

Percorso Formativo “Ambiente, Educazione e Salute”

GRUPPO DI LAVORO ZANZARA TIGRE

Ideazione di un progetto educativo inerente la zanzara tigre

Partecipanti

Cognome e Nome	Ente	Mail
Bacchini Valentina	Ceas Intercomunale Bassa Romagna	bacchiniv@unione.labassaromagna.it
Bonati Laura	Ceas Multicentro Ferrara	l.bonati@comune.fe.it
Bonazzi Lorenzo	CEA Agricoltura e Ambiente Crevalcore (BO)	lbazzzi@caa.it
Bosi Elena	CEA Castelnuovo Rangone (MO)	e.bosi@comune.castelnuovo-rangone.mo.it
Domeniconi Lucie	Ceas Polo Adriatico	lucie.domeniconi@atlantide.net
Fersini Giuseppe	AUSL Ferrara	g.fersini@ausl.fe.it
Guerra Monica	Ceas Intercomunale Argenta (FE)	monica@vallidiargenta.org
Indelicato Natale	Ceas Multicentro Modena	natale.indelicato@comune.modena.fe.it
Montorsi Elisa	Ceas Unione del Sorbara Nonantola (MO)	elisamontorsi@yahoo.it
Santini Roberta	AUSL Bologna	roberta.santini@ausl.bologna.it
Senni Farnia	Ceas Multicentro Ravenna	farnia.senni@atlantide.net
Venturelli Claudio	AUSL Cesena	cventurelli@ausl-cesena.emr.it

Coach

Luisa Baldeschi	Euroteam Progetti	luisa.baldeschi@euroteamprogetti.it
Marilena Minarelli	Euroteam Progetti	mari.mina@fastwebnet.it

Report del 16/10/12

Le fasi

1- FASI DELLE DOMANDE PER RIELABORARE IL PROBLEMA

Partendo dagli interventi della mattina:

- *Claudio Venturelli* – AUSL Cesena
- *Roberto Cagarelli* – Regione Emilia Romagna
- *Lucie Domeniconi* – Ceas Polo Adriatico

L'incontro è iniziato con una riflessione da parte dei componenti del gruppo, rispetto alla conoscenza del problema “zanzara tigre”. Tutti in qualche modo conoscevano il problema, sebbene alcuni non hanno mai operato attivamente sul tema.

Dopo una fase di scambio di informazioni si è passato alla fase della **definizione del problema** attraverso l'individuazione di alcune proposte utili a definire il perimetro entro il quale inserire la zanzara tigre e le eventuali proposte di intervento per abbattere gli effetti negativi derivanti dalla presenza di questo insetto.

Diversi i temi messi in discussione, come l'osservazione avanzata da Roberta che ritiene che la novità del problema sta proprio nel fatto che colpisce prevalentemente le persone che abitano le città e che quindi non erano abituate al problema delle zanzare come le popolazioni rurali.

Sebbene Claudio qualifica il problema come “disagio e rischio sanitario” Valentina sostiene che il problema principale della zanzara tigre è innanzitutto dato dal fastidio, e che le persone avvertono poco il rischio sanitario perché i “malati” sono pochi (in valore assoluto) e a volte lontani dal proprio territorio.

Il non interessamento per il rischio sanitario è anche segnalato da Giuseppe.

Qualcuno, parla anche di eccesso di informazione che spesso raggiunge soltanto le persone maggiormente sensibili al tema.

Un altro componente del gruppo sostiene che i cittadini spesso lamentano lo scarso interesse da parte delle istituzioni pubbliche.

Poi si scopre che proprio la cittadinanza è poco responsabile nel tenere i comportamenti prescritti dalle autorità per evitare la proliferazione delle larve.

Qualcuno parla di disinfestazioni adulticidi, della possibilità da parte dei privati ad effettuarli e dell'utilità di breve periodo che questi hanno.

