

# Kit GreenCitizens

**"Empowerment digitale  
per l'azione civica  
ambientale dei giovani  
nelle scuole e nelle  
comunità"**



**GREENCITIZENS**

DIGITAL EMPOWERMENT FOR ENVIRONMENTAL CIVIC ACTION OF YOUTH IN SCHOOLS AND COMMUNITIES



Co-funded by  
the European Union

# Introduzione

Il GreenCitizen Toolkit è uno dei principali risultati del progetto Erasmus+ GreenCitizens: Digital Empowerment for Environmental Civic Action of Youth in Schools and Communities (Progetto n. 2024-3-RO01-KA210-YOU-000287028). Il progetto è cofinanziato dall'Unione Europea nell'ambito del Programma Erasmus+ - Partenariati su piccola scala nel settore Gioventù (KA210-YOU), implementato tra gennaio 2025 e febbraio 2026 da due organizzazioni partner:



ATES - Asociația pentru Transformare Educațională și Socială (Romania), il capofila, un'organizzazione non governativa che promuove lo sviluppo educativo olistico e l'advocacy ambientale tra i giovani.



UN/LAB S.N.C. (Italia), un'impresa digitale e multimediale con sede in Umbria, specializzata nell'empowerment giovanile, nella comunicazione ambientale e nella alfabetizzazione digitale.

Insieme, i partner mirano a dotare i giovani delle competenze digitali e della consapevolezza civica necessarie per progettare e guidare azioni ambientali all'interno delle loro scuole e comunità. Il Toolkit incarna la missione centrale del progetto – colmare il divario tra trasformazione digitale e responsabilità ambientale – trasformando la conoscenza in iniziative concrete guidate dai giovani.

## Obiettivo del Toolkit

Il GreenCitizen Toolkit è progettato come una risorsa di apprendimento pratica e interattiva che aiuta giovani, educatori e operatori giovanili a:

**Comprendere come gli strumenti digitali possano promuovere la consapevolezza ambientale e l'azione collettiva.**

**Imparare passo dopo passo come organizzare campagne digitali, petizioni e azioni di advocacy.**

**Acquisire familiarità con approcci basati sui dati per monitorare le condizioni ambientali locali.**

**Rafforzare la comunicazione con le amministrazioni locali e i decisori.**

**Accedere a modelli pronti all'uso, esempi e storie di successo reali dell'attivismo giovanile.**

Fornisce metodologie concrete per trasformare le idee in azione – dall'individuazione delle sfide ambientali al lancio di una campagna che generi un impatto misurabile. Tutte le risorse sono disponibili gratuitamente online e tradotte in inglese, rumeno e italiano per garantire inclusività e un'ampia diffusione in tutta Europa.

# Per chi è pensato questo toolkit

Il Toolkit si rivolge principalmente ai giovani di età compresa tra 17 e 23 anni provenienti da Romania e Italia – studenti, attivisti giovanili e membri di gruppi scolastici o comunitari – ma i suoi contenuti sono altrettanto utili per:

- **Educatori e operatori giovanili, che possono integrare i materiali nelle lezioni o nelle attività extracurricolari.**
- **Organizzazioni ambientaliste e autorità locali, interessate a coinvolgere i giovani in iniziative locali di sostenibilità.**
- **Scuole e comunità interessate a promuovere l'impegno civico digitale e la responsabilità ambientale.**

Rendendo i suoi contenuti adattabili e replicabili, il Toolkit mira a ispirare migliaia di giovani europei a diventare cittadini ambientali attivi e proattivi.

## Struttura del Toolkit

Il GreenCitizen Toolkit è strutturato in cinque capitoli completi, ciascuno incentrato su un aspetto specifico dell'attivismo ambientale digitale:

1. **Attivismo digitale per l'ambiente** - Come usare le piattaforme di social media per sostenere il cambiamento ambientale, con esempi di campagne, modelli di post e hashtag.
2. **Creare e distribuire petizioni digitali** - Guida passo dopo passo su come lanciare, gestire e promuovere petizioni per cause ambientali locali.
3. **Monitoraggio dei dati ambientali** - Un'introduzione pratica a strumenti e app gratuiti per monitorare e segnalare la qualità dell'aria, il consumo di acqua, i rifiuti e la biodiversità.
4. **Coinvolgere le amministrazioni locali** - Strategie per comunicare in modo efficace con i decisori politici, inclusi modelli di lettere e incontri per l'advocacy giovanile.
5. **Casi studio e modelli** - Esempi reali di campagne ambientali guidate dai giovani, oltre a modelli personalizzabili per replicare iniziative di successo.

Ogni capitolo si conclude con un quiz interattivo, brevi esercizi e spunti di riflessione per rafforzare l'apprendimento. Il Toolkit integra elementi multimediali – infografiche, guide visive e link diretti a risorse online – per garantire l'accessibilità a diversi stili di apprendimento.

# Metodologia e progettazione

Sviluppato da UNLAB con il contributo di ATES, il Toolkit è stato co-creato sulla base dei risultati delle Tavole Rotonde Nazionali tenutesi in Romania e in Italia (Attività 2 del progetto). Queste tavole rotonde hanno raccolto contributi da rappresentanti dei giovani, educatori e decisori politici per identificare i bisogni reali, le priorità e le sfide che i giovani affrontano nel combinare strumenti digitali e azione ambientale.

La progettazione del Toolkit segue tre principi guida:

1. **Accessibilità e inclusività** - Un linguaggio semplice, chiarezza visiva e un design digitale privo di barriere garantiscono che ogni lettore, indipendentemente dalle conoscenze pregresse o dall'esperienza digitale, possa trarne beneficio.
2. **Interattività e coinvolgimento** - Quiz, modelli ed esempi rendono l'apprendimento pratico e direttamente applicabile.
3. **Sostenibilità e riutilizzabilità** - Il Toolkit è concepito come una risorsa in evoluzione, che può essere continuamente aggiornata e riutilizzata da scuole e organizzazioni.

## Connessione con il progetto GreenCitizens

Questo Toolkit è un risultato centrale dell'Attività 3 all'interno della più ampia struttura del progetto. Si basa sulle ricerche e sulle discussioni delle Tavole Rotonde Nazionali (Attività 2) e prepara i partecipanti ai Laboratori Interattivi per Campagne Ambientali Guidate dai Giovani (Attività 4). Infine, i suoi strumenti pratici saranno presentati e applicati durante le Giornate di Azione Civica Verde (Attività 5) in Romania e Italia, dove le campagne guidate dai giovani saranno presentate agli stakeholder locali.

Il GreenCitizen Toolkit serve quindi sia come manuale educativo sia come strumento strategico per un impatto ambientale reale.

## Ringraziamenti

Questa pubblicazione è stata realizzata nell'ambito del Programma Erasmus+ con il supporto dell'Unione Europea. Le opinioni espresse nel presente documento sono quelle degli autori e non riflettono necessariamente quelle della Commissione Europea. Un ringraziamento speciale va a tutti i partecipanti giovani, educatori e stakeholder locali che hanno contribuito con le loro idee durante le fasi iniziali del progetto.

# Glossario dei Termini Chiave

<b>Cittadinanza Attiva</b>	Partecipazione alla vita civica attraverso il volontariato, l'advocacy o il dialogo democratico per migliorare le comunità.
<b>Qualità dell'Aria (PM<sub>2.5</sub> / PM<sub>10</sub>)</b>	Misure dell'inquinamento nell'aria basate sulla dimensione del particolato (PM). Valori più bassi indicano un'aria più pulita.
<b>ARPA</b>	Agenzie regionali per la protezione ambientale in Italia responsabili del monitoraggio della qualità dell'aria, dell'acqua e del suolo.
<b>ANPM</b>	Agenzia Nazionale per la Protezione dell'Ambiente della Romania, responsabile del monitoraggio e della segnalazione degli indicatori ambientali.
<b>Biodiversità</b>	La varietà delle specie viventi in una data area – inclusi piante, animali, funghi e microrganismi.
<b>Citizen Science</b>	Ricerca svolta da membri del pubblico che raccolgono e condividono dati per aiutare scienziati e decisori politici.
<b>Economia Circolare</b>	Un sistema economico che riduce al minimo i rifiuti e massimizza il riutilizzo, il riciclo e la rigenerazione dei materiali.
<b>Patto Europeo per il Clima</b>	Un'iniziativa della Commissione Europea che invita cittadini e organizzazioni a impegnarsi in azioni per il clima.
<b>Visualizzazione dei Dati</b>	La pratica di rappresentare le informazioni attraverso grafici, diagrammi o strumenti interattivi per renderle più facili da comprendere.
<b>Decidim</b>	Una piattaforma online open-source che consente ai cittadini di proporre, discutere e votare politiche locali; utilizzata in diverse città europee.

# Glossario dei Termini Chiave

## (continuazione)

<b>Attivismo Digitale</b>	L'uso strategico di strumenti digitali e social media per sostenere cause sociali o ambientali.
<b>Eco-Școala</b>	Un adattamento rumeno del programma "Eco-Schools" che coinvolge gli studenti in pratiche sostenibili e nel monitoraggio.
<b>Ecopolis</b>	Un'ONG rumena che promuove la partecipazione civica e il monitoraggio della qualità dell'aria (sviluppatrice di Aerlive.ro).
<b>EEA</b>	L'organismo dell'UE che fornisce dati ambientali affidabili, ricerca e analisi.
<b>Coinvolgimento</b>	Partecipazione attiva o collaborazione in un progetto, una campagna o una discussione politica.
<b>Dati Ambientali</b>	Informazioni quantitative o qualitative che descrivono condizioni naturali come aria, acqua o livelli di biodiversità.
<b>Flourish</b>	Uno strumento online gratuito per creare grafici e mappe interattive per visualizzare storie basate sui dati.
<b>GDPR</b>	Regolamento UE che garantisce che i dati personali siano raccolti e trattati in modo trasparente e sicuro.
<b>Green Deal (Europeo)</b>	Il piano d'azione dell'UE per rendere l'Europa climaticamente neutrale entro il 2050 attraverso politiche e investimenti sostenibili.
<b>Scuole Verdi</b>	Istituti educativi che adottano pratiche ecocompatibili, integrano la sostenibilità nell'insegnamento e monitorano le prestazioni ambientali.

# Glossario dei termini chiave

## (continua)

<b>Hashtag (#)</b>	Una parola chiave preceduta da "#" usata sui social media per categorizzare i contenuti e aumentarne la visibilità.
<b>ISPRA</b>	L'istituto nazionale italiano di ricerca ambientale e coordinatore della rete SNPA.
<b>Governo locale</b>	Autorità municipali o regionali responsabili dei servizi locali, della pianificazione e delle politiche ambientali.
<b>Marine LitterWatch</b>	Un'app mobile dell'Agenzia europea dell'ambiente che consente ai cittadini di raccogliere dati sui rifiuti marini.
<b>Open Data</b>	Dataset pubblicamente accessibili che possono essere usati, condivisi e analizzati liberamente da chiunque.
<b>Democrazia partecipativa</b>	Un modello di governo in cui i cittadini sono attivamente coinvolti nei processi decisionali.
<b>Petizione</b>	Una richiesta formale scritta, firmata dai cittadini, per sollecitare le autorità ad agire su una questione specifica.
<b>Settimana Verde</b>	Un'iniziativa nazionale romana che promuove l'educazione ambientale e le abitudini sostenibili nelle scuole.
<b>Campagna sui social media</b>	Post e contenuti visivi coordinati condivisi sui social network per promuovere una causa o un evento.
<b>SNPA</b>	Il Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente italiano, che coordina tutte le ARPA regionali.

