



ECO MEDIA

RAPPORTO 2024

L'INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA



www.osa-ecomedia.it

RAPPORTO ECO MEDIA 2024

L'INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA

“L'informazione è uno dei passaggi fondamentali nella transizione ecologica, con un ruolo determinante per centrare gli obiettivi di sviluppo sostenibile dettati dal Green Deal (EU) e dall'Agenda 2030 (ONU)”

Massimiliano Pontillo, Direttore scientifico *Rapporto Eco Media*



Nasce nel 2006 con l'obiettivo di diffondere gli obiettivi
di sviluppo sostenibile attraverso attività **editoriale, di ricerca,**
formazione, disseminazione e advocacy.

FUTURO PRESENTE

Innovazione, Responsabilità sociale, Sviluppo sostenibile



ACADEMY
CONFERENCE
PUBLISHING
RESEARCH
THINK TANK





INDICE

Osservatorio e Rapporto Eco Media.....	5
Ambiente tra informazione, economia e politica.....	6
RAPPORTO ECO MEDIA 2024	
Introduzione metodologica	7
Sintesi	9
Analisi mediatica dell'informazione ambientale	10
TV	26
CARTA STAMPATA	31
RADIO	37
WEB	41
SOCIAL MEDIA.....	45
APPENDICE	
Premio Pentapolis Giornalisti per la Sostenibilità.....	71



DIREZIONE SCIENTIFICA*Pentapolis Institute* Massimiliano Pontillo**CONSIGLIO DI RICERCA***Volocom* Andrea Franchini
Alberto Serra
Lucrezia Maggio
Alessandra Poli**REDAZIONE***Eco in Città* Marzia Fiordaliso**EDITING** Stefano Martello**UFFICIO STAMPA** Marcello Volpato**PROGETTO GRAFICO** Paola Baccigalupi



OSSERVATORIO E RAPPORTO ECO MEDIA

MISSIONE

Nel giugno 2014 viene istituito l'Osservatorio Eco Media (www.osa-ecomedia.it), con l'obiettivo di dare una fotografia periodica su come le tematiche ambientali vengono raccontate sui media mainstream.

Primo e unico laboratorio di ricerca indipendente sull'informazione relativa agli obiettivi dello sviluppo sostenibile, si pone le seguenti finalità di:

- raccogliere dati primari e aggiornati sui flussi dell'informazione green in ambito nazionale;
- stimolare i grandi editori affinché i temi d'interesse abbiano lo spazio e la continuità che necessitano;
- favorire il dibattito tra esperti, studiosi, manager e professionisti della comunicazione, studenti e cittadini interessati, fornendo materiali e strumenti d'analisi;
- appassionare e educare un pubblico sempre più ampio di lettori;
- divulgare le buone pratiche, pubbliche e private, alimentando un circolo emulativo virtuoso;
- incentivare una filiera di settore a basso impatto ambientale.

OBIETTIVI

I risultati delle ricerche sono funzionali all'obiettivo più generale di promuovere e sostenere un processo di advocacy, dentro e attraverso i media.

I Rapporti annuali e la loro divulgazione possono, infatti, fornire informazioni utili agli stakeholder pubblici e privati, costituire oggetto di presentazione e dibattito nell'ambito di eventi aperti al pubblico, favorire il confronto e la discussione dei risultati, rafforzare la consapevolezza sul ruolo strategico dei media nella divulgazione e promozione dello sviluppo sostenibile.

La conoscenza e la cultura in generale sono il presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e diffondere un benessere più capillare.

Le attività di comunicazione, formazione e disseminazione possono stimolare maggiormente i mass media, le istituzioni, le imprese, la società civile, le scuole e il cittadino.

ATTIVITÀ

Cardine del progetto è l'annuale Rapporto Eco Media che produce un'analisi quali/quantitativa dei media mainstream e monitora l'attenzione e gli atteggiamenti espressi sul tema ambientale.

Pentapolis Institute organizza una serie di attività (forum, conferenze, workshop, tavole rotonde, pubblicazioni) per divulgare i risultati delle indagini e per promuovere gli obiettivi dello sviluppo sostenibile.





AMBIENTE TRA INFORMAZIONE, ECONOMIA E POLITICA

di Massimiliano Pontillo, Presidente *Pentapolis Institute ETS*

“Giornalisti, parlate delle cause del cambiamento climatico, e delle sue soluzioni. Omettere queste informazioni condanna le persone al senso di impotenza, proprio nel momento storico in cui è ancora possibile costruire un futuro migliore”.