Alla fine dell'incontro sono emerse alcune proposte, tra le quali

Le proposte emerse:

- *Scarso avvertimento da parte della popolazione del rischio sanitario, i cittadini avvertono il fastidio della massiccia presenza della zanzara tigre, mostrano al contrario scarsa sensibilità al problema sanitario.*
- *Solamente ora il problema zanzare viene percepito anche nei grandi centri urbani, prima era un problema che riguardava quasi esclusivamente le aree rurali.*
- *Mancanza di strumenti incisivi ed efficaci per educare, informare i cittadini.*
- *Si utilizzano, sia da parte pubblica che privata, trattamenti adulticidi piuttosto che larvicidi, senza conoscere i rischi.*
- *I costi dei trattamenti sono molto elevati.*
- *La popolazione non sa (o non crede) che attraverso una serie di buone pratiche e con il proprio comportamento si può incidere fortemente sul ridimensionamento della zanzara tigre. C'è, come molto spesso accade, la pretesa che il pubblico debba intervenire per la risoluzione del problema.*
- *Grande difficoltà, anche per mancanza di strumenti idonei, a verificare il corretto comportamento dei cittadini e conseguentemente a sanzionare.*
- *I numerosi strumenti di comunicazione ed educazione fin qui attivati. Non hanno portato grandi risultati, forse perché non si è ben individuato il target di riferimento.*

Dalle numerose proposte abbiamo convenuto e deciso che il problema principale da cui partire è:

La Mancanza di strumenti incisivi ed efficaci per educare, informare i cittadini.

Report del 23/10/12

Le fasi

2 FASI DELLE DOMANDE PER ELABORARE L'OBIETTIVO

Partendo dagli interventi della mattina:

- *Stefano Marchesi* – ARPA
- *Sara Pellizzari* – Ceas Multicentro Piacenza

Si riparte dal problema individuato nel corso del incontro precedente e si procede definendo con più precisione il problema ossia:

Non tutti i numerosi strumenti di comunicazione ed educazione fin qui attivati hanno portato a risultati soddisfacenti. Forse non è stato ben individuato il target di riferimento e mancava una verifica omogenea dei risultati raggiunti.

Il lavoro si sviluppa nella ricerca della definizione di un obiettivo generale.

Si formula l'obiettivo attraverso un'analisi degli strumenti che possono essere impiegati e il target a cui rivolgersi. Vengono esclusi dal target gli studenti, i professionisti e gli imprenditori in quanto già oggetto di altre azioni (progetto scuola, ordinanze comunali,...) e più facilmente monitorabili e controllabili.

Cerchiamo di stabilire l'obiettivo seguendo la progressione dell'ACTION LEARNING e ponendoci alcune domande:

1. Qual è il cambiamento auspicato?

Si auspica un cambiamento nel comportamento nelle persone al fine di contenere la popolazione della ZT aumentando la partecipazione.

2. Qual è l'obiettivo più strategico?

Macro-obiettivo - Migliorare la comunicazione rivolta agli adulti.

3. Se raggiungiamo questo obiettivo il problema sarà risolto?

4. Sarà risolto in modo durevole?

5. E' un obiettivo SMART (Specifico, Misurabile, Agguantabile, Realistico, Tempestivo)

Arriviamo a definire inoltre che l'obiettivo deve essere S.M.A.R.T. e in particolare:

³⁵/₁₇ Mancano strumenti incisivi: si arriva alla conclusione che un unico strumento non basta, meglio identificare un kit in cui gli strumenti (siti, video, brochure, flashmob, progetti specifici, norme....) siano applicati al target adatto (adulti, bambini, imprese).
Il kit deve essere ricco, flessibile, e commisurato alle risorse

³⁵/₁₇ Eccesso di attivismo: ha prodotto un'assuefazione a questo tema, da cui la necessità di selezionare gli strumenti da usare (per esempio le norme sono più efficaci se dirette sulle imprese piuttosto che sui privati, il video della RER non va bene per i bambini ma forse è uno strumento adatto per gli adulti)

³⁵/₁₇ Azioni targettizzate: quindi tra i vari strumenti operare una selezione. 3 strumenti per 3 target da individuare

Dalle riflessioni fatte si è individuato come obiettivo:

studiare/selezionare/individuare, *partendo da strumenti efficaci disponibili*, un kit rivolto a cittadini adulti e aziende ,da sperimentare su un campione significativo, per indurre comportamenti finalizzati a contenere la popolazione della ZT, con azioni coordinate (buona regia) .

Confrontiamo l'obbiettivo stabilito coi requisiti SMART e troviamo una discreta rispondenza. Alla fine dell'incontro si sottolinea anche l'importanza del coinvolgimento dell'Ente Pubblico che deve far parte della Rete e l'aspetto del coordinamento delle azioni per potenziarne l'efficacia.