# Glossario dei Termini Chiave

## (continuazione)

<b>Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)</b>	Un insieme di 17 obiettivi globali stabiliti dalle Nazioni Unite per promuovere pace, prosperità e sostenibilità ambientale.
<b>Modello</b>	Una struttura o un formato predefinito utilizzato come punto di partenza per lettere, petizioni o piani di campagna.
<b>Trasparenza</b>	Trasparenza e responsabilità nella condivisione di dati, processi e risultati con il pubblico.
<b>Coinvolgimento dei Giovani</b>	Il coinvolgimento attivo dei giovani in processi sociali, culturali o politici che influenzano la loro vita.

# Capitolo I – Attivismo digitale per l'ambiente

Usare i social media per promuovere il cambiamento ambientale



# Introduzione: Dalla consapevolezza all'azione

Nell'era digitale, l'attivismo ambientale è andato ben oltre volantini e assemblee locali. Oggi, un singolo post, hashtag o breve video può raggiungere migliaia di persone e ispirare un cambiamento reale. I giovani cittadini in tutta Europa sono diventati voci di primo piano nella lotta globale contro il cambiamento climatico – utilizzando smartphone e creatività come principali strumenti di partecipazione civica.

L'attivismo digitale (chiamato anche e-advocacy o campagna online) si riferisce all'uso strategico degli strumenti di comunicazione digitale – social media, siti web, email e contenuti multimediali – per influenzare l'opinione pubblica, aumentare la consapevolezza e promuovere azioni concrete per una causa sociale o ambientale (Commissione Europea, 2023).

Nel contesto del progetto GreenCitizens, l'attivismo digitale rappresenta un ponte tra empowerment digitale e impegno ambientale. Questo capitolo fornisce le conoscenze e gli strumenti necessari per utilizzare efficacemente i social media per la sensibilizzazione ambientale – dalla pianificazione della tua prima campagna alla valutazione del suo impatto.

## Perché l'attivismo digitale è importante

### Il potere delle comunicazioni online

Le piattaforme online permettono ai giovani di connettersi oltre i confini geografici e culturali. Un problema locale – come l'inquinamento di un fiume o la deforestazione di una foresta vicina – può diventare parte di una conversazione globale. L'attivismo digitale moltiplica il potenziale impatto di ogni azione:

**Aumentando la visibilità e la consapevolezza dei problemi locali.**

**Mobilitando rapidamente volontari e risorse.**

**Facendo pressione sui decisori politici attraverso il coinvolgimento pubblico.**

**Incoraggiando cambiamenti comportamentali duraturi nelle comunità.**

Secondo l'[Agenzia Europea dell'Ambiente \(EEA\)](#), le campagne di comunicazione e sensibilizzazione sono diventate un complemento fondamentale agli strumenti di politica per la sostenibilità.

# Giovani e il Green Deal

Il **Green Deal europeo** chiede un "approccio che coinvolga tutta la società". La partecipazione dei giovani è riconosciuta esplicitamente come un fattore chiave per la transizione ecologica. L'attivismo digitale permette ai giovani di:

01

**Partecipare ai dialoghi ambientali dell'UE.**

02

**Contribuire agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, in particolare all'Obiettivo 13 (Azione per il clima).**

03

**Influenzare l'educazione e le politiche ambientali locali attraverso visibilità e dati**

③ Gli spazi digitali sono il luogo in cui si svolgono i dibattiti pubblici di oggi: dominarli diventa diventare cittadini attivi dell'era digitale ed ecologica.



# Scegliere la piattaforma giusta

Ogni piattaforma di social media ha il proprio pubblico, linguaggio e potenziale di impatto. La chiave del successo dell'attivismo digitale è capire dove si trova il tuo pubblico di riferimento e come adattare il tuo messaggio.

Piattaforma	Punti di forza	Uso migliore nelle campagne ambientali
Instagram	Storytelling visivo, alto coinvolgimento tra i giovani	Immagini prima/dopo, infografiche, reel sui temi ambientali
TikTok	Video brevi creativi, potenziale virale	Challenge, brevi eco-consigli, clip che sfatano i miti
Facebook	Creazione di comunità, promozione di eventi	Creare pagine di eventi locali, condividere petizioni
X (Twitter)	Aggiornamenti rapidi, connessione con i decisori politici	Condividere notizie, taggare istituzioni, usare hashtag di tendenza
YouTube	Contenuti di lunga durata, storytelling educativo	Mini-documentari, interviste, tutorial
LinkedIn	Reti professionali e istituzionali	Condividere i risultati dei progetti, advocacy politica
WhatsApp/Telegram	Coordinamento di gruppi chiusi	Mobilizzare volontari, condividere la logistica delle campagne

📌 **Consiglio:** Non disperderti troppo. Inizia con una o due piattaforme che puoi gestire efficacemente e dove il tuo pubblico interagisce già.

# Pianificare la tua campagna digitale

Un attivismo digitale efficace richiede strategia, non spontaneità. Ecco una roadmap in cinque passi per pianificare la tua campagna:

## Fase 1. Definisci il tuo obiettivo

Sii specifico. Invece di "proteggere la natura", prova "ridurre del 50% i rifiuti di plastica nella nostra scuola entro sei mesi" oppure "incoraggiare il nostro comune a piantare 100 alberi".

## Fase 2. Identifica il tuo pubblico di riferimento

Chiediti: chi ha bisogno di ricevere questo messaggio?

- Studenti e famiglie?
- Decision-maker locali?
- Organizzazioni ambientaliste?

Adatta di conseguenza il tono e le immagini.

## Fase 3. Crea il tuo messaggio chiave

Il tuo messaggio dovrebbe essere:

- **Chiaro:** evita il gergo.
- **Emotivo:** ispira empatia e speranza.
- **Orientato all'azione:** includi una call to action ("Firma", "Condividi", "Unisciti").

**Esempio:** "Il nostro parco sta perdendo i suoi alberi. Ripiantiamo la speranza! 🌱 Unisciti alla nostra #GreenCitizensChallenge questo weekend."

## Fase 4. Scegli i tuoi canali e lo stile visivo

Mantieni coerenza visiva: colori, font e loghi uniformi. Crea un'identità di campagna che possa essere facilmente riconosciuta.

## Fase 5. Definisci obiettivi misurabili

Decidi come valuterai il successo: numero di condivisioni, firme, nuovi volontari o risposte da parte delle istituzioni. Usa gli analytics digitali (ad es. [Meta Insights](#), [Instagram Analytics](#), [TikTok Analytics](#)) per monitorare l'engagement.

# Creazione di contenuti: come comunicare in modo efficace

## L'arte dello storytelling

Le storie sono il cuore emotivo dell'attivismo. Trasformano i dati in qualcosa di vicino e umano.

Struttura le tue storie con il **modello SAC**:

- **S - Situazione:** Descrivi il problema ("Il nostro fiume è pieno di bottiglie di plastica.")
- **A - Azione:** Spiega cosa stai facendo tu o cosa stanno facendo gli altri ("Abbiamo iniziato una giornata di pulizia.")
- **C - Cambiamento:** Mostra il risultato ("Una settimana dopo, 300 kg di plastica raccolti!")

Fonte: [SALTO Participation & Information Resource Centre, Digital Participation Toolkit](#)

## Comunicazione visiva

Le immagini catturano l'attenzione più velocemente delle parole. Usa:

- Infografiche che mostrano i dati sull'inquinamento.
- Foto del prima e del dopo.
- Brevi video di azioni ecologiche.
- Testimonianze dei partecipanti.

📌 **Suggerimento:** Usa strumenti di design gratuiti come [Canva for Education](#), [Adobe Express](#) o [Piktochart](#) per creare visual professionali senza competenze avanzate.

## Il potere degli hashtag

Gli hashtag rendono i contenuti più facili da trovare. Combina quelli generali e specifici:

- **Generali:** #Environment, #ClimateAction, #YouthForClimate
- **Locali:** #PerugiaGreen, #EcoBucharest, #TerniForTrees
- **Specifici del progetto:** #GreenCitizensEU, #DigitalForNature

Mantienili brevi e coerenti in tutti i post.

# Costruire una comunità online

L'attivismo digitale non riguarda solo la diffusione di messaggi – si tratta di costruire una comunità di cittadini coinvolti.

## Regole d'oro per costruire la comunità:

**1**

**Rispondi attivamente – rispondi ai commenti, riconosci i sostenitori.**

**2**

**Metti in evidenza i tuoi follower – condividi contenuti generati dagli utenti.**

**3**

**Collabora – lavora con scuole, ONG o influencer in linea con la tua causa.**

**4**

**Mantieni il rispetto – gestisci le discussioni in modo equo e blocca l'hate speech se necessario.**

**5**

**Sii trasparente – condividi aggiornamenti e risultati; celebra le piccole vittorie.**

Secondo la [Strategia dell'UE per la gioventù \(2019-2027\)](#), la partecipazione dei giovani dovrebbe basarsi su dialogo, inclusività e co-creazione – principi direttamente applicabili alle comunità online.

Incoraggia i partecipanti a diventare "micro-ambasciatori" – persone che condividono i tuoi post, invitano amici e agiscono offline.

# Managing Time and Sustainability of Campaigns

Online activism can be intense. To avoid fatigue:

**Prepare a content calendar in advance (2–3 posts per week).**

**Reuse and adapt content rather than starting from scratch each time.**



**Alternate between educational, inspirational, and call-to-action posts.**

**After a campaign ends, publish a thank-you post summarizing results.**

Sustainability also means protecting your digital wellbeing – limit screen time, take breaks, and focus on impact, not only numbers [EEA, 2023] .

## From Digital to Real-World Change

Digital activism is most effective when it connects to tangible, local outcomes. After spreading awareness, guide your audience toward real action:

- Organize clean-up events, school eco-challenges, or community meetings.
- Transform online petitions into official proposals to local councils.
- Use your online visibility to invite local media coverage.

A successful campaign moves through three phases:

1. Inform → 2. Inspire → 3. Involve

# Misurare l'impatto

Per valutare il tuo attivismo digitale:

- Monitora gli indicatori quantitativi (visualizzazioni, condivisioni, firme delle petizioni, partecipanti agli eventi).
- Raccogli feedback qualitativi (testimonianze, menzioni sui media, cambiamenti nelle politiche).
- Rifletti sulle lezioni apprese: cosa ha funzionato? Cosa no?
- Aggiorna la tua strategia per la prossima campagna.

Per indicazioni sulla misurazione del coinvolgimento, consulta [gli indicatori dell'economia digitale di Eurostat](#).

Ricorda: anche i piccoli cambiamenti contano. Se dieci persone iniziano a riciclare grazie ai tuoi post, è già un successo.

## Strumenti e risorse

Obiettivo	Strumenti consigliati
Progettazione grafica	<a href="#">Canva</a> , <a href="#">Piktochart</a> , <a href="#">Adobe Express</a>
Montaggio video	<a href="#">CapCut</a> , <a href="#">InShot</a> , <a href="#">Clipchamp</a>
Gestione dei social media	<a href="#">Buffer</a> , <a href="#">Hootsuite</a> , <a href="#">Later</a>
Sondaggi e petizioni	<a href="#">Change.org</a> , <a href="#">Avaaz</a> , <a href="#">Decidim</a>
Visualizzazione dei dati	<a href="#">Flourish</a> , <a href="#">Google Data Studio</a>
Collaborazione	<a href="#">Google Drive</a> , <a href="#">Trello</a> , <a href="#">Miro</a>

Tutti gli strumenti suggeriti sono gratuiti o offrono versioni accessibili per l'uso educativo e civico.

