidarsi, dialogare, espandersi.

Per farlo, la comunicazione pubblica deve uscire dalla logica della “campagna” e assumere **un ruolo di catalizzatore relazionale**: capace di **mappare, ascoltare, riconoscere, e mettere in rete**.

La comunicazione dovrà quindi essere **non solo proattiva, ma ricettiva**, in grado di intercettare linguaggi, esperienze e pratiche già attive, offrendo strumenti per la loro visibilità, riconoscibilità e diffusione.

Rafforzare le reti virtuose significa anche **metterle in condizione di operare in sinergia**: favorire l’incontro tra soggetti spesso separati da vincoli amministrativi, da confini settoriali o da mancanza di occasioni di dialogo. La funzione della comunicazione, in questo quadro, sarà anche **connettiva**: costruire ponti tra realtà differenti, facilitare alleanze, generare spazi pubblici condivisi.

Attraverso la creazione di piattaforme digitali, campagne partecipate, attività di co-progettazione territoriale e dispositivi di ascolto strutturato, il Piano intende anche **rendere visibile ciò che già funziona, dandogli maggiore e meritata evidenza**. Non si tratta solo di “premiare” le buone pratiche: si tratta di **renderle replicabili**, creando le condizioni per la loro circolazione, il loro radicamento e il loro riconoscimento istituzionale.

In questo modo, la comunicazione non si limita a descrivere il cambiamento: **diventa parte attiva della sua infrastruttura**, contribuendo a rafforzare l'autorevolezza dei soggetti già impegnati nella difesa del bene comune e favorendo una narrazione collettiva del territorio che non parta dalle sue fragilità, ma dalle sue risorse più attive.

3.3 Disincentivare la criminalità ambientale con meccanismi culturali e narrativi efficaci

In un contesto dove la via più facile è spesso coincisa con quella illegale – abbandonare rifiuti, ignorare le regole, accettare i roghi – è mancata una narrazione capace di far emergere con sufficiente forza lo Stato come alleato e non solo come “ente sanzionatore”, ruolo peraltro quanto mai necessario, ma di per non esaustivo. Il Piano intende modificare questa rappresentazione, restituendo centralità a una direzione orientata al bene comune e alla valorizzazione del territorio.

Nel territorio compreso tra le aree contaminate delle province di Napoli e Caserta si è radicata, nel tempo, una forma di illegalità ambientale strutturale: **tollerata, minimizzata, talvolta percepita come “inevitabile”** da parte della cittadinanza.

Di fronte a questo scenario, la comunicazione pubblica **non può limitarsi alla pur necessaria denuncia**, ed è chiamata ad agire su un piano più profondo e insieme più complesso: **quello della trasformazione culturale**. Disincentivare la criminalità ambientale non significa soltanto, infatti, rafforzare il presidio repressivo, ma **ricostruire una percezione collettiva del danno, della responsabilità, del limite**.

La comunicazione pubblica, in questa prospettiva, ha il compito di rendere **visibile l’illegalità ambientale come offesa non astratta, ma concreta, quotidiana, ingiusta**, e come danno a tutta la cittadinanza. Ciò richiede un cambio di prospettiva: non focalizzarsi solamente sul **reato**, ma anche sulla sua **conseguenza sociale**; non fermarsi alla necessaria **sanzione**, ma agire anche sulle rappresentazioni, sui simboli, sui codici di legittimità che ancora oggi, in alcune aree, **giustificano o tollerano** pratiche dannose per il territorio e per la salute pubblica.

Questo lavoro passa quindi attraverso **la costruzione di nuove narrazioni** che raccontino il valore del suolo, dell’acqua, dell’aria come elementi fondanti dell’identità collettiva, che restituiscano dignità ai luoghi devastati e memoria a chi ha pagato con la vita o la salute, e che smontino la retorica della rassegnazione secondo cui “tanto non cambia nulla”, offrendo, al contrario, **esempi replicabili di riscatto e giustizia ambientale**.

In questa direzione, la comunicazione dovrà attivare **immaginari alternativi**: capaci di contrastare la fascinazione del disimpegno, la normalizzazione dell’abuso, l’indifferenza appresa.

Il Piano suggerisce quindi la realizzazione di campagne che parlino con forza ma senza semplificazioni, usando il linguaggio visivo, quello emotivo e quello educativo per costruire senso del limite e del diritto. Il contrasto alla criminalità ambientale non può più essere demandato solo al linguaggio giuridico: **deve diventare materia culturale condivisa**.

Al tempo stesso, la comunicazione pubblica deve evitare ogni scivolamento nella **colpevolizzazione generizzata delle intere comunità**. Il Piano si fonda su un principio chiaro: **la responsabilità va nominata, ma non “scaricata”**. Non tutti sono complici: **ma tutti possono essere parte della soluzione**.

Per questo, le azioni previste conterranno **dispositivi di coinvolgimento simbolico e pedagogico**, in grado di parlare ai giovani, alle scuole, alle famiglie, alle imprese locali, affinché la legalità ambientale non sia solo un obbligo ma **una scelta valoriale consapevole**.

Infine, è cruciale ricostruire il legame tra il rispetto dell'ambiente e l'idea di giustizia sociale. Per troppo tempo, l'illegalità ambientale è stata percepita come una forma di "male minore", spesso persino conveniente. Il Piano mira a **scardinare questa convinzione**, mostrando con chiarezza – attraverso dati, storie, testimonianze – che la criminalità ambientale colpisce prima di tutto i più fragili, amplifica le disuguaglianze, sottrae futuro. E che contrastarla significa **proteggere la comunità, quindi i cittadini stessi, non solo l'ambiente**.

La correlazione diretta tra salute dell'ambiente e salute di quelle stesse comunità e dei cittadini che le abitano, è uno dei punti centrali di questo Piano.

3.4 Fornire strumenti informativi per la prevenzione sanitaria e gli stili di vita

La prevenzione non si realizza solo attraverso strutture sanitarie o protocolli medici. Richiede, in primo luogo, **accesso all'informazione, capacità di interpretazione e possibilità di scelta consapevole**. In un contesto dove l'impatto ambientale ha generato preoccupazioni diffuse per la salute, spesso non accompagnate da dati chiari o indicazioni pratiche, **la comunicazione pubblica assume una funzione sanitaria a pieno titolo**.

Offrire strumenti informativi significa creare condizioni perché ogni cittadino possa **comprendere il proprio contesto di rischio, riconoscere i segnali, modificare i comportamenti**, e – soprattutto – sapere a chi rivolgersi. Per anni, la mancanza di canali chiari e di un linguaggio comprensibile ha alimentato disorientamento e conseguente vulnerabilità cognitiva. Il Piano mira a colmare questo vuoto, quanto meno in relazione alle Aree contaminate, sviluppando un sistema comunicativo capace di **accompagnare e rafforzare le politiche di prevenzione sanitaria sul territorio**, in sinergia con gli enti competenti.

Ciò implica una duplice responsabilità. Da un lato, **tradurre l'epidemiologia in contenuti fruibili**, con visualizzazioni intuitive, mappe aggiornate, percorsi informativi integrati con i servizi sanitari territoriali. Dall'altro, **creare una narrazione positiva degli stili di vita salutari**, che non si limiti alla prescrizione (non fumare, mangia bene, fai attività fisica), ma che sappia generare desiderio, riconoscimento sociale e senso di appartenenza.

In questa direzione, la comunicazione dovrà essere attentamente **differenziata per target**: non ha lo stesso impatto un messaggio rivolto a un adolescente, a un genitore, a una persona anziana o a un operatore sanitario.

L'alfabetizzazione alla salute nel territorio delle Aree contaminate deve quindi articolarsi per canali diversi e differenti linguaggi: informazione nelle scuole, materiali multilingua nei distretti sanitari, contenuti digitali nei social, podcast divulgativi, incontri nei centri civici o parrocchiali.

Ma c'è un ulteriore passaggio: **non basta informare per prevenire**. Serve costruire un immaginario condiviso in cui **salute e ambiente** non siano dimensioni distinte, ma **aspetti integrati di una stessa visione del benessere collettivo**. Per questo, il Piano prevede azioni di comunicazione integrata che mettano in relazione qualità dell'aria e patologie respiratorie, alimentazione e inquinamento, dati epidemiologici e diritto alla cura.

L'obiettivo non è solo migliorare la consapevolezza individuale, ma **trasformare la conoscenza in capacità di azione** da parte di ognuno.

Infine, prevenzione significa anche **ridurre le disuguaglianze informative**: garantire che nessuno sia escluso dall'accesso a ciò che è utile per tutelare la propria salute. È su questo piano che la comunicazione pubblica potrà contribuire a restituire dignità ai territori, non solo raccontando la fragilità, ma **costruendo strumenti che la rendano governabile**. Perché prevenire, in questi luoghi, non è un'azione tecnica: è **una forma di giustizia ambientale e sociale**.

3.5 La trasparenza nei fatti: rendere visibili i risultati, e comunicarli in modo accessibile, continuo e onesto

In un territorio segnato da aspettative che la cittadinanza ha ritenuto a torto o ragione non essere state pienamente soddisfatte, **rendere visibili i risultati** come abbiamo già spiegato **non è solo un atto di comunicazione: è un atto politico**. È attraverso la trasparenza – non solo dichiarata, ma praticata – che si ricostruisce credibilità. E in questo contesto, **la rendicontazione diventa il cardine di ogni strategia reputazionale pubblica**.

Il Piano assume la rendicontazione trasparente come **funzione comunicativa primaria**. Non in chiave difensiva, né come adempimento formale, ma come **pratica narrativa di restituzione concreta dell'agire dello Stato**.

Raccontare ciò che è stato fatto, come è stato fatto, con quali risorse, in quali tempi e con quali effetti – positivi o parziali che siano – non significa “vantarsi”: significa invece **costruire un campo condiviso di osservabilità dell'azione pubblica**, un luogo – digitale e fisico - dove i cittadini possano vedere, verificare, commentare e contribuire.

Rendicontare, in questa prospettiva, significa **mettere in scena la trasformazione**: mostrarne le tappe, gli avanzamenti, gli eventuali ritardi (l'onestà anche nella rendicontazione delle criticità è un vettore di fiducia!), le correzioni in corso d'opera.

Non è solo questione di trasparenza, ma anche di **continuità comunicativa**, che consentirà alla popolazione di sentirsi accompagnata, e non solo informata.

Per questo, il Piano prevede la messa a punto di linee guida per la realizzazione di **cruscotti informativi, piattaforme pubbliche di monitoraggio, aggiornamenti narrativi e visivi, materiali di sintesi periodica**, orientati a pubblici diversi, e diffusi attraverso canali plurimi.

Ma la rendicontazione non è neutra: richiede **scelte linguistiche, stilistiche, metodologiche** ben precise. Non basta pubblicare un report: occorre decidere cosa evidenziare, come visualizzare i dati, come integrare le voci della cittadinanza e dei soggetti coinvolti. La comunicazione pubblica, qui, è chiamata a esercitare un ruolo “editoriale”: **costruire cornici interpretative che non siano distorsive ma che rendano più comprensibile la complessità**.

In questo senso, il Piano promuove una rendicontazione che sia **accessibile, continua e genuina**.

Accessibile, perché ogni cittadino deve poter comprendere i contenuti, senza dover decifrare linguaggi specialistici; continua, perché la fiducia si costruisce con la frequenza e la costanza, non con momenti di comunicazione isolati; genuina, perché **rendere conto significa anche riconoscere ciò che non ha funzionato**, dichiarare le criticità, spiegare gli scarti tra intenzione e realizzazione, dimostrando **onestà e quindi affidabilità, ingredienti imprescindibili nella futura fase di ricostruzione della fiducia**.

Rendicontare, in questa prospettiva, significa anche accettare di mettersi a nudo, nel bene e nel male: riconoscere, ad esempio, che un obiettivo che ci si era fissati era troppo ambizioso, o che un risultato atteso non è stato raggiunto nei tempi previsti, e rinegoziandone pubblicamente una nuova scadenza.

Questo tipo di sincerità, **lungi dall'indebolire la comunicazione istituzionale**, anzi la rafforza umanizzandola, ed è la condizione necessaria per costruire una fiducia solida, perché trasmette coerenza, maturità e rispetto nei confronti della rete territoriale.

Sotto questo aspetto, il presente Piano adotta una logica coerente con il principio del **comply or explain**: non è sempre possibile mantenere ogni promessa, ma è sempre doveroso spiegare i motivi dell'eventuale mancata compliance, con trasparenza e responsabilità.

Questo approccio non indebolisce la reputazione dell'istituzione, anzi, ma trasforma il "limite" in occasione di dialogo, e rende visibile la serietà della politica con riguardo agli impegni assunti e alla capacità di raggiungere i risultati attesi nel medio-lungo periodo⁷⁵.

Al tempo stesso, il Piano intende prendere le distanze da ogni forma di **greenhushing**, ovvero dalla tendenza – oggi crescente anche nel settore pubblico – a “sottocomunicare” ciò che si fa nel timore di esporsi al giudizio, al confronto o alla strumentalizzazione da parte del pubblico, e segnatamente di pubblici in parte ostili. Questo atteggiamento, pur comprensibile in un clima reputazionale in parte fragile, è controproducente: **sottrae visibilità al progresso, isola i risultati, rallenta il consolidamento della fiducia**.

Al contrario, questo Piano assume la comunicazione come **leva per rafforzare il legame con i propri stakeholder**, dando continuità alla relazione, alla trasparenza e alla corresponsabilità.

Infine, rendicontare è anche un modo per **produrre valore reputazionale condiviso**: in territori segnati da un certo grado di diffidenza, **la rendicontazione non è solo un atto tecnico, ma è riparativa**, e rappresenta uno strumento concreto per alimentare fiducia, trasformando il **monitoraggio in vera e propria partecipazione**, e la trasparenza in legittimazione dell'istituzione pubblica.

⁷⁵ [L. Poma, “Comply or explain: le aziende devono rispondere”, Creatoridifuturo.it, 2021](#)

3.6 Valorizzare le azioni precedenti alla sentenza CEDU: verso una rendicontazione di tipo *circolare*

La sentenza *Cannavacciuolo and Others v. Italy* della Corte Europea dei Diritti dell’Uomo (2023) ha rappresentato una nuova conferma di varie carenze e spazi di miglioramento già denunciati nella precedente sentenza *Cordella*. La Corte ha evidenziato, tra le altre cose, la mancanza di un sistema di monitoraggio ambientale e sanitario efficace, la violazione del diritto al rispetto della vita privata e familiare (art. 8 CEDU), e l’inadeguatezza dell’informazione ambientale messa a disposizione dei cittadini, definita (citiamo testualmente) “*generica, obsoleta, inaccessibile*”⁷⁶.

Pur riconoscendo queste criticità, è fondamentale **non ignorare il valore di quanto è stato fatto prima della sentenza**: molte amministrazioni locali, enti pubblici, soggetti territoriali e operatori civici hanno promosso interventi significativi – a volte anche in condizioni di scarsità di risorse.

Il rischio, oggi, è che **la memoria di queste azioni venga oscurata dal giudizio complessivo di relativa inefficacia o inadeguatezza sancito dalle sentenze**, contribuendo così a rafforzare la percezione di un fallimento, che non esiste fattualmente, ma che ben si inserisce nel frame narrativo che più facilmente può trovare consenso nella cittadinanza: scaricare tutte le responsabilità sulle istituzioni e in particolare sul Governo centrale, **dando così sponda alla narrazione tossica e malevola promossa dalle ecomafie a sostegno dei loro interessi criminali**.

Il Piano assume quindi su questo punto una posizione diversa: **riconoscere il merito di chi ha operato prima della recente svolta giuridica**, valorizzare le esperienze precedenti alla sentenza CEDU e **includerle nel processo di legittimazione presente**, così da restituire visibilità e continuità a percorsi che hanno anticipato, anche solo in parte, l’approccio oggi auspicato e raccomandato dalla Corte.

Per farlo, il Piano propone una forma di **rendicontazione circolare**: non limitata a ciò che si realizza d’ora in avanti, ma capace di **mappare, documentare e integrare anche quanto è stato già fatto**, dando spazio a dati, progetti, testimonianze, attività di bonifica, campagne educative, azioni civiche e risultati – anche parziali – ottenuti nel passato recente.

Questa forma di restituzione ha un duplice valore. Da un lato, **rafforza la credibilità della comunicazione istituzionale**, mostrando che non si parte da zero, ma da un terreno “già dissodato”. Dall’altro, **crea un ponte narrativo tra le varie fasi storiche dell’intervento pubblico**, riconoscendo che la trasformazione è un processo lungo, fatto anche di errori, di tentativi, di esperienze isolate che oggi meritano di essere ricollocate all’interno di una visione sistemica e più ampia.

In questo senso, la rendicontazione circolare non sarà una semplice “cronaca del passato”, bensì **un atto di riconoscimento reputazionale e una forma di giustizia simbolica** verso chi ha operato nell’ombra e senza completa legittimazione pubblica, nonché una restituzione dovuta a quegli

⁷⁶ Case of Cannavacciuolo and Others v. Italy, European Court of Human Rights, Second Section, Judgment, 2023 – https://www.sistemapenale.it/pdf_contenuti/1738883148_case-of-cannavacciuolo-and-others-v-italy.pdf

amministratori locali, tecnici, funzionari, comitati e cittadini attivi che, pur in assenza di un contesto favorevole, **hanno agito con lungimiranza e senso di responsabilità**.

Solo integrando passato, presente e futuro in una narrazione coerente sarà possibile **superare la logica dell'eccezionalismo e dell'intervento straordinario**, e rendendo la comunicazione non già uno strumento meramente celebrativo ma **una pratica di riconoscimento e continuità democratica**.

In quest'ottica, anche la gestione del passato richiede quindi attenzione comunicativa e senso di responsabilità. È necessario, in una logica di corretto *crisis management*, **articolare con chiarezza e onestà un riconoscimento degli eventuali ritardi accumulati nel passato**. Tuttavia, tale ammissione **non può trasformarsi in una formula di autodenuncia** che esponga lo Stato ad ulteriori polemiche. Le scuse e le spiegazioni – quando opportune – **dovranno essere espresse in forma misurata, contestualizzata e coerente con gli strumenti di riparazione già in atto**, ponendo al centro la volontà concreta di cambiamento e non la “colpevolizzazione retroattiva”.

Il Piano propone, a tal fine, **forme comunicative che siano capaci di riconoscere con sobrietà il passato**, senza prestare il fianco a letture auto-colpevolizzanti.

Tra le possibili modalità:

- l'utilizzo di **formule istituzionali ponderate**, che riconoscano *“alcune mancanze nella capacità dello Stato di rispondere in modo tempestivo e adeguato”* e ribadiscano l'impegno *“a costruire oggi, al meglio, ciò che per una molteplicità di ragioni non è stato fatto ieri”*;
- la valorizzazione, nella comunicazione ufficiale, di espressioni come **“siamo consapevoli del ritardo in parte accumulato in passato, e stiamo appunto lavorando alacremente per azzerarlo e affinché ciò non si ripeta mai più”**, formula che coniuga **senso di responsabilità e orientamento alla soluzione**;
- la creazione di **spazi pubblici di ascolto e restituzione**, dove le comunità possano esprimere la propria “memoria del disagio” e ricevere riconoscimento simbolico, attraverso incontri, documentari partecipati, iniziative commemorative o percorsi museali diffusi, come illustreremo nel prosieguo del Piano;
- la definizione di **percorsi narrativi che parlino della riparazione, più che della colpa**, restituendo l'immagine di un'istituzione che agisce, più che giustificarsi.

Queste scelte, se ben calibrate, permetteranno di **esprimere empatia e verità**, evitando però la trappola del **“silenzio difensivo”**, che alla lunga è sempre distruttivo di reputazione.

È anche attraverso questo giusto equilibrio – tra riconoscimento del passato e costruzione del futuro – che si potrà restituire autorevolezza alla parola pubblica, e rendere la comunicazione dello Stato uno spazio credibile di ricomposizione, responsabilità e fiducia con tutti i cittadini.

4. Fasi della strategia di comunicazione e informazione prevista dal Piano

FASE 1 – ASCOLTO E MAPPATURA PARTECIPATA

4.1 L'importanza di segnare un cambio di passo: l'ascolto come primo atto comunicativo

Come abbiamo evidenziato, in ogni piano di comunicazione realmente trasformativo, l'ascolto non è un passaggio preliminare, né una formula di rito: è **la prima vera dichiarazione di metodo**, qualifica fin dall'inizio la postura del soggetto promotore nei confronti della comunità, non come emittente unilaterale di un messaggio, ma come interlocutore disposto a sospendere il giudizio, a farsi attraversare dalla complessità del territorio, a **mettere in discussione la propria agenda comunicativa per costruirla insieme a chi abita i luoghi oggetto di bonifica**.

In questo senso, l'ascolto è il primo atto comunicativo del Piano. È il segno visibile della volontà di cambiare postura: **non parlare su un territorio, ma partire da esso**. È già parola pubblica, relazione, esposizione, e come tale va progettato.

L'obiettivo di questa fase è duplice. Da un lato, **raccogliere contenuti, istanze, dati e mappe** che permettano di costruire una strategia davvero radicata nella realtà del territorio, e non fondata su astrazioni o stereotipi. Dall'altro, **attivare un processo simbolico di riconoscimento**: dare valore alla voce di chi non è stato ascoltato, legittimare la memoria dei territori, attribuire importanza alle emozioni e non solo alle informazioni.

Per raggiungere questo obiettivo, il Piano prevede l'attivazione di differenti **canali di ascolto – fisici, digitali, formali e informali – capaci di intercettare le diverse componenti della società locale**: istituzioni scolastiche, comitati ambientali, presidi religiosi, associazioni giovanili, professionisti della salute, operatori culturali. Ogni interlocutore sarà considerato non in funzione della propria rappresentanza, ma **per il sapere che porta con sé**.

L'ascolto sarà orientato da alcune domande chiave, quali, a titolo di esempio: quali sono le ferite ancora aperte? Quali azioni pubbliche hanno lasciato traccia maggiormente positiva? Quali parole generano distanza, quali creano connessione? Su cosa c'è fiducia, e su cosa c'è silenzio? E, soprattutto, **quali sono i segni già presenti di una nuova cultura ambientale e civica da valorizzare...?**

L'intero processo sarà accompagnato da un'attività sistematica di documentazione, con l'obiettivo di **rendicontare anche questa fase preliminare come parte integrante della narrazione pubblica del Piano**. Perché l'ascolto non si limita a ricevere: **costruisce relazioni, genera riconoscimento, e, così facendo, ricostruisce reputazione**.