Roberta ed Elena propongono ciascuna di individuare un certo numero di famiglie da avviare alla sperimentazione e di definire misurazioni per valutare l'efficacia degli strumenti impiegati.

Report del 30/10/12

Le fasi

3 FASI DELLE DOMANDE PER SVILUPPARE LE STRATEGIE

Partendo dagli interventi della mattina:

- *Paolo Pandolfi* – AUSL di Bologna
- *Daniele Biagioni* – Ceas Multicentro Modena

OBIETTIVO INDIVIDUATO:

costruire UN KIT, una matrice in cui incrociare target e strumenti e dove elaborare strumenti efficaci ad aumentare la partecipazione della popolazione.

Per fare ciò il gruppo suggerisce di elencare quali siano gli strumenti fino ad oggi utilizzati e a quali target si riferiscono, in modo da individuare se esistono indici misurabili di efficacia e quali risultati abbiano portato nel modificare i comportamenti.

Venturelli elenca e illustra il materiale per divulgazione e comunicazione realizzato dalla Regione a partire dal 2006.

- Spot radiofonici
- Opuscoli in 5 lingue
- Manifesti da affissione
- Linee guida per operatori di disinfestazione
- Video
- Libretto Zanzare che fare?
- Opuscolo a fumetti
- Schede didattiche con informazioni e giochi rivolto alle scuole

Altre iniziative

- “Zanzare in palcoscenico” attività proposta alle scuole per la realizzazione di un laboratorio teatrale. L’iniziativa non ha avuto successo (a differenza di ciò che è successo in Piemonte dove è stata fatta una cosa simile).

Su questo punto Lucie sottolinea che il discorso dello spettacolo andrebbe ripreso perché i genitori vanno a vedere volentieri l’esibizione dei propri figli e quindi quel momento è importante per poterli coinvolgere; però è anche vero che il lavoro delle insegnanti per tali iniziative è notevole.

- Nel 2006 è stata fatta l’esperienza con il metodo “peer to peer” ovvero “Educazione paritaria”; ha avuto successo 30 persone sono state scelte tra un gruppo più numerose e gli è stato dato l’obiettivo di contattare almeno 10 persone a cui dare le informazioni, andando a casa loro, compilando una scheda ecc. Alla fine dell’estate nel momento di verifica la maggior parte di loro aveva fatto molti più contatti di quelli previsti in alcuni casi fino a 40.

- Incontri formativi con i medici e organizzazione di convegni internazionali

- Attività nelle scuole partendo dal progetto pilota di Cervia “Safari in giardino: caccia alla zanzara tigre” poi allargato a tutta la Regione tramite le Ausl con una rete che vedeva il flusso di finanziamenti da Regione ad Ausl fino ai Comuni. Paola Angelini della Regione ha curato il coordinamento del gruppo formato da un referente per ogni Ausl e alcuni referenti per i Comuni. Però ci sono state a volte delle difficoltà di comunicazione e di passaggio di informazioni e i Comuni non sempre si sono lasciati coinvolgere dall’iniziativa. Per questo motivo Venturelli suggerisce di superare questo modello ipotizzando che i finanziamenti passino direttamente dalla Regione ai CEAS. Per quanto riguarda le attività svolte nelle scuole è stata fatta dai singoli referenti Ausl (ma non da tutti e non sempre) una verifica dei risultati raggiunti e del livello di gradimento da parte degli insegnanti.

Si sottolinea che il materiale, come ad esempio il libretto, era sul sito ed era scaricabile quindi il Comune poteva stamparselo risparmiando quindi i costi di grafica.

Venturelli infine ipotizza che il progetto a livello regionale passi dalla sanità all’ambiente.

Segue poi una discussione per valutare l’efficacia, le criticità e i limiti di tali strumenti e individuare quindi le leve più giuste per raggiungere il nostro obiettivo:

- E’ necessario verificare se esistono altri strumenti utilizzabili oltre quelli già presentati

- Si può pensare di progettare un vademecum o guida per l’utilizzo di questo kit di strumenti da fornire ai diversi Comuni tenendo conto di un elemento critico come ad esempio la sensibilità degli operatori. Questo fatto ci porta a considerare che il tecnico comunale adeguatamente informato potrebbe essere un nuovo “portatore d’interesse” e così pure gli Amministratori pubblici (consiglieri comunali, sindaci, assessori) che dovrebbero avere una maggiore consapevolezza ed informazione.