# Quiz interattivo – "Kit di partenza dell'attivista digitale"

## 1. Qual è il primo passo nella pianificazione di una campagna digitale?

- A. Progettare le immagini
- B. Definire il tuo obiettivo
- C. Creare hashtag

## 2. Quale piattaforma è la migliore per brevi video creativi con potenziale virale?

- A. TikTok
- B. LinkedIn
- C. YouTube

## 3. Il modello narrativo SAC significa:

- A. Strategia, Azione, Comunicazione
- B. Situazione, Azione, Cambiamento
- C. Condividi, Amplifica, Connetti

## 4. Perché gli hashtag sono importanti?

- A. Decorano i post.
- B. Aiutano a organizzare e aumentare la visibilità dei contenuti.
- C. Rendono i post più lunghi.

## 5. Quale indicatore aiuta a misurare il successo di una campagna?

- A. Numero di emoji usate
- B. Numero di follower acquisiti
- C. Tassi di coinvolgimento e azioni concrete ottenute

## Punti chiave

- ☑ • Gli strumenti digitali amplificano la tua voce ambientale.
- Strategia, storytelling e coerenza sono essenziali.
- La collaborazione trasforma le azioni individuali in movimenti.
- L'engagement online deve sempre portare a un impatto nel mondo reale.

# Riferimenti e link utili – Capitolo I

1. Agenzia europea dell'ambiente (EEA) (2023). Rapporto sullo stato dell'ambiente 2023. <https://www.eea.europa.eu>
2. Commissione europea (2023). Il Green Deal europeo. <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal>
3. Centro risorse SALTO per la partecipazione e l'informazione. Kit di strumenti per la partecipazione digitale. <https://participationpool.eu/toolkit/digital-participation/>
4. Commissione europea (2019). Strategia dell'UE per la gioventù 2019 - 2027. [https://youth.europa.eu/strategy\\_en](https://youth.europa.eu/strategy_en)
5. Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP). Giovani per l'azione climatica. <https://www.unep.org/youth>
6. Eurostat. Indicatori dell'economia e della società الرقمية. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society>
7. Canva per l'istruzione. <https://www.canva.com/education>
8. Change.org. <https://www.change.org>
9. Flourish Data Visualisation. <https://flourish.studio>
10. Piattaforma dei risultati dei progetti Erasmus+. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects>

# **Capitolo II – Creare e Diffondere Petizioni Digitali**

**Trasformare il sostegno online in un  
cambiamento ambientale nel mondo reale**



# Introduzione: Il potere di una firma collettiva

A volte, un singolo clic può andare più lontano di una manifestazione. Quando le persone firmano una petizione digitale, non stanno solo esprimendo accordo – stanno partecipando a un atto collettivo di coraggio civico. Una petizione ben progettata può trasformare la frustrazione in azione concreta e mettere in contatto centinaia di cittadini attorno a una causa comune.

All'interno del progetto GreenCitizens, le petizioni sono intese come dialoghi, non come proteste. Sono strumenti per i cittadini – soprattutto per i giovani – per comunicare con i decisori in modo strutturato e rispettoso. In questo senso, una petizione diventa un ponte tra empowerment digitale e partecipazione ambientale, perfettamente in linea con il [Green Deal europeo](#) e la [Strategia dell'UE per la gioventù 2019-2027](#).

## Che cos'è davvero una petizione

Una petizione è una richiesta formale scritta indirizzata a un decisore e sostenuta dalle firme dei cittadini. Nell'attivismo ambientale, può chiedere aria più pulita in una scuola, la tutela degli spazi verdi locali o investimenti nelle energie rinnovabili.

La crescita delle piattaforme online ha reso le petizioni più rapide, trasparenti e accessibili. Siti come [Change.org](#), [Avaaz](#) e [Decidim.org](#) permettono a chiunque di pubblicare una proposta, allegare foto, condividere statistiche e raccogliere migliaia di sostenitori in poche ore.

In Italia, diversi movimenti giovanili ambientalisti hanno utilizzato le petizioni per dare impulso all'azione civica – per esempio, la campagna del 2023 "Stop Plastica nei Fiumi", lanciata su Change.org dai giovani volontari di Legambiente Giovani, ha raccolto oltre 30.000 firme e ha spinto le amministrazioni locali in Umbria ed Emilia-Romagna a rafforzare i programmi di raccolta dei rifiuti nei fiumi. In Romania, la piattaforma civica [Declic.ro](#) è diventata uno strumento centrale per la mobilitazione ambientale. Le sue petizioni – come "Fără lemne ilegale din pădurile României" ("Basta legname illegale dalle foreste della Romania") – hanno attirato l'attenzione nazionale e coinvolto migliaia di giovani attivisti online.

Nell'Unione Europea, le petizioni hanno persino una dimensione istituzionale: i cittadini possono presentare le proprie richieste direttamente al [Portale delle Petizioni del Parlamento europeo](#), dove molte vengono discusse e talvolta portano a reali adeguamenti delle politiche. Questo dimostra come la partecipazione online possa integrare – non sostituire – i processi democratici tradizionali.

# Quando e perché usare una petizione

Le petizioni funzionano meglio quando il problema è concreto e risolvibile. Chiedere a una scuola di introdurre i contenitori per la raccolta differenziata, o a un consiglio comunale di piantare alberi, è realistico e misurabile. Slogan generici come "Salviamo il pianeta" ispirano emozione, ma raramente portano a risultati specifici.

Una buona petizione dovrebbe:

- 1 Affrontare un solo problema alla volta.**
- 2 Identificare un solo decisore chiaro.**
- 3 Presentare un obiettivo specifico e raggiungibile.**

Le petizioni sono anche più efficaci quando fanno parte di una campagna più ampia – per esempio, accompagnate da un movimento sui social media, una giornata di pulizia della scuola o un incontro con le autorità locali. In questo modo, l'atto di firmare diventa un passo in un processo più lungo di educazione e cambiamento.



# From Idea to Petition: A Step-by-Step Journey

Every successful petition starts with a question: What exactly do I want to change? Once the goal is clear, the rest follows like a roadmap.

## 1. Define your goal.

Express your request in one precise sentence: "We call on the Municipality of Perugia to install ten new recycling stations in public parks by 2026." Similar initiatives have already emerged in Perugia through [ARPA Umbria](#), which encourages citizens to monitor and report local waste and recycling conditions.

## 2. Identify the right target.

A good petition reaches the person or institution that can actually act – a principal, a mayor, or a local environmental department. For EU-level issues, citizens can address the [European Parliament Petitions Committee](#). In Italy, environmental petitions often involve coordination with Comuni or Regioni, while in Romania, local councils (Consiliile Locale) and Primării are competent authorities to address.

## 3. Support your message with evidence.

Combine emotion with facts. Use reliable data sources such as the [European Environment Agency](#) or [Eurostat](#), and include photographs or infographics that show the problem clearly. In Italy, the [Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale \(ISPRA\)](#) publishes annual environmental data, while in Romania, youth can use open data from the [Ministerul Mediului, Apelor și Pământurilor](#) to substantiate their claims.

## 4. Choose your platform.

- Change.org is ideal for community-driven campaigns.
- Avaaz connects local causes to global audiences.
- Decidim offers open-source civic participation used by European municipalities.
- In Romania, Declic.ro specializes in civic petitions that target ministries or local governments.

## 5. Write a compelling story.

Explain what is happening, why it matters, and what change you demand. Titles like "Clean Air for Our Children" or "Let's Give Our City More Trees!" are short, emotional, and easy to remember. Add visuals or a short video – petitions with images are up to five times more likely to be shared [UNEP, 2022] .

## 6. Set your signature goal.

A small petition with 300 names can already convince a school board. For municipal issues, aim for 2,000 - 5,000. The goal motivates people to act.

## 7. Launch, share, and engage.

Spread your petition through social media using project hashtags like #GreenCitizensEU or #SignForThePlanet. Post regular updates and invite local associations, teachers, or journalists to support the cause. In Italy, students involved in Scuole Plastic Free campaigns often combine petitions with school events and community challenges. In Romania, youth groups such as Let's Do It, Romania! use petitions to mobilize volunteers for clean-up activities.

## 8. Follow up and deliver.

When you reach your goal, deliver the petition formally – in print or online – and document the moment. A short thank-you video or photo of the submission can be a powerful closing gesture.

## ▸ **Mantenere viva la petizione**

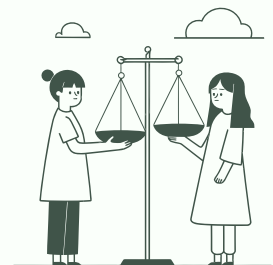


Lanciare una petizione è come accendere un piccolo fuoco; bisogna alimentarlo regolarmente, altrimenti si spegne. Per mantenere alta l'energia, pubblica aggiornamenti ogni volta che raggiungi un nuovo traguardo: "Abbiamo appena raggiunto 500 firme – grazie!" Celebra i progressi e condividi le piccole vittorie.

Anche le collaborazioni mantengono viva una campagna. Collaborare con gruppi ambientalisti come [Legambiente](#) in Italia o [Fridays for Future Europe](#) aggiunge credibilità e può portare un supporto professionale per le relazioni con i media. In Romania, organizzazioni come [Greenpeace România](#) e [ViitorPlus](#) fanno spesso da mentori alle campagne ambientali guidate dai giovani.

Ricorda: lo slancio si costruisce attraverso il dialogo, non la pressione.

## **Etica e protezione dei dati**



Dietro ogni firma c'è una persona che ti affida i propri dati. Proteggere quella fiducia è una responsabilità morale e legale. Usa sempre piattaforme conformi al Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e che forniscano informative sulla privacy chiare. Non raccogliere mai informazioni personali superflue e non pubblicare elenchi di nomi o email senza अनुमति.

Se partecipano minori, chiedi il consenso dei genitori. Sii trasparente su come userai i dati – per esempio, solo per consegnare la petizione o inviare un solo messaggio di follow-up. Lo [European Data Protection Supervisor](#) fornisce linee guida facili da leggere per garantire la conformità. In Italia, il [Garante per la Protezione dei Dati Personali](#) emana indicazioni a livello nazionale; in Romania, l'autorità equivalente è l'[Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal \(ANSPDCP\)](#).

# Combinare le petizioni con altri strumenti di advocacy

Una petizione è ancora più efficace quando fa parte di una strategia più ampia. Puoi affiancarla a una campagna fotografica su Instagram, a una lettera ai media locali o a un workshop a scuola. Alcuni gruppi usano le loro petizioni per aprire un dialogo con gli amministratori locali o per proporre l'inclusione nel [Patto europeo per il clima](#).

In Italia, diversi comuni hanno adottato proposte dei giovani dopo campagne e petizioni congiunte – per esempio, il Comune di Terni ha approvato l'iniziativa "Adotta un Albero" a seguito di una petizione studentesca sostenuta dalla rete di educazione ambientale di UNLAB. In Romania, la Primăria Braşov ha recentemente creato una piattaforma partecipativa in cui i giovani possono presentare digitalmente proposte green, ispirata da petizioni locali.

Intrecciando azioni digitali e iniziative nella vita reale, i giovani possono trasformare un documento online in un processo di trasformazione locale.

## Misurare il successo

Il numero di firme è solo l'inizio della storia. L'impatto può essere misurato anche attraverso l'attenzione dei media, le risposte delle istituzioni o la consapevolezza della comunità. Anche se una petizione non raggiunge pienamente il suo obiettivo, può avviare nuove collaborazioni e ispirare altri ad agire.

Secondo i [Dati Eurostat sulla partecipazione civica](#), quasi la metà dei giovani europei ha già partecipato ad attivismo online o a petizioni. Ognuna di queste azioni contribuisce a costruire una cultura di responsabilità civica.