Inizia così l'appello del luglio 2023 firmato da 100 scienziati e studiosi italiani (tra gli altri, Antonello Pasini, Nicola Armaroli, Stefano Caserini, Enrico Giovannini, Luca Mercalli, Telmo Pievani e il premio Nobel per la Fisica Giorgio Parisi) ai giornalisti per chiedere una corretta e completa informazione relativa alla crisi climatica e alle sue conseguenze.

I disastri indotti dal riscaldamento globale, la grave pandemia ancora non del tutto debellata, i rischi per la salute legati all'inquinamento, le tensioni per i livelli occupazionali derivanti dalla crescente automazione, la presa di coscienza delle forti disuguaglianze esistenti all'interno dei Paesi industrializzati e non, le guerre (anche commerciali) tra le super-potenze sono tutti fattori che interrogano e preoccupano buona parte della comunità mondiale sulla tenuta complessiva dell'attuale modello di sviluppo.

Oggi ci troviamo di fronte a cambiamenti radicali che necessiterebbero di una guida strategica più lungimirante e responsabile e, invece, continuamo ad assistere all'espandersi e intrecciarsi di alcune questioni rilevanti e assai critiche: climatica per l'appunto, economica, sociale e quella dell'informazione.

L'articolo 21 della Costituzione italiana sancisce *“la pienezza dei diritti di ciascuno all'accesso all'informazione e all'espressione libera delle proprie opinioni e alla possibilità di diffonderle con ogni mezzo”*.

L'informazione ha un ruolo decisivo. È uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un “eco-Rinascimento”, con un ruolo determinante sia nella promozione di un diverso e migliore sviluppo economico (per diffonderne i suoi valori), sia nel modificare gli atteggiamenti e le azioni delle persone.

Tornando un po' indietro nel tempo, verso la metà degli anni '80 del secolo scorso, sono state le catastrofi ambientali causate dalle centrali atomiche che hanno sensibilizzato l'opinione pubblica. Questa ha 'trasformato' i media.

In quegli anni abbiamo assistito a uno sviluppo di riviste specializzate in natura (*Airone* e *Oasis*), in politiche ambientali (*La Nuova Ecologia*), di altre legate a un filone scientifico (*Gea*), altre ancora al mondo dei consumi (*Il Gambero Rosso*, *il Salvagente*). Certo è che, rispetto a quel periodo, l'informazione ambientale è senz'altro cresciuta nel nostro Paese: ma c'è bisogno di un giornalismo capace di cogliere la sostenibilità in tutti i settori, e soprattutto di connettersi con le questioni economiche: il **green, purtroppo, tende ad essere eccessivamente spettacolarizzato** e non viene percepito del tutto nelle forti attinenze con il sistema produttivo; c'è ancora poca attenzione alle eco-soluzioni tecnologicamente sempre più possibili e vantaggiose.

In questo scenario si muove l'**Osservatorio Eco Media**, promosso da **Pentapolis Institute**, con l'obiettivo prioritario di 'stimolare' sia il decisore pubblico affinche questi temi siano centrali nell'agenda pubblica sia i grandi media affinché le tematiche di sostenibilità non siano solo relegate alle emergenze e ai disastri naturali, ma abbiano uno spazio più visibile e costante che possa alimentare un circolo emulativo virtuoso generale.

Serve un cambio di paradigma: una sostenibilità e un'ecologia del desiderio, non solo del dovere.

Abbiamo l'esigenza di messaggi positivi ma anche di passionalità nei modi di trasferire la conoscenza: in questo, il “fenomeno Greta” degli anni passati ha aiutato a cambiare un po' anche le regole della comunicazione.

Nostro compito, a vari livelli, sarà quello di amplificare un messaggio chiaro e corretto che sappia connettere i vari aspetti e tenga conto della complessità dell'ecosistema, soprattutto enfatizzi il concetto che **la sostenibilità non è un di cui o un settore dell'agire umano, anche in termini giornalistici, ma la rotta da seguire in ciascuna nostra azione, in qualsiasi campo.**

A prescindere dal luogo in cui viviamo, dalla nostra età, dal nostro lavoro, dalla nostra estrazione sociale.