- Per essere più efficaci bisogna individuare le giuste leve infatti ad esempio a volte nessuno vede il “problema o rischio sanitario” e quindi bisognerebbe trovare il linguaggio giusto per portare consapevolezza senza creare comunque allarmismi. In questo caso è importante il ruolo del cittadino che diventa colui che innesca il cambiamento e che crea una pressione verso l’alto in modo che Amministratori e dirigenti si attivino.

- Bisogna scegliere una strategia che tenga conto di una rete sociale e di relazione di “nodi” giusti in grado di scatenare un reazione a catena che si autoalimenta facendo in modo che ci sia una diffusione che si ramifica automaticamente, **come un virus**. Questo avviene se teniamo conto non solo del messaggio ma anche del linguaggio.

- E’ importante far funzionare meglio il coordinamento e tenere conto di alcuni elementi innovativi come ad esempio le opportunità offerte dal web o il metodo dell’”educazione paritaria”

Per la rubrica “Letti e riletti per voi” si consiglia:

“Il punto critico” di Malcom Gladwell. Con un linguaggio semplice ed accattivante analizza e dimostra i concetti principali di “marketing virale”. Il libro in particolare descrive e analizza gli improvvisi mutamenti sociologici che in breve tempo hanno cambiato le abitudini e lo stile di vita di molte persone.

Report del 06/11/12

Le fasi

4 FARSİ DELLE DOMANDE PER CHIARIRE QUALI AZIONI INTRAPRENDERE

Partendo dagli interventi della mattina:

- *Giuseppe Fattori* – AUSL di Modena
- *Pier Francesco Campi* – Regione Emilia Romagna

Agire e riflettere sull'azione

FARSİ DELLE DOMANDE PER CHIARIRE QUALI AZIONI INTRAPRENDERE

- Chi farà cosa? In quali tempi?
- Ci sono azioni prioritarie?
- Quali ostacoli potrebbero rallentare l'azione?

Il gruppo deve rispondere alla domanda "dove incanaliamo le priorità di intervento?" e "come si delinea l'intervento di efficacia?"

A tal proposito si leggono i punti del precedente verbale che si riassumono così:

- Per essere più efficaci bisogna individuare le giuste leve e trovare un linguaggio giusto per portare consapevolezza senza portare allarmismi. Importante il ruolo del cittadino.
- Bisogna scegliere una strategia che tenga conto di una rete sociale e di relazione di "nodi" giusti in grado di scatenare una reazione a catena che si autoalimenta
- Far funzionare meglio il coordinamento e tenere conto di elementi innovativi

Il gruppo, essendo composto da più figure professionali, indaga per capire come sia stato organizzato in passato il **gruppo di coordinamento** del progetto di comunicazione della ZT.

Il gruppo di coordinamento denominato "**Gruppo tecnico Regionale per la lotta alla zanzara tigre**" è così costituito:

- Un referente per ogni USL
- un referente per ogni comune

Il sottogruppo della Comunicazione è stato in seguito affidato al settore comunicazione della Regione.

Si suggerisce di inserire nel gruppo tecnico regionale una rappresentanza dei CEAS, in quanto punti di riferimento sul territorio della Regione nella diffusione dell'informazione ed educazione alla sostenibilità. Ma chi potrebbe partecipare?

Ponendosi la domanda "quale deve essere la rappresentanza dei CEAS, si illustrano le 4 diverse tipologie di CEAS:

- CEAS intercomunali con almeno 5 Comuni
- CEAS Multicentro nelle città capoluogo di provincia

- eccellenze
- Aree Protette

Una parte delle attività dei CEAS sono finanziate dalla RER (Servizio Comunicazione Educazione Sostenibilità dell'Assessorato all'Ambiente).

Si propone che essendo già attivo e ben funzionante un coordinamento dei CEAS, nella persona della Giuliana Venturi, possa essere lei la rappresentante dei CEAS al tavolo tecnico regionale della ZT.