## Strumenti e piattaforme utili

- Piattaforme per petizioni: [Change.org](#), [Avaaz](#), [Decidim](#), [Declic.ro](#)
- Dati ed evidenze: [Dati e mappe dell'EEA](#), [ISPRA](#), [Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor](#)
- Design visivo: [Canva](#), [Piktochart](#)
- Privacy ed etica: [European Data Protection Supervisor \(EDPS\)](#), [Garante Privacy Italia](#), [ANSPDCP Romania](#)
- Risorse di comunicazione UE: EU Communication Toolkit

# Quiz interattivo – "Petition Pro"

## 1. Cosa rende efficace una petizione digitale?

- A. Usare un linguaggio complesso
- B. Avere una sola richiesta chiara e prove credibili
- C. Affrontare molti temi contemporaneamente

## 2. Cosa dovresti fare prima di lanciare una petizione?

- A. Decidere il proprio stile visivo
- B. Identificare il decisore e verificare la sua competenza
- C. Comprare annunci online

## 3. Quale delle seguenti azioni viola i principi del GDPR?

- A. Raccogliere solo le email per gli aggiornamenti
- B. Condividere pubblicamente i dati dei firmatari senza consenso
- C. Usare statistiche anonime in un rapporto

## 4. Qual è il follow-up ideale dopo aver raggiunto il tuo obiettivo di firme?

- A. Elimina subito la petizione
- B. Consegnarla formalmente e ringraziare i sostenitori
- C. Iniziare una nuova petizione non correlata

## 5. Come puoi aumentare la visibilità?

- A. Tenerla segreta fino alla scadenza
- B. Condividerla regolarmente sui social media con hashtag chiari
- C. Inviarla solo agli amici

## Riflessione finale

Una petizione è molto più di un modulo online. È un percorso di apprendimento nella democrazia – dal definire un obiettivo al comunicarlo pubblicamente, raccogliere prove, gestire le responsabilità e confrontarsi con le istituzioni con rispetto. Attraverso le petizioni, i giovani scoprono come inizia il cambiamento: non con il rumore, ma con la chiarezza collettiva, la perseveranza e la fiducia nel dialogo. Ogni firma diventa una piccola promessa tra le persone e il pianeta – la prova che gli strumenti digitali, quando guidati da cura e scopo, possono muovere il mondo reale.

# Riferimenti e link utili – Capitolo II

1. Commissione europea. Il Green Deal europeo.  
<https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal>
2. Parlamento europeo. Portale della Commissione per le petizioni.  
<https://www.europarl.europa.eu/petitions/en/home>
3. Garante europeo della protezione dei dati (EDPS). Linee guida sulla trasparenza e il GDPR per la società civile. <https://edps.europa.eu/>
4. Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). Rapporti ambientali.  
<https://www.isprambiente.gov.it/>
5. ARPA Umbria. Osservatorio rifiuti. <https://www.arpa.umbria.it/>
6. Ministero dell’Ambiente, delle Acque e delle Foreste (Romania). Portale dei dati e delle politiche ambientali. <https://www.mmediu.ro/>
7. Autorità Nazionale di Vigilanza sul Trattamento dei Dati Personali (ANSPDCP).  
<https://www.dataprotection.ro/>
8. Garante per la Protezione dei Dati Personali (Italia). <https://www.garanteprivacy.it/>
9. Declic Romania. <https://www.declic.ro/>
10. Legambiente. <https://www.legambiente.it/>
11. Greenpeace Romania. <https://www.greenpeace.org/romania/>
12. Eurostat. Statistiche su ambiente e partecipazione civica.  
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/environment>

# Capitolo III – Monitoraggio dei Dati Ambientali

**Trasformare i numeri in consapevolezza e azione**



# Introduzione: vedere l'invisibile

Non tutte le sfide ambientali possono essere viste a occhio nudo. L'inquinamento atmosferico, le microplastiche, i livelli di CO<sub>2</sub> o la contaminazione dell'acqua spesso si nascondono nei numeri – e quei numeri raccontano storie dei luoghi in cui viviamo. Imparare a leggere, raccogliere e comunicare i dati ambientali permette ai cittadini, soprattutto ai giovani, di rendere visibili e credibili i problemi invisibili.

Nel progetto GreenCitizens, il monitoraggio dei dati ambientali è più di un esercizio tecnico: è un modo per collegare la competenza digitale alla responsabilità ecologica. Quando i giovani possono misurare ciò che li circonda, diventano potenti narratori e sostenitori delle loro comunità.

## Perché i dati ambientali sono importanti

I dati sono la base di ogni decisione ambientale. I governi si affidano ai sistemi di monitoraggio per regolamentare le emissioni e la qualità dell'acqua, mentre giornalisti e cittadini usano i dati aperti per verificare se le promesse si traducono in azioni concrete. Ma i dati possono anche ispirare iniziative locali: un gruppo di studenti che confronta la qualità dell'aria della propria scuola con la media cittadina, o cittadini che mappano i rifiuti in un parco, può innescare un cambiamento reale.

In Italia, agenzie regionali come [ARPA Umbria](#) pubblicano regolarmente aggiornamenti in tempo reale sulla qualità dell'aria, le risorse idriche e la gestione dei rifiuti. In Romania, dati simili sono disponibili tramite l'[Agenția Națională pentru Protecția Mediului \(ANPM\)](#) e il [Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor](#). Queste piattaforme rendono le informazioni ambientali accessibili a tutti, non solo agli esperti.

## Dalla curiosità alla citizen science

Il monitoraggio ambientale non appartiene più solo ai laboratori. Grazie agli smartphone e ai sensori a basso costo, i giovani possono ora partecipare alla citizen science – raccolta collettiva di dati che affianca la ricerca istituzionale.

Immagina un gruppo di studenti delle superiori a Perugia che usa un'app gratuita per la qualità dell'aria come [Plume Labs Air Report](#) o [IQAir AirVisual](#) per monitorare l'inquinamento intorno alla scuola, oppure volontari romeni a Cluj che misurano la torbidità dell'acqua in un fiume vicino con dispositivi open source condivisi su [PublicLab.org](#). Quando queste informazioni vengono condivise online, diventano parte di una mappa globale della consapevolezza ambientale.

[L'Agenzia europea dell'ambiente \(EEA\)](#) incoraggia queste iniziative di comunità, poiché rafforzano la copertura dei dati e la partecipazione civica. I dati generati dai cittadini, se verificati e condivisi in modo responsabile, possono influenzare le politiche e motivare le autorità locali ad agire.

# Cosa si può misurare









Il monitoraggio dei dati ambientali copre un'ampia varietà di indicatori: aria, acqua, rifiuti, energia, biodiversità.

In Italia, l'[Atlante dell'Aria Pulita](#) di [ISPRA](#) offre strumenti didattici per comprendere gli indicatori della qualità dell'aria, mentre in Romania la [piattaforma online dell'ANPM](#) fornisce mappe giornaliere della qualità dell'aria e dell'acqua in tutte le contee. Questi database pubblici trasformano la scienza in qualcosa che i giovani possono esplorare direttamente.

## Strumenti digitali per il monitoraggio quotidiano

La tecnologia moderna rende la raccolta dei dati più facile che mai. App mobili gratuite e dashboard web permettono a chiunque di monitorare i parametri ambientali e visualizzarli in tempo reale.

### Strumenti consigliati:

-  [IQAir AirVisual](#) - misura gli indici della qualità dell'aria a livello globale e locale.
-  [Plume Labs Air Report](#) - app mobile che mostra i picchi orari di inquinamento.
-  [Earth Nullschool](#) - visualizzazione in tempo reale dei flussi globali di vento ed emissioni.
-  [Global Forest Watch](#) - monitora la deforestazione tramite dati satellitari.
-  [EEA Data Viewer](#) - portale europeo ufficiale per dati verificati.
-  [Dashboard "Qualità dell'Aria" di ARPA Umbria](#) - rete regionale di monitoraggio dell'aria.
-  [Geoportale Nazionale ISPRA](#) - repository nazionale GIS e cartografico ambientale.
-  [Aerlive.ro](#) - mappa di qualità dell'aria basata sulla citizen science per la Romania, gestita da Ecopolis.

**Tutte queste piattaforme sono gratuite e contribuiscono ai database pubblici o alle reti ambientali globali.**

# Raccogliere Dati in Modo Responsabile

Raccogliere dati significa gestire informazioni che rappresentano l'ambiente – e talvolta le condizioni di vita delle persone. Accuratezza e trasparenza sono essenziali.




Quando i giovani conducono misurazioni, dovrebbero registrare data, ora e luogo, descrivere il metodo utilizzato e verificare due volte i risultati. Se si utilizzano sensori digitali, assicurarsi che i dispositivi siano correttamente calibrati seguendo guide come [Manuale del sensore AirBeam](#) o tutorial open source su [PublicLab.org](#). Evitare di pubblicare dati grezzi senza contesto e confrontare sempre i risultati con fonti ufficiali come ISPRA, ARPA o ANPM.



## Trasformare i Dati in Storie

Una volta raccolti i dati, il passo successivo è visualizzarli e comunicarli in modo chiaro. Infografiche, grafici e brevi video aiutano a trasformare i numeri grezzi in messaggi accessibili.

Gli strumenti di design gratuiti rendono tutto questo semplice:

-  [Flourish](#) - grafici e mappe interattivi.
-  [Google Data Studio \(ora Looker Studio\)](#) - dashboard e report sui dati.
-  [Canva](#) - infografiche, poster e visual per i social media.

Per esempio, gli studenti di Terni una volta hanno creato un'infografica che confrontava i miglioramenti della qualità dell'aria durante un fine settimana senz'auto usando i dati di ARPA Umbria. In Romania, alcuni alunni di Iași hanno utilizzato i dati di [Aerlive.ro](#) e li hanno visualizzati in Canva per una campagna sull'inquinamento dei parchi giochi che ha raggiunto i media locali.

# Trasformare i dati in storie

Una volta raccolti i dati, il passo successivo è visualizzarli e comunicarli in modo chiaro. Infografiche, grafici e brevi video aiutano a trasformare cifre grezze in messaggi accessibili.

**Gli strumenti di progettazione gratuiti rendono tutto questo semplice:**

**Flourish – grafici e mappe interattive.**

**Google Data Studio (ora Looker Studio) – dashboard e report di dati.**

**Canva – infografiche, poster e visual per i social media.**

Per esempio, gli studenti di Terni hanno una volta creato un'infografica che confrontava i miglioramenti della qualità dell'aria durante un weekend senza auto, utilizzando i dati di ARPA Umbria. In Romania, gli alunni di Iași hanno usato le rilevazioni di [Aerlive.ro](https://aerlive.ro) e le hanno visualizzate in Canva per una campagna sull'inquinamento dei parchi giochi che ha raggiunto i media locali.

## Collaborare con istituzioni e media

Quando le iniziative dei giovani producono dati coerenti e trasparenti, le istituzioni ascoltano. Rapporti e infografiche possono essere inviati alle agenzie ambientali o pubblicati tramite i siti web scolastici e i portali di notizie locali. In Italia, le ARPA accolgono le segnalazioni dei cittadini attraverso i loro [moduli di contatto](#). In Romania, ONG come [Ecopolis](#) e [Declic](#) trasformano i dati dei cittadini in proposte di politica pubblica.

La collaborazione con i giornalisti può inoltre amplificare i risultati: le storie di comunità basate sui dati spesso diventano notizie locali, valorizzando l'impegno dei giovani e ispirando altre iniziative simili.

## Misurare l'impatto e costruire continuità

I progetti di dati possono crescere nel tempo fino a diventare osservatori scolastici. Fogli condivisi su [Google Sheets](#) o spazi di collaborazione gratuiti come [Trello](#) e [Miro](#) aiutano a monitorare i progressi mese per mese. In Italia, la rete [SNPA](#) promuove proprio queste collaborazioni locali, mentre in Romania il [programma Eco-Scoala](#) certifica le scuole che monitorano e migliorano continuamente i propri indicatori ecologici.