NOTA METODOLOGICA

Periodo di analisi: 1° gennaio 2024 – 31 dicembre 2024

Palinsesti indagati: stampa, web, radio e TV italiani, social network

L'elaborato si compone di due capitoli: il **primo** concerne l'analisi mediatica dell'informazione ambientale, comprendendo il monitoraggio dei palinsesti stampa, web, radio e TV. Il **secondo** esamina la risonanza della COP29 (Conference of Parties) sui principali canali social.

Di seguito si forniscono le specifiche.

Il **PRIMO CAPITOLO** della ricerca ha per oggetto il monitoraggio in Italia delle citazioni relative alle tematiche *biodiversità, crisi, economia ed economia circolare, energia, Istituzioni e società, risorse e trasporti* da parte delle fonti stampa, web, radio e TV nell'arco del 2024.

Le tematiche sono state così definite:

- **Biodiversità:** include uno o più fra i termini “aree protette”, “cinghiale”, “cinghiali”, “conservazione della biodiversità”, “lupo”, “lupi”, “orso”, “orsi”, “parco nazionale”.
- **Crisi:** include uno o più fra i termini “alluvione”, “cambiamento climatico”, “crisi climatica”, “crisi ambientale”, “deforestazione”, “desertificazione”, “discarica”, “dissesto idrogeologico”, “emissioni di gas serra”, “inondazioni/inondare” (declinato nei sostantivi plurali e singolari e nelle varie coniugazioni verbali), “inquinamento”, “inquinamento del mare”, “inquinamento del suolo”, “inquinamento urbano”, “marine litter”, “pesticidi”, “riscaldamento globale” e “sicchezza”.
- **Economia ed economia circolare:** include uno o più fra i termini “blue economy”, “certificazioni ambientali”, “certificazione ambientale”, “economia circolare”, “ecoturismo”, “filiera corta”, “green economy”, “km zero”, “chilometro zero”, “sviluppo sostenibile”, “transizione digitale”, “transizione ecologica”, “gestione rifiuti” e “riciclo”.
- **Energia:** include uno o più fra i termini “edificio zero emissioni”, “edifici zero emissioni”, “efficienza energetica”, “energia eolica”, “energia geotermica”, “energia idroelettrica”, “energia” in associazione a “nucleare”, “energia solare”, “fonti rinnovabili”, “gas” in associazione a “crisi” o “energia”, “rigassificatore”, “inceneritore”, “termovalorizzatore”, “idrogeno”.
- **Istituzioni e società:** include uno o più fra i termini “capitaneria di porto”, “carabinieri forestali”, “Greenpeace”, “Legambiente”, “Lipu”, “Marevivo”, “Ministro dell'Ambiente”, “Pichetto”, “Ministero dell'Ambiente”, “WWF”, “ecoterrorismo”, “ecoterroristi”, “Extinction Rebellion”, “Fridays For Future”, “Fridays4Future”, “giustizia ambientale”, “Greta Thunberg”.
- **Risorse:** include uno o più fra i termini “acqua potabile”, “agricoltura sostenibile”, “biologico”, “biologica”, “biologici”, “biologiche”, “bonifica”, “città sostenibili”, “consumo del suolo”, “pesca sostenibile”, “risorse idriche”.
- **Trasporti:** include uno o più fra i termini “car sharing”, “mobilità condivisa”, “mobilità elettrica”, “mobilità sostenibile”, “trasporto sostenibile”.

Per **citazione** si intende la comparsa di una o più parole chiave che identificano la categoria tematica all'interno degli articoli pubblicati su carta stampata e da fonti online, nelle trascrizioni del parlato dei servizi televisivi e delle trasmissioni radiofoniche italiane. L'elaborato indaga le tematiche individuate (**cluster**) utilizzando una prospettiva quanti-qualitativa, nello specifico fornendo dati in merito a:

- Analisi e classifica generale dei cluster individuati
- Andamento mensile generale nell'anno dei cluster individuati
- Distribuzione per tipologia fonti delle citazioni complessive per ogni cluster
- Classifica generale delle parole più frequenti per ogni cluster
- Analisi specifica per ogni palinsesto (stampa, web, radio/tv) che andrà ad analizzare:
 - Classifica dei cluster più trattati
 - Andamento mensile nell'anno
 - Parole più frequenti
 - Fonti più prolifiche
 - Distribuzione uscite per ogni cluster
 - Top 10 fonti
 - Top 10 numero pagine dove è presente il termine monitorato (stampa)



Il **SECONDO CAPITOLO** ha per oggetto il **monitoraggio del termine COP29** (Conference of Parties) in italiano sulle piattaforme social Facebook, Instagram, X e TikTok dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024, con lo scopo di esaminare quale sia stata la percezione dei social in merito alla 29° Conferenza delle Parti della Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, svoltasi a Baku (Azerbaijan) dall'11 al 22 novembre 2024.