4.2 Mappatura dei presìdi territoriali attivi (comitati, parrocchie, centri civici, scuole)

Ogni processo di trasformazione credibile parte dalla conoscenza del contesto. Ma la conoscenza, nei territori delle Aree contaminate, non può esaurirsi in una raccolta di dati anagrafici o in un censimento delle criticità. **È necessario costruire una mappa relazionale, oltre che geografica, che permetta di individuare non solo le aree critiche, ma anche i presìdi attivi, i luoghi della fiducia, i nodi vitali della vita civica e comunitaria.**

Per questo, la prima azione concreta prevista dal Piano è l'individuazione **dettagliata dei soggetti attivi sul territorio**: comitati ambientali, parrocchie, presìdi scolastici ed educativi, centri civici, associazioni culturali e giovanili.

Non si tratta solo di "riconoscere" (mappare) le realtà esistenti, bensì di **costruire con esse una rete di interlocuzione stabile**, includendole nella narrazione, così orientare la comunicazione pubblica non dall'alto, ma a partire dai "nodi vitali" già presenti nei luoghi delle bonifiche.

La mappatura verrà condotta attraverso una **combinazione di strumenti qualitativi e quantitativi**, scientificamente validati, con il duplice obiettivo di garantire capillarità, profondità e affidabilità di analisi. In particolare, potrebbero essere attivate, a titolo di esempio, le seguenti azioni:

- **analisi documentale** delle iniziative territoriali degli ultimi 10 anni (progetti, protocolli, delibere, relazioni degli enti locali e dei consorzi di filiera) per individuare attori già coinvolti in progetti ambientali, educativi e sociali;
- **consultazione diretta dei Comuni**, delle Asl, delle diocesi, delle scuole capofila e delle principali organizzazioni civiche e del Terzo Settore, attraverso una call-to-action formale e una griglia di rilevazione standardizzata;
- **questionario multicanale on-line**, disponibile sull'hub informativo digitale del Piano e diffuso attraverso mailing list, Social media, parrocchie e scuole, con domande aperte e chiuse per rilevare soggetti attivi, aree d'intervento, bisogni ed eventuale disponibilità a collaborare nel prossimo futuro;
- **attivazione sull'hub informativo del Piano di una sezione dedicata alla candidatura spontanea come interlocutori attivi del Piano stesso**, attraverso un modulo aperto, che consenta a singoli cittadini, gruppi informali o presìdi non strutturati di raccontare la propria esperienza, indicare il proprio campo d'azione e dichiarare la disponibilità a collaborare. Questa funzione sarà accompagnata da linee guida semplici e chiare, e da un primo riscontro pubblico evidenziato sulla Mappa interattiva del progetto;
- **attivazione di punti di raccolta mobili**, fisicamente presenti nei primi incontri pubblici territoriali, dove sarà possibile segnalare/registrare la propria realtà civica e inserire contatti, descrizioni e proposte in forma guidata;
- **interviste a testimoni "cerniera"**, soggetti ad **alta densità relazionale**, come parroci, medici sentinella, insegnanti-ponte, operatori Caritas, influencer digitali, etc ai quali verrà posta una domanda chiave: *"Chi c'era, anche quando non c'era nessuno?"*. Queste interviste, brevi ma qualitativamente preziosissime, saranno registrate/trascritte e

costituiranno una fonte preziosa per una **mappatura biografica** capace di intercettare reti informali e memorie attive tra la cittadinanza.

A supporto di queste iniziative, verrà sviluppato un **DataBase integrato e georeferenziato**, ospitato all'interno dell'Hub digitale del Piano: questo strumento fin da subito assumerà la forma di una **Mappa interattiva pubblicamente consultabile**, che si aggiornerà progressivamente e in tempo reale.

Ciascun presidio, cliccabile sulla Mappa, potrebbe fornire, a titolo esemplificativo, una **scheda sintetica con informazioni, contatti, attività già svolte e disponibilità a collaborare**, contribuendo così alla **rendicontazione pubblica già a partire dalla prima fase di ascolto**.

La trasparenza non sarà posticipata: sarà costitutiva fin dall'inizio, essenza stessa dell'azione di comunicazione.

La mappatura digitale dei presidi attivi è insieme, in definitiva, **un gesto di fiducia verso il territorio e anche un atto di alleanza**: significa riconoscere che la comunicazione non si inventa, ma si innesta in qualcosa che già esiste, e che i luoghi non si raccontano solo per quello che ancora manca, ma anche per ciò che già è stato in parte costruito negli ultimi anni.

4.3 Incontri fisici sul territorio: *tessitori sociali*, tra dialoghi pubblici e tavoli di ascolto

È di tutta evidenza che per valorizzare un'operazione di rafforzamento della fiducia mediante "tessitura sociale" – termine utilizzato a più riprese in letteratura scientifica dal già citato Toni Muzi Falconi – **sarà necessario tornare nei luoghi che più hanno patito sofferenza negli ultimi anni:** i luoghi dove si è parlato con un tono di voce in parte inadeguato, dove le promesse non sono state sempre seguite dai fatti, dove l'informazione è stata percepita come troppo lontana od eccessivamente tecnica. È da lì che bisogna, innanzitutto, ripartire: non solo per "spiegare" il Piano, ma per farne il primo gesto concreto di presenza, riconoscimento e apertura.

Gli incontri pubblici previsti in questa fase non sono quindi "eventi accessori", ma **snodi strategici del processo comunicativo**. Saranno momenti di dialogo reale, ma anche di restituzione collettiva: **spazi in cui le parole dei cittadini incontrano le prime analisi, e da quel confronto prende forma una narrazione** capace di orientare in profondità la fase successiva di esecuzione del Piano.

Non si tratterà di conferenze né di "passerelle istituzionali": i momenti di incontro/confronto saranno progettati come **conversazioni strutturate**, ispirate al modello della comunicazione simmetrica di James Grunig, ovvero **scambi tra persone e istituzioni fondati sul principio che la comunicazione pubblica è efficace solo quando è disposta a modificarsi a partire dall'ascolto dell'altro**.

Gli incontri potranno essere di due tipi: **gruppi di confronto territoriale** (su base geografica) e **tavoli tematici specifici**, di verticale approfondimento su alcune parole chiave/aree di contenuto.

Nei gruppi di confronto territoriale, cittadini, rappresentanti civici, istituzioni locali e consorzi di una particolare area saranno messi in condizione di **esprimere visioni, riserve, domande, memorie e proposte**. Non tanto e solo per "dire la propria", ma per **iniziare a costruire insieme una grammatica comune della rigenerazione del territorio**.

A titolo di esempio, ciascun incontro potrebbe essere articolato in tre momenti distinti, ma interconnessi, pensati non come semplice successione ma come **percorso relazionale a tre tempi**, capace di generare comprensione, coinvolgimento e orientamento:

- **accoglienza e contestualizzazione:** apertura dell'incontro da parte del team operativo, con presentazione sintetica dei primi risultati emersi dalla mappatura, dalle segnalazioni spontanee e dai **questionari diffusi online** (di cui parleremo nel paragrafo successivo). La restituzione sarà accompagnata da **supporti visivi dinamici** (es. mappe interattive, dashboard illustrative, narrazioni visuali) per favorire la comprensione e stimolare il riconoscimento da parte dei partecipanti. Lo scopo è dichiarare da subito che *si è già ascoltato*, e che l'incontro non parte quindi da zero;
- **laboratorio conversazionale:** i partecipanti verranno suddivisi in **gruppi eterogenei**, secondo il modello della **conversazione simmetrica**. Ogni gruppo lavorerà su una griglia aperta, composta da domande-stimolo che riguardano la percezione della presenza istituzionale, la fiducia nei processi, la visione del futuro e i nodi critici irrisolti. I facilitatori

– formati ad hoc – guideranno il confronto utilizzando **metodologie partecipative flessibili** (word café, dialoghi a rotazione, mappa delle parole, bilanci di giustizia, ecc.), adattate ai contesti locali. Tutti gli interventi saranno raccolti in schede sintetiche e – dove possibile – anche in formato audio, per costruire una memoria narrativa degli incontri;

- **chiusura condivisa**: ogni gruppo selezionerà e restituirà tre elementi: **una parola-chiave**, che sintetizzi il **nodo** emerso con più forza, ovvero **una domanda aperta**, che interrogherà le istituzioni, nonché **una priorità condivisa** da portare nella fase 2. Le restituzioni verranno raccolte in un momento pubblico finale e successivamente **inserite nel “Diario di bordo”**, un documento aperto e consultabile online sull’Hub informativo del Piano, che accompagnerà l’intero percorso. In alcune tappe, la chiusura potrà prevedere anche una **rappresentazione visuale o sonora in tempo reale** (graphic recording, lavagne emotive, performance narrative), per rafforzare la componente esperienziale e simbolica.

Il Piano prevede poi la possibile attivazione di **tavoli tematici specifici**, veri e propri **laboratori itineranti a composizione variabile**, che seguiranno un calendario di tappe fisiche: ognuno di questi tavoli si concentrerà su **uno specifico tema** – ambiente, o salute, o legalità, o educazione civica, o rigenerazione urbana, etc – e sarà composto da un **nucleo misto di partecipanti** individuati attraverso le attività di mappatura e ascolto, tra i quali rappresentanti delle istituzioni locali, operatori pubblici, stakeholder settoriali, associazioni attive, scuole, parrocchie, imprese locali e cittadini. **Ogni tavolo sarà attivato in aree intercomunali individuate sulla base dell’affinità rispetto a criticità ambientali, bisogni comuni o dinamiche sociali convergenti, con almeno due sessioni previste per ciascuna macroarea territoriale.**

Il funzionamento dei tavoli sarà modulare e progressivo:

- le riunioni si svolgeranno in presenza, ma con **strumenti di supporto digitale** per permettere l’interazione anche a distanza (moduli collaborativi, piattaforme di brainstorming, bacheche condivise);
- ogni sessione sarà facilitata da un team di esperti in facilitazione civica e comunicazione pubblica, con il compito di raccogliere gli input, sintetizzarli e restituirli nel diario di bordo e nelle dashboard pubbliche del Piano.

I tavoli non avranno una funzione deliberativa, ma **co-propositiva e orientativa**: il loro compito sarà **fare emergere specifiche criticità, suggerimenti, priorità, opportunità** (sullo specifico tema del tavolo) e tradurli in forma accessibile, utile alla fase progettuale successiva.

Il metodo di lavoro si ispirerà a pratiche già validate in ambito europeo, come gli **European Awareness Scenario Workshops (EASW)**, che promuovono l’elaborazione partecipata di scenari futuri da parte di attori plurali, attraverso discussioni guidate, lavori di gruppo e mappatura visuale dei problemi e delle soluzioni⁷⁷.

Al termine del percorso, ogni tavolo potrà produrre:

- una **scheda di sintesi tematica**, condivisa con gli altri gruppi di lavoro;
- un **output visivo o narrativo**, che potrà assumere la forma di poster, video, storytelling, bozza progettuale o proposta concreta;
- una **priorità d’azione** da consegnare formalmente al team di progettazione del Piano.

⁷⁷ European Commission, *European Awareness Scenario Workshop Manual*, 1999

In questo modo, i tavoli itineranti saranno **non solo luoghi di ascolto e confronto**, ma **dispositivi concreti di co-costruzione di contenuti e proposte specifiche**. Agiranno come **cerniere tra il Piano e il territorio**, trasformando la partecipazione in proposta, e la proposta in stimoli operativi.

Queste due tipologie di ipotesi di lavoro centrate incontri fisici costituiranno dunque **non solo il cuore pulsante della fase di ascolto, ma anche il primo gesto visibile di restituzione** al territorio: un modo per dire *“abbiamo cominciato da voi, con voi, per voi”*. E saranno anche il luogo in cui **emergeranno le consapevolezze profonde che orienteranno l'intera fase 2 del Piano**: la massa a punto, mediante co-progettazione, delle azioni di comunicazione, educazione e partecipazione attiva.

4.4 Il *Digital Body* del Piano: l'Hub informativo, i questionari multicanale e le dashboard interattive

Per ricostruire una relazione di fiducia tra lo Stato e i territori, non basta “essere presenti”: bisogna **farsi trovare**. E per farsi trovare oggi, è **necessario abitare anche i luoghi digitali**, progettandoli non come repliche della comunicazione cartacea, ma come **spazi di dialogo, trasparenza e partecipazione attiva**, con proprie peculiari caratteristiche.

Ferma restando l'indispensabile riflessione co-partecipata sul “brand/naming” da riassegnare al territorio, meglio sviluppata nel **Capitolo 6** di questo Piano, e prodromica alla creazione di qualunque infrastruttura tecnologica, il Piano prevede la costruzione di un **vero e proprio corpo digitale**, inteso come **strumento pubblico relazionale e informativo**, che affiancherà le azioni fisiche sul territorio.

Questo digital-body potrà essere composto da:

- un **sito web istituzionale**, articolato e accessibile, che ospiterà tutte le funzioni chiave: documentazione pubblica, calendario degli incontri, sezione “Domande e risposte”, Diario di bordo del Piano, spazio dedicato ai presidi attivi, archivio delle esperienze pregresse e, soprattutto, la **piattaforma per la partecipazione ai questionari pubblici e alle segnalazioni spontanee (di cui parleremo più avanti nella sezione 5.2, dedicata specificatamente al corpo digitale della campagna**, con focus sull'hub multistakeholder, sulla connessione con il sito ISPRA, sull'App mobile per le segnalazioni anonime e sul monitoraggio ambientale condiviso);
- una rete di **canali Social ufficiali** (Facebook, Instagram, YouTube e Telegram), che non saranno usati per un mero “rilancio” di notizie, bensì per creare conversazioni, raccogliere testimonianze, rispondere pubblicamente alle domande, rendere visibile la quotidianità del Piano attraverso rubriche, video brevi e pillole informative;
- una **campagna integrata di attivazione civica**, articolata su più livelli: **affissioni** nei luoghi di transito **con QR Code** per accedere direttamente ai questionari, **spot RAI** e media locali, partnership con radio comunitarie, contenuti personalizzati per i principali portali locali e scolastici, etc

Una delle parti centrali di questo corpo digitale potrà essere costituito da un **sistema di questionari multicanale**, progettati per raccogliere – in forma anonima ma georeferenziata – il percepito della cittadinanza su una pluralità di temi:

- grado di fiducia verso le istituzioni e le azioni dello Stato;
- conoscenza delle iniziative di bonifica, prevenzione e vigilanza;
- comportamenti e stili di vita legati alla tutela ambientale e alla salute;
- consapevolezza dei propri diritti, dei rischi ambientali, delle responsabilità individuali e collettive;
- visione del futuro del territorio e aspettative nei confronti del Piano.

I questionari potranno essere accessibili on-line, ma anche tramite sportelli fisici nei Comuni aderenti, totem informativi mobili e supporto via WhatsApp e Telegram.

Le domande potranno essere differenziate per target (giovani, famiglie, operatori, cittadini generici), e tradotte in più lingue, per raggiungere anche le fasce più marginali di cittadini in fase di integrazione sul territorio.

A dare forma concreta alla logica della **trasparenza disintermediata**, il sito potrà contenere una sezione dedicata a **dashboard interattive**, che si aggiorneranno in tempo reale man mano che le risposte ai questionari vengono raccolte.

I dati saranno aggregati, anonimizzati e visualizzati in modo chiaro: mappe, grafici, indicatori sintetici, con il risultato che ogni cittadino potrà vedere **cosa pensano gli altri cittadini, come cambierà la percezione nel tempo e quali temi emergeranno con più forza**, in un processo di rendicontazione pubblica che inizierà realmente dal basso, dai territori.

Il corpo digitale – secondo questa proposta di lavoro - sarà quindi **non un semplice strumento tecnico**, ma **una vera e propria estensione relazionale del Piano**, capace di rendere visibile, misurabile e condiviso l'andamento del percorso. Un ambiente vivo, accessibile, aperto alla verifica e al confronto, che restituisce ai cittadini **il diritto non solo di essere informati, ma di essere parte del processo di risanamento di quei luoghi**.

4.5 Rendicontazione pubblica fin dalla fase iniziale: la trasparenza come chiave per ricostruire la credibilità dello Stato

Nelle aree interessate dal Piano, ogni gesto pubblico è osservato, interpretato e misurato con un certo grado di scetticismo, direttamente proporzionale alla storia passata delle promesse che alcune fasce di cittadini hanno percepito come in parte disattese.

Per questa ragione, la rendicontazione non potrà essere pensata come un adempimento conclusivo, ma come **un dispositivo generativo, attivo fin dal primo giorno**.

Rendicontare fin da subito significa **mettere in tensione virtuosa parola e azione**, evitando che il tempo che separa l'annuncio dal risultato venga occupato da sospetto o dal silenzio.

La trasparenza dovrà essere continua, differenziata e multicanale. Non un gesto isolato, ma **una pratica di restituzione costante capace di parlare a pubblici anche molto diversi** con linguaggi e strumenti adeguati ad ognuno di loro.

A tal fine, il Piano attiverà una serie di strumenti integrati, progettati per **rendere visibile ciò che si sta facendo mentre lo si fa**, permettendo alla cittadinanza di orientarsi, riconoscersi, partecipare.

Tra questi, ad esempio:

- **dashboard interattive:** integrate all'interno dell'Hub digitale, saranno alimentate in tempo reale dai dati raccolti attraverso i questionari online e visualizzeranno in modo chiaro e accessibile gli indicatori principali (livello di fiducia, conoscenza dei rischi ambientali, adesione a buone pratiche, percezione dell'azione statale), con la possibilità di filtrare per area, tema e target;
- **Diario di bordo del Piano, in formato scritto e Podcast:** un resoconto narrativo degli avanzamenti, aggiornato ogni dieci giorni, che racconterà le fasi del Piano con tono accessibile e voce riconoscibile. Il podcast – trasmesso su canali RAI (radio e digitali) e distribuito anche su piattaforme streaming (Spotify, Apple Podcast, sito web del Piano) – ospiterà in ogni puntata **le voci dei protagonisti locali delle iniziative**, per far emergere il valore del lavoro quotidiano e costruire una memoria condivisa, plurale, ascoltabile;
- **restituzioni locali a cura delle figure-ponte:** ogni tappa territoriale sarà seguita da un momento di restituzione pubblica affidato alle figure di fiducia già presenti sul territorio (parroci, docenti, attivisti civici, medici di base) individuate attraverso la mappatura partecipata. Con un accompagnamento metodologico, queste figure avranno il compito di spiegare cosa è emerso, come verrà usato, e cosa succederà dopo, rafforzando il nesso tra parola pubblica e prossimità;
- **materiali multiformato**, pensati per target e contesti diversi:
 - infografiche semplificate per scuole e centri civici;
 - brevi video (max 60 secondi) per WhatsApp, TikTok e Instagram;
 - poster stampabili e pannelli mobili con i principali dati emersi, da esporre in scuole, uffici comunali, parrocchie e mercati;
 - box narrativi (testimonianze, sintesi di incontri, citazioni) da utilizzare per newsletter, giornali locali e bacheche di comunità;

- **canali di feedback:** ogni aggiornamento sarà accompagnato da strumenti per rispondere, commentare, proporre. Il sito ospiterà quindi un modulo per osservazioni, richieste e integrazioni. I Social saranno animati da rubriche di confronto, dirette moderate, spazi per le domande più frequenti. Ogni canale sarà pensato non solo per comunicare, ma per **ascoltare in modo strutturato**.

Questa architettura della rendicontazione, per come qui immaginata, risponde a un principio preciso: **la credibilità non si costruisce solo con l'azione, pur indispensabile, ma con la visibilità dell'azione stessa, nella forma corretta, nei giusti tempi, con gli strumenti adeguati**. Fare è essenziale, ma non basta: bisogna far sapere **come, quando, con chi e perché fare**.

4.6 Come valorizzare i risultati già conseguiti: non costruiamo sul nulla

Come abbiamo già ricordato, una lettura più attenta del contesto restituisce un quadro più articolato rispetto a quello descritto dalle sentenze CEDU: **il territorio e lo Stato non sono rimasti immobili**. In assenza di una regia unificata, **molti attori hanno agito** – istituzioni locali, consorzi di filiera, forze dell'ordine, prefetture, comitati – promuovendo interventi, accordi, controlli, campagne e azioni di contrasto.

Dati, documenti e testimonianze dirette ricostruiscono un impegno articolato: **azioni di monitoraggio ambientale, tracciabilità dei flussi di rifiuti, campagne di sensibilizzazione verso le microimprese informali, protocolli di controllo nei siti produttivi a rischio**, iniziative a volte condotte in assenza di un coordinamento centrale, ma con ricadute concrete e misurabili.

Tuttavia, **queste attività sono rimaste ai margini della narrazione pubblica**, raramente visibili nei circuiti istituzionali o mediatici. Valorizzarle non è solo un atto di giustizia comunicativa, ma un passaggio necessario per **dare continuità e credibilità all'attuale strategia di intervento**, riconoscendo che il percorso verso la bonifica è stato preparato – in parte – anche da chi ha operato in silenzio per anni.

Proprio per questo motivo, il Piano prevede la **creazione di una sezione specifica dell'Hub digitale** dedicata alla valorizzazione delle azioni pregresse, che funga da **archivio dinamico e consultabile** delle attività realizzate fino al 2024 da soggetti pubblici e privati. Questo spazio sarà organizzato secondo criteri di accessibilità e trasparenza, e conterrà:

- una **mappa cronologica e geografica delle azioni realizzate**, con indicazione degli enti promotori, delle aree coinvolte, dei risultati ottenuti;
- **schede sintetiche e materiali scaricabili**: infografiche, dati aggregati, report ufficiali, riferimenti normativi, link ai siti istituzionali già attivi;
- **contenuti generati dagli stakeholder**, grazie a una funzione di upload guidato che consentirà di segnalare azioni già svolte e non ancora censite;
- **sezioni dedicate agli impatti indiretti**, come la riduzione dei roghi o l'attivazione di protocolli interforze, spesso sottovalutati nei bilanci tradizionali.

Questo strumento non sarà una semplice vetrina, ma **una piattaforma dinamica di riconoscimento**, che contribuisce a:

1. **restituire visibilità e dignità a quanto è stato fatto**, anche senza una cornice unitaria;
2. **costruire una narrazione integrata** tra ciò che è avvenuto prima e ciò che si intende realizzare d'ora in poi;
3. **rafforzare il senso di continuità e credibilità** dell'azione pubblica, mostrando che il Piano si inserisce in un processo già in movimento.

In questo modo, il Piano non si presenterà come un intervento calato dall'alto o in discontinuità con il passato, ma come **una strategia integrata**, che si innesta consapevolmente in **un tessuto attivo, plurale e stratificato**.

Il sito web del Piano, da questo punto di vista, non sarà una semplice vetrina istituzionale, ma **un archivio operativo e partecipato**, uno strumento dinamico di **connessione, riconoscimento e legittimazione**, che renda visibili le energie già in campo e restituisca valore a quanto è stato fatto. **Dare visibilità a queste azioni è un atto di giustizia simbolica verso chi ha operato nel silenzio**, e al tempo stesso **il primo passo per costruire una reputazione pubblica fondata su verità, trasparenza e coerenza**.