# Quiz interattivo – "Data Detective"

## 1. Qual è lo scopo principale del monitoraggio dei dati ambientali?

- A. Raccogliere il maggior numero possibile di dati
- B. Comprendere, comunicare e agire sui problemi ambientali
- C. Sostituire il monitoraggio istituzionale

## 2. Quale agenzia italiana fornisce dati ambientali ufficiali?

- A. ARCI
- B. ISPRA e ARPA (agenzie regionali per la protezione ambientale)
- C. FIAT

## 3. Cos'è Aerlive.ro?

- A. Una piattaforma rumena per il monitoraggio della qualità dell'aria in tempo reale sviluppata dalla società civile
- B. Un social network
- C. Un quotidiano nazionale

## 4. Perché i dati generati dai cittadini dovrebbero essere confrontati con le fonti ufficiali?

- A. Per garantire accuratezza e credibilità
- B. Per ridurre la partecipazione della comunità
- C. Per nascondere gli errori

## 5. Cosa trasforma i dati in impatto?

- A. Conservarli privatamente
- B. Condividerli solo con gli amici
- C. Visualizzarli e comunicarli attraverso storie chiare

## Riflessione finale

I dati ambientali non sono solo statistiche; sono uno specchio di come viviamo. Quando i giovani cittadini imparano a leggere e condividere quello specchio in modo responsabile, diventano catalizzatori di responsabilità e innovazione. Ogni grafico, mappa o numero diventa un atto di cura – la prova che scienza ed empatia possono lavorare mano nella mano. Attraverso i dati, iniziamo a vedere non solo l'inquinamento e i rifiuti, ma anche possibilità e speranza.

# Riferimenti e link utili – Capitolo III

1. Agenzia Europea dell'Ambiente (EEA). Portale Dati e Mappe.  
<https://www.eea.europa.eu/data-and-maps>
2. ISPRA - Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale. Geoportale Nazionale & Atlante dell'Aria Pulita. <https://www.isprambiente.gov.it/>
3. ARPA Umbria. Qualità dell'Aria e Dati Ambientali. <https://www.arpa.umbria.it/>
4. SNPA - Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente. <https://www.snpambiente.it/>
5. Aerlive.ro. Piattaforma per il monitoraggio della qualità dell'aria - Romania.  
<https://www.aerlive.ro/>
6. Agenția Națională pentru Protecția Mediului (ANPM). <https://www.anpm.ro/>
7. Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor (Romania). <https://www.mmediu.ro/>
8. Ecopolis Romania. <https://www.ecopolis.org.ro/>
9. Global Forest Watch. <https://www.globalforestwatch.org/>
10. Earth Nullschool. <https://earth.nullschool.net/>
11. Flourish Data Visualization. <https://flourish.studio/>
12. Google Data Studio / Looker Studio. <https://datastudio.google.com/>
13. Canva. <https://www.canva.com/>
14. Public Lab. <https://publiclab.org/>
15. AirBeam Sensor - HabitatMap. <https://www.habitatmap.org/airbeam>
16. Eco-Școala Program Romania. <https://www.ecoscoala.ro/>
17. Google Sheets. <https://www.google.com/sheets/about/>
18. Trello. <https://trello.com/>
19. Miro. <https://miro.com/>

# Capitolo IV – Coinvolgere le amministrazioni locali

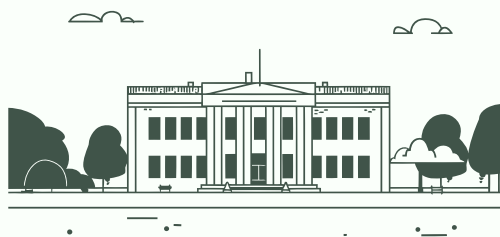
Dall'attivismo online al dialogo civico e alla  
cooperazione



# Introduzione: Il collegamento mancante tra cittadini e istituzioni

Ogni campagna ambientale arriva inevitabilmente a un punto in cui l'azione digitale deve incontrare il processo decisionale del mondo reale. I giovani possono firmare petizioni, raccogliere dati o organizzare iniziative di pulizia – ma perché i loro sforzi producano un cambiamento sistemico, devono essere ascoltati da chi è al comando. È qui che entrano in gioco i governi locali: sindaci, consiglieri comunali e agenzie regionali che trasformano le idee in politiche e bilanci.

Nel progetto GreenCitizens, il dialogo con le istituzioni locali non è visto come una formalità, ma come la forma più tangibile di partecipazione civica. Trasforma l'empowerment digitale in agency civica: la capacità di influenzare le priorità ambientali dove le decisioni avvengono davvero – nelle scuole, nelle comunità e nei comuni.



## Perché i governi locali contano

- ❶ Le amministrazioni locali sono la prima linea della governance ambientale. Decidono sui sistemi di raccolta dei rifiuti, sugli spazi verdi urbani, sulle politiche del traffico e sui piani per le energie rinnovabili. Gestiscono anche i programmi finanziati dall'UE per la sostenibilità e l'adattamento climatico.

Per esempio, città italiane come Perugia, Terni e Bologna hanno implementato i "Piani di Azione per l'Energia Sostenibile e il Clima" (PAESC) – Sustainable Energy and Climate Action Plans – in linea con l'iniziativa Covenant of Mayors dell'UE. In Romania, comuni come Cluj-Napoca, Braşov e Iaşi hanno adottato strategie ambientali simili e collaborano attivamente con i giovani e le ONG per la loro attuazione. Comprendendo il funzionamento di questi sistemi, i giovani cittadini possono individuare i punti di accesso giusti per influenzarli – dalle consultazioni pubbliche ai consigli consultivi giovanili.

# Comprendere come funzionano i governi locali

Prima di avvicinarsi a un comune, è utile conoscerne la struttura. La maggior parte dei governi locali in Europa ha dipartimenti simili: ambiente, pianificazione urbana, trasporti, istruzione e giovani. Ogni dipartimento ha punti di contatto o moduli online per la comunicazione con i cittadini.

In Italia, città come Perugia pubblicano canali di contatto aperti tramite il loro ufficio [Comune di Perugia - Ambiente e Sostenibilità](#). I comuni romeni, attraverso portali come [Primașria Cluj-Napoca](#) o [Primașria Brașov](#), incoraggiano inoltre i cittadini a inviare suggerimenti o reclami in formato digitale.

Sapere chi è responsabile di cosa permette ai giovani attivisti di inviare le proposte alla persona giusta invece che a caselle di posta generiche che spesso non vengono lette.

## Dall'hashtag al municipio: fare il primo contatto

Rivolgersi a un ufficio pubblico può sembrare intimidatorio, ma le istituzioni locali sono più aperte al dialogo con i cittadini di quanto molti immaginino. Il segreto è unire rispetto e chiarezza.

Un buon primo messaggio dovrebbe:

- ❏ 1. Essere conciso e cortese – due brevi paragrafi che spieghino chi sei e perché stai scrivendo.
- 2. Includere una richiesta chiara (ad esempio: "Vorremmo incontrare l'ufficio ambiente per presentare la nostra petizione sulla gestione dei rifiuti verdi").
- 3. Allegare o linkare documenti di supporto: un riepilogo della vostra iniziativa, foto o dati.
- 4. Proporre un breve incontro – online o di persona – e mostrare disponibilità a collaborare.

In Italia, la piattaforma civica [Partecipa! Umbria](#) offre esempi di come i cittadini possano presentare proposte strutturate alle autorità regionali. In Romania, il portale partecipativo [Consultare Publicaș - Gov.ro](#) elenca le consultazioni pubbliche in corso, dove ONG e gruppi giovanili possono inviare commenti sulle politiche ambientali.

Il primo contatto non serve a convincere subito – serve ad aprire una porta.

# Presentare la tua proposta in modo efficace

Una volta programmato un incontro o uno scambio, la preparazione fa la differenza. I funzionari locali rispondono meglio a presentazioni ben strutturate e orientate alle soluzioni, piuttosto che ad appelli emotivi.

Ecco alcuni consigli:

1. **Conosci i tuoi dati.** Se la tua campagna ha previsto monitoraggi o raccolte firme, riassumi i risultati principali in due o tre elementi visivi.
2. **Evidenzia i benefici.** Spiega in che modo la tua proposta migliora la qualità della vita, l'immagine pubblica o l'efficienza dei costi per il comune.
3. **Porta esempi.** Cita buone pratiche di altre città – per esempio, il progetto "Green Areas Open to All" del Comune di Bologna o l'iniziativa Bike Sharing di Braşov sostenuta da fondi UE.
4. **Mostra collaborazione, non contrapposizione.** Usa un linguaggio inclusivo come "Potremmo lavorare insieme su..." invece di "Dovreste fare...".

L'approccio GreenCitizens incoraggia i giovani ad agire come partner, non come manifestanti. Il cambiamento avviene più velocemente quando le istituzioni si sentono parte della soluzione.

## Usare gli strumenti ufficiali per la partecipazione dei cittadini

Molte città europee stanno adottando piattaforme digitali che invitano i cittadini a contribuire con idee, votare le priorità o monitorare gli esiti delle politiche.

Alcuni esempi utili includono:

- [\*\*EU Climate Pact - Pledge Platform\*\*](#) - cittadini e organizzazioni si impegnano in azioni locali per l'ambiente.
- [\*\*Open Municipio\*\*](#) - una piattaforma civic-tech italiana che consente ai residenti di seguire le decisioni del consiglio comunale.
- [\*\*Decid Bucureşti\*\*](#) - l'adattamento rumeno di Decidim, dove i cittadini possono presentare proposte al Municipio di Bucarest.
- [\*\*Partecipa! Umbria\*\*](#) - promuove la pianificazione partecipativa regionale.
- [\*\*Consiliul Consultativ al Tinerilor din Cluj-Napoca\*\*](#) - il consiglio consultivo giovanile ufficiale che collabora con le autorità locali.

Imparare a usare questi strumenti trasforma i giovani cittadini da osservatori in contributori riconosciuti.

# Scrivere lettere e richieste efficaci

Quando è necessaria una comunicazione formale, i modelli possono essere d'aiuto. Una buona lettera ufficiale a un governo locale include:

- L'oggetto (chiaro e breve: "Proposta per spazi scolastici più verdi").
- L'introduzione, che identifichi il tuo gruppo o associazione.
- Una breve descrizione del problema supportata da fatti o dati.
- Proposte o domande concrete.
- I dati di contatto e una richiesta di risposta o di incontro.

Il GreenCitizens Toolkit offre modelli modificabili per lettere ufficiali e richieste di incontro che possono essere personalizzati da scuole o ONG. Conserva sempre una copia della corrispondenza e annota la data – i follow-up devono essere cordiali ma persistenti.

## Costruire una collaborazione a lungo termine

Un cambiamento reale raramente avviene dopo un singolo incontro. Quando un'istituzione risponde positivamente, mantieni viva la relazione: invita i rappresentanti ai tuoi eventi, condividi gli aggiornamenti del progetto e ringraziali pubblicamente per il loro sostegno. Col tempo, questo trasforma l'advocacy a breve termine in co-creazione – un percorso condiviso di progresso.

In Italia, ad esempio, i gruppi giovanili coinvolti nell'iniziativa Perugia Plastic Free Schools ora co-progettano workshop con l'ufficio comunale per l'ambiente. In Romania, il Green Cluj Youth Forum collabora regolarmente con i funzionari comunali per sviluppare eventi sulla sostenibilità durante la Săptămâna Verde ("Settimana Verde").

Quando la cooperazione cresce, i giovani smettono di essere "presentatori di petizioni" e diventano partner nelle decisioni politiche.

## Misurare e celebrare i risultati

Dopo qualsiasi coinvolgimento istituzionale, è importante riflettere: cosa è cambiato? Cosa si potrebbe migliorare la prossima volta? Anche i risultati piccoli – un riconoscimento pubblico, una nuova area per piantare alberi o una menzione nei piani politici locali – dovrebbero essere documentati e condivisi online. Celebrare i risultati motiva gli altri e dimostra che il dialogo costruttivo funziona.