L'analisi indaga il tema in oggetto utilizzando una prospettiva quanti-qualitativa, nello specifico fornendo dati in merito a:

- Andamento delle mention, engagement e sentiment
- Analisi dei picchi per numero di mention e engagement
- Analisi del trend in base alle mention
- Le piattaforme più utilizzate dagli utenti
- Wordcloud con le parole più utilizzate dagli utenti
- Visual Insights: analisi degli elementi più diffusi all'interno delle immagini (se presenti) che accompagnano i post
- Analisi degli autori: interessi, occupazione, autori più influenti con maggiori follower, engagement, mention
- Analisi del sentiment dei post
- Analisi della distribuzione geografica delle conversazioni, utile per comprendere eventuali differenze regionali di percezione



SINTESI

Nel periodo 1° gennaio – 31 dicembre 2024, **crisi** è la tematica più trattata nei palinsesti monitorati in Italia con **oltre 1 milione di citazioni** complessive. La tematica comprende il tema del *cambiamento climatico, della crisi climatica e più in generale della crisi ambientale*. Al secondo posto si segnala la tematica **economia** (che comprende anche *l'economia circolare*) con più di 811mila citazioni, seguita da **biodiversità** (quasi 667mila occorrenze), **risorse** (circa 639mila fra articoli e trasmissioni radio-televisive), **energia** (poco più di 630mila), **Istituzioni e società** (357mila citazioni) e infine **trasporti**, che in linea con lo scorso rapporto si colloca all'ultimo posto della classifica (187mila occorrenze).

Le **fonti web** (inclusi gli aggregatori di notizie) producono 810.562 articoli, rappresentando il **68%** delle citazioni complessive. Le fonti **stampa** seguono con 229.351 citazioni, pari al **19%** del totale. A incidere sul dato è anche l'alto numero di fonti web e le logiche editoriali che distinguono le due tipologie di fonti. Tendenzialmente, infatti, le testate web producono un maggior numero di articoli rispetto alla stampa tradizionale. Al terzo posto si segnalano le **emittenti televisive**, menzionando i temi connessi alla crisi climatica e al cambiamento climatico in 117.948 contenuti, corrispondenti al **10%**. Infine, le **fonti radio** coprono il **3%**, producendo 41.744 citazioni.

L'andamento delle citazioni è continuativo per ciascuna tematica durante tutto il periodo d'analisi, indicando un'**attenzione costante** dei media per i temi che riguardano l'ambiente. Complessivamente si segnala una **decrescita** delle citazioni nei **mesi estivi** e un **aumento nei mesi invernali**, in particolare a novembre, mese di svolgimento della COP29 (Conference of Parties). Tale aumento riguarda principalmente la tematica **crisi**, che raggiunge il picco più alto di citazioni. L'unica tematica che viene trattata in misura maggiore in estate (**luglio**) è **biodiversità**: come si vedrà nel corso dell'analisi, il dato è influenzato dai fatti di cronaca del **Trentino Alto-Adige**, che hanno portato al centro dell'attenzione mediatica la questione relativa alla **gestione degli orsi** nel territorio e più in generale, la coesistenza tra fauna, ambiente e uomo in Italia.

La tematica **crisi** prevale su tutti i palinsesti, ad eccezione di quello **radio**, nel quale è **biodiversità** a ottenere il maggior numero di citazioni. Una notazione importante riguarda il **palinsesto web** che mostra un interesse maggiore per i **temi economici** legati all'ambiente rispetto alla tematica **energia**, fra le prime tre posizioni delle classifiche delle tematiche nei palinsesti stampa, radio e TV.