FASE 2 – INFORMAZIONE, ATTIVAZIONE E VALORIZZAZIONE

4.7 Restituzione pubblica dell'ascolto alla cittadinanza

L'ascolto è un principio che accompagna tutte le fasi del Piano.

Tuttavia, è previsto un momento in cui **la fase di ascolto e mappatura strutturata – come azione progettuale autonoma – giungerà a una prima conclusione**, segnando il passaggio alla fase successiva. Sarà il momento in cui si tireranno le fila, si darà forma alla sintesi e si consoliderà una base condivisa da cui partire.

Al termine della prima fase, infatti, il Piano potrà contare su una **Mappa approfondita e aggiornata dei soggetti attivi**, di una **rappresentazione adeguatamente approfondita dei pubblici di riferimento** e, soprattutto, di una **lettura articolata del contesto informativo e relazionale del territorio**: livelli di alfabetizzazione e disinformazione, temi prioritari percepiti, aspettative nei confronti delle istituzioni, narrazioni attive, reti civiche e punti di attrito, etc.

Il risultato sarà un preziosissimo **cruscotto di indicatori e insight quali-quantitativi**, costruito in modo dinamico e trasparente, che potrà includere:

- una segmentazione dei pubblici e delle aree di interesse;
- un indice di domanda informativa, suddiviso per temi e target;
- una mappa delle narrazioni ricorrenti (critiche, richieste, memorie);
- una sintesi delle esperienze pregresse rilevate (istituzionali e civiche);
- una fotografia del livello di fiducia e delle sue determinanti locali.

Sarà inoltre importante distinguere, nel cruscotto, tra **gli indicatori utili alla progettazione delle attività di comunicazione, attivazione e sensibilizzazione**, e **quelli a vocazione meramente informativa**, legati al monitoraggio dei processi di bonifica. Questi ultimi – ad esempio, il numero e lo stato dei siti contaminati, le tipologie di inquinanti rilevati, le tecnologie adottate, i tempi previsti e le risorse impiegate – **non costituiranno la base della progettazione partecipata** ma saranno resi comunque disponibili in forma sintetica e accessibile all'interno dell'Hub digitale del Piano, per garantire trasparenza, accountability e tracciabilità delle azioni Commissariali⁷⁸.

Questa base conoscitiva sarà essenziale per la fase successiva: orienterà la progettazione delle iniziative, la definizione dei messaggi, la scelta dei canali, la costruzione delle alleanze narrative.

Per segnare pubblicamente il passaggio da questa prima fase di ascolto alla successiva fase di attivazione, è prevista una **restituzione collettiva e diffusa**, attraverso:

- **una presentazione pubblica intermedia** dell'aggiornamento del Piano, trasmessa in streaming e replicata in forma fisica nei vari territori, in cui verrà illustrata la sintesi dei risultati raccolti e saranno presentate le linee guida per la co-progettazione delle iniziative;

⁷⁸ [ISPRA, Siti contaminati: tecnologie e indicatori, 2025](#)

- **la pubblicazione del “Rapporto di ascolto e mappatura”**, un documento agile ma completo, redatto in forma multimediale e disponibile in più versioni (testo completo, sintesi visuale, video-pillole, format audio per radio locali e Podcast);
- **un’azione di restituzione localizzata**, affidata alle figure-ponte già individuate nella fase 1 (docenti, parroci, operatori civici), che avranno il compito di raccontare – in presenza o in video – che cosa è stato raccolto nei loro territori e come quelle informazioni saranno utilizzate;
- **una campagna comunicativa Social e digitale dedicata**, che segnerà simbolicamente la chiusura della prima fase e l’avvio della seconda, con un messaggio chiaro: *“Abbiamo ascoltato. Ora costruiamo. Insieme.”*

Questa restituzione avrà un duplice valore: **consolidare la credibilità del processo e creare continuità tra le fasi**, evitando che la partecipazione si disperda in un ciclo informativo auto-referenziale. Al contrario, essa sarà l’occasione per rilanciare l’impegno civico, attivare nuove collaborazioni e orientare, in modo trasparente, l’intera successiva messa a terra della progettazione.

4.8 Progettazione partecipata e realizzazione delle iniziative educative, artistiche e ambientali

Con la chiusura della fase di ascolto e mappatura, il Piano entrerà nel vivo della sua seconda fase: **l'attivazione territoriale attraverso la realizzazione delle iniziative frutto anche della progettazione condivisa**. Non si tratterà di presentare un calendario già definito, ma di avviare, con i soggetti del territorio, **un insieme coordinato di azioni pubbliche**, coerenti con le priorità emerse, radicate nei bisogni reali e capaci di generare coinvolgimento attivo dei cittadini.

Questa fase ha tre finalità principali:

- trasformare l'ascolto in proposta;
- tradurre i risultati del cruscotto in azioni comunicative, educative, culturali e artistiche concrete;
- attivare reti operative stabili tra istituzioni, comunità locali, scuole, associazioni, stakeholder economici e attori culturali.

Per evitare dispersione e mantenere **coerenza strategica e visiva**, la realizzazione dei progetti sarà articolata per ambiti di intervento:

- **educazione civica e ambientale**: percorsi co-progettati con scuole, università, enti di formazione, reti di docenti e studenti, con l'obiettivo di inserire nei curricula scolastici contenuti legati alla legalità ambientale, alla cultura della salute, alla conoscenza del territorio e al monitoraggio civico;
- **attivazioni artistiche e narrative**: call for project e laboratori aperti con artisti, illustratori, fumettisti, autori e operatori culturali, per la realizzazione di murales civici, installazioni temporanee, produzioni editoriali, performance teatrali e podcast narrativi;
- **iniziative ambientali e civiche**: progettazione di campagne di sensibilizzazione, giornate pubbliche di pulizia, eventi itineranti, passeggiate ecologiche, azioni simboliche e presidi nei luoghi sensibili, anche in collaborazione con i consorzi di filiera, le polizie municipali e le associazioni di protezione ambientale.

Un esempio di progetto in linea con le linee guida previste da questo Piano potrebbe ad esempio essere quello dei **Talk della Salute: azioni per la rigenerazione ambientale e civica**.

Per valorizzare le operazioni di bonifica e coinvolgere attivamente la cittadinanza nella costruzione di una nuova cultura civica, il Piano prevede l'organizzazione di eventi pubblici da svolgersi nelle piazzole, strade e aree oggetto di interventi di risanamento ambientale.

Questi talk consisteranno in brevi assemblee civiche all'aperto, realizzate a bonifica completamente avvenuta, in collaborazione con istituzioni locali, scuole, associazioni, presidi sanitari e testimonial della comunità, con l'obiettivo di:

- celebrare pubblicamente la rigenerazione dei luoghi;
- diffondere pratiche di tutela della salute e prevenzione ambientale;
- rafforzare il senso di corresponsabilità della cittadinanza;
- documentare e raccontare questa fase del cambiamento.

In occasione di ciascun Talk della Salute, verranno apposti cartelli pubblici con la dicitura “Zona rigenerata dai rifiuti”, segnalando in modo tangibile e visibile i luoghi riconquistati alla salute e alle legalità.

I cartelli non saranno soltanto indicatori fisici, ma veri e propri presidi narrativi, costruiti con un linguaggio semplice e immediato, utili per rendere riconoscibile **il valore della bonifica e consolidare la fiducia nell’azione delle istituzioni**.

Questa iniziativa risponde alla visione di fondo del Piano: fare della rigenerazione ambientale un’occasione di rigenerazione civica e culturale, riconoscendo pubblicamente chi si è impegnato e rafforzando il legame tra cittadinanza, territorio e istituzioni.

Tutti i progetti realizzati a seguito della fase di ascolto, verranno in ogni caso organizzati secondo una **griglia metodologica condivisa** (canvas di progetto, criteri di valutazione, indicatori comuni) e produrranno un **output strutturato** compatibile con la cornice narrativa e visiva generale del Piano. Le progettualità locali manterranno quindi una propria identità, ma saranno riconoscibili come parte di un unico **disegno collettivo**.

Per ogni progetto saranno previsti:

- una **scheda progettuale sintetica**, compilata in un formato standard;
- una **narrativa di impatto** coerente con i messaggi pubblici del Piano;
- materiali comunicativi di lancio, basati su **template visivi condivisi**;
- una proposta per la **valutazione dell’impatto locale**, integrabile nei sistemi di monitoraggio dell’hub digitale.

Potrebbe essere utile prevedere l’attivazione di un **meccanismo di microfinanziamento partecipato**, che permetterebbe di supportare economicamente le iniziative più rilevanti, attraverso fondi assegnati sulla base di criteri trasparenti e condivisi: rilevanza per il territorio, replicabilità, innovazione narrativa, capacità di generare coinvolgimento attivo.

Alla co-progettazione saranno invitate anche le **imprese radicate nei territori**, in particolare quelle che si sono distinte per impegno civico, ambientale o sociale.

Il coinvolgimento del tessuto economico-produttivo non avverrà solo come sostegno tecnico o finanziario, ma come **partecipazione sostanziale** a un processo di rigenerazione condivisa.

In questa prospettiva, saranno attivati **tavoli tematici specifici** con associazioni di categoria, consorzi di filiera, reti commerciali e aziende attive nei settori della green economy, della logistica sostenibile e della rigenerazione urbana. L’obiettivo è definire insieme progetti e iniziative che coniughino **responsabilità sociale d’impresa, impatto ambientale positivo e cultura civica**.

Le **aziende** potranno contribuire, ad esempio, con:

- la promozione interna, tra i propri collaboratori, di comportamenti sostenibili;
- l’“adozione” di aree pubbliche da rigenerare;
- la diffusione dei materiali del Piano tramite i propri canali digitali e tramite le proprie media-relation;
- il supporto concreto a specifici eventi educativi, artistici o di restituzione pubblica, e/o la partecipazione diretta a campagne multicanale, laboratori sul territorio etc.

Queste forme di collaborazione saranno **riconosciute pubblicamente**, inserite nella piattaforma digitale del Piano e – se significative – oggetto di **valutazione per le premialità previste** nel paragrafo 4.11.

Tutte le iniziative troveranno evidenza all'interno dell'Hub digitale del Piano, che ne seguirà l'evoluzione con schede aggiornabili, strumenti di supporto, materiali di comunicazione, etc. La co-progettazione non si limiterà quindi alla fase ideativa, ma proseguirà anche in fase esecutiva, con un accompagnamento operativo garantito dal team del Piano e da tutor locali.

In questo modo, **la partecipazione si tradurrà in convergenza**, evitando la frammentazione delle progettualità locali e mantenendo **un equilibrio tra pluralità di voci e coerenza strategica complessiva**.

La realizzazione dei progetti costituirà, infine, **un'occasione per rafforzare il capitale relazionale emerso nella prima fase**, trasformando il coinvolgimento nel dialogo in coprogettazione e realizzazione attiva, e contribuendo alla costruzione di una nuova cultura civica e ambientale fondata sulla corresponsabilità.

4.9 Selezione di testimonial tramite processi di validazione/vetting

In un Piano che ambisce a costruire fiducia e coinvolgimento su larga scala, la figura dei **testimonial** non sarà un elemento decorativo o accessorio, ma, al contrario, **uno strumento strategico di mediazione narrativa** capace di tradurre linguaggi istituzionali in linguaggio immediatamente comprensibile dai cittadini, di veicolare messaggi complessi attraverso volti credibili, riconoscibili e relazionalmente impattanti.

Il Piano prevede quindi l'attivazione di una **rete di testimonial** articolata su due livelli:

- da un lato, le **persone chiave già emerse nella fase di mappatura**: insegnanti, attivisti, parroci, medici, operatori civici, educatori e referenti locali che, per reputazione, coerenza e continuità, incarnano nei territori un'autorevolezza riconosciuta e trasversale. Saranno queste figure a presidiare la comunicazione "di prossimità", a dare voce al Piano nei contesti più difficili, a testimoniare con il proprio impegno la possibilità di un cambiamento reale;
- dall'altro, una selezione di **testimonial pubblici e pop**: sportivi, artisti, influencer, professionisti dell'informazione o della cultura, scelti in base alla loro capacità di raggiungere target più ampi e trasversali (giovani, pubblico televisivo, mondo digitale) e di contribuire alla narrazione collettiva con linguaggi immediati e accessibili.

Per la selezione di queste figure, potrà essere adottato **un processo strutturato di validazione (Vetting)** volto a garantire coerenza valoriale, credibilità, affidabilità reputazionale. Il processo di Vetting includerà:

- una **ricognizione pubblica del profilo**, dei contenuti prodotti e delle collaborazioni precedenti;
- un'**analisi del posizionamento reputazionale online**, condotta attraverso strumenti digitali e rassegna stampa;
- un **colloquio conoscitivo**, orientato a valutare la motivazione, l'allineamento con gli obiettivi del Piano e la disponibilità a un coinvolgimento consapevole;
- la **formazione e accompagnamento**, per costruire un linguaggio comune, fornire materiali accurati, rispondere in modo coordinato alle eventuali crisi di comunicazione.

L'ingresso nel circuito dei testimonial non sarà mai automatizzato né puramente "di immagine": anche in questo caso, ogni figura coinvolta rappresenterà, a suo modo, un **ponte tra pubblico e istituzioni**, tra ciò che il Piano dice, ciò che le Istituzioni faranno, e ciò che le persone possono sentire come proprio. Per questo, **la scelta sarà sempre guidata da un principio di coerenza narrativa e legittimità relazionale**: non solo "chi è visibile", ma – soprattutto - "chi è credibile" per i destinatari finali del messaggio.

L'attivazione dei testimonial sarà modulata nel tempo e calibrata in base al budget disponibile e allo sviluppo delle varie fasi della campagna: alcuni saranno coinvolti in azioni locali (spot radiofonici, incontri nelle scuole, video-testimonianze), altri saranno volti della campagna istituzionale, in collaborazione con RAI e altri media partner⁷⁹.

⁷⁹ cfr. paragrafo 4.12

4.9.1 Coinvolgere i simboli calcistici del territorio: un ponte emotivo e identitario

Come in tutta Italia, anche – e a tratti peculiarmente - nel contesto delle province di Napoli e Caserta il calcio rappresenta molto più di uno sport: è senso di appartenenza, memoria familiare e linguaggio collettivo.

Per questo, il Piano prevede – all'interno della rete di testimonial – **il coinvolgimento diretto delle squadre locali e dei volti simbolici del mondo calcistico**, con particolare riferimento alle società più radicate nel tessuto territoriale, e in particolare SSC Napoli, Casertana FC, Juve Stabia, Avellino, Benevento.

Il loro coinvolgimento – rispettando i criteri generali tipici di questo Piano - non sarà però basato solo su un'operazione d'immagine mediante il pur auspicabile coinvolgimento di testimonial del mondo sportivo riconoscibili a livello intergenerazionale, ma verrà progettato come una vera e propria azione relazionale:

- attivando percorsi educativi sul tema della tutela dell'ambiente con le Scuole calcio e le curve giovanili;
- promuovendo i contenuti del Piano stesso attraverso i canali digitali ufficiali dei Club;
- stimolando incontri con i tifosi e le tifoserie organizzate per co-progettare messaggi civici e campagne visive da esporre negli stadi durante le partite, facendo così veicolare da loro stessi i messaggi Istituzionali del Piano.

Sul punto relativo alla correlazione tra mondo del calcio e contenuti del Piano, sono inoltre previsti due progetti speciali:

1. DaiunCALCIOalMalaffare (titolo provvisorio): nella fase esecutiva del piano, si agirà da "ponte" tra i ragazzi delle due Province di Napoli e Caserta e i calciatori locali. **I ragazzi realizzeranno dei brevi video-spot con i calciatori disponibili, che racconteranno il proprio legame con il territorio e l'importanza della sua presa in carico.** I video migliori potranno essere soggetti a premialità;
2. "Derby della legalità ambientale" (titolo provvisorio), apposita manifestazione sportiva da organizzare a stato avanzamento lavori di bonifica.

In un contesto dove la fiducia verso le istituzioni è fragile, ma l'identificazione con l'ambiente dello sport è molto forte, il coinvolgimento del mondo calcistico può rappresentare una potente leva reputazionale per avvicinare nuovi pubblici e rafforzare l'alleanza tra territorio e Istituzioni.

4.10 Narrare attraverso le immagini: il progetto fotografico e multimediale sul risanamento delle Aree contaminate

Già **Italo Calvino**, nelle sue memorabili *Six Memos for a next Millennium*⁸⁰, preconizzava l'estrema potenza della narrazione per immagini.

Accanto agli strumenti più classici della comunicazione istituzionale, il Piano prevede quindi la realizzazione di un'operazione di **visual-storytelling** consistente in un **progetto fotografico narrativo**, pensato come strumento capace di documentare – in modo plurale, continuo e partecipato – l'evoluzione del territorio, le azioni promosse dal Piano e, soprattutto, le trasformazioni percepite dalla cittadinanza.

L'obiettivo non è (solo) restituire immagini dei luoghi delle Aree contaminate, bensì **costruire un racconto corale della rigenerazione dei territori**, che unisca la documentazione alla narrazione, il reportage all'emozione, la memoria visiva alla prospettiva di futuro.

La fotografia – nelle sue molteplici forme, dal reportage sociale al ritratto ambientale – diventa così **uno strumento reputazionale potente**, capace di restituire dignità a territori spesso rappresentati solo per il loro degrado o per la loro sofferenza.

Il progetto sarà avviato attraverso il lancio di uno dei bandi pubblici previsti dal Piano, rivolto a fotografi professionisti, collettivi visivi, associazioni culturali, documentaristi e narratori visuali. Il bando conterrà alcuni **criteri preferenziali** per la selezione, tra cui:

- la **pregressa esperienza specifica sul tema** delle Aree contaminate o su progetti simili di rigenerazione ambientale e sociale, con iniziative di documentazione fotografica già realizzate;
- l'approccio narrativo adottato (progetto di lungo periodo, attenzione al protagonismo civico, capacità di costruire relazioni nei territori);
- la disponibilità a partecipare successivamente a momenti pubblici e didattici legati alla campagna.

Il/i fotografo/i selezionati avranno il compito di seguire, nei diversi territori, lo sviluppo del Piano, documentando tanto le azioni istituzionali quanto le reazioni della cittadinanza, i luoghi simbolici, i gesti quotidiani, le forme di cura già in atto. Il materiale raccolto sarà poi utilizzato per realizzare:

- una **mostra itinerante**, ospitata nei principali Comuni coinvolti e negli spazi pubblici regionali;
- un **fascicolo cartaceo e digitale** che accompagnerà la documentazione finale del Piano;
- una **campagna Social dedicata**, articolata in micro-narrazioni visive pubblicate sui canali ufficiali, con approfondimenti audio e video collegati;
- materiali multilingua per la diffusione nei presidi scolastici, sanitari, religiosi e civici.

Il progetto fotografico avrà anche una funzione educativa e relazionale: i fotografi coinvolti saranno invitati a realizzare **incontri pubblici, laboratori e talk con studenti, comitati, comunità**

⁸⁰ Calvino, I., *Six Memos for the Next Millennium*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1988

religiose e professionisti del territorio, trasformando l'immagine in occasione di confronto, apprendimento e riconoscimento reciproco.

In questo modo, la narrazione visiva non sarà un accessorio estetico, ma **una componente centrale della strategia reputazionale del Piano**: un modo per rappresentare il cambiamento non solo come insieme di dati, ma come esperienza, corpo, spazio e relazione.

4.11 Premialità: riconoscere le eccellenze

In ogni strategia di comunicazione pubblica orientata al cambiamento, **riconoscere il merito è di per sé un’azione trasformativa**. Premiare buone pratiche, comportamenti virtuosi e azioni coraggiose non è solo un atto simbolico: è un dispositivo narrativo, motivazionale e reputazionale, capace di generare emulazione, orgoglio civico e rafforzare il senso di appartenenza alla comunità.

Per questo, il Piano prevede l’attivazione di **un sistema di premialità pubblica**, articolato in più categorie e accompagnato da **una campagna di comunicazione dedicata**, che ne valorizzerà i protagonisti, i contesti e le ricadute. Le categorie potranno includere:

- **Polizie municipali virtuose**: corpi locali distintisi per efficacia, trasparenza e collaborazione nella prevenzione della criminalità ambientale e nella gestione dei rifiuti speciali;
- **progetti scolastici di comunicazione**: elaborati prodotti da scuole primarie e secondarie che, con linguaggi originali ed efficaci, sappiano raccontare i temi del Piano (ambiente, salute, legalità, fiducia istituzionale);
- **Comuni eccellenti nella gestione dei rifiuti speciali**: enti locali che abbiano sviluppato soluzioni partecipate, replicabili e dimostrabilmente efficaci nella prevenzione e gestione dei rifiuti ad alto impatto;
- **testimonial più efficace nella comunicazione pubblica**: figura – nota o territoriale – che abbia saputo coniugare chiarezza, coerenza narrativa e impegno attivo nella diffusione dei messaggi del Piano;
- **racconti del cambiamento**: narrazioni visive, scritte o sonore che restituiscano con autenticità e precisione il vissuto di una trasformazione (individuale, collettiva o territoriale) legata ai temi del Piano;
- **miglior azienda sostenitrice del Piano**: impresa che, attraverso iniziative di responsabilità sociale d’impresa (CSR), abbia supportato concretamente la campagna con progetti educativi, attività di comunicazione, servizi, competenze, o diffusione di buone pratiche presso i propri stakeholder;
- **miglior video realizzato dai giovani con i calciatori del territorio**.⁸¹

Accanto a queste, saranno valutate **ulteriori categorie premiabili**, che verranno definiti anche sulla base di quanto emergerà nella fase di ascolto e mappatura.

Il meccanismo di selezione dei candidati al Premio sarà **pubblico, trasparente e condiviso sull’Hub del Piano**. Le candidature e le segnalazioni potranno essere inviate attraverso un modulo disponibile sul sito del Piano, promosso anche tramite affissioni e canali Social. I progetti saranno esaminati da una **commissione mista**, composta da membri del team del Piano, esperti indipendenti, rappresentanti istituzionali e professionisti della comunicazione e della sostenibilità.

Una volta selezionati i finalisti, la cittadinanza sarà invitata a esprimere la propria preferenza attraverso una **vetrina digitale interattiva**. Il riconoscimento finale sarà quindi il frutto di un

⁸¹ Cfr. paragrafo 4.9.1

processo deliberativo **condiviso**: il giudizio pubblico e quello tecnico concorreranno insieme alla definizione dei premiati.