Allo stesso tempo, è utile mantenere un breve registro scritto delle comunicazioni e dei risultati. Questo "diario della partecipazione" sarà prezioso per i progetti futuri e per la fase finale di disseminazione di GreenCitizens.

# Quiz interattivo – "Civic Connector"

## 1. Perché i governi locali sono partner chiave nel cambiamento ambientale?

- A. Controllano bilanci, servizi e regolamenti che influenzano la sostenibilità.
- B. Perché prendono decisioni quotidiane sulle questioni ambientali locali.
- C. Organizzano concerti per i giovani.

## 2. Qual è il tono migliore quando si contattano le istituzioni pubbliche?

- A. Aggressivo ed esigente
- B. Cortese, conciso e collaborativo
- C. Eccessivamente tecnico

## 3. Quale piattaforma consente ai cittadini di proporre idee al Municipio di Bucarest?

- A. TikTok
- B. Decid București
- C. YouTube

## 4. Cosa dovrebbe includere una buona lettera ufficiale a un comune?

- A. Lunghe storie personali
- B. Un oggetto chiaro, dati, una proposta e i dettagli di contatto
- C. Solo un elenco di lamentele

## 5. Cosa trasforma le campagne giovanili in partnership civiche durature?

- A. La ripetizione delle richieste
- B. Comunicazione e collaborazione continue con le istituzioni
- C. Ignorare il feedback del governo

## Riflessione finale

Coinvolgere i governi locali significa entrare nell'arena democratica con rispetto, fiducia e preparazione. Attraverso il dialogo, i giovani scoprono che il potere civico non consiste solo nell'alzare la voce, ma nel dare forma al futuro mano nella mano con chi governa. Quando l'attivismo incontra l'amministrazione, la trasformazione diventa politica – e le campagne digitali diventano risultati per la comunità.

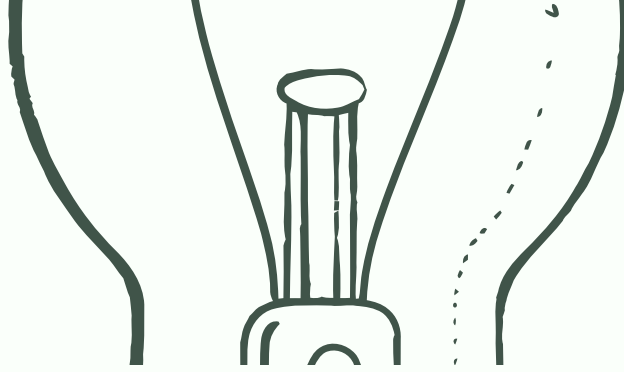
# Riferimenti e link utili – Capitolo IV

1. Commissione Europea. Il Green Deal europeo. <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal>
2. Patto dei Sindaci per il Clima e l'Energia Europa. <https://www.covenantofmayors.eu/>
3. Comune di Perugia - Ambiente e Sostenibilità. <https://www.comune.perugia.it/pagine/ambiente-e-sostenibilita>
4. Partecipa! Umbria - Portale Partecipativo della Regione Umbria. <https://partecipa.regione.umbria.it/>
5. Open Municipio (Italia). <https://openmunicipio.it/>
6. Comune di Cluj-Napoca. <https://primariaclujnapoca.ro/>
7. Comune di Braşov. <https://www.brasovcity.ro/>
8. Piattaforma Decid Bucureşti. <https://decid-bucuresti.primarie.ro/>
9. Consultazione Pubblica - Gov.ro. <https://www.gov.ro/ro/transparenta/consultari-publice>
10. Consiglio Consultivo dei Giovani di Cluj-Napoca. <https://primariaclujnapoca.ro/informatii-de-interes-public/consiliul-consultativ-al-tinerilor/>
11. EU Climate Pact - Piattaforma di Impegno. [https://climate-pact.europa.eu/index\\_en](https://climate-pact.europa.eu/index_en)
12. Green Cluj Youth Forum. <https://greencluj.ro/>
13. Comune di Bologna - Aree Verdi per Tutti. <https://www.comune.bologna.it/servizi-informazioni/aree-verdi>

# **Capitolo V – Casi studio e modelli**

**Dall'ispirazione all'azione: imparare da campagne reali**





# Introduzione: Trasformare la conoscenza in pratica

Nel corso di questo Toolkit, hai esplorato i principali pilastri dell'attivismo ambientale digitale: comunicazione, petizioni, monitoraggio dei dati e dialogo con le istituzioni.

## **Trasformare le preoccupazioni locali**

Questo capitolo finale riunisce tutti questi elementi attraverso esempi reali di come giovani europei hanno trasformato le preoccupazioni ambientali locali in campagne di successo, e offre modelli per aiutarti a fare lo stesso.

## **Imparare dall'azione**

Nella filosofia GreenCitizens, il miglior apprendimento nasce dall'azione. Osservando come altri hanno ottenuto un impatto, puoi dare forma alle tue iniziative con creatività, dati e supporto della comunità.

# Case Study 1 – Italia: "Scuole senza plastica a Perugia"

Nel 2023, gli studenti del Liceo Scientifico Galileo Galilei di Perugia hanno notato l'elevato numero di bottiglie monouso prodotte ogni giorno nella loro mensa. Hanno lanciato "Scuola Senza Plastica", una campagna sui social media con l'hashtag #PerugiaPlasticFree, sostenuta da Legambiente Giovani.

Un breve video su Instagram e TikTok che mostrava i loro rifiuti plastici settimanali ha raggiunto 15 000 visualizzazioni locali. Nel giro di due settimane hanno aperto una petizione su [Change.org](#) indirizzata al Comune di Perugia, chiedendo distributori d'acqua e bicchieri compostabili. Dopo aver raccolto oltre 1 200 firme, hanno presentato i risultati all'Ufficio Ambiente comunale con i dati forniti da [ARPA Umbria](#). UNLAB ha aiutato nella progettazione delle visuali per la diffusione pubblica.

## Impatto



# Case Study 2 – Romania: "Aria per Tutti – Rete Giovanile Cluj Aerlive"

Nel 2022, l'ONG [Ecopolis România](#) ha lanciato la piattaforma di citizen science [Aerlive.ro](#) per mostrare dati sulla qualità dell'aria in tempo reale. Gli studenti di Cluj-Napoca hanno creato un movimento locale chiamato "Air for All / Aer pentru Toți", combinando dati aperti e advocacy digitale.

Utilizzando i sensori di Aerlive, hanno mappato i picchi di inquinamento vicino ai parchi giochi e alle scuole. Hanno visualizzato i risultati in [Canva](#) e diffuso infografiche sui social media con l'hashtag #AerPentruToți, raggiungendo oltre 50 000 persone. I loro risultati sono stati successivamente pubblicati da Primăria Cluj-Napoca durante gli aggiornamenti alla sua Strategia pentru Mediu del 2023.

## Impatto

1

**Quindici nuovi sensori per la qualità dell'aria installati in città.**

2

**Collaborazione continua tra Ecopolis, il comune e i gruppi giovanili.**

3

**Integrazione delle attività della Săptămâna Verde ("Green Week") nelle scuole.**

# Caso di studio 3 – Spagna: "#SeasWithoutPlastic / #MaresSinPlástico"

In tutta la Spagna, il programma "Mares Circulares" ("Mari Circolari"), guidato da [Ecoembes](#) e Asociación Vertidos Cero, mobilita volontari per pulire le aree costiere e raccogliere dati sui rifiuti marini. I giovani delle università in Galizia, Andalusia e Isole Baleari partecipano alle pulizie locali e caricano i dati tramite l'app mobile [Marine LitterWatch](#), sviluppata dall'[Agenzia europea dell'ambiente](#).

La componente digitale della campagna – l'hashtag #MaresSinPlástico – ha diffuso messaggi ambientali e statistiche visive su Instagram e Twitter, incoraggiando i consumatori a ridurre la plastica monouso.

## Impatto



Questo caso illustra come la combinazione di lavoro sul campo e strumenti open data possa trasformare l'azione locale in contributi alle politiche nazionali.

# Case Study 4 – Germania: "Sciopero Digitale Fridays for Future"

Quando la pandemia di COVID-19 ha reso impossibili gli assembramenti pubblici nel 2020, Fridays for Future Germania ha trasformato i suoi scioperi per il clima in un enorme movimento digitale. Sotto gli hashtag #NetzstreikFürsKlima e #DigitalStrike, migliaia di giovani attivisti hanno sostituito le proteste di piazza con post online coordinati, banner digitali e dirette streaming su [Instagram](#), [Twitter](#) e [YouTube](#).

I partecipanti hanno utilizzato modelli visivi condivisi tramite [Canva](#) e hanno programmato i post simultaneamente per simulare una "piazza digitale". L'iniziativa ha ricevuto copertura da importanti testate come Deutsche Welle e riconoscimento da parte del [Patto europeo per il clima](#) per l'innovativa partecipazione dei giovani.

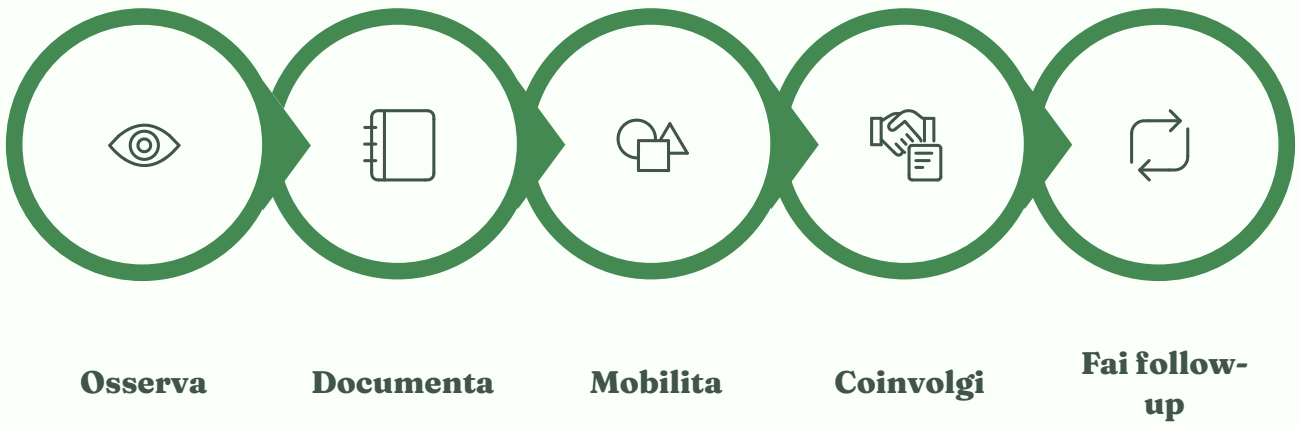
## Impatto



Questa campagna ha dimostrato che l'attivismo ambientale può continuare e persino crescere quando la creatività digitale sostituisce la presenza fisica.

# Come adattare questi modelli

Ognuna di queste iniziative reali seguiva la stessa logica:



Che si tratti di monitorare la qualità dell'aria, raccogliere dati costieri o negoziare con i comuni, il successo dipendeva da tre ingredienti condivisi: informazioni credibili, comunicazione costante e collaborazione con le istituzioni. Questi sono gli stessi principi che guidano GreenCitizens – un promemoria del fatto che l'attivismo digitale funziona meglio quando è radicato nelle realtà locali e sostenuto da prove fattuali.