Il gruppo allora si chiede come fare a funzionare (meglio) una rete sociale e di relazione di "NODI" giusti (che si autoalimenta e ramifica)

Nasce allora la proposta di questo gruppo di lavoro:

I CEAS propongono un nuovo progetto di comunicazione da sottoporre all'assessorato alla Sanità tale progetto prevede in primis la costituzione di un gruppo di lavoro che progetti un KIT di strumenti efficaci che abbia come obiettivo generale di modificare i comportamenti per favorire atteggiamenti atti alla prevenzione della diffusione della zanzara tigre?

Esempio di strumenti da inserire nel Kit lotta alla zanzara tigre:

Strumento	Descrizione	Target	Costi	Forza/Debolezza
Spot radio	slogan	adulti	accessibile	testimonial
opuscoli/manifesti	?	adulti/quale lingua?	?	?
video	DVD didattico	insegnanti	accessibile	approfondito ma selettivo
Libretto "zanzare che fare"	libretto	insegnanti	accessibile	approfondito ma selettivo
Opuscolo a fumetti	opuscolo	ragazzi	accessibile	Fuori target
Scheda didattica	?	?	?	Fuori target
Zanzara in palcoscenico	?	Adulti /ragazzi	rilevanti	costo
Peer to peer	Formazione, individuazione di persone adatte a trasmettere un messaggio che sia differenziato a secondo	adulti	rilevante	Costoso ma efficace

	della località (paesi o città)			
Spot radio	slogan	adulti	accessibile	testimonial
opuscoli/manifesti	?	adulti/quale lingua?	?	?
Libretto “zanzare che fare”	libretto	insegnanti	accessibile	approfondito ma selettivo
Organizzazione di momenti di sensibilizzazione alternativi	Durante eventi già programmati (fiere, feste, sagre, ecc.) essere presenti con delle attività catalizzatrici (laboratori per bimbi, musica, spettacoli burattini, ecc) per sensibilizzare al problema	tutti	accessibile	Necessità di essere VISIBILI
Banchetti informativi	Da organizzare durante i mercati, essere presenti con materiale info e dare consigli e gadget	I cittadini locali, ma non solo	Se fatti con cadenza periodica molto incisivi ma abbastanza impegnativi	Servizio da visibilità all'amministrazione e permette di evidenziare tutto il lavoro svolto
Video breve	Ad effetto, da proiettare nei cinema, durante eventi di sensibilizzazione nelle tv locali	Cittadini, ma non solo	Dipende da come si vuole distribuire	Se fatto bene ottimo appeal
Formazione dei gestori dei consorzi agrari	Ottimi per fare da tramite per i cittadini che sempre più si rivolgono a loro per avere consigli e “ricette” miracolose contro le ZT.	Cittadini con giardini	Accessibile	Necessario trovare il modo di coinvolgere i gestori

CONTRIBUTO LAURA BONATI:

Dopo un breve colloquio di confronto con le colleghe del CEAS IDEA, per dare spazio alla nostra campagna di contrasto alla diffusione della zanzara tigre e tenendo conto di quanto emerso dal lavoro di gruppo, penso di potervi fare queste proposte :

- 1) La prima e più importante proposta per noi consiste in un'informazione da diffondere alle scuole di ogni ordine. Sarebbe quindi di fondamentale importanza che la campagna partisse prima della fine delle scuole, per poter contare su un canale di diffusione molto ampio, ovvero tutto il popolo della scuola e le famiglie degli studenti. La campagna dovrebbe prevedere un incontro / laboratorio di attivazione dell'interesse, rivolto ai famigliari e agli studenti , affiancato dalla distribuzione dei pieghevoli o libretti esplicativi/informativi. Questo perché si è pensato che "mettere in mano" o nei diari degli studenti il materiale informativo sia davvero poco efficace.
- 2) Un messaggio radio trasmesso con una buona frequenza, è un'altra possibilità che sembra riscuotere successo, meglio se lo stesso messaggio potesse inoltre essere diffuso negli Ipermercati, frequentatissimi anche nei fine settimana.
- 3) Un'auto pubblicitaria, di quelle che diffondono i messaggi con il megafono, transitando per le vie dei quartieri.
- 4) I manifesti affissi negli stalli pubblici restano un buon canale di diffusione, purchè abbiano una grafica d'impatto facilmente e inequivocabilmente riconoscibile e poco testo.