I soggetti selezionati riceveranno:

- **un riconoscimento pubblico ufficiale** in occasione di appositi eventi istituzionali, con la consegna di una Targa ricordo;
- **una campagna di visibilità dedicata**, sui canali del Piano e dei Media partner;
- **un kit narrativo personalizzato**, con materiali per la comunicazione esterna che potranno utilizzare liberamente;
- la possibilità di entrare in una **rete di scambio tra pratiche virtuose**, con percorsi di formazione, momenti di confronto e occasioni di replicabilità.

In questo modo, **la premialità non sarà un atto celebrativo isolato**, ma **un dispositivo narrativo e reputazionale** capace di rafforzare il legame tra le istituzioni e i territori, generando motivazione e legittimazione dal basso.

4.12 Attivazione di gemellaggi/partnership con realtà all'avanguardia nella raccolta e prevenzione dei rifiuti

La rigenerazione culturale e civica dei territori coinvolti dal Piano non può essere affrontata come un processo isolato. Al contrario, uno degli obiettivi principali di questa fase è creare connessioni virtuose tra territori differenti, facilitando il trasferimento di competenze, esperienze, metodologie e modelli operativi già collaudati altrove. Per questo, il Piano prevede l'attivazione di un programma di gemellaggi e partnership con realtà italiane ed europee che si siano distinte per la loro capacità di prevenzione, gestione e comunicazione del tema rifiuti.

Le partnership avranno una funzione duplice: da un lato, offrire un riferimento operativo alle comunità locali, stimolando l'apprendimento attraverso il confronto tra pari; dall'altro, rafforzare il senso di appartenenza a una rete più ampia, mostrando che anche nei territori più fragili è possibile generare innovazione, replicabilità e riconoscimento.

Saranno privilegiati, in particolare, i rapporti con:

- **Comuni premiati da Legambiente nel concorso “Comuni Ricicloni”**, con particolare attenzione ai casi del Nord Italia (come il Comune di Ponte nelle Alpi, noto per il modello integrato di raccolta porta a porta, educazione ambientale e comunicazione civica⁸²;
- **città europee attive in pratiche di waste-prevention e civic-engagement**, come Lubiana (prima capitale zero waste d'Europa grazie a un modello di raccolta differenziata spinto e partecipazione civica attiva⁸³), o Barcellona (che ha sperimentato con successo un modello di mappatura comunitaria delle buone pratiche ambientali nei quartieri periferici⁸⁴);
- **progetti di ricerca e innovazione cofinanziati da Fondi europei** (es. Interreg, Horizon Europe) che abbiano sviluppato strumenti educativi, digitali o narrativi replicabili nei contesti locali;
- **associazioni e consorzi** con una comprovata esperienza di collaborazione con scuole, imprese e istituzioni nella diffusione di buone prassi nella gestione dei rifiuti e nell'attivazione delle comunità locali.

I gemellaggi potranno assumere forme diverse: scambi di buone pratiche, visite studio, progetti comuni di formazione, percorsi di accompagnamento, gemellaggi scolastici, campagne congiunte. Le comunità locali saranno coinvolte fin dalla progettazione di questi percorsi, anche attraverso una call aperta a Comuni, scuole e associazioni interessati a candidarsi come soggetti promotori di gemellaggio.

Tutti i gemellaggi attivati verranno documentati sull'Hub digitale del Piano, attraverso una sezione dedicata che raccoglierà i materiali prodotti, le storie dei protagonisti, i risultati raggiunti e gli eventuali format replicabili. Ogni esperienza sarà restituita pubblicamente, contribuendo a

⁸² [Legambiente, Comuni Ricicloni 2023, 2023](#)

⁸³ [Oblak, E., The Story of Ljubljana, Zero Waste Europe, 2015](#)

⁸⁴ [Barcelona City Council, Pla Residu Zero, s.d.](#)

rafforzare il senso di protagonismo dei territori coinvolti e la percezione di appartenenza a una comunità più ampia di pratiche e valori condivisi.

Le partnership attivate nell'ambito del Piano potranno coinvolgere sia soggetti **no profit** – associazioni, cooperative, fondazioni, reti civiche – sia realtà **profit**, come imprese, startup, consorzi o enti di ricerca privati. In entrambi i casi, la selezione dei partner sarà guidata da **criteri chiari e trasparenti**, volti a garantire la coerenza tra la missione del Piano e l'identità dell'organizzazione coinvolta.

I criteri previsti includeranno:

- **coerenza valoriale** tra gli obiettivi del soggetto proponente e la visione del Piano, con particolare attenzione a evitare il rischio di partnership strumentali o reputazionalmente incoerenti⁸⁵;
- **radicamento territoriale** e capacità di coinvolgimento delle comunità locali, quale prerequisito per ogni iniziativa replicabile ed efficace⁸⁶;
- **attinenza tra le competenze o il core business** del soggetto partner e le aree di intervento del Piano, per garantire valore aggiunto concreto e sinergie operative⁸⁷;
- **presenza di un impatto documentabile**, in termini ambientali, educativi o sociali, già sperimentato su altri territori o con risultati tracciabili⁸⁸ ;
- **disponibilità alla rendicontazione trasparente**, condivisione dei dati e partecipazione a momenti pubblici di restituzione⁸⁹ .

Il Piano prenderà a riferimento **esperienze virtuose** già attive a livello internazionale. Tra queste:

- il caso di **Wecyclers** (Nigeria), una startup che, in collaborazione con imprese multinazionali, ha incentivato il riciclo nei quartieri popolari in cambio di premi⁹⁰;
- la rete **RepaNet** (Austria), che promuove il riuso e la riparazione come leva di occupazione e riduzione dei rifiuti⁹¹;
- il modello di **Exnora International** (India), attivo nella gestione comunitaria dei rifiuti grazie a partnership con imprese come PepsiCo⁹².

Anche tutte le partnership siglate saranno **pubblicamente consultabili** all'interno dell'Hub digitale del Piano, corredate da una **scheda sintetica** e da materiali di **rendicontazione narrativa**. Le attività previste verranno **monitorate attraverso indicatori condivisi** e integrate nel sistema di documentazione già attivo, secondo una logica di trasparenza continua e tracciabilità dell'impatto.

⁸⁵ si veda in proposito Volgistics, “Nonprofit-corporate partnerships”, 2023 su

<https://www.volgistics.com/blog/nonprofit-corporate-partnerships/>

⁸⁶ Pace, P., CSR: Guida pratica per creare partnership di successo tra profit e nonprofit, Fundraising.it, 31 marzo 2025

⁸⁷ Ibidem

⁸⁸ Certified Waste Solutions, Sustainable waste management business partnerships, 2023

⁸⁹ Social Ventures Australia, Building effective corporate partnerships with non-profits, 2021

⁹⁰ Wikipedia, Wecyclers, ultima modifica 2024

⁹¹ Wikipedia, RepaNet, ultima modifica 2024

⁹² Wikipedia, Exnora International, ultima modifica 2024

L'obiettivo non è solo importare modelli di successo, ma attivare un processo di apprendimento reciproco e di positiva contaminazione, dove le comunità locali non siano semplici beneficiarie ma partner attivi di scambio e innovazione.

4.13 Coinvolgimento attivo della RAI come Media-partner istituzionale: campagne, speciali, e programmi dedicati.

Il coinvolgimento della RAI rappresenta una leva strategica fondamentale per amplificare ulteriormente il raggio d'azione del Piano, rafforzarne la legittimazione e garantire un presidio autorevole e continuativo della comunicazione istituzionale su scala nazionale. La televisione pubblica, per missione, ha infatti il compito di promuovere coesione, cultura civica e accesso equo all'informazione: valori perfettamente coerenti con gli obiettivi di questo Piano.

Fin dalle prime fasi, il ruolo della RAI è stato immaginato come **multilivello e strutturale**, e non limitato alla semplice messa in onda di spot informativi.

Nei paragrafi precedenti, sono già state previste azioni che la vedono come attore attivo: dalla **diffusione del Diario di bordo del Piano in formato Podcast**⁹³, trasmesso anche su RAI Radio e piattaforme digitali, alla copertura degli eventi istituzionali, alla valorizzazione dei progetti premiati tramite rubriche dedicate⁹⁴.

A ciò si aggiunge la possibilità di **integrare la RAI nei percorsi di narrazione** attraverso la realizzazione di interviste, reportage brevi e format divulgativi.

In particolare, il Piano propone l'attivazione di una collaborazione strutturata con **RAI Cultura – RAI Scuola**, per la produzione di **una serie di approfondimento didattico/educativo ispirato ai contenuti e ai temi del Piano**, destinato al mondo scolastico e all'educazione civica.

Il format, da definire nei contenuti e nei linguaggi in accordo con le strutture editoriali RAI, potrà diventare uno strumento di diffusione della cultura ambientale, della legalità e della cittadinanza attiva, anche attraverso l'integrazione nei curricula scolastici e nei materiali digitali già adottati dalle scuole. Parallelamente, sarà proposta l'attivazione di una **campagna RAI a copertura multicanale**, che includa:

- **spot TV e radio** su RAI 1, RAI 3, RAI News 24, RAI Radio 1 e Radio 3, con linguaggi differenziati per fasce d'età e contesti di fruizione;
- **inserimenti tematici** all'interno di programmi già in palinsesto (es. "Geo", "TGR Leonardo", "Radio3 Scienza", "Il Posto Giusto", "Kilimangiaro"), con format agili e narrativi;
- **rubriche fisse nel TG regionale** della Campania, con aggiornamenti sullo stato di avanzamento del Piano e voce ai territori;
- una possibile **co-produzione di un documentario finale**, che restituisca l'intero percorso comunicativo, realizzativo e partecipativo, da trasmettere in prima serata su RAI 3 o RaiPlay in occasione della chiusura del Piano.

Queste azioni, se coordinate, permetteranno alla RAI di diventare **non solo un media partner**, ma **una vera infrastruttura pubblica di affiancamento e narrazione del Piano**: un attore in grado di

⁹³ cfr. par. 4.5

⁹⁴ cfr. par. 4.11

amplificare il recupero reputazionale delle istituzioni, facilitando l'accessibilità dei contenuti e rafforzando il legame tra servizio pubblico e cittadini.

Il coinvolgimento della RAI sarà formalizzato attraverso un protocollo d'intesa con la Struttura Commissariale, volto a definire obiettivi comuni, tempi di attuazione, criteri editoriali e responsabilità condivise. In coerenza con i principi del Piano, anche questa collaborazione sarà improntata alla trasparenza, alla documentazione condivisa e alla misurabilità dell'impatto comunicativo generato.

FASE 3 – MEMORIA PUBBLICA E TRASFORMAZIONE CULTURALE

4.14 Riconfigurazione narrativa e trasformazione simbolica del territorio

La rigenerazione dei territori oggetto di bonifica non può esaurirsi nel pur importantissimo ripristino ambientale o nell'efficacia tecnica degli interventi di bonifica.

Ogni trasformazione concreta, per essere duratura e riconosciuta, ha bisogno di un cambiamento di senso: una rilettura collettiva della propria storia, una rielaborazione pubblica delle ferite subite, una nuova capacità di immaginare futuro.

Bonificare non è solo rimuovere ciò che inquina: è anche restituire dignità, significato e possibilità a luoghi che troppo a lungo sono stati raccontati solo attraverso il danno. Per anni, le aree contaminate delle province di Napoli e Caserta sono state infatti associate a una narrazione unica, monocorde, fatta di emergenza, abbandono, illegalità.

Questa rappresentazione, seppur alimentata da fatti reali, ha finito per generare **una visione deformata e paralizzante**, che ha spesso impedito di notare le energie civiche, le competenze diffuse, i segnali di cambiamento già in corso.

Trasformare questa percezione non significa negare ciò che è accaduto, ma renderlo narrabile in modo più giusto, equilibrato e complesso, generativo a sua volta di nuova consapevolezza.

È in questa prospettiva che il Piano assume, nella sua fase più matura, anche una forte funzione **simbolica e culturale**: contribuire alla costruzione di una nuova immagine pubblica dei territori coinvolti fondata non più solo sulle criticità, ma anche sulle risorse, sulle relazioni, sulla capacità collettiva di resistere e reagire. **La riconfigurazione narrativa è, prima ancora che comunicazione, un atto di giustizia culturale e sociale.**

Questo lavoro dovrà essere condotto con profondità e coerenza: non basterà certamente sostituire slogan o modificare l'estetica dei messaggi. Servirà un **ripensamento del linguaggio istituzionale**, una cura dei simboli, una rielaborazione condivisa delle parole e delle immagini che veicolano il territorio, dentro e fuori. Sarà necessario **raccogliere e restituire le memorie attive**, le storie mai raccontate, i volti che hanno abitato l'ombra ma che possono diventare volti di cambiamento.

La trasformazione simbolica passa anche dai luoghi. Le piazze, le scuole, i mercati, le rotatorie, gli edifici in disuso: ogni spazio può diventare **un'opportunità narrativa**, un elemento di una nuova geografia pubblica del riscatto, il **nodo attivo di una grammatica nuova**, che non nega il passato ma lo riscrive a partire da una visione condivisa di futuro.

Questa è la premessa alla realizzazione del **Museo degli Intangibili**, che sarà al tempo stesso **memoriale, laboratorio, spazio educativo e narrativo**, e che verrà presentato nel paragrafo successivo. Un luogo fisico e digitale dove la storia delle zone contaminate non sarà cancellata, ma restituita nella sua interezza, **per generare riconoscimento, apprendimento e appartenenza**.

4.15 Il museo diffuso degli intangibili della *Terra dei Fuochi*: la dimostrazione di un cambiamento possibile

Perché la trasformazione sia autentica, è necessario che ciò che è stato venga **riconosciuto, raccontato, rielaborato**: per questo, il Piano promuove la creazione di un **Museo degli Intangibili**, inteso come spazio di memoria, pedagogia e rigenerazione culturale.

Non un museo nel senso classico del termine, ma **un’infrastruttura civica della consapevolezza**, capace di restituire voce a ciò che non si vede: le esperienze vissute, le emozioni collettive, le tracce immateriali lasciate da decenni di discontinuità, lotta e riscatto.

La prima funzione del museo sarà **pedagogica**. Il museo diventerà un luogo di apprendimento permanente per le scuole, i cittadini, i professionisti e gli attivatori civici. Attraverso percorsi educativi, materiali multimediali, laboratori partecipativi, sarà possibile **rileggere la storia ambientale e sociale dei territori**, connetterla ai temi della legalità, della salute, della responsabilità pubblica. L’educazione alla memoria non sarà concepita come esercizio celebrativo, ma come **azione formativa capace di orientare il presente**.

La seconda funzione sarà **memoriale**. Il museo raccoglierà e curerà **testimonianze dirette, narrazioni, oggetti simbolici, materiali d’archivio**, fotografie, voci, racconti di chi ha vissuto, denunciato, resistito. Non si tratterà solo di “ricordare”, ma di **rendere visibile ciò che spesso è stato ignorato o rimosso**. Sarà uno spazio di riconoscimento per le vittime, per le comunità dimenticate, per chi ha agito virtuosamente nell’ombra. Ogni sezione sarà costruita in dialogo con le persone, le famiglie, i comitati che hanno segnato – e continuano a segnare – la storia dei territori coinvolti.

La terza funzione sarà **sociale**. Il museo non sarà un contenitore chiuso, ma **un luogo vivo, poroso, ospitale**, dove si generano relazioni. Sarà sede di incontri pubblici, eventi culturali, assemblee civiche, corsi di formazione, azioni artistiche. Uno spazio abitabile, progettato per **mantenere attiva la memoria**, trasformandola in spinta partecipativa, immaginazione politica e connessione generazionale. La memoria, per essere generativa, ha bisogno di relazioni, non solo di custodi.

Il **Museo degli Intangibili della Terra dei Fuochi** avrà **un’anima duplice**: fisica e digitale. La sua sede sarà individuata attraverso un processo partecipato, anche simbolico, che riconosca il valore dei luoghi: potrà sorgere in uno degli edifici pubblici dismessi già presenti nei territori coinvolti, riconvertito in chiave educativa, inclusiva, accessibile. Ma accanto allo spazio fisico, sarà sviluppata **una piattaforma digitale interattiva**, aperta alla navigazione pubblica on-line, pensata per raccontare – anche da remoto – il percorso della bonifica, le storie delle comunità, i dati ambientali, le testimonianze raccolte. Un museo accessibile ovunque, da chiunque, in ogni momento.

A rafforzare questa visione, il Museo degli Intangibili – in base alla proposta contenuta in questo Piano - assumerà la forma di un **museo diffuso**, articolato in una rete di presidi simbolici dislocati sul territorio. L’idea è quella di **trasformare alcuni luoghi-soglia** – ex discariche bonificate, beni confiscati alla criminalità ambientale, siti oggetto di mobilitazione civica, territori restituiti alla

collettività – in **stazioni narrative permanenti**, capaci di testimoniare concretamente i percorsi di risanamento e rigenerazione.

Si tratterà di selezionare luoghi emblematici non soltanto per la gravità dei danni subiti, ma per la loro potenzialità educativa e il loro valore evocativo: **spazi in cui la ferita si è fatta processo, e la denuncia si è fatta trasformazione.**

Questi presidi del museo diffuso potranno assumere forme e linguaggi differenti: **installazioni ambientali, pannelli informativi, dispositivi audio-narrativi, segnaletica simbolica, QR code per contenuti multimediali geolocalizzati**, percorsi immersivi che intrecceranno dati ambientali e testimonianze umane.

Il Museo diffuso potrà ospitare attività scolastiche, laboratori all'aperto, passeggiate civiche, eventi commemorativi e artistici: in questo modo, la **memoria non sarà più confinata in uno spazio centrale**, ma **ricamata nel territorio**, accessibile a tutti, inscritta nei luoghi stessi dove si è prodotta la trasformazione.

La selezione dei luoghi sarà orientata da un doppio criterio: da un lato, la **centralità simbolica e la densità narrativa** dei siti candidati; dall'altro, la loro **potenziale accessibilità e funzione educativa**, affinché possano essere abitati, attraversati, restituiti alla cittadinanza. Alcuni di questi presidi potrebbero diventare **poli didattici decentrati del Museo**, altri, **spazi di rappresentazione artistica o memoriale**, altri ancora, **nodi civici attivi** inseriti nei percorsi di monitoraggio e racconto.

Dal punto di vista operativo, l'attivazione del museo diffuso potrà essere sostenuta attraverso un **bando pubblico partecipativo** che inviti scuole, enti locali, comitati, associazioni e cittadini a **proporre, documentare e co-progettare i propri "luoghi intangibili"**: spazi da narrare e condividere, da rendere accessibili e significativi, da custodire collettivamente. Ogni nodo della rete sarà poi **documentato e connesso** attraverso l'hub digitale del Piano, generando una **geografia civica della trasformazione**, fruibile fisicamente e online.

Questa scelta rappresenta un'estensione coerente dei principi già enunciati: **partecipazione diretta di una cittadinanza coinvolta e quindi sempre più consapevole, trasparenza, esercizio di memoria attiva**. Ma è anche una **scelta politica e culturale**: costruire un museo diffuso significa riconoscere che **la rigenerazione non accade solo nei centri, ma nelle periferie**, nei margini, nei luoghi dove per anni si è accumulato silenzio. È lì che la narrazione deve radicarsi maggiormente, ed è da lì che può ripartire un'identità collettiva non imposta, ma condivisa.

In questo modo, il Museo degli Intangibili non sarà un'appendice simbolica del Piano, ma **il suo cuore culturale e narrativo**. Un dispositivo di restituzione e di visione: **un'azione di riparazione più che simbolica, che non guarderà indietro con nostalgia, ma guarderà avanti con responsabilità.**

4.16 Alcuni modelli di ispirazione: esperienze internazionali di rigenerazione culturale e ambientale

Ogni strategia di rigenerazione profonda necessita di riferimenti che, pur nella distanza geografica e storica, offrano spunti di metodo e visione. **Non modelli necessariamente da importare, ma invece esperienze da interrogare:** esempi che mostrino come territori segnati da discontinuità, degrado o abbandono abbiano saputo, nel tempo, riscrivere la propria traiettoria collettiva.

È in questa chiave che il Piano guarda, tra i molti esempi disponibili, alla **Valle della Ruhr**, area mineraria tedesca un tempo sinonimo di crisi ecologica e industriale, oggi considerata uno dei più riusciti esperimenti europei di rigenerazione culturale e simbolica.

A partire dagli anni '90, la Ruhr è stata teatro di un processo lungimirante di riconversione post-industriale, basato su **un'idea complessa e relazionale di rigenerazione:** non cancellare il passato, ma renderlo leggibile; non sostituire un'identità con un'altra, ma trasformarla attraverso l'intreccio tra memoria, cultura, ambiente e partecipazione. In questa visione, le tracce dell'industria – miniere, acciaierie, impianti dismessi – non sono state percepite come scarti, ma come **testimoni materiali di un'epoca**, da rielaborare pubblicamente e socialmente.

Esemplare è il caso dello **Zollverein di Essen**, ex sito minerario oggi riconosciuto patrimonio UNESCO, riconvertito in museo, centro culturale e polo civico permanente⁹⁵. Qui, la trasformazione non ha riguardato solo lo spazio fisico: ha toccato **l'immaginario collettivo, l'uso dei linguaggi, la forma dell'abitare pubblico**, inaugurando una stagione nuova di presenza e visibilità per una comunità a lungo marginalizzata nel racconto nazionale.

La Ruhr non è necessariamente un modello da imitare per la riqualificazione delle Aree contaminate, ma un'esperienza da cui trarre una lezione essenziale: **anche nei territori più compromessi, è possibile costruire una narrazione di futuro se si ha il coraggio di tenere insieme tecnica e cultura, intervento e immaginazione, riparazione e visione.** La bonifica, in questa prospettiva, però, non è mai solo ambientale: è anche culturale, simbolica, relazionale, e richiede un'infrastruttura narrativa all'altezza della complessità vissuta.

Per i territori coinvolti dal Piano, il riferimento alla Ruhr non è un'operazione di prestigio o un'aspirazione estetica, ma **un'indicazione concreta di metodo:** occuparsi non solo di ciò che si rimuove, ma di ciò che si ricostruisce, e non solo di ciò che si risana, ma di come lo si racconta. **Restituire continuità al tempo, senso ai luoghi, dignità alle storie.** E, soprattutto, riconoscere che la memoria, se curata, può diventare fondamento di un'identità nuova, inclusiva e plurale.