# Modello 1 – Lettera ufficiale a un Comune

**Scopo:** Usa questo modello per comunicare in modo formale con il tuo consiglio comunale, l'autorità regionale o l'amministrazione scolastica. Adatta il tono al tuo contesto e stampalo su carta intestata della tua organizzazione, se possibile.

---

**Oggetto:** Proposta per spazi scolastici più sostenibili

**A:** [Titolo e nome completo]

**Ruolo:** [es. Responsabile dell'Ufficio Ambiente]

**Organizzazione:** [Comune / Nome dell'istituzione]

**Data:** [GG mese AAAA]

Gentile [Titolo e cognome],

Siamo un gruppo di giovani cittadini provenienti da [città / nome della scuola], che partecipa all'iniziativa GreenCitizens (Programma Erasmus+). Durante le nostre attività di ricerca, abbiamo individuato diverse opportunità per migliorare la sostenibilità ambientale nella nostra comunità – ad esempio, [descrivi brevemente il problema, ad es. eccessivi rifiuti di plastica / mancanza di contenitori per la raccolta differenziata / inefficienza energetica negli edifici scolastici].

La nostra proposta mira a:

1. [Descrivi la soluzione 1], che permetterebbe di ...
2. [Descrivi la soluzione 2], che si prevede ...

Queste azioni sono in linea con la strategia di sostenibilità del comune e con gli obiettivi del Green Deal dell'UE.

Saremmo grati per l'opportunità di presentare le nostre osservazioni e proposte durante un breve incontro a vostra convenienza.

Si allegano:

- Un documento di sintesi con i dati chiave e le foto;
- Firme o testimonianze raccolte tramite la nostra petizione;
- I contatti del nostro rappresentante.

Grazie per la vostra attenzione e il vostro impegno per un futuro più verde. Non vediamo l'ora di collaborare con il vostro ufficio.


Cordiali saluti,

[Nome e Cognome - Rappresentante dei giovani]

[Gruppo / Nome della scuola]

[Email | Telefono]

[Sito web o pagina social]

 **Suggerimento:** Conservate sempre una copia PDF per i vostri archivi e annotate quando è stata inviata. Effettuate un cortese sollecito se non ricevete risposta dopo 10 giorni.

## Modello 2 – Email di richiesta incontro

**Obiettivo:** Richiedere un appuntamento con un'istituzione, un'ONG o un'azienda. Breve, chiara, rispettosa.

---

**Oggetto:** Richiesta di incontro - Proposta ambientale giovanile su [Tema]

Gentile [Titolo e Nome],

Mi chiamo [Nome completo], e rappresento [Scuola / Organizzazione giovanile]. Stiamo sviluppando un'iniziativa ambientale nell'ambito del progetto Erasmus+ GreenCitizens, incentrata su [breve descrizione del problema].

Apprezzeremmo un breve incontro di circa 30 minuti [online / in presenza] per presentare i nostri risultati ed esplorare possibili collaborazioni. Potrebbe comunicarci la sua disponibilità entro le prossime due settimane?


La ringraziamo in anticipo per aver preso in considerazione la nostra richiesta.

Cordiali saluti,

[Nome completo]

[Organizzazione]

[Email | Telefono | Sito web]

 **Suggerimento:** Inviare il messaggio da un indirizzo email professionale, includete il vostro logo se disponibile e rispondete tempestivamente ai messaggi di pianificazione.

# Template 3 – Pacchetto Campagna Social Media

**Scopo:** Coordinare tono e elementi visivi tra i post su Instagram, Facebook, TikTok o X.

## Struttura di esempio del post

**Titolo (max 10 parole):** 🌱 Rendiamo [Nome della città] libera dalla plastica!


**Riga introduttiva:** Ogni giorno, la nostra scuola getta più di 500 bottiglie di plastica.

**Messaggio principale:** Insieme possiamo cambiare le cose! Firma la nostra petizione e condividi le tue idee per scuole più verdi.

### Elementi visivi:

1. Infografica con i dati chiave del tuo sondaggio (Canva / Piktochart).
2. Breve clip video (15-30 s) che mostra il problema e la soluzione.

### Call to Action:

 Firma qui → [link petizione]

 Unisciti a noi il [data] per l'evento #GreenCitizensEU!

**Hashtag:** #GreenCitizensEU #YouthForClimate #DigitalForNature #[YourCityName]Green

**Suggerimento:** Mantieni la stessa identità visiva - colori, logo e font - per creare riconoscibilità del brand per la tua campagna.

# Template 4 – Scheda di riepilogo della petizione


Sezione	Guida / Esempio
Titolo	Breve, emozionale, ≤ 12 parole <i>Esempio: Aria Pulita per la Nostra Scuola!</i>
Obiettivo	Definisci un cambiamento misurabile <i>Esempio: Installare filtri dell'aria nelle aule entro giugno 2026</i>
Destinatario	Chi può decidere <i>Esempio: Comune di Cluj-Napoca - Dipartimento Ambiente</i>
Prove	Dati + immagini <i>Esempio: Aerlive.ro mostra PM2.5 oltre i limiti per 20 giorni al mese.</i>
Invito all'azione	Appello diretto <i>Esempio: Firma e condividi per chiedere aria più pulita per i nostri bambini!</i>
Contatto	Gruppo / email / link <i>Esempio: GreenCitizens Youth Cluj - greencluj@gmail.com</i>

- Consiglio:** Mantieni il tono positivo e orientato alle soluzioni. Monitora le firme ogni settimana e comunica i progressi online.

# Template 5 – Piano d’Azione della Campagna

**Scopo:** Pianificare, assegnare e valutare ogni fase della tua campagna. Usalo come tabella online condivisa (Google Sheets / Trello).

Fase	Obiettivo	Attività Chiave	Persone Responsabili	Tempistica	Indicatori di Successo
1. Ricerca	Identificare il problema e raccogliere dati	Condurre sondaggi tra gli studenti, analizzare i dati dell’EEA	Ana & Luca	1-10 maggio	Problema definito, dati raccolti
2. Comunicazione	Aumentare la consapevolezza	Progettare il logo, lanciare #campaign	Sara & Mihai	11-25 maggio	500 visualizzazioni online in 2 settimane
3. Mobilitazione	Raccogliere supporto	Pubblicare la petizione / organizzare un evento	Leader del gruppo	26 maggio - 15 giu	200 firme raccolte
4. Coinvolgimento	Incontrare le istituzioni	Inviare la lettera, fissare l’incontro	Maria & Andrei	16-30 giu	Ricevuta una risposta ufficiale
5. Follow-Up	Valutare l’impatto & fare rapporto	Pubblicare i risultati online, ringraziare i sostenitori	Team	1-10 lug	Rapporto pubblicato & condiviso

 **Suggerimento:** Includi sempre indicatori di valutazione - numeri (firme, partecipanti) e feedback qualitativi (menzioni sui media, risposte politiche).

# Quiz interattivo – "Dall'idea all'azione"

## 1. Qual è stato il risultato principale della campagna Plastic-Free Schools a Perugia?

- A. Divieto delle mense scolastiche
- B. Riduzione del 75 % dei rifiuti plastici e integrazione nei programmi comunali
- C. Nuova legge nazionale

## 2. Quale città rumena ha sviluppato la rete giovanile "Air for All"?

- A. Braşov
- B. Cluj-Napoca
- C. Constanţa

## 3. Quale strumento hanno usato i volontari spagnoli per registrare i dati sui rifiuti marini?

- A. Excel
- B. App Marine LitterWatch
- C. TikTok

## 4. In che modo Fridays for Future Germania ha continuato l'attivismo durante i lockdown?

- A. Ha sospeso tutte le azioni
- B. Si è spostato su campagne digitali usando #NetzstreikFürsKlima e #DigitalStrike
- C. Si è orientato verso incontri privati

## 5. Quale principio comune collega tutti questi casi di studio?

- A. Azioni locali isolate
- B. Dati credibili, comunicazione coerente e collaborazione istituzionale
- C. Proteste senza dialogo

## Riflessione finale

In tutta Europa, i giovani stanno già dimostrando che dati, creatività e collaborazione possono cambiare le politiche. Dalle scuole plastic-free in Italia alle reti per la qualità dell'aria in Romania, dai volontari spagnoli che puliscono le coste agli scioperi digitali in Germania, ogni azione amplia il significato di cittadinanza attiva. Gli strumenti che ora hai in questo Kit sono la loro eredità – e il tuo invito a continuare a scrivere il prossimo capitolo verde dell'Europa.

# Riferimenti e link utili – Capitolo V

1. Legambiente. Campagna Scuole Plastic Free. <https://www.legambiente.it/>
2. ARPA Umbria. Programma Green Schools. <https://www.arpa.umbria.it/>
3. Comune di Perugia - Ambiente e Sostenibilità.  
<https://www.comune.perugia.it/pagine/ambiente-e-sostenibilita>
4. Fa' la cosa giusta! Umbria. <https://www.falacosagiustaumbria.it/>
5. Ecopolis România. Piattaforma Aerlive. <https://www.aerlive.ro/>
6. Declic România. <https://www.declic.ro/>
7. Primăria Cluj-Napoca - Strategia per l'ambiente 2023. <https://primariaclujnapoca.ro/>
8. Ecoembes Spain - Programma Mares Circulares. <https://www.ecoembes.com/mares-circulares>
9. Marine LitterWatch - Agenzia europea dell'ambiente.  
<https://marlitterwatch.discomap.eea.europa.eu/>
10. Agenzia europea dell'ambiente (EEA). <https://www.eea.europa.eu/>
11. Fridays for Future Germany. <https://fridaysforfuture.de/>
12. European Climate Pact - Banca dati delle buone pratiche. [https://climate-pact.europa.eu/index\\_en](https://climate-pact.europa.eu/index_en)
13. Deutsche Welle - Copertura degli scioperi digitali per il clima (2020). <https://www.dw.com/>
14. Canva. <https://www.canva.com/>
15. Flourish Data Visualization. <https://flourish.studio/>

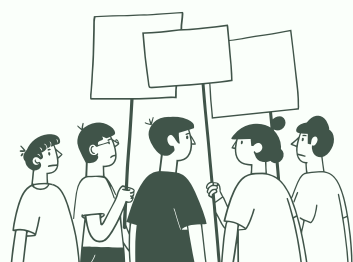
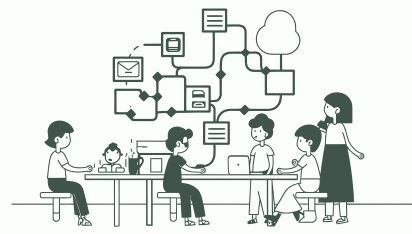
# Conclusione e Ringraziamenti

**Dalla consapevolezza digitale alla cittadinanza verde**



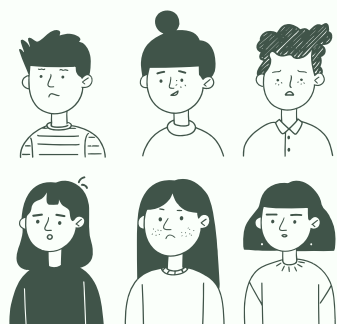
# Un percorso condiviso verso l'empowerment ambientale

Il GreenCitizens Toolkit segna la conclusione di un percorso collettivo. È iniziato con una semplice domanda: in che modo i giovani possono usare gli strumenti digitali per far sentire la propria voce per l'ambiente?



Questa collaborazione Erasmus+ ha riunito giovani, educatori, formatori e professionisti provenienti da Italia e Romania. Hanno trasformato quella domanda in un percorso di apprendimento strutturato, descritto in ogni capitolo del Toolkit. Dall'attivismo digitale alla creazione di petizioni, dal monitoraggio dei dati ambientali al coinvolgimento dei governi locali, il Toolkit offre esempi pratici europei.