Sulla **carta stampata** e all'interno del **palinsesto televisivo** sono le **fonti locali** a diffondere in misura maggiore l'informazione ambientale, mentre osservando il palinsesto radio si nota la prevalenza di **radio nazionali** fra i principali canali informativi. Per quanto riguarda i **social**, nel periodo d'analisi si rilevano **quasi 2mila contenuti** su *X, TikTok, Facebook e Instagram* nei quali compare almeno una citazione di **COP29** (Conference of Parties). L'**engagement** prodotto dai post – indice del coinvolgimento degli utenti social rispetto all'oggetto dei contenuti – è di **circa 960mila** interazioni complessive. Il **71%** delle citazioni compare su **X**.

Le citazioni sui social provengono da oltre **9mila autori**: fra i profili che hanno indicato una professione, **giornalista e politico** sono le più ricorrenti.

I contenuti rilevati dal monitoraggio sono prevalentemente **neutri (76%)**. L'analisi ha tuttavia mostrato la presenza di **conversazioni e post critici (14%)**, mentre il **10% è positivo**. Le **critiche** riguardano principalmente la scelta dell'Azerbaijan come Paese ospitante, a causa del conflitto in atto con la minoranza armena in Artsakh e la sua posizione in merito al petrolio.

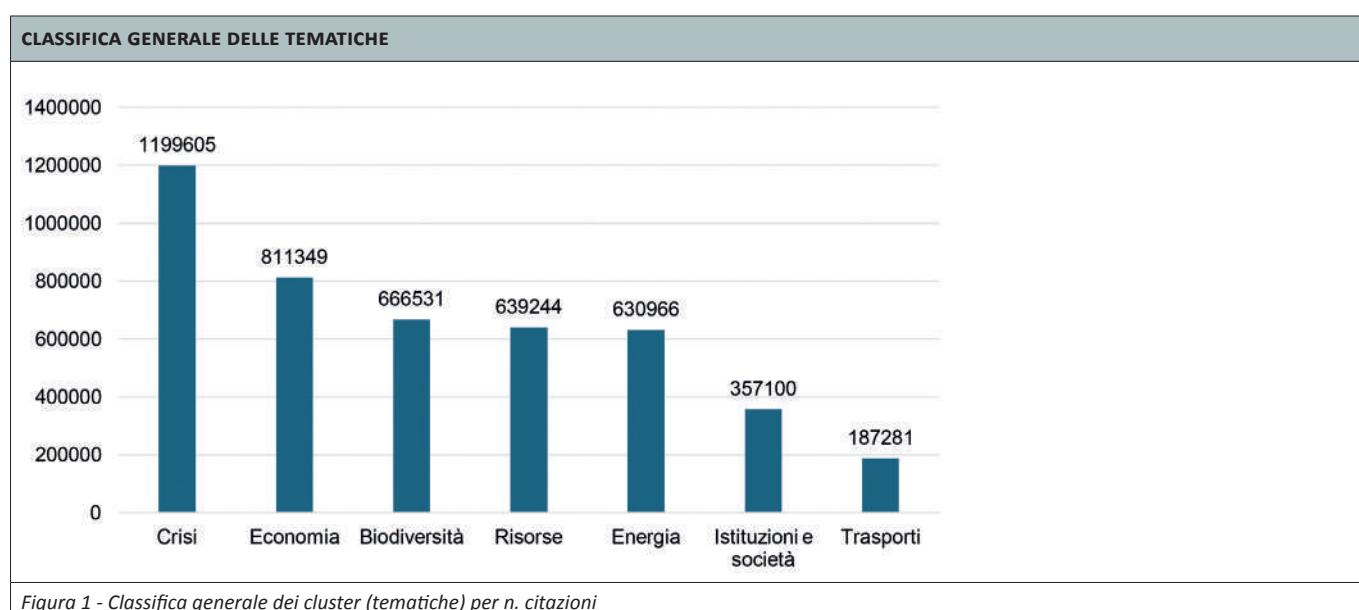


ANALISI MEDIATICA DELL'INFORMAZIONE AMBIENTALE

ANALISI E CLASSIFICA GENERALE DEI CLUSTER

Nell'ambito dell'informazione ambientale, il **2024** si caratterizza per un'attenzione mediatica rivolta principalmente alla tematica **crisi**, la quale viene citata in **1.199.605** contenuti fra articoli stampa, web, servizi televisivi e trasmissioni radiofoniche. La seconda tematica più discussa dai media è **economia** (che tratta anche l'economia circolare) con **811.349** citazioni, seguita da **biodiversità**, presente in **666.531** contenuti. Un'altra tematica rilevante è **risorse**, la quale ottiene **639.244** citazioni, mostrando un interesse più marcato dei media rispetto a energia, in coda con **630.966**. Istituzioni e società trova meno spazio nel panorama informativo, posizionandosi al penultimo posto in classifica con **357.100** citazioni. Infine, la tematica **trasporti** risulta la meno citata (**187.281**), indicando un interesse comparativamente minore per i trasporti nel quadro delle tematiche ambientali monitorate.