Esperienze simili a quella della Ruhr, pur nella loro irripetibilità contestuale, hanno confermato in altri territori e in differenti latitudini **l'efficacia di un approccio integrato tra rigenerazione fisica e trasformazione culturale.** Un approccio che non separa infrastrutture da narrazione, bonifiche da memoria, riqualificazione da cittadinanza. Se ben progettata, **la comunicazione pubblica non accompagna semplicemente il cambiamento: lo rende visibile, lo legittima, lo consolida.**

⁹⁵ [Stiftung Zollverein, Ruhr Museum, s.d.](#)

Un altro esempio emblematico è quello della città di **Bilbao**, nei Paesi Baschi, che a partire dagli anni Novanta ha saputo trasformare la propria immagine da ex polo industriale in declino a **capitale europea di innovazione culturale e sostenibilità urbana**. Il Guggenheim Museum, spesso citato come simbolo della svolta, non ha agito isolatamente: è stato il fulcro visibile di un **processo pluriennale di trasformazione narrativa**, sostenuto da una comunicazione integrata, da una governance multilivello e da una forte mobilitazione della cittadinanza⁹⁶.

La città ha saputo **riattribuire senso a spazi un tempo marginalizzati**, costruendo una nuova identità urbana fondata sull'orgoglio locale e sulla proiezione internazionale.

Altra esperienza particolarmente rilevante è quella della **baia di Tokyo**, dove intere aree portuali ed ex industriali sono state riconvertite in **spazi pubblici multifunzionali, centri educativi e parchi urbani**, inseriti all'interno di una cornice comunicativa fortemente orientata all'inclusione e alla consapevolezza ecologica. In questo caso, l'aspetto innovativo è consistito nel coinvolgimento strutturale delle scuole e dei presidi civici nel monitoraggio ambientale e nella narrazione del cambiamento: una **"pedagogia territoriale" diffusa**, che ha consentito ai cittadini non solo di vedere, ma di comprendere e co-costruire la rigenerazione.

Nell'ambito europeo, il progetto **"Barceloneta Pròxima"** ha affrontato la riqualificazione dei quartieri costieri di Barcellona ponendo al centro la memoria locale, la cartografia narrativa e l'attivazione delle comunità attraverso percorsi artistici, di ascolto e co-design (Ajuntament de Barcelona, *Pla de Barris*, 2018 – <https://ajuntament.barcelona.cat/pladebarris>). In particolare, è stata sperimentata una **mappatura delle emozioni urbane**, che ha permesso di affiancare agli interventi materiali una dimensione di riconoscimento simbolico, generando nuove forme di appartenenza e di protagonismo civico.

A livello internazionale, vale la pena ricordare anche la rete dei **Living Memorials post-apartheid** in Sudafrica, e quella dei **Centri per la memoria e la giustizia ambientale** nei territori dell'America Latina colpiti da disastri ecologici. In entrambi i casi, si è affermato il principio secondo cui **non basta rimuovere i danni: occorre produrre nuovi significati condivisi, rendere visibili i processi di riparazione, attivare infrastrutture simboliche permanenti**.

Tutte queste esperienze mostrano una traiettoria comune: **la rigenerazione territoriale è sostenibile solo se è anche narrativa**. Il senso collettivo del "ritornare a vivere" – nei luoghi, nei nomi, nelle memorie – va costruito con gli strumenti della comunicazione pubblica, dell'arte civile, dell'educazione trasformativa. Ed è qui che la comunicazione smette di essere ancella della tecnica per diventare **leva strategica e fattore abilitante della trasformazione**.

Per i territori coinvolti dal presente Piano, queste esperienze non rappresentano modelli da replicare meccanicamente, ma **bussola strategica**. L'obiettivo non è replicare forme, ma **trasferire logiche operative, approcci, modalità di coinvolgimento**. Anche qui, come nella Ruhr o a Bilbao, si tratta di **dare forma pubblica a un cambiamento già in atto**, ma ancora parzialmente invisibile: nelle scuole che già educano alla legalità ambientale, nei comitati che mappano i siti sensibili, nelle parrocchie che costruiscono consapevolezza civica.

Per questo il Piano intende **innestare le proprie azioni in una cornice di rigenerazione simbolica assai esplicita**, sostenuta da un'infrastruttura narrativa pensata non come mero "supporto", ma come vera e propria architrave: un sistema comunicativo capace di restituire senso e dignità,

⁹⁶ Bani, S., *Bilbao: il miracolo della città post-industriale*, Architettura Ecosostenibile, 2018

riconoscere i nodi del dolore, narrare la fatica del riscatto. E, soprattutto, tale da permettere di immaginare pubblicamente e costruire il futuro, insieme.

4.17 Costruzione di una nuova identità collettiva, responsabile e realistica

Ogni territorio attraversato da una crisi profonda – ambientale, sociale, istituzionale – è chiamato, prima o poi, a fare i conti non solo con ciò che è stato, ma con ciò che vuole diventare. La rigenerazione non si compie davvero finché non si accompagna alla **costruzione di una nuova identità collettiva**, capace di superare le immagini passive del danno e restituire visione e appartenenza ai suoi abitanti.

Questa identità non può essere inventata a tavolino, né assegnata da soggetti esterni. Va **riconosciuta, cucita, messa in comune**. Nasce dall'intreccio tra memorie individuali e patrimonio condiviso, tra i vissuti silenziosi delle persone e i racconti pubblici che ne determinano il significato. È un'identità che non semplifica, non idealizza, non rimuove: **accoglie la complessità, valorizza le contraddizioni, riconosce le discontinuità**. E proprio per questo è credibile.

Il Piano intende favorire questo processo attraverso azioni che non siano puramente comunicative, ma **culturali, relazionali, simboliche**. La creazione del Museo degli Intangibili, la promozione di nuovi toponimi, la restituzione pubblica delle testimonianze, le campagne fondate su linguaggi autentici e plurali sono tutti tasselli di un disegno più ampio: **fare in modo che chi abita questi luoghi possa finalmente riconoscersi in un racconto all'altezza della propria esperienza**.

La nuova identità che questo Piano intende sostenere e contribuire a costruire non sarà eroica né autoassolutoria. Sarà fondata sul riconoscimento delle diversità e delle pluralità di vissuti; sarà **responsabile**, perché capace di legare diritti e doveri, memoria e azione, riconoscimento e corresponsabilità; e sarà **realistica**, perché costruita non su promesse astratte, ma su un lavoro continuo, visibile e concreto.

Rendere un territorio raccontabile significa renderlo abitabile anche nel tempo lungo necessario per la trasformazione. E abitabile non vuol dire solo “vivibile”, ma nuovamente capace di generare significato, desiderio, prospettiva. In questo senso, la comunicazione non è lo strato finale di un processo: è la trama che ne tiene insieme le parti, è il linguaggio attraverso cui un luogo torna a chiamarsi per nome – e ad essere riconosciuto da chi lo abita, e da chi lo guarda da fuori.

Per questo motivo, attualmente il piano non prevede una riscrittura immaginata “a tavolino” per attribuire al territorio in questione un **nuovo naming**, operazione che risulterebbe in larga parte improduttiva **senza il coinvolgimento dei territori stessi e dei cittadini**: una delle possibili opzioni potrebbe essere, ad esempio, quella di una “sostituzione di senso”, lavorando – oltretutto sull'utilizzo del nuovo nominativo ufficiale – anche sull'attribuzione alla vecchia e più diffusa dicitura (“Terra dei Fuochi”) **di nuovi e differenti significati**, ma approfondiremo più nel dettaglio questi ragionamenti nel Capitolo 6 del Piano.

5. L'infrastruttura pubblica della fiducia: strumenti, governance e trasparenza

Per essere realmente efficace, una strategia di comunicazione pubblica deve saper **adattare i propri strumenti alle peculiarità dei destinatari**, evitando un approccio basato su modelli standardizzati e scegliendo invece **canali e linguaggi coerenti con i diversi contesti sociali, culturali e territoriali**.

Parlare a famiglie, giovani, scuole, operatori pubblici o stakeholder economici implica anche saper riconoscere le differenze profonde di accesso all'informazione, di abitudini mediali e di fiducia nei confronti delle istituzioni da parte delle varie tipologie di pubblico.

Questo capitolo raccoglie e organizza l'insieme dei dispositivi comunicativi del Piano – fisici, digitali, narrativi – seguendo un approccio **modulare** pensato per essere **plurale nei formati ma uniforme sotto il profilo dei contenuti e del senso dei messaggi**.

L'obiettivo non è quello di “dire tutto a tutti”, bensì di costruire **un ecosistema comunicativo** dove ogni cittadino possa sentirsi interpellato secondo i propri “codici”, senza mai perdere il riferimento a una **voce istituzionale chiaramente riconoscibile, sobria, assertiva e coerente**.

5.1 Un'architettura comunicativa integrata: strumenti e accessibilità

La credibilità di un Piano di comunicazione pubblico come questo non si può misurare solo sotto il profilo della correttezza dei contenuti o della molteplicità dei canali utilizzati: **si deve valutare anche sul piano della coerenza tra strumenti, linguaggi e obiettivi**, e sulla capacità di costruire un ecosistema informativo capace di raggiungere pubblici differenti, valorizzare la pluralità dei contesti e rimuovere le barriere alla comprensione.

Un ruolo centrale nel “tenere assieme” tutte queste istanze verrà giocato indubbiamente dal “brand”, ma per intanto il Piano già adotta una **strategia comunicativa integrata** che non sceglie tra online e offline, tra materiali istituzionali e attivazioni di prossimità, tra strumenti informativi e strumenti relazionali, ma che **utilizza ognuno di essi come parte di un unico sistema narrativo**, pensato per stimolare, informare, coinvolgere e abilitare.

Fatta salva l'autonomia di pensiero di coloro che, Candidati ai bandi pubblici, si vedranno assegnare l'incarico di eseguire e mettere a terra questo piano, l'architettura comunicativa prevista dovrebbe auspicabilmente fondarsi su tre principi cardine:

- **multicanalità differenziata**, per rispondere alle abitudini di fruizione e alle competenze digitali dei diversi segmenti della popolazione;
- **accessibilità semantica e culturale**, per garantire comprensione anche ai soggetti più vulnerabili o distanti dal linguaggio istituzionale;
- **uniformità identitaria**, per rafforzare la riconoscibilità del Piano e rendere coerente il racconto, anche quando passa attraverso mediatori/strumenti diversi.

A partire da questi presupposti, i principali strumenti previsti si potrebbero articolare lungo un asse che unisce **tradizione e innovazione**, con una costante attenzione alla loro funzione trasformativa e non meramente informativa. Tra questi possiamo ipotizzare:

- **materiali cartacei** (manifesti, opuscoli, volantini), distribuiti nei luoghi di maggior transito e presidio civico (scuole, ASL, uffici comunali, parrocchie, mercati), ma ripensati in chiave narrativa e partecipativa, con illustrazioni originali, testimonianze locali, QR code per la fruizione digitale;
- **infopoint e sportelli mobili**, progettati come presidi temporanei nei territori coinvolti, con personale formato non solo a fornire informazioni ma anche a facilitare la comprensione, raccogliere dubbi e osservazioni, orientare verso i servizi;
- **totem interattivi** collocati nei punti sensibili (ospedali, biblioteche, stazioni), aggiornati in tempo reale e accessibili anche in versione multilingue e facilitata, con possibilità di navigazione assistita;
- **affissioni murali civiche**, non solo nei formati tradizionali ma anche in forma di **poster narrativi** o installazioni semi-permanenti a tema ambientale, realizzate in collaborazione con scuole, artisti locali e associazioni giovanili;
- **strumenti digitali** già delineati nei paragrafi precedenti: hub informativo centrale, dashboard interattive, questionari georeferenziati, App mobile, podcast narrativi, canali social a moderazione attiva, moduli di segnalazione anonima.

Ogni strumento dovrà essere connotato da un **linguaggio calibrato** non solo sul piano lessicale ma anche emotivo e culturale, in quanto il Piano si impegna a evitare tanto il tecnicismo autoreferenziale quanto la semplificazione paternalistica: la comunicazione sarà **chiara, rigorosa, empatica**, capace di tenere insieme precisione e apertura, dati e storie, norme e testimonianze.

Infine, suggeriamo di definire una **linea grafica unica**, riconoscibile, sobria ma evocativa, che identificherà tutte le azioni previste dal Piano come parte di un'**unica regia pubblica**: l'identità visiva sarà uno strumento di coerenza, ma anche un elemento di fiducia, perché **riconoscere il messaggio significa riconoscere il mittente, e riconoscere il mittente è il primo passo per riattivare il legame di fiducia tra cittadini e istituzioni.**

5.2 l'infrastruttura digitale della campagna: connettività, accesso, partecipazione

Una strategia comunicativa pubblica credibile, soprattutto in un contesto complesso e frammentato come quello delle Aree contaminate, non può prescindere da un'infrastruttura digitale solida e accessibile.

Non si tratta solo di affiancare al Piano solo un sito web ben fatto o qualche canale Social attivo, ma di progettare un **corpo digitale che sia parte integrante dell'intervento pubblico** e capace di connettere tra loro azioni, dati, persone, storie e responsabilità.

L'infrastruttura digitale della campagna potrà essere costruita secondo una logica modulare e interoperabile, in grado di dialogare con le banche dati esistenti (es. ISPRA), raccogliere segnalazioni dal territorio, visualizzare in tempo reale lo stato di avanzamento delle attività, e attivare processi di ascolto e co-progettazione.

Un'infrastruttura non solo tecnologica, ma **relazionale, narrativa e reputazionale**: perché la fiducia passa anche da come si progetta un sito, da cosa si rende visibile e da come si risponde alle domande dei cittadini.

Il **fulcro** di questo sistema potrà essere l'**Hub digitale multistakeholder**, che ospiterà le principali funzionalità del Piano: visualizzazione dei dati raccolti, mappe interattive dei presidi, spazio di candidatura, archivio delle azioni pregresse, piattaforme di feedback e dialogo, e sezioni tematiche dedicate a scuole, famiglie, imprese, attori istituzionali.

L'hub verrà gestito da un team tecnico centrale, ma con accessi differenziati e funzioni distribuite tra i diversi attori coinvolti (es. partner locali, facilitatori, referenti scolastici, consorzi di filiera).

In parallelo, potrà venir sviluppata una **App mobile** integrata con il sito, disponibile per iOS e Android, che consentirà:

- di seguire gli aggiornamenti del Piano in tempo reale;
- di partecipare ai questionari e agli eventi locali;
- di consultare la mappa dei presidi;
- e soprattutto di **segnalare in tempo reale in modo anonimo e geolocalizzato la presenza di roghi, sversamenti o altre situazioni critiche** legate alla gestione dei rifiuti.

Attraverso un'interfaccia semplice e sicura, ogni cittadino, secondo questa ipotesi, potrà compilare un modulo di segnalazione con garanzia di totale protezione della propria privacy, allegando eventualmente una fotografia e le coordinate GPS. Le segnalazioni verranno aggregate, validate da un gruppo di lavoro tecnico, e visualizzate in mappa in forma anonimizzata, contribuendo così a rafforzare la funzione di presidio diffuso e partecipazione civica attiva.

Un altro asse centrale potrà essere la **connessione diretta con la piattaforma ISPRA**, per integrare i dati ambientali già disponibili a livello nazionale (siti contaminati, bonifiche avviate, emissioni registrate, etc.) con quelli generati dal Piano: questo collegamento offrirà ai cittadini un **ambiente aggiornato** sul quale consultare le informazioni rilevanti, comparare fonti, ottenere indicazioni chiare, fruibili e verificate.

Per garantire la trasparenza e la bidirezionalità del rapporto con il pubblico, ogni sezione dell'infrastruttura digitale potrà essere accompagnata da **spazi di feedback pubblico**, moduli per domande o richieste, sezioni FAQ aggiornate con cadenza quindicinale e strumenti per la navigazione guidata o assistita.

Tutto il sistema potrà auspicabilmente essere progettato secondo criteri di **accessibilità universale** (WCAG 2.1), multilinguismo (italiano, inglese, francese, tedesco e altre lingue identificate come strategiche) e responsive design, per garantire una fruizione efficace da qualsiasi dispositivo, anche in aree a bassa copertura digitale.

A seguire, una tabella riepilogativa dei principali componenti dell'infrastruttura digitale, per com'è stata ipotizzata:

Componente digitale	Funzione principale	Note operative
Hub multistakeholder	Coordinamento, accesso, documentazione e strumenti di co-progettazione	Accessi differenziati per istituzioni, scuole, facilitatori, cittadini; area visiva e narrativa
Sito ufficiale del Piano	Punto d'accesso unico a tutte le informazioni e strumenti	Organizzazione per aree tematiche, sezione download, traduzioni, responsive e WCAG 2.1
Dashboard interattive	Visualizzazione dati in tempo reale dai questionari e dalle attività	Filtri per area, target, tematica; aggiornamento settimanale automatico
App mobile	Accesso in mobilità a tutte le funzionalità del Piano + segnalazioni anonime	Pulsante "Segnala ora" con modulo guidato, foto e localizzazione GPS
Integrazione ISPRA	Connessione a dati ambientali ufficiali nazionali	Link dinamico ai dataset pubblici + materiale esplicativo
Modulo segnalazione e FAQ	Partecipazione civica e risposta pubblica alle domande frequenti	Tracciamento delle risposte e feedback accessibili pubblicamente
Archivio narrativo e documentale	Conservazione della memoria del Piano, visiva e testuale	Report, podcast, video, mappe storiche, materiali multiformato
Mappa dei presidi attivi	Geolocalizzazione dei soggetti coinvolti e delle attività sul territorio	Cliccando si accede alla scheda informativa del presidio con contatti e storia
Spazio per candidature e proposte	Attivazione dal basso di idee e progetti da parte di soggetti locali	Modulo semplice, orientato, con istruzioni di compilazione guidata

Tabella 1. Componenti chiave dell'infrastruttura digitale del Piano

L'infrastruttura digitale del Piano non rappresenta quindi solo un insieme di strumenti tecnologici: **è l'ambiente pubblico condiviso in cui il cambiamento prende forma, si misura, si racconta, e dove la fiducia si ricostruisce.** È il luogo in cui lo Stato si rende visibile, la cittadinanza si rende partecipe, e la reputazione si ri-costruisce passo dopo passo, nell'evidenza, nell'accesso, nella possibilità concreta di contribuire a un disegno complessivo di valore per tutti.

5.3 Governance relazionale e livelli di responsabilità

Un Piano di comunicazione pubblica ambizioso come questo non può essere affidato a una regia debole o frammentata, tanto più quando il contesto operativo è plurale, il tessuto istituzionale è eterogeneo, e la fiducia nei confronti dello Stato richiede di essere non solo nuovamente valorizzata, ma **rafforzata e dimostrata nel tempo attraverso coerenza, continuità e responsabilità visibile**.

Per questo, il Piano esplicita un modello di **governance relazionale** basato su una regia chiara articolata per livelli di responsabilità e integrata con i soggetti che già operano, in forme diverse, sul territorio. La finalità non è solo garantire efficacia organizzativa, ma **rendere evidente ai cittadini l'esistenza di una catena della fiducia**, dalla progettazione alla realizzazione, fino alla restituzione pubblica delle azioni.

Al vertice della struttura operativa si colloca la **Struttura Commissariale per le Aree contaminate delle Province di Napoli e Caserta**, guidata dal **Generale Giuseppe Vadalà**, titolare dell'attuazione del programma di bonifica ambientale previsto dal Decreto. Il Commissario assume il ruolo di **garante della coerenza strategica**, assicurando l'aderenza del Piano agli obiettivi istituzionali, il raccordo con i Ministeri competenti e la coerenza tra comunicazione e operatività tecnica.

A questo livello si affianca una **Cabina di regia interistituzionale**, composta da rappresentanti delle Prefetture di Napoli e Caserta, del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, del Ministero della Salute, del Ministero dell'Interno, della Regione Campania e di altri enti eventualmente coinvolti. La Cabina ha funzione di **coordinamento politico e istituzionale**, validazione delle linee narrative, supervisione delle campagne e raccordo con i territori.

Il **livello operativo** è affidato a un **team tecnico centrale** che coordina le attività quotidiane, il monitoraggio costante del cronoprogramma di attuazione del Piano, la gestione dei fornitori e la co-progettazione delle azioni locali. Questo team lavorerà in stretta connessione con:

- **referenti territoriali**, designati a livello provinciale o sub-provinciale, con funzioni di attuazione locale, animazione delle reti civiche, raccolta di feedback e connessione con le realtà scolastiche, sanitarie e associative;
- **partner esterni selezionati tramite bando pubblico**, incaricati di realizzare azioni specifiche (facilitazione, produzione di contenuti, laboratori narrativi, gestione dei canali digitali), in una logica di trasparenza, pluralità e professionalità;
- **soggetti autonomi già attivi nei territori**, valorizzati attraverso il processo di mappatura partecipata prevista dal Piano stesso, e riconosciuti formalmente come "nodi operativi diffusi": parrocchie, scuole capofila, comitati civici, associazioni di volontariato, presidi sanitari e culturali.

Le modalità operative, i criteri di selezione e le specifiche tecnico-funzionali relative al lavoro del team centrale e dei partner esterni saranno **definite con precisione nella sezione conclusiva del Piano**, attraverso una bozza di **capitolato tecnico** pensato per orientare i successivi bandi pubblici e garantire coerenza nella fase esecutiva.

Tutti i soggetti coinvolti saranno formalmente integrati nella struttura del Piano attraverso **accordi di collaborazione, lettere d'intenti, convenzioni operative o bandi pubblici**, in base alla natura giuridica e alla funzione assegnata. Il principio ispiratore resta quello della **responsabilità condivisa**, ma anche della tracciabilità: **ogni funzione, ogni azione, ogni messaggio dovrà avere un referente/responsabile riconoscibile, e ogni referente dovrà potersi muovere entro cornici chiare di mandato e legittimità.**

Il Piano prevede inoltre la nomina di **un Referente unico per la trasparenza e l'informazione**, con il compito di assicurare l'aggiornamento continuo dei canali istituzionali, la supervisione delle rendicontazioni pubbliche, la gestione dei feedback raccolti e la verifica dell'uniformità del messaggio. Questa figura, di natura tecnica ma ad alta responsabilità pubblica, risponderà direttamente alla Cabina di regia.

Nel quadro definito dalla sentenza **CEDU "Cannavacciuolo e altri c. Italia"**, questa struttura di governance risponde all'obbligo – vincolante – di garantire:

- **un approccio sistemico** e non episodico alla gestione della crisi ambientale;
- **un coordinamento strutturato** tra i soggetti istituzionali coinvolti;
- **un meccanismo di attuazione trasparente e monitorabile** dalla cittadinanza;
- **un presidio credibile dell'informazione pubblica**, capace di agire non solo come fonte ma come spazio di dialogo.

Il modello qui delineato intende dunque evitare l'attuazione del meccanismo della semplice delega o peggio la frammentazione operativa, optando invece per una governance **visibile, responsabile in termini di rendicontazione, aperta al controllo e capace di attivare le energie già presenti nei territori**. Perché non c'è fiducia senza responsabilità, e non può esserci responsabilità senza una solida struttura.