L'obiettivo finale del Toolkit è collegare la trasformazione digitale alla responsabilità ambientale. Offre ai giovani cittadini gli strumenti per diventare agenti di cambiamento informati, attivi e creativi all'interno delle loro scuole e comunità. Acquisiscono non solo competenze digitali, ma anche abilità civiche, etiche ed emotive essenziali per la transizione verde.



Il progetto GreenCitizens sottolinea che la transizione ecologica richiede educazione, partecipazione ed empatia, non solo tecnologia. Insegnando la raccolta dei dati, la comunicazione trasparente e la collaborazione con le istituzioni pubbliche, il progetto offre un modello di azione civica sostenibile, facilmente replicabile in tutta Europa.

# Cosa rappresenta il Toolkit

Questa pubblicazione non è solo un manuale – è al tempo stesso una risorsa e un simbolo. Rappresenta centinaia di piccole idee, conversazioni e azioni emerse durante le attività del progetto: le tavole rotonde con i giovani che hanno rivelato cosa significhi “cittadinanza digitale” per questa generazione; lo spazio di lavoro online condiviso in cui i partner hanno scambiato bozze, immagini e feedback; i workshop in cui i team italiani e rumeni hanno validato e testato i metodi ora contenuti in queste pagine.

Il Toolkit è stato concepito per servire diversi pubblici:

- **Giovani**, che possono seguire le attività passo dopo passo per progettare le proprie azioni ambientali locali;
- **Insegnanti e youth worker**, che possono integrare i suoi contenuti in workshop, corsi o contesti di apprendimento informale;
- **Istituzioni e ONG**, che possono usare i suoi esempi e modelli per ispirare comunicazione inclusiva e processi partecipativi.

Ogni sezione è progettata per essere modulare e adattabile – può essere utilizzata in un seminario di un giorno o come programma di apprendimento di un semestre. Poiché l’approccio GreenCitizens valorizza l’accessibilità, il Toolkit è pubblicato in inglese, italiano e rumeno, scaricabile gratuitamente e formattato per l’uso digitale e cartaceo.

## Impatto oltre il progetto

L’impatto di GreenCitizens si estende oltre le attività programmate. Attraverso il suo metodo partecipativo, ha costruito relazioni transnazionali tra organizzazioni, municipalità e scuole che continueranno a collaborare anche dopo la fine del progetto. I giovani che hanno partecipato alle tavole rotonde, ai workshop e alle azioni online dispongono ora di strumenti pratici per influenzare le proprie comunità.

Molte delle campagne avviate durante il progetto – dalle petizioni digitali ai video di sensibilizzazione fino ai “Green Days” locali – sono ancora attive. Il Toolkit contribuirà a moltiplicare questi esempi, consentendo ad altre scuole e gruppi giovanili di replicare il processo, adattarlo a nuovi contesti e mantenerlo vivo.

Incoraggiando i giovani a unire tecnologia e impegno civico, GreenCitizens contribuisce alle priorità strategiche dell’Unione Europea: ambiente e lotta contro il cambiamento climatico; prontezza e resilienza digitale; cittadinanza attiva e partecipazione giovanile. In questo senso, il progetto rappresenta un piccolo ma concreto passo verso la visione del Green Deal europeo di un continente climaticamente neutro e socialmente inclusivo.

# **Sostenibilità, crediti e parole finali**

## **Sostenibilità e impegno a lungo termine**

Entrambe le organizzazioni partner – ATEs (Romania) e UNLAB (Italia) – si sono impegnate a mantenere e diffondere questo Toolkit per almeno tre anni oltre la conclusione del progetto. I materiali resteranno disponibili attraverso i loro siti web ufficiali e le reti condivise, garantendo che scuole, ONG e associazioni giovanili possano continuare a utilizzare e adattare le risorse.

Anche i workshop e gli eventi sviluppati nell'ambito di GreenCitizens saranno integrati nelle future iniziative dei partner, promuovendo continuità e contaminazione incrociata con altri progetti Erasmus+ e locali. La sostenibilità del progetto si basa su tre principi: Accesso aperto - tutte le risorse sono gratuite e adattabili; Rafforzamento delle capacità - formare educatori affinché possano riutilizzare il Toolkit in autonomia; Coinvolgimento della comunità - mantenere la collaborazione con autorità locali e scuole per mantenere visibili le iniziative dei giovani. Questi impegni garantiscono che GreenCitizens rimanga una risorsa viva e in evoluzione, e non un capitolo chiuso.

## **Il lato umano della cooperazione**

Dietro la struttura del Toolkit ci sono persone che hanno contribuito con conoscenze, tempo ed entusiasmo. Dagli studenti che hanno testato i moduli dei questionari ai graphic designer che hanno impaginato le immagini, dagli insegnanti che hanno facilitato i dibattiti ai funzionari comunali che hanno risposto alle proposte dei giovani – ogni contributo ha plasmato il risultato finale.

Un ringraziamento particolare va ai facilitatori delle Tavole Rotonde Nazionali, la cui pazienza e professionalità hanno aiutato a trasformare le sessioni di brainstorming in idee concrete; ai partecipanti giovani, che hanno condiviso opinioni sincere su ciò che davvero motiva o scoraggia l'impegno civico; e ai team tecnici, che hanno garantito che tutti i materiali rispettassero sia gli standard creativi sia quelli accademici.

# Impatto

**Organizzazione capofila:** ATES - Asociația pentru Transformare Educațională și Socială (Romania)

**Organizzazione partner:** UNLAB - Un/Lab S.N.C. (Italia)

**Contributori ed esperti:** Antonella Bussotti - Project Management (UNLAB); Mariya Borisova - Ricerca e sviluppo dei contenuti (UNLAB); Eleonora Broncolo - Strategia di comunicazione (UNLAB); Alexandra Cornea - Coordinamento del progetto e metodologia (ATES); Cornelia Popa Stavri - Facilitazione giovanile e dialogo sulle politiche (ATES); Gabriela Macaveiu - Strategia di comunicazione (ATES)

**Ringraziamenti speciali a:** I partecipanti giovani provenienti da Romania e Italia che hanno preso parte alle tavole rotonde e ai workshop nazionali; insegnanti e tutor delle organizzazioni giovanili e delle scuole partecipanti a Perugia e Bucarest; tutti gli stakeholder locali, giornalisti e ONG che hanno sostenuto le attività di disseminazione.

**Progettazione e impaginazione:** UNLAB - Unità di design multimediale e visivo

**Revisione linguistica:** Team di comunicazione educativa ATES

**Traduzione in rumeno e italiano:** Team linguistici del progetto, 2025

## Parole finali: un invito all'azione

Questo Toolkit si chiude con un messaggio semplice: **La cittadinanza inizia quando smettiamo di aspettare che siano gli altri ad agire.**

L'esperienza di GreenCitizens dimostra che un cambiamento ambientale significativo non richiede sistemi perfetti o grandi budget – solo iniziativa, collaborazione e perseveranza. Ogni post sui social media, ogni petizione, ogni incontro con un rappresentante locale diventa parte di un movimento europeo più ampio per la sostenibilità e la democrazia.

Invitiamo tutti coloro che leggono queste pagine – studenti, educatori, attivisti o decisori politici – a usare questo Toolkit come punto di partenza. Adattatelo alla vostra realtà, tradcetelo, remixatelo e condividete i vostri risultati. Le transizioni verde e digitale non sono percorsi paralleli; sono viaggi intrecciati verso una società più equa e consapevole.

Se questo Toolkit aiuta anche solo una persona giovane a scoprire la propria voce, allora avrà pienamente compiuto la sua missione.

# Allegato I – Risposte corrette ai quiz

Questo allegato contiene le risposte corrette verificate per tutti i quiz interattivi inclusi nel Toolkit. Ogni quiz può essere utilizzato in modo indipendente per l'autovalutazione, le attività di gruppo o la valutazione in classe.

## Capitolo I – Attivismo digitale per l'ambiente

N.	Domanda (sintesi)	Risposta corretta
1	Primo passo nella pianificazione di una campagna digitale	B - Definire il proprio obiettivo
2	Piattaforma migliore per brevi video creativi	A - TikTok
3	Il modello narrativo SAC sta per ...	B - Situazione, Azione, Cambiamento
4	Perché gli hashtag sono importanti	B - Aumentano la reperibilità dei contenuti
5	Indicatore per misurare il successo di una campagna	C - Tassi di coinvolgimento e azioni concrete ottenute

## Capitolo II – Creazione e diffusione di petizioni digitali

N.	Domanda (sintesi)	Risposta corretta
1	Cosa rende efficace una petizione	B - Una richiesta chiara e prove credibili
2	Passaggio chiave prima di lanciare una petizione	B - Identificare il decisore e verificare la competenza
3	Azione che viola il GDPR	B - Condividere pubblicamente i dati dei firmatari senza consenso

4	Seguimento ideale dopo aver raggiunto l'obiettivo	B - Consegnare formalmente la petizione e ringraziare i sostenitori
5	Come aumentare la visibilità	B - Condividerla regolarmente con hashtag chiari

## Capitolo III – Monitoraggio dei dati ambientali

No.	Domanda (riassunto)	Risposta corretta
1	Scopo del monitoraggio dei dati ambientali	B - Comprendere, comunicare e agire sui problemi
2	Agenzia italiana che fornisce dati ufficiali	B - ISPRA e le agenzie regionali ARPA
3	Cos'è Aerlive.ro	A - Piattaforma cittadina romena per il monitoraggio della qualità dell'aria
4	Perché confrontare i dati dei cittadini con le fonti ufficiali	A - Per garantire accuratezza e credibilità
5	Cosa trasforma i dati in impatto	C - Visualizzarli e comunicarli chiaramente

## Capitolo IV – Coinvolgere i governi locali

No.	Domanda (riassunto)	Risposta corretta
1	Perché i governi locali sono partner chiave	B - Prendono decisioni quotidiane sulle questioni ambientali locali
2	Tono migliore quando si contattano le istituzioni	B - Cortese, conciso e collaborativo
3	Piattaforma per le proposte dei cittadini a Bucarest	B - Decid București

4	Cosa dovrebbe includere una buona lettera ufficiale	B - Oggetto chiaro, dati, proposta e contatti
5	Cosa rende durature le campagne giovanili	B - Comunicazione e collaborazione continue

## Capitolo V – Casi di studio e modelli

No.	Domanda (riassunto)	Risposta corretta
1	Risultato della campagna "Scuole senza plastica"	B - Riduzione del 75 % dei rifiuti plastici + integrazione municipale
2	Città dietro la rete "Air for All"	B - Cluj-Napoca
3	Strumento usato nel progetto spagnolo sui rifiuti marini	B - App Marine LitterWatch
4	Come hanno agito i Fridays for Future Germania durante il lockdown	B - Campagne digitali #NetzstreikFürsKlima / #DigitalStrike
5	Principio comune di tutti i casi di studio	B - Dati credibili, comunicazione coerente e collaborazione istituzionale

## Come usare questo allegato

- **Per i workshop:** stampa questo allegato come note per il facilitatore per verificare le risposte dei partecipanti.
- **Per l'autoapprendimento:** gli studenti possono completare prima i quiz e poi verificare qui.
- **Per la valutazione:** assegna 1 punto per ogni risposta corretta → 25 punti totali nell'intero Toolkit.

# Contatti e ulteriori informazioni

Per future collaborazioni, aggiornamenti o richieste di formazione relative al GreenCitizens Toolkit, contattare:



**ATES - Asociația pentru Transformare Educațională și Socială**

Email: [office@ates.ro](mailto:office@ates.ro) | Sito web: <http://www.aptes.ro/>



**UNLAB - Un/Lab S.N.C.**

Email: [info@un-lab.it](mailto:info@un-lab.it) | Sito web: <https://www.un-lab.it/>

*Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.*



**Co-funded by  
the European Union**