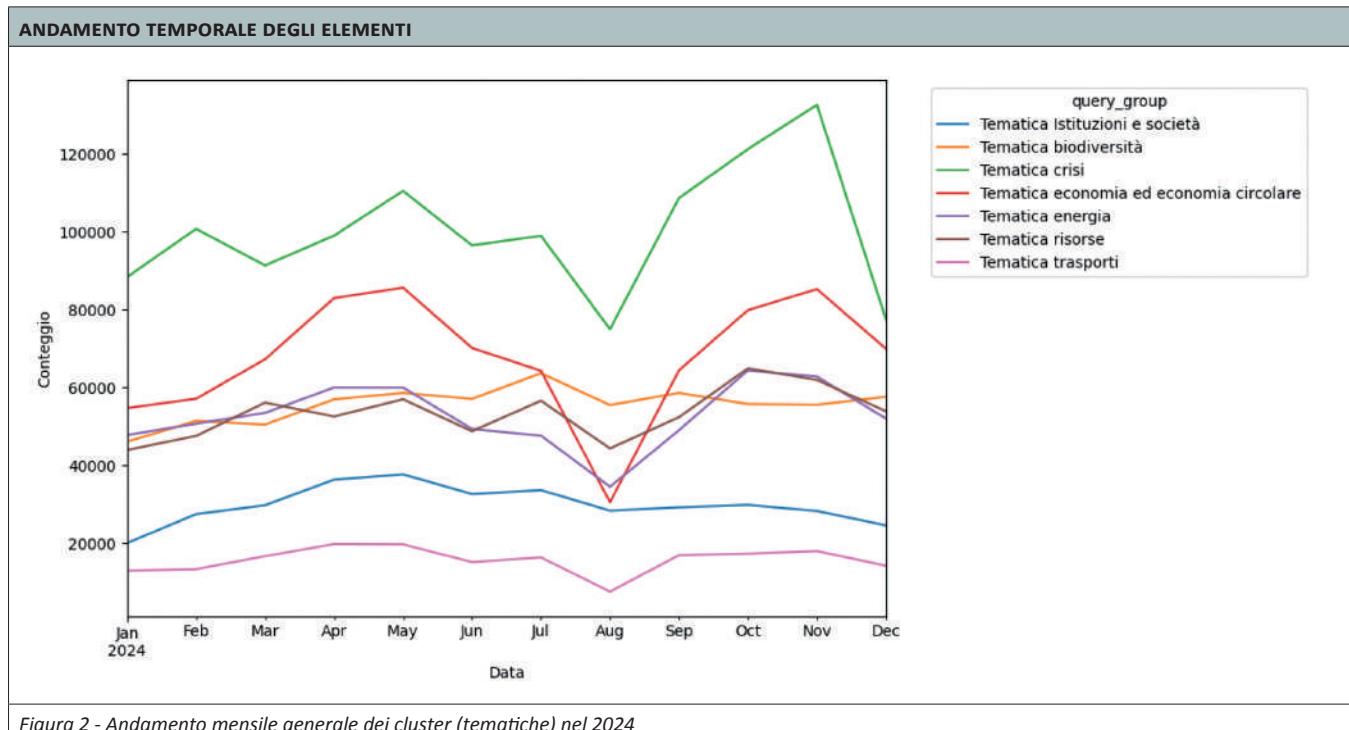
È interessante notare come in un anno il racconto mediatico sui temi ambientali sia cambiato, pur rimanendo inalterata l'attenzione posta per le tematiche crisi, Istituzioni e società e trasporti, le uniche che rispetto al **2023** non variano posizione in classifica. Confrontando i dati è certo che, fra tutte, la tematica che ha subito la variazione maggiore in termini di risonanza mediatica sia energia, che passa dal secondo posto nel **2023** al quinto nel **2024**.





ANDAMENTO MENSILE GENERALE DEI CLUSTER

Il monitoraggio dell'andamento mensile delle