5.4 Trasparenza come pratica permanente: monitoraggio e restituzione

Nelle aree interessate dal Piano, ogni azione istituzionale sarà ovviamente sottoposta – per i motivi già illustrati - a un livello di scrutinio pubblico del tutto straordinario, in quanto **la storia pregressa** ha prodotto, in certe fasce di popolazione, una cultura alimentata tanto da sospetto e frustrazione quanto da senso civico e desiderio di riscatto.

In questo contesto, come abbiamo scritto, **la trasparenza non è solo una scelta comunicativa, bensì una condizione politica della legittimità**. Non può essere episodica, reattiva o formale: deve diventare una **pratica permanente**, visibile e misurabile, perché solo trovando conferme costanti alle affermazioni delle istituzioni la cittadinanza riacquisterà fiducia nelle stesse.

Ogni fase, ogni attività, ogni decisione legata all’attuazione di questo Piano verrà quindi accompagnata da dispositivi strutturati di **monitoraggio e restituzione**, non solo per rendere conto di ciò che si è fatto, ma per **alimentare un circuito continuo di verifica, ascolto, co-costruzione del senso pubblico dell’intervento**.

La trasparenza prevista dal Piano si articola lungo tre assi principali, esplicitati nei seguenti sottoparagrafi.

5.4.1 Monitoraggio continuo delle attività

Ogni azione prevista dal Piano sarà oggetto di **tracciamento operativo** attraverso un set di indicatori definiti ex ante in collaborazione con il Candidato che si vedrà assegnare l’incarico di messa a terra del Piano. Le attività saranno registrate in un **cruscotto dinamico**, integrato all’Hub digitale, che raccoglierà in tempo reale eventuali scostamenti tra azioni pianificate e realizzate, con annotazione delle motivazioni.

Questa base dati alimenterà **un sistema di visualizzazione pubblica**, aggiornato in tempo reale e accessibile a tutti, secondo criteri di leggibilità e comprensibilità, anche per soggetti con competenze digitali o linguistiche limitate.

5.4.2 Dispositivi di rendicontazione narrativa

Alla rendicontazione tecnica si affiancherà una **dimensione narrativa**, capace di restituire la trasformazione in forma di racconto, testimonianza, memoria condivisa. Questo approccio, già delineato nel capitolo 4, potrà articolarsi attraverso:

- il **Diario di bordo** del Piano, pubblicato a cadenza periodica da definire, che seguirà l’evoluzione del percorso con linguaggio accessibile, stile narrativo e attenzione al vissuto dei territori;

- un **Podcast istituzionale**, trasmesso su canali RAI e sulle principali piattaforme digitali, che ospiterà i protagonisti delle iniziative locali, offrendo uno sguardo umano e diretto sul lavoro in corso;
- una serie di **Box narrativi** (brevi storie, interviste, citazioni) integrati nei materiali cartacei e digitali, pensati per newsletter, giornali locali, bacheche comunitarie, social network e incontri pubblici;
- le comunicazioni alla stampa, che renderanno su ogni passo avanti nell'attuazione del Piano delle Bonifiche e di questo Piano di comunicazione e informazione.

L'obiettivo non è quindi solo quello di informare bensì di **dare visibilità ai volti e alle voci** che abitano l'azione pubblica, trasformando la trasparenza da *procedura* a *canale di relazione*.

5.4.3 Spazi pubblici di restituzione e verifica

La trasparenza, per essere efficace, deve essere poi **bidirezionale**. Non basta pubblicare i dati: occorre creare **occasioni di verifica condivisa**, dove le comunità possano leggere, discutere, interrogare, proporre. Per questo, il Piano prevede, a titolo di esempio:

- l'organizzazione di **incontri pubblici periodici di restituzione**, nei territori coinvolti, dove verranno presentati i risultati raggiunti, le criticità incontrate e le azioni correttive attivate. Questi incontri, curati anche con il supporto delle "figure-ponte" già individuate, saranno documentati e tradotti in materiali sintetici da rendere disponibili online;
- l'attivazione di **un modulo di feedback permanente** sul sito del Piano, attraverso cui ogni cittadino potrà formulare domande, osservazioni, critiche o proposte. Le risposte saranno raccolte e pubblicate secondo una logica di "FAQ dinamica", aggiornata con cadenza regolare;
- la creazione di **un archivio trasparente delle decisioni**, in cui saranno documentati gli orientamenti assunti, le modifiche al piano operativo, i criteri adottati per eventuali scelte controverse.

Strumento	Funzione	Pubblico di riferimento
Cruscotto dinamico	Tracciamento operativo in tempo reale delle attività del presente Piano	Tutti i cittadini, operatori istituzionali
Dashboard interattive	Visualizzazione dei dati raccolti dai questionari e dagli indicatori	Cittadini, media, enti locali
Diario di bordo	Resoconto narrativo dell'evoluzione del Piano, aggiornato ogni dieci giorni	Cittadini interessati, stakeholder civici
Podcast istituzionale	Restituzione della voce dei territori attraverso interviste e testimonianze	Comunità locale, giovani, operatori sociali

Box narrativi	Sintesi brevi e accessibili per la diffusione locale e digitale	Scuole, centri civici, giornali locali
Incontri pubblici di restituzione	Verifica condivisa dei risultati e confronto diretto con i cittadini	Comunità territoriale, presidi attivi
Modulo di feedback sul sito	Canale costante per domande, osservazioni e integrazioni dal pubblico	Tutti i cittadini (anche anonimi)
Archivio trasparente delle decisioni	Documentazione delle decisioni, dei criteri adottati e delle modifiche operative	Cittadini, osservatori indipendenti, giornalisti

Tabella 2. Gli strumenti di monitoraggio e restituzione

Questa architettura risponde in modo puntuale alle richieste espresse dalla **Corte Europea dei Diritti dell’Uomo nella sentenza Cannavacciuolo e altri c. Italia (2025)**, che ha stabilito l’obbligo per lo Stato italiano di:

- **garantire il monitoraggio indipendente delle misure adottate;**
- **rendere pubblici i dati ambientali e sanitari in modo accessibile;**
- **attivare canali stabili di comunicazione e coinvolgimento civico;**
- **documentare in modo continuo l’attuazione della strategia di intervento.**

Il Piano assume il mandato CEDU come un **referimento sia etico che operativo**, nella consapevolezza che **non possa esistere reputazione istituzionale senza trasparenza**, e che **non possa a sua volta esistere trasparenza senza dispositivi visibili, costanti e affidabili di verifica e restituzione dei risultati**, ivi inclusa – laddove necessaria – **la rendicontazione onesta di eventuali risultati non raggiunti e la rinegoziazione di nuove scadenze per portarli a buon fine**.

5.5 Proposta per un Presidio civico indipendente

Uno degli elementi più significativi evidenziati dalla sentenza della Corte Europea dei Diritti dell’Uomo *Cannavacciuolo e altri c. Italia* (2025) riguarda l’assenza, nei territori contaminati, di meccanismi strutturati e indipendenti di controllo sull’azione dello Stato.

In particolare, la Corte ha stabilito che lo Stato italiano, per adempiere ai propri obblighi positivi in materia di tutela della vita e della salute in contesti ambientali ad alto rischio, debba non solo attivare misure sistemiche, ma anche garantire **strumenti credibili e accessibili di monitoraggio autonomo**, in grado di rafforzare il legame fiduciario tra istituzioni e cittadinanza.

È in questo quadro che questo Piano propone l’istituzione di un **Presidio civico indipendente**, con funzione di garanzia pubblica sulla coerenza, la trasparenza e la continuità delle azioni comunicative e informative messe in campo.

Il presidio non sarà un organismo tecnico né un soggetto valutativo in senso stretto, ma una **struttura di sorveglianza civica, relazionale e reputazionale**, composta da figure di comprovata autonomia e prestigio, possibilmente per questo riconosciute dai territori coinvolti, incaricata di seguire e accompagnare lo sviluppo del Piano come interlocutore dotato di terzietà.

Potrà essere composto da **un massimo di 10 membri**, selezionati attraverso una procedura pubblica e trasparente, sulla base di criteri precisi da definirsi, tra i quali ad esempio:

- **competenza documentata** in ambito ambientale, comunicazione pubblica, educazione civica, monitoraggio partecipativo o difesa dei diritti fondamentali;
- **indipendenza totale dai soggetti attuatori del Piano**;
- **rappresentanza plurale e paritaria dei territori coinvolti**;
- **riconoscibilità pubblica, o storico radicamento nelle reti civiche locali**.

La selezione sarà supervisionata da un **comitato tecnico paritetico** composto da rappresentanti della Struttura Commissariale, delle Prefetture di Napoli e Caserta, del Ministero dell’Ambiente e della Sicurezza Energetica e da garanti terzi di alto profilo, indicati da università, enti di ricerca, fondazioni o reti civiche indipendenti.

Il Presidio sarà chiamato a:

- **monitorare in modo autonomo lo stato di avanzamento delle azioni previste dal Piano**, in particolare quelle relative alla comunicazione, alla trasparenza, alla restituzione pubblica e all’accessibilità dei contenuti;
- **raccogliere, documentare e amplificare le segnalazioni, le istanze e le criticità provenienti dai cittadini, dai comitati e dagli attori di prossimità**, mediante strumenti e canali da identificarsi;
- **formulare raccomandazioni pubbliche**, pubblicare note di osservazione, partecipare ai momenti di verifica e rendicontazione del Piano;
- **produrre ogni sei mesi un report civico indipendente**, diffuso attraverso l’Hub digitale e i canali ufficiali, che includa indicatori qualitativi e quantitativi, casi studio, testimonianze e valutazioni sul grado di legittimità comunicativa percepita.

Le attività del presidio saranno pubbliche, documentate, accessibili online. La struttura potrà, a propria discrezione, dotarsi di **canali propri di comunicazione e ascolto** (newsletter, sito web, osservatorio digitale, sportelli territoriali), e verrà coinvolta nei principali snodi del Piano: lancio delle fasi, restituzioni locali, consultazioni tematiche, crisi reputazionali, campagne sensibili. Le riunioni si terranno con cadenza regolare (una al mese da remoto, una ogni tre mesi in presenza) e potranno generare output narrativi, infografiche, podcast o interventi sui mass-media locali, andando ad accrescere ulteriormente il capitale narrativo del Piano stesso.

La proposta di un Presidio indipendente nasce anche da un ascolto diretto delle realtà civiche già attive nei territori coinvolti: molti comitati, reti scolastiche, parrocchie e associazioni di quartiere hanno richiesto, nel corso degli incontri preliminari organizzati dagli estensori di questo Piano, **la creazione di uno spazio riconosciuto dove poter vigilare, proporre, segnalare**, senza rimanere ai margini dell'azione pubblica. Tra le esperienze che potranno essere valorizzate in questo percorso vi è ad esempio l'**Osservatorio Civico per l'Ambiente e la Salute "Tonziello"**, attivo a Napoli Est dal 2018, promosso da una rete di scuole, associazioni e operatori sanitari, che ha sperimentato strumenti partecipativi di rilevazione ambientale, monitoraggio civico, educazione scientifica e advocacy territoriale⁹⁷.

Il Presidio indipendente in ogni caso potrà integrare, in modo selettivo, figure o gruppi già impegnati in azioni simili, anche in altri contesti italiani, promuovendo una **governance della trasparenza partecipata, circolare, connessa con le esperienze virtuose già attive a livello locale e nazionale**. La sua istituzione sarà formalizzata nella sezione finale del Piano attraverso un **capitolato operativo dedicato**, che ne definirà composizione, funzioni, risorse minime e modalità di attivazione.

In un contesto territoriale estremamente "sensibile", la creazione di un Presidio civico indipendente non rappresenta un'aggiunta opzionale, ma – nuovamente - **una condizione utile per la legittimazione di qualunque azione delle Istituzioni**.

⁹⁷ [Osservatorio Ambientale "Stefano Tonziello", Chi siamo, s.d.](#)

6. Linguaggi e narrazione

6.1 *Terra dei fuochi*: origine e significato del nome

L'espressione "*Terra dei Fuochi*" è entrata nel lessico italiano nei primi anni Duemila, inizialmente in contesti tecnici e ambientalisti, per poi assumere una **forte connotazione mediatica e simbolica**. A coniare e diffondere il termine fu, in prima istanza, **Legambiente Campania**, che lo utilizzò nel **Rapporto Ecomafia 2003** per indicare quelle aree campane in cui si registrava una frequente **combustione illegale di rifiuti** all'aria aperta. L'immagine evocata era quella di un paesaggio notturno puntellato da fuochi irregolari, con colonne di fumo nero che si alzavano dalle campagne, rendendo l'aria irrespirabile e diffondendo un odore acre di plastica bruciata e materiali tossici.

Successivamente, il termine ha acquisito forza e notorietà nazionale grazie a scrittori, giornalisti e documentaristi, tra cui **Roberto Saviano**, che lo utilizza nell'ultima parte del suo libro *Gomorra* (2006). L'espressione si radica così nell'immaginario collettivo come **simbolo del disastro ambientale campano**, al punto da diventare un vero e proprio "brand del degrado", spesso utilizzato senza distinzione per descrivere intere porzioni della regione, ben oltre il perimetro originario.

Il richiamo alla *Tierra del Fuego* sudamericana, pur fortuito, accentua la forza iconica della denominazione, che fonde **geografia e metafora**: i "fuochi" non sono quelli della natura, ma quelli dell'illegalità e della devastazione ambientale. La "terra" non è una porzione neutra di spazio, ma un **luogo antropizzato**, abitato, vissuto — e quindi vulnerabile.

Dal punto di vista semantico, la scelta della parola *fuochi* è particolarmente significativa. Non si parla di veleni, rifiuti o discariche — termini freddi, tecnici, ancorché precisi — ma di fuochi, evocando **una violenza visiva, sensoriale, quasi rituale**, capace di imprimersi nella memoria. Il fuoco è ciò che trasforma e consuma, ma in questo caso non genera energia né calore vitale: è distruzione gratuita, segnale di una catena di omissioni e connivenze che si consuma nell'indifferenza.

Tuttavia, proprio questa forza comunicativa ha reso il termine oggetto di **dibattito e contestazione**. Se da un lato ha contribuito in modo decisivo a **sensibilizzare l'opinione pubblica nazionale e internazionale**, dall'altro ha finito per **stigmatizzare** un'intera area, associandola esclusivamente alla devastazione. Alcune amministrazioni locali e associazioni del territorio, negli ultimi anni, hanno proposto di abbandonare l'etichetta di "*Terra dei Fuochi*" a favore di nuove denominazioni — come *Terra Felix* o *Campania Pulita* — che restituiscano dignità e complessità al territorio. Altri, invece, ritengono che il nome vada mantenuto proprio per non dimenticare le responsabilità storiche e il prezzo pagato dalla popolazione.

In ogni caso, oggi *Terra dei Fuochi* è molto più di una descrizione geografica: è un **dispositivo narrativo potente**, che racchiude in sé non solo i fatti (i roghi, i veleni), ma anche le emozioni (la paura, la rabbia, la speranza) di una comunità in cerca di riscatto. Ed è su questa complessa stratificazione semantica che ogni progetto di rigenerazione dovrà misurarsi: perché bonificare un territorio può significare anche **riconfigurare le sue rappresentazioni** e dare nuovo senso ai suoi nomi e ai suoi confini.

6.2 Verso una riattribuzione di significato del termine “Terra dei fuochi”: dal *naming*, a un percorso verso nuove narrazioni simboliche

Ogni strategia di trasformazione reputazionale profonda, come quella delineata da questo Piano, ha bisogno di affrontare anche il nodo del *naming*: il modo in cui un territorio viene chiamato, rappresentato, riconosciuto. Il nome, infatti, non è mai neutro: è portatore di senso, di immaginario, di giudizi espliciti o impliciti che incidono sulla percezione pubblica tanto quanto le azioni concrete.

Lo sapeva bene Kevin Roberts, pubblicitario e autore di *Lovemarks*⁹⁸, quando sosteneva che i marchi più potenti non sono solo quelli che *convincono*, ma quelli che riescono ad attivare un legame emotivo profondo. I *lovemarks*, secondo Roberts, sono quelli che conquistano non solo la mente, ma anche il cuore, generando appartenenza, fedeltà e riconoscimento.

Se questo è vero per i brand commerciali, lo è ancora di più per i territori, perché un territorio è intrinsecamente un soggetto narrativo: ha un’identità, un volto, un lessico.

Il Piano applica quindi, per la gestione di questo specifico, delicato e importantissimo aspetto, un metodo ispirato alle intuizioni dello psicologo maltese Edward De Bono sul cosiddetto *Pensiero laterale*, oltre a riferirsi ad altri lavori di linguisti ed esperti di semiotica richiamati in Bibliografia.

“Terra dei Fuochi”, al di là della sua genesi giornalistica e delle sue successive declinazioni mediatiche, è un nome che ha sedimentato negli anni una narrazione forte, drammatica, spesso stigmatizzante. Per alcuni è stato un grido d’allarme, per altri un’etichetta ferocemente riduttiva, per tutti, comunque, è divenuto un nome identitario, nel bene e nel male.

È per questa ragione che il Piano non si limita a far propria e amplificare in ogni sede possibile la nuova dicitura ufficiale (“Aree contaminate delle Province di Napoli e Caserta”), ma propone – **parallelamente a ciò** – una riflessione dal quale far discendere poi un’azione: **la questione del nome non può essere risolta a tavolino, né decisa in modo unilaterale o risolta “per decreto”**.

Essa dovrà necessariamente – nel rispetto dei pilastri che caratterizzano il Piano - essere oggetto di **confronto diretto con le comunità locali**, attraverso le attività previste nella prima fase del Piano: l’ascolto partecipato, i tavoli di co-progettazione narrativa e i questionari multicanale.

Inoltre, una delle opzioni su cui si aprirà il confronto è **la possibilità di procedere a una vera e propria riattribuzione di significato e di senso del termine “Terra dei Fuochi”**: non per nascondere la storia, ma per provare ad aprirla a nuovi contenuti.

Il “fuoco” è un elemento fondante della vita stessa sul Pianeta Terra, e, in questa prospettiva, potrebbe non essere più solo sinonimo di *devastazione e roghi*, ma anche simbolo di *passione civile*, di *resistenza al malaffare*, di *energia trasformativa*.

Fuoco come memoria viva, come desiderio di riscatto, come intensità del cambiamento.

⁹⁸ [Roberts K., Lovemarks. The Future Beyond Brands, 2005](#)

Tuttavia, qualunque operazione in questa direzione dovrà nascere da un processo condiviso, fondato sull'ascolto, sulla comprensione dei significati attribuiti oggi al nome da chi quel territorio lo abita.

È da questo presupposto che discende la scelta, già adottata in questo Piano, pur adottando per ogni comunicazione ufficiale – anche con funzione educativa verso i mass-media – la nuova dicitura ufficiale “Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta”, di subordinare l’abbandono definitivo dell’espressione “Terra dei Fuochi” a:

- l’individuazione in co-progettazione con la cittadinanza di un nuovo nominativo davvero “sentito” dalla popolazione, oppure
- la riattribuzione di senso alla parola “Terra dei Fuochi”, con nuovi e diversi significati, connotati da una lettura positiva e non negativa del nome.

Il naming non può infatti essere un banale “gesto estetico” né una semplice “trovata di marketing”: è un forte atto politico, culturale e relazionale.

Proprio per questo, il Piano si impegna a trattarlo con la dovuta complessità, rinunciando fin da ora a ogni tentazione di “naming calato dall’alto”, e affidando invece questa riflessione alle comunità coinvolte, per immaginare, insieme, un modo nuovo – o rinnovato – di dire e raccontare il loro territorio.

In senso più esteso e andando oltre il naming, occorre ricordare come ogni territorio, soprattutto se ferito da una lunga crisi ambientale, abbia bisogno di essere raccontato per poter essere ripensato: **la narrazione – che parte dallo sciogliere il nodo del naming, prodromico alla generazione a cascata del flusso narrativo, è parte della cura, perché mette in relazione, e così facendo rende visibile.**

Tuttavia, per diventare davvero strumento di rigenerazione, la narrazione deve uscire dalla logica della denuncia sterile o per contro della vuota celebrazione, e farsi **spazio condiviso di costruzione simbolica**. È in questa direzione che si muove il Piano: verso un lavoro sulle parole, sulle immagini, sui codici rappresentativi, che sappia generare nuove possibilità di racconto e di riconoscimento.

Nel caso delle Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta, l’urgenza di una **riconfigurazione narrativa** è particolarmente evidente. Per troppo tempo, il territorio è stato descritto esclusivamente attraverso categorie legate al degrado, alla devianza, alla marginalità: terra di nessuno, terra avvelenata, terra perduta. Questa rappresentazione, sebbene spesso fondata su testimonianze drammatiche, ha finito per **incidere sul modo in cui gli abitanti percepiscono sé stessi e il proprio spazio di vita**. La ripetizione della narrazione ha prodotto interiorizzazione, e, in molti casi, rassegnazione.

Per questo il Piano propone un percorso di **elaborazione collettiva di nuove narrazioni simboliche**, che non si limitino a sostituire un’immagine negativa con una positiva, ma che sappiano **tenere insieme le ferite e le forze**, le ombre e le risorse, la storia e la possibilità. Una narrazione che **non neghi il passato**, ma lo integri in una visione più ampia, capace di restituire complessità e agency alle comunità locali.

Questo lavoro non sarà affidato a un’azione esterna né a una campagna immaginata altrove: sarà infatti promosso **attraverso i processi di ascolto, co-progettazione, partecipazione civica e restituzione narrativa** descritti nei capitoli precedenti. La riattribuzione di significato non sarà solo

simbolica, ma anche **concreta**, radicata nelle attività del Piano: nei murales civici che racconteranno storie di riscatto, nei Podcast che daranno voce a chi è rimasto, nei laboratori scolastici che insegneranno a guardare il territorio con occhi nuovi, nelle premialità che riconosceranno l'impegno, nel Museo degli intangibili che conserverà la memoria attiva della trasformazione.

Sarà la pratica stessa a “risignificare” le parole: attraverso l'azione condivisa, i cittadini avranno l'opportunità di appropriarsi del linguaggio, di riformularlo, di restituirgli densità e senso. Non si tratterà solo di “dire diversamente”, ma di **fare diversamente per potersi dire in un altro modo.**

Il lavoro potrà articolarsi su più livelli:

- **narrazione visuale**, attraverso progetti fotografici, murales civici, installazioni simboliche e prodotti editoriali collettivi che restituiscano volti, gesti, paesaggi e tracce della trasformazione in atto;
- **narrazione educativa**, mediante laboratori nelle scuole e nei centri civici, che mettano in discussione le immagini dominanti del territorio e attivino processi di riflessione critica e creativa;
- **narrazione istituzionale**, costruita su un linguaggio pubblico che sappia essere sobrio, preciso e capace di empatia, evitando sia la retorica trionfalistica sia la comunicazione difensiva;
- **narrazione partecipativa**, attivata attraverso podcast, campagne audio-visive, raccolta di testimonianze, racconti di comunità e momenti di ascolto restitutivo, che diano voce ai vissuti, alle memorie e ai desideri dei territori.

Il simbolico non è quindi “accessorio”: è il modo in cui un progetto si radica nella coscienza collettiva. Le parole, le immagini e le narrazioni sono ciò che resta quando le campagne finiscono. E se ben costruite, possono continuare a lavorare anche quando l'intervento operativo si conclude, perché diventano patrimonio condiviso, leva pedagogica e memoria trasformativa.

Rigenerare un territorio significa anche **offrire ai suoi abitanti nuovi strumenti per dire chi sono, da dove vengono, dove vogliono andare.** Questo non si può fare senza affrontare la questione simbolica.

In definitiva, non si può bonificare la terra, senza bonificare anche la relativa narrazione.

6.3 La nuova denominazione tecnica ufficiale: “Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta”

Nel quadro del presente Piano, elaborato sotto la direzione del Commissario straordinario per la bonifica delle aree, Gen. Giuseppe Vadalà, è stata adottata una denominazione tecnico-istituzionale che sostituisce, nei documenti ufficiali, l’espressione “Terra dei Fuochi”: si parlerà, infatti, d’ora in avanti, di **“Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta”**.

Una scelta quanto mai opportuna, che - nelle intenzioni del Commissario e del Governo - non è meramente terminologica, ma riflette la volontà di **riportare il discorso pubblico entro un perimetro di rigore, sobrietà e responsabilità operativa**, evitando derive retoriche o stigmatizzanti.

La locuzione adottata si caratterizza per una **descrittività neutra, oggettiva**, che punta a restituire l’attenzione sulla specificità territoriale (Napoli e Caserta), sulla natura del problema (contaminazione ambientale), e sulla necessità di interventi puntuali e misurabili. Il termine “contaminate” esplicita l’urgenza e la gravità della situazione, ma lo fa **senza cedere a cariche emotive o giudizi morali**. In questo senso, la scelta va letta come un **tentativo di disinnescare il potenziale stigmatizzante del termine “Terra dei Fuochi”**, che nel tempo si è trasformato da descrizione in etichetta, e da etichetta in identità imposta.

Tuttavia, come già anticipato nella sezione precedente, **una denominazione non è mai solo una questione di nomenclatura istituzionale**: è anche e soprattutto una rappresentazione collettiva, un modo con cui un territorio viene riconosciuto e si riconosce. Se da un lato la definizione adottata a livello commissariale risponde alla necessità di uniformità e chiarezza nel linguaggio amministrativo, dall’altro lato **non può esaurire il lavoro culturale, narrativo e simbolico che questo Piano si propone di attivare**.

Proprio per questo, il Piano – pur adottando per qualunque comunicazione ufficiale, senza alcuna ambiguità né esitazione, la nuova dicitura, non assume né impone alcuna strategia di rebranding territoriale “decisa a priori”: **qualsiasi riflessione sul nome, sull’identità e sulla narrazione di questi territori, come spiegato poco sopra, non potrà che nascere da un dialogo strutturato con le comunità locali**, che saranno ascoltate attraverso questionari, incontri pubblici, interviste e tavoli deliberativi.

Nessun nome potrà essere percepito come realmente autentico, ed affermarsi definitivamente, se non nasce dal basso, come nessuna narrazione potrà essere efficace se non è anche vissuta e voluta da chi la vive, ed è per questo che il Piano – pur adottando la nuova denominazione tecnica – si apre a un processo di ridefinizione narrativa partecipativa.

6.4 Parole che curano: il tono di voce e la postura come dispositivi di fiducia

Il linguaggio non è mai neutro: è lo strumento attraverso cui le istituzioni si rendono riconoscibili, affidabili, presenti, ed è la prima forma di relazione pubblica. E in territori segnati da questa grave crisi ambientale e sociale, come le Aree contaminate delle province di Napoli e Caserta, **le parole scelte per raccontare, per spiegare, per convocare e per restituire contano quanto i gesti compiuti.**

Per questa ragione, il Piano assume il linguaggio come **dispositivo di fiducia**. Non solo come mezzo per veicolare informazioni, ma come **pratica costante di prossimità, chiarezza, cura**. Il modo in cui si comunica è parte del messaggio, ed è da qui che bisogna ripartire per costruire una nuova credibilità pubblica.

Il linguaggio adottato dal Piano si fonda su alcuni **principi-guida**:

- **chiarezza**: i testi e i contenuti saranno formulati in modo diretto, accessibile, evitando il burocratese e le ambiguità tecniche. La semplicità non è banalizzazione, ma scelta di responsabilità.
- **precisione**: ogni parola sarà verificabile, fondata su dati reali, coerente con l'avanzamento delle azioni. La trasparenza parte dal linguaggio: dire con precisione significa mostrare rispetto per chi legge, ascolta, partecipa.
- **empatia**: i messaggi saranno progettati tenendo conto non solo del contenuto, ma del contesto emotivo, culturale e simbolico in cui cadono. Si eviteranno toni difensivi, paternalisti o trionfalistici. Il linguaggio sarà orientato all'ascolto, al riconoscimento, alla corresponsabilità.
- **coinvolgimento/inclusività**: ogni testo sarà costruito per essere leggibile anche da chi ha bassa alfabetizzazione funzionale o proviene da contesti culturali e linguistici differenti. Sono previste traduzioni multilingua, strumenti visuali, formati semplificati, contenuti audio e podcast.
- **continuità**: il linguaggio istituzionale sarà riconoscibile lungo tutte le fasi del Piano. Ogni contenuto – dal comunicato stampa al pannello affisso in un centro civico – parlerà lo stesso “linguaggio”, costruendo coerenza, familiarità, identità.

Ma oltre ai principi, **conta la postura**: il linguaggio scelto sarà sempre orientato alla *relazione*. Non spiegherà solo “cosa è stato fatto”, come da una torre d'avorio, ma inviterà alla condivisione dei processi, alla comprensione dei limiti, alla celebrazione collettiva dei risultati, e così facendo restituirà protagonismo e dignità ai soggetti coinvolti, riconoscendo la pluralità dei saperi, delle esperienze, delle storie del territorio.

Soprattutto, il linguaggio del Piano sarà progettato per **non ferire**: in territori già profondamente esposti e danneggiati, ogni parola sbagliata – incluso ogni silenzio, ogni eccesso, ogni superficialità – potrebbe produrre una nuova frattura. Le parole possono riaprire ferite; ma nel contempo, possono anche accompagnarne e facilitarne la cicatrizzazione: ecco perché **il linguaggio pubblico deve farsi terapeutico**, senza per questo rinunciare al necessario rigore.

Parole che curano non significa parole dolci o concilianti: significa parole che *ascoltano*, che *riconoscono*, che *ricuciono*, in un imponente opera di ri-tessitura sociale.

Parole che non spiegano soltanto, ma che invitano a comprendere, e che non si limitano a raccontare un Piano, ma lo costruiscono nella relazione con chi lo vive direttamente sulla propria pelle.

Per questo, il Piano non affida la scelta del linguaggio a un'azione elaborata da esperti a tavolino, ma auspica che esso venga costruito come **bene comune**, parte del processo stesso di rigenerazione. Una lingua condivisa che non nasconde, non semplifica banalizzando, ma che rende possibile – di nuovo – la stipula di un patto di fiducia forte tra Stato e cittadini.

Conclusioni

Conclusioni

Questo Piano, articolato in circa 140 pagine di densi contenuti, riflette intrinsecamente un obiettivo estremamente ambizioso, ma certamente raggiungibile: comunicare - come richiesto dalle migliori buone prassi in tema di governo della reputazione di soggetti pubblici, ma anche dalle sentenze CEDU - il progresso della Pubblica Amministrazione nell'efficace gestione delle operazioni di bonifica e recupero delle Aree Contaminate, ma non solo.

Il Piano intende fissare un nuovo standard qualitativo in tale rendicontazione: vuole rappresentare, come accennato nelle premesse, un vero e proprio punto di svolta - innovativo e sfidante – nel rafforzamento del rapporto di fiducia tra lo Stato e le comunità locali.

Quella alla quale è chiamato il Governo non è, infatti, una campagna ordinaria di comunicazione pubblica, ma è un'operazione di *tessitura sociale* che mette al centro gli interessi dei cittadini – quindi dello Stato stesso – facendo propria una visione nuova, orientata alla corresponsabilità e al co-protagonismo tra istituzioni pubbliche e cittadinanza, con l'ambizione di spezzare la falsa dicotomia tra “interessi dello Stato” e “interessi del territorio”, in realtà esattamente coincidenti.

Prendere la parola su una vicenda così delicata e rilevante per l'intero Paese, e farlo in modo così articolato, assertivo e professionale, come illustrato in questo Piano di informazione, permetterà al Governo italiano di perfezionare e realizzare un nuovo standard di comunicazione pubblica, che potrà anche rappresentare un chiaro riferimento per la gestione di future eventuali emergenze.

Bibliografia

- A Sud, *Progetto Veritas – Costruire comunità in Terra dei Fuochi*, 2020
- Altroconsumo, *Terra dei Fuochi: sicurezza alimentare e analisi dei prodotti*, 2021
- ANSA, *Terra dei fuochi, don Patriciello: “Una pagina nera per l’Italia”*, 2024
- ANSA, *Terra dei Fuochi, Progetto scuole Acerra: “Non cali il ghiaccio”*, 2014
- ARPAC, *Rapporto Rifiuti Urbani in Campania 2023*, Napoli, ARPA Campania, 2024
- ARPAC, *Relazione sulle attività svolte nella terra dei fuochi*, Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale della Campania
- ARPAC, *Relazione sullo stato dell’ambiente in Campania – Rapporto Territoriale 2022*, Napoli, ARPA Campania, 2022, pp. 73–78
- ARPAC, *Terra dei Fuochi*, Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale della Campania
- ARPAC, *Terra dei Fuochi: a Caserta vertice in Prefettura*, 2024
- Associazione Sant’Antuono & le Battuglie di Pastellessa, *La Festa di Sant’Antuono di Macerata Campania*, s.d.
- Bani, S., *Bilbao: il miracolo della città post-industriale*, Architettura Ecosostenibile, 2018
- Barcelona City Council, *Pla Residu Zero*, s.d.
- Calvino, I., *Six Memos for the Next Millennium*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1988
- Camera dei Deputati, *Commissione parlamentare d’inchiesta sul ciclo dei rifiuti e sulle attività illecite ad esso connesse*, Audizione del collaboratore di giustizia Carmine Schiavone del 7 ottobre 1997, desecretata il 22 ottobre 2013, XVII Legislatura, Roma
- Cantoni, R., *The Waste Crisis in Campania, Southern Italy: A Historical and Geographical Perspective*, in “Environmental Justice”, *Endeavour* 40.2 (2016): 102-113
- Centers for Disease Control and Prevention, *Crisis and Emergency Risk Communication Manual*, 2018
- Certified Waste Solutions, *Sustainable waste management business partnerships*, 2023
- Coldiretti Campania, *Campania da record per la spesa alimentare*, 2024
- Coldiretti Campania, *Rapporto sulla fiducia dei consumatori in relazione ai prodotti agricoli regionali*, s.d.
- Comune di Teverola, *Monumenti e luoghi d’interesse – Palazzo Carafa*, s.d.
- Consorzio Nazionale per il Riciclaggio dei Rifiuti in Polietilene, *Rapporto Annuale 2023*, Roma, PolieCo, 2024
- Coordinamento Comitati Fuochi, sito ufficiale, 2018
- Corte Europea dei Diritti dell’Uomo, *Sentenza “Cannavacciuolo e altri c. Italia”*, 30 gennaio 2025
- Cozzolino, *La Terra dei fuochi non s’è mai spenta*, DIRE, 2025
- Di Donna, *Convegno Custodia del Creato*, 2014, in Occhetta, *La Civiltà Cattolica*
- Direzione Distrettuale Antimafia di Napoli, *Relazione su rifiuti in Campania*, 2004
- Direzione Nazionale Antimafia, *Relazione annuale*, 2014
- Dissapore, *Ristoranti stellati Campania 2021: i premiati dalla Guida Michelin, i prezzi, cosa sapere*, 2021
- Eccles R. G., Ioannou I., Serafeim G., *The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance*, Harvard Business School, Boston, 2012
- European Commission, *European Awareness Scenario Workshop Manual*, 1999
- Europol & UNICRI, *Waste Trafficking in CAM*, 2020

- Falconi T. M., *Governare le relazioni*, Milano, Il Sole 24 Ore, 2002.
- Famiglia Cristiana, *Le mamme della Terra dei Fuochi: «Nessuno deve soffrire come noi»*, 2016
- Finnish National Agency for Education, *Finnish National Core Curriculum for Basic Education 2014*, Helsinki, Finnish National Agency for Education, 2016
- Fondazione Real Sito di Carditello, *Reggia di Carditello*, s.d.
- Fontana, *La Nuova Ecologia*, 2025
- Food and Tec, *Terra dei Fuochi: ok dal Ministero a una nuova mappa delle aree non idonee alla produzione agroalimentare*, 2023
- Fusco M., *Ambiente e salute: il caso Campania*, Epidemiologia&Prevenzione, Istituto Superiore di Sanità
- Fusco M., *ISS – EpiCentro*, 2008
- Governo Italiano, *Decreto-Legge 10 dicembre 2013, n. 136 – Disposizioni urgenti per fronteggiare emergenze ambientali e industriali*, Gazzetta Ufficiale, 2013
- Grunig J., Hunt T., *Managing public relations*, Boston, Cengage Learning, 1984.
- Guida Michelin Italia, *Ristoranti stellati in Campania*, 2024
- Il Sannio Quotidiano, *Foglianise, la Festa del Grano diventa Patrimonio Immateriale della Regione Campania*, 2021
- ISPRA, *Rapporto Rifiuti Speciali – Edizione 2024*, 2024
- ISPRA, *Siti contaminati: tecnologie e indicatori*, 2025
- ISTAT, *9° Censimento generale dell'agricoltura – Campania: principali risultati*, 2024
- ISTAT, *La popolazione residente nei comuni della Campania*, Istituto Nazionale di Statistica, 2020
- Istituto Superiore di Sanità, *Rapporto ISTISAN 20/21 – Environmental Justice e siti contaminati*, 2020,
- Istituto Superiore di Sanità, *Sesto Rapporto SENTIERI – Stato di salute dei residenti nei siti contaminati*, 2023,
- Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Mezzogiorno, *Progetto SPES – Studio di Esposizione nella Popolazione Suscettibile*, 2019
- ItaliaCheCambia, *Scuole nella Terra dei Fuochi: educazione al cambiamento*, 2019
- Kahneman, D., *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 2011
- L. Poma, *“Comply or explain: le aziende devono rispondere”*, Creatoridifuturo.it, 2021
- La Stampa, *Ecomafia 2024: rifiuti, abusivismo, agromafie. Legambiente: “Criminalità ambientale sempre più pervasiva”*, 2024
- La Stampa, *Rifiuti, quando Schiavone disse “Abbiamo avvelenato tutti”*, 2013
- La Terra dei Fuochi, sito ufficiale, 2024
- Legambiente, *Comuni Ricicloni 2023*, 2023
- Legambiente, *Ecomafia 2024: storie e numeri della criminalità ambientale in Italia*, 2024,
- Legambiente, *Rapporto Ecomafia 2023*, 2024
- Legambiente, *Terra dei Fuochi: i numeri e le storie*, dossier, 2021
- Lemmi, D. e Simoncelli, M., *"La resistenza nella Terra dei fuochi. La lotta dell'attivista Carmen Medaglia"*, LifeGate, 2020
- LifeGate, *Le mamme della Terra dei Fuochi. Vogliamo che i bimbi non si ammalino più*, 2016
- Luciano Pignataro Wine Blog, *Guida ai ristoranti e alle trattorie del Sud Italia*, s.d.

- Luciano Pignataro Wine Blog, *Le migliori trattorie della Campania: 200 indirizzi da non perdere!*, 2025
- Luciano Pignataro Wine Blog, *Le migliori trattorie della Campania collinare: mai più di 40 euro!*, 2023
- Ministero dell'Ambiente, *Decreto-Legge 10 dicembre 2013, n. 136, convertito con modificazioni dalla Legge 6 febbraio 2014, n. 6*, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie Generale n. 32 del 8 febbraio 2014
- Ministero dell'Interno, *Action day Terra dei Fuochi: controlli in Campania*, 2023
- Ministero dell'Interno, *Rapporto vigilanza Terra dei Fuochi*, 2024
- Ministero della Difesa, *Operazione Terra dei Fuochi*, 2021
- Ministero della Salute, *Relazione annuale 2022 al Piano di Controllo Nazionale Pluriennale (PCNP) 2020–2022*, 2023
- Oblak, E., *The Story of Ljubljana*, Zero Waste Europe, 2015
- OECD, *Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions*, Paris, OECD Publishing, 2020
- OECD, *Open Government: The Global Context and the Way Forward*, Parigi, OECD Publishing, 2016
- Opera San Domenico Maggiore Onlus, *DOMA – Complesso Monumentale di San Domenico Maggiore*, s.d.
- Osservatorio Tonziello, *“Chi siamo”*, s.d.
- Pace, P., *CSR: Guida pratica per creare partnership di successo tra profit e nonprofit*, Fundraising.it, 2025
- PAMI – Portale Ambiente e Legalità, *Compendio. Allegato 17. Operazioni e attività della criminalità ambientale*, s.d.
- Poma L., Grandoni G., *Il reputation management spiegato semplice: con un focus sulla misurazione della reputazione*, Torino, Celid Editore, 2023
- Prefettura di Caserta, *Terra dei Fuochi a Caserta: vertice in Prefettura*, 2022, ARPAC Campania
- Prefettura di Caserta, *Verbale riunione Terra dei Fuochi*, 2022
- Prefettura di Napoli, *Area Terra dei Fuochi*, s.d.
- Prefettura di Napoli, *Incaricato per i roghi di rifiuti*, 2018
- Pro Loco Giugliano, *Festa della Madonna della Pace*, s.d.
- Redazione GreenCity, *Terra dei Fuochi, nasce a Carditello l'Osservatorio ambientale Stefano Tonziello*, 2021
- Regione Campania, *Piano di Monitoraggio dei Suoli (2016–2021)*
- Regione Campania, *Piano di monitoraggio dei suoli agricoli potenzialmente contaminati – Campagna 2016–2021*
- Regione Campania, *Prodotti agroalimentari tradizionali della Campania*, s.d.
- Regione Campania, *Progetto SPES – Studio di esposizione nella popolazione suscettibile*, Napoli, Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Mezzogiorno, 2019
- Repubblica Napoli, *Stop biocidio. In marcia contro i veleni*, 2013
- Roberts K., *Lovemarks. The Future Beyond Brands*, 2005
- Roberts K., *Lovemarks. The Future Beyond Brands*, New York, PowerHouse Books, 2005
- Russell, N., *Communicating Science: Professional, Popular, Literary*, Cambridge University Press, 2010

- Senato della Repubblica – XIII Commissione permanente (Territorio, ambiente, beni ambientali), *Indagine conoscitiva sul fenomeno degli incendi e dei roghi di rifiuti in Campania*, 2013
- Slow Food Campania, *Io Mangio Campano. Educazione al consumo consapevole e valorizzazione dei prodotti locali*, s.d.
- Slow Food Campania, *La Campania di Slow Food: col grano e il cuore in mano*, 2023,
- Slow Food Italia, *Terra dei Fuochi, allarme smentito: sono 33 gli ettari contaminati*, 2023
- Social Ventures Australia, *Building effective corporate partnerships with non-profits*, 2021
- Stiftung Zollverein, *Ruhr Museum*, s.d.
- Today.it, *Napoli, manifestazione Fiume in piena: in migliaia contro la Terra dei Fuochi*, 2013
- UNESCO, *Education for Sustainable Development: A roadmap*, Parigi, UNESCO, 2020
- UNI, *UNI/PdR 111:2022. Brand Design – Prassi di Riferimento per la gestione dell'identità di marca*, Milano, Ente Italiano di Normazione, 2022
- Urban Innovative Actions, *La Corrente del Golfo. Urban Commons in Seville*, 2020
- Visit Italy, *Le migliori cantine in Campania nel 2024*, 2024
- Wikipedia, *Broccolo friariello di Napoli*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Crocchè*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Exnora International*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Grande Tirata*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Panuzzo*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *RepaNet*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Tammurriata*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Tarallo*, ultima modifica 2024
- Wikipedia, *Wecyclers*, ultima modifica 2024
- World Health Organization, *Health Literacy and Health Promotion*, WHO, 2020
- Zavoli, S., "Terra dei fuochi: la mappa dei veleni", *La Repubblica*, 2013

Appendice

PARTE 1: Le criticità strutturali e congiunturali del territorio

1 Emergenza ambientale

L'emergenza ambientale nelle Aree contaminate ha radici profonde e complesse. A partire dagli anni Ottanta, l'area è stata oggetto di **intensi e sistematici traffici illeciti di rifiuti**, con lo smaltimento sotterraneo o la combustione incontrollata di materiali provenienti da industrie del Nord Italia, dell'Europa e persino dall'estero. Si stima che nel solo agro aversano e giuglianesse siano stati interrati milioni di tonnellate di rifiuti speciali e pericolosi in cave dismesse, fondi agricoli e aree rurali marginali.

A questi sversamenti si è affiancata, con funzione di "smaltimento rapido", la **pratica dei roghi illegali**, ovvero l'incendio sistematico di rifiuti urbani, industriali e spesso tossici, il più delle volte senza alcuna forma di controllo o contenimento. I materiali incendiati (plastiche, pneumatici, guaine, solventi, rifiuti sanitari, elettrodomestici) sprigionano nell'aria **composti altamente tossici**: diossine, furani, idrocarburi policiclici aromatici, metalli pesanti, microparticolato fine.

Le conseguenze di questa devastazione ambientale si sono manifestate in tre matrici fondamentali:

- il **suolo**, compromesso dalla presenza di discariche abusive, spesso non mappate e contenenti materiali chimici o industriali;
- le **falde acquifere**, contaminate in molti casi da percolati non trattati o da infiltrazioni provenienti da discariche profonde;
- l'**aria**, contaminata da fumi tossici che si propagano anche per chilometri, con effetti sulla qualità della vita e sulla salute pubblica.

2 Emergenza sanitaria

Le ripercussioni sulla **salute pubblica** sono motivo di acceso dibattito. Per anni i residenti hanno denunciato un aumento anomalo di tumori e patologie gravi (tanto da parlare di “*biocidio*”), sospettando un nesso con l’inquinamento. Studi epidemiologici recenti hanno confermato correlazioni significative: un rapporto congiunto della Procura di Napoli Nord e dell’Istituto Superiore di Sanità (ISS) del 2021 ha certificato una “*relazione causale o di concausa tra la presenza di siti di rifiuti incontrollati e l’insorgenza di tumori e malattie croniche*” nei comuni delle Aree contaminate.

Numerose ricerche scientifiche e indagini istituzionali hanno confermato il nesso tra inquinamento e patologie. In particolare:

- il **Rapporto 2021 dell’Istituto Superiore di Sanità** e della Procura di Napoli Nord ha rilevato un eccesso statisticamente significativo di tumori maligni nella popolazione residente nei 38 comuni dell’area studiata, con particolare incidenza dei tumori della mammella e delle leucemie infantili;
- lo stesso rapporto ha censito **2.767 siti di smaltimento abusivo**, con oltre 354.000 abitanti residenti a meno di 100 metri da almeno uno di essi;
- il progetto **SPES (Studio di Esposizione nella Popolazione Suscettibile)** ha monitorato i livelli ematici di metalli pesanti nella popolazione campana, rilevando livelli critici soprattutto nei soggetti più prossimi ai siti contaminati.

Anche il **rapporto SENTIERI**, promosso dall’ISS per i SIN (Siti di Interesse Nazionale), ha evidenziato nella popolazione della Campania settentrionale una maggiore incidenza di patologie oncologiche e cardiovascolari rispetto alla media nazionale.

In queste zone ad alto rischio si registra un eccesso di **tumori della mammella** fra le donne (incidenza e mortalità significativamente maggiori rispetto ad aree non inquinate) Si rileva inoltre un aumento di **leucemie** nei giovani, maggiore **ospedalizzazione per asma** nella popolazione generale, un’incidenza più alta di **nati prematuri** e di **malformazioni congenite** (in particolare a carico dell’apparato urinario) rispetto alla media regionale.

Come rilevato dallo studio SPES, oltre ai tumori, vanno menzionati possibili effetti a lungo termine: malattie respiratorie croniche, accumulo di metalli pesanti nell’organismo e disturbi endocrini. Ciò suggerisce che i danni sanitari colpiscono soprattutto chi vive a ridosso delle aree più contaminate, mentre chi abita altrove nell’area non presenta esposizioni fuori norma. Tuttavia, l’ISS avverte che non bisogna abbassare la guardia: la presenza di **cluster di malattie** legate all’ambiente impone **sorveglianza epidemiologica continua** e, soprattutto, rapide bonifiche dei siti inquinati.

In un passaggio particolarmente rilevante, la **Corte Europea dei Diritti dell’Uomo (CEDU)** ha condannato lo Stato italiano nel 2022 per “violazione del diritto alla vita privata e familiare”, a causa della mancata tutela dei cittadini residenti nelle aree inquinate delle Aree contaminate, stabilendo la responsabilità istituzionale per la persistenza di condizioni ambientali dannose e non affrontate con sufficiente efficacia.

In sintesi, la situazione ambientale è tuttora **grave e frammentaria**: a fronte di numerosi interventi di messa in sicurezza, permane una diffusa percezione di rischio sanitario, acuita dalla **mancaanza di bonifiche effettive**, dalla **scarsa trasparenza comunicativa** e dall'**inefficienza dei sistemi di monitoraggio e controllo**.

Le implicazioni sanitarie non sono più ipotetiche o soggettive: sono oggi documentate, riconosciute e formalmente attribuite a uno **stato di contaminazione ambientale endemico**, che impone interventi strutturali e prolungati nel tempo.

In conclusione, le Aree contaminate incarnano una emergenza ambientale complessa, dove a un **ecosistema compromesso** corrisponde purtroppo un **impatto sanitario misurabile**. Mentre parte delle colture e delle zone è rimasta pulita grazie anche all'azione di agricoltori virtuosi, i focolai di inquinamento hanno creato "*isole tossiche*" che generano paura e malattia.

3 Emergenza economica

La crisi ambientale delle Aree contaminate ha prodotto **effetti devastanti sul sistema economico locale**, colpendo in modo particolare il settore primario e la filiera agroalimentare, da sempre pilastro dell'economia campana.

Le **sostanze inquinanti** rilasciate nel suolo, nell'acqua e nell'aria sono molteplici. Si va dai **metalli pesanti** (piombo, arsenico, cadmio, mercurio) derivanti da ceneri industriali e fonderie, ai **solventi organici clorurati** e idrocarburi pesanti provenienti da scarti chimici, fino alle **diossine** e furani sprigionati dalla combustione incontrollata di plastiche e gomme. Questi contaminanti hanno impregnato i terreni agricoli e le falde acquifere superficiali in alcune micro-zone, rendendo pericolosa la coltivazione e l'utilizzo di pozzi.

Emblematico fu il caso della contaminazione da diossina di alcuni allevamenti bufalini nel 2008, che portò al blocco temporaneo della vendita di *mozzarella di bufala campana* e ad allarme sanitario internazionale. Benché in seguito controlli capillari abbiano escluso contaminazioni diffuse negli alimenti, il danno d'immagine è stato forte.

Il danno più immediato è stato infatti quello della **perdita di fiducia**: lo stigma associato al territorio ha investito anche prodotti agroalimentari certificati, con ricadute sull'export, sull'accesso ai mercati e sulla percezione dei consumatori. Dopo il caso diossina del 2008 — che coinvolse alcuni allevamenti bufalini campani — la **mozzarella di bufala DOP**, uno dei simboli della Campania, subì un crollo nelle vendite e un'ondata di controlli straordinari. Analoghe difficoltà hanno riguardato il pomodoro San Marzano, i friarielli, le papaccelle e molte altre eccellenze locali, spesso escluse da scaffali della GDO e fiere internazionali a causa della *paura generalizzata* di contaminazione.

Eppure, i dati scientifici oggi disponibili raccontano una realtà più articolata. Secondo le analisi condotte dalla **Regione Campania** su oltre **50.000 ettari di suolo agricolo**, solo **33 ettari** risultano contaminati oltre i limiti di legge. Ciò corrisponde a **meno dello 0,07%** del totale, indicando che **la stragrande maggioranza delle coltivazioni è sicura e controllata**.

Tuttavia, il danno d'immagine persiste ed è spesso più incisivo dei dati reali, alimentando una crisi reputazionale difficile da invertire. Non va trascurato l'effetto sulla **percezione esterna** del territorio, che ha subito un colpo pesante al suo *brand*. Località che pure avrebbero attrattive turistiche (vedi più avanti) sono tagliate fuori dai flussi, perché il nome *Terra dei Fuochi* incute timore. Ad esempio, il litorale Domizio, un tempo rinomata zona balneare a nord di Napoli, negli ultimi decenni è caduto in declino anche a causa della vicinanza di discariche abusive e sversamenti: i turisti lo associano a mare inquinato e rifiuti in spiaggia, preferendo altre mete. **L'immagine complessiva della Campania** ha dovuto fare i conti con questa "zona oscura" al suo interno, che contraddice la narrazione della regione come terra di bellezze naturali e artistiche.

Questa situazione ha determinato:

- **l'abbandono o la riconversione forzata** di molti appezzamenti coltivati;
- un aumento del **costo di certificazione e analisi** per gli agricoltori locali, spesso obbligati a sostenere controlli aggiuntivi a proprie spese;

- la **fuga di investitori e acquirenti istituzionali**, timorosi di legare il proprio marchio o la propria filiera a un'area percepita come "inquinata".

Le **conseguenze economiche** sono state dunque rilevanti. Innanzitutto, Non solo, infatti, l'emergenza ambientale ha comportato costi ingenti per il sistema sanitario (ospedalizzazioni, cure, screening straordinari) e per gli interventi di emergenza (spegnimento incendi di rifiuti, indagini giudiziarie, sequestri). In termini occupazionali, il settore primario ha visto una progressiva riduzione del numero di imprese attive, in particolare tra i piccoli e medi produttori. La perdita di valore fondiario dei terreni — in molti casi anche solo per prossimità a discariche o siti di roghi — ha ulteriormente contribuito a indebolire l'economia agricola. I giovani agricoltori, spesso protagonisti di iniziative innovative e biologiche, trovano difficoltà nel reperire capitali o nel fidelizzare clienti al di fuori del circuito locale.

I settori produttivi tradizionali dell'area — principalmente l'agricoltura e l'allevamento, ma anche l'industria di trasformazione alimentare — hanno subito contraccolpi: la già citata crisi della mozzarella nel 2008, la difficoltà di commercializzare verdure e ortaggi dal "triangolo dei veleni" (area tra Acerra, Nola, Marigliano), il crollo dei valori fondiari di terreni anche solo vicini ai siti contaminati.

Nonostante ciò, sono emersi anche esempi di **resilienza economica e buona pratica**, come il progetto "Io Mangio Campano", in cui ristoratori e contadini hanno creato reti di filiera corta fondate sulla tracciabilità e la certificazione condivisa. Altri esempi positivi includono:

- cooperative agricole nate su terreni confiscati alla camorra;
- esperimenti di **coltivazione depurativa** (come la canapa industriale) per bonificare suoli a bassa contaminazione;
- agriturismi e fattorie didattiche che combinano produzione sostenibile, educazione ambientale e turismo responsabile.

In sintesi, l'impatto economico della crisi ambientale si configura come **una perdita di competitività sistemica**, aggravata da paure spesso infondate ma socialmente diffuse. Per invertire questa rotta è necessario un **intervento integrato**: da un lato assicurare i mercati attraverso trasparenza, monitoraggio e branding positivo; dall'altro **ricostruire il capitale produttivo locale** sostenendo imprese, giovani agricoltori e cooperative sociali che operano nel rispetto dell'ambiente e della legalità.

PARTE 2: potenzialità inespresse e risorse locali

Nonostante le criticità ambientali e sociali che affliggono le Aree contaminate, il territorio conserva un immenso patrimonio di risorse naturali, culturali, produttive e artistiche di straordinario valore. Queste potenzialità, spesso trascurate o sottovalutate, rappresentano un punto di partenza fondamentale per qualsiasi strategia di rigenerazione e sviluppo sostenibile.

In questa sezione, riepilogheremo – per cenni - le principali risorse locali, suddivise in per ambiti tematici e disciplinari.

1 Cenni sul patrimonio ambientale, naturalistico e paesaggistico

Le Aree contaminate, nonostante le ferite inferte da decenni di abusi ambientali, conservano un patrimonio naturale e paesaggistico di grande valore, che testimonia la ricchezza e la biodiversità del territorio campano.

Tra le aree di rilevanza naturalistica, si segnalano:

- **Oasi dei Variconi:** situata nel comune di Castel Volturno, questa zona umida costiera rappresenta un'importante area di sosta per l'avifauna migratoria e ospita numerose specie di uccelli acquatici.
- **Parco Regionale del Partenio:** esteso tra le province di Avellino e Benevento, offre paesaggi montani, boschi secolari e una ricca biodiversità floristica e faunistica.
- **Parco Regionale dei Monti Lattari:** situato nella penisola sorrentina, è caratterizzato da una straordinaria varietà di ambienti naturali, con panorami mozzafiato che spaziano dal mare alle montagne.

Queste aree protette, insieme ad altre zone di interesse ambientale, rappresentano non solo un patrimonio da tutelare, ma anche un'opportunità per lo sviluppo di attività eco-sostenibili, come il turismo naturalistico, l'educazione ambientale e l'agricoltura biologica.

Tuttavia, la valorizzazione di queste risorse richiede interventi mirati di bonifica, monitoraggio e gestione integrata, al fine di garantire la conservazione degli ecosistemi e la fruizione responsabile da parte delle comunità locali e dei visitatori.

2 Cenni sul patrimonio monumentale e artistico

Le Aree contaminate, pur segnate da gravi problematiche ambientali e sociali, conservano un patrimonio monumentale e artistico di notevole valore, testimonianza della sua ricca storia e cultura.

Architettura e Monumenti Storici

- **Real Sito di Carditello:** Situato nel comune di San Tammaro, il Real Sito di Carditello è un esempio significativo di architettura neoclassica borbonica. Originariamente residenza reale e centro agricolo sperimentale, è stato recentemente restaurato e trasformato in un centro culturale e ambientale, simbolo di rinascita per il territorio.
- **Palazzo Carafa a Teverola:** Questo palazzo storico, dimora della nobile famiglia Carafa, rappresenta un esempio di architettura civile del territorio. Nonostante le modifiche subite nel tempo, conserva elementi architettonici di rilievo, come la lunga scalinata in mattoni di terracotta.
- **Complesso Monumentale di San Domenico Maggiore a Napoli:** Sebbene situato al di fuori dell'area strettamente definita come *Terra dei Fuochi*, questo complesso ospita eventi culturali legati al tema, come la mostra fotografica "Transavantgarbage" di Marisa Laurito, che affronta le problematiche ambientali della regione.

Siti Archeologici e Storici

La regione è ricca di siti archeologici, come quelli dell'antica Atella, e di edifici religiosi e civili che testimoniano la lunga storia del territorio. Questi luoghi, spesso poco valorizzati, rappresentano un potenziale per lo sviluppo culturale e turistico della zona.

3 Cenni sul patrimonio culturale e immateriale

Oltre ai beni materiali, le Aree contaminate vantano un ricco patrimonio culturale immateriale, composto da tradizioni, riti, espressioni artistiche e pratiche artigianali che continuano a vivere grazie all'impegno delle comunità locali.

Tradizioni e Riti Popolari

- **Festa di Sant'Antuono a Macerata Campania:** Celebrata il 17 gennaio, questa festa vede le "Battuglie di Pastellessa" sfilare per le strade su carri allegorici a forma di barca, mentre i "bottari" percuotono botti, tini e falci, creando un ritmo ipnotico noto come "Pastellessa".
- **Festa della Madonna della Pace a Giugliano in Campania:** Durante questa celebrazione, si svolge il suggestivo "Volo dell'Angelo", in cui una bambina, rappresentante l'arcangelo Gabriele, attraversa la piazza sospesa su funi, recitando preghiere e poesie.
- **"Grande Tirata" di Mirabella Eclano:** In questa occasione, un obelisco alto 25 metri, rivestito di paglia intrecciata, viene trasportato per le vie del paese, trainato da buoi e sostenuto da funi tirate dai partecipanti.

Espressioni Musicali e Danze Tradizionali

La **Tammurriata**, danza tradizionale campana, è profondamente radicata nella zona delle Aree contaminate. In particolare, la variante giuglianese si distingue per l'uso del "sisco", un flauto dolce realizzato con canne di bambù, che accompagna il ritmo del tamburo "tammorra".

Arti Decorative e Artigianato Tradizionale

Le arti decorative e l'artigianato tradizionale sono elementi distintivi del patrimonio culturale della zona delle Aree contaminate. La lavorazione della paglia, ad esempio, è protagonista nella **Festa del Grano** di Foglianise, dove carri artistici decorati con intrecci di spighe sfilano per le strade, celebrando il raccolto e la creatività artigianale.

Inoltre, la tradizione presepiale napoletana, con le sue botteghe artigianali di via San Gregorio Armeno, rappresenta un'eccellenza riconosciuta a livello internazionale, simbolo della maestria e della creatività locale che tocca, in molteplici modi, anche i territori contigui inclusi nella "Terra dei Fuochi".

Eccellenze agro-alimentari

La zona delle Aree contaminate, nonostante le gravi problematiche ambientali, conserva un patrimonio agro-alimentare ed enogastronomico di straordinaria ricchezza, frutto di una tradizione secolare e di un territorio naturalmente vocato all'agricoltura. Molti dei suoi prodotti sono riconosciuti a livello nazionale e internazionale per la loro qualità e tipicità, rappresentando un elemento fondamentale per l'identità culturale e l'economia locale.

Prodotti ortofrutticoli

Tra i prodotti ortofrutticoli spiccano:

- **Pomodoro San Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino DOP:** considerato il re dei pomodori, è apprezzato per la sua polpa densa e il sapore inconfondibile.
- **Pomodorino del Piennolo del Vesuvio DOP:** coltivato sulle pendici del Vesuvio, è noto per la sua lunga conservabilità e il gusto intenso.
- **Broccolo friariello di Napoli:** varietà di Brassica rapa, è un ingrediente fondamentale della cucina napoletana, spesso abbinato alla salsiccia.
- **Cipolla ramata di Montoro:** dal sapore dolce e delicato, è utilizzata in numerose preparazioni tradizionali.

Prodotti caseari

La produzione casearia è un fiore all'occhiello della regione:

- **Mozzarella di Bufala Campana DOP:** simbolo dell'eccellenza casearia campana, è prodotta con latte di bufala e apprezzata in tutto il mondo.
- **Provolone del Monaco DOP:** formaggio stagionato a pasta filata, dal sapore deciso e piccante.
- **Caciocavallo Silano DOP:** formaggio a pasta filata, dalla forma caratteristica e dal gusto aromatico.

Prodotti da forno e dolciari

La tradizione panificatoria e dolciaria offre prodotti unici:

- **Tarallo napoletano:** biscotto salato a forma di anello, spesso aromatizzato con pepe e mandorle.
- **Panuzzo di Gragnano:** panino realizzato con l'impasto della pizza, farcito e cotto nel forno a legna.
- **Pastiera napoletana:** dolce pasquale a base di ricotta, grano cotto e aromi, simbolo della tradizione partenopea.

Vini e oli

Il territorio produce anche vini e oli di alta qualità:

- **Falanghina del Sannio DOC:** vino bianco fresco e aromatico, ideale per accompagnare piatti di pesce.
- **Aglianico del Taburno DOCG:** vino rosso strutturato e complesso, adatto all'invecchiamento.
- **Olio extravergine di oliva Terre Aurunche DOP:** olio dal gusto fruttato e armonico, prodotto nell'area del basso Lazio e nord della Campania.

Sicurezza alimentare e controlli

A seguito delle preoccupazioni legate all'inquinamento ambientale, sono stati intensificati i controlli sulla sicurezza alimentare. Numerosi studi e analisi hanno confermato che i prodotti agro-alimentari campani, inclusi quelli delle Aree contaminate, sono tra i più controllati d'Italia, garantendo la salubrità e la qualità delle produzioni locali. Questo patrimonio agro-alimentare ed enogastronomico rappresenta non solo una risorsa economica, ma anche un elemento identitario e culturale fondamentale per le Aree contaminate, offrendo opportunità di sviluppo sostenibile e valorizzazione del territorio.

Alcune eccellenze vitivinicole locali

Le Aree contaminate, nonostante le sfide ambientali, ospitano numerose realtà del mondo vitivinicolo che testimoniano la resilienza e la ricchezza culturale del territorio.

Cantine e aziende vitivinicole d'eccellenza

- **Villa Matilde Avallone (Cellole, CE):** Fondata negli anni '60, questa cantina ha riportato in vita il leggendario Falerno del Massico, vino celebrato da autori classici come Plinio e Virgilio.
- **Cantina Trabucco (Carinola, CE):** Situata nel cuore dell'antico territorio del Falerno, produce vini pregiati che riflettono la tradizione vitivinicola locale. R
- **Cantine Astroni (Napoli):** Ubicata ai margini del cratere degli Astroni, riserva naturale dei Campi Flegrei, questa cantina unisce tradizione e innovazione nella produzione di vini autoctoni.
- **I Cacciagalli (Sessa Aurunca, CE):** Azienda agricola che adotta pratiche biodinamiche per la produzione di vini naturali, rispettando l'ambiente e valorizzando il terroir locale.

Queste realtà rappresentano l'eccellenza enogastronomica della zona delle Aree contaminate, dimostrando come la passione per la qualità e il rispetto delle tradizioni possano convivere con l'innovazione e la sostenibilità.

Eccellenze artistiche, performative, eventi culturali e di intrattenimento

Nonostante le sfide ambientali e sociali, la zona delle Aree contaminate è un territorio ricco di vitalità culturale, espressa attraverso una molteplicità di eventi artistici, spettacoli e manifestazioni che testimoniano la resilienza e la creatività delle comunità locali. Queste iniziative culturali e artistiche non solo arricchiscono la vita delle comunità locali, ma rappresentano anche strumenti efficaci per promuovere la rinascita e la valorizzazione delle Aree contaminate, trasformando le criticità in opportunità di crescita e sviluppo sostenibile.

Festival e rassegne culturali

- **Carditello Festival:** Tenuto presso il Real Sito di Carditello a San Tammaro, questo festival rappresenta un simbolo di rinascita culturale. Dopo anni di abbandono, la reggia borbonica è stata restaurata e trasformata in un centro culturale che ospita concerti, spettacoli teatrali e eventi artistici, celebrando la bellezza della Campania Felix.
- **Napoli Teatro Festival:** Questo prestigioso festival ha incluso spettacoli che affrontano tematiche legate alla Terra dei Fuochi, come "Brucia la terra e tutti giù per terra", portando in scena storie di umanità offesa e promuovendo la consapevolezza attraverso l'arte.
- **Libero Cinema in Libera Terra:** Un festival di cinema itinerante che, tra le sue tappe, include proiezioni e dibattiti nelle Aree contaminate, utilizzando il linguaggio cinematografico per sensibilizzare sulle tematiche ambientali e sociali.

Eventi musicali e performativi

La scena musicale locale è vivace e diversificata, con artisti e gruppi che si esibiscono in vari contesti, dai festival ai concerti all'aperto, contribuendo a mantenere viva la tradizione musicale e a innovarla con nuove influenze.

Manifestazioni enogastronomiche e tradizionali

Numerose sagre e feste popolari celebrano le eccellenze enogastronomiche del territorio, offrendo occasioni di incontro e valorizzazione delle tradizioni locali.

Fonti principali:

Carditello Festival: Informazioni sull'evento culturale presso il Real Sito di Carditello.
ecampania.it.

Napoli Teatro Festival: Dettagli sugli spettacoli e le iniziative legate alla Terra dei Fuochi.

Libero Cinema in Libera Terra: Festival di cinema itinerante contro le mafie.
cinemaperlasuola.istruzione.it.

Comune di Napoli – Eventi culturali: Calendario e informazioni su mostre e manifestazioni.

In conclusione, le Aree contaminate non sono soltanto *fumi tossici*, anzi: sono **terre di tesori**, da quelli del palato a quelli dell'arte e del paesaggio. Una strategia di riqualificazione dovrà puntare a **connettere la bonifica ambientale con la valorizzazione di queste eccellenze**, creando opportunità economiche sostenibili (agriturismi, percorsi enogastronomici, turismo rurale e culturale) che offrano un futuro alternativo alla popolazione locale. Riscoprire l'identità positiva del territorio è fondamentale per ridare dignità e fiducia ai suoi abitanti e per attrarre nuove risorse dall'esterno nella fase di rilancio.



PIANO DI **COMUNICAZIONE** **E INFORMAZIONE**

PER IL RISANAMENTO DELLE
AREE CONTAMINATE DELLE PROVINCE
DI NAPOLI E CASERTA

a cura del **Centro Studi di Reputation Management Srl**

Maggio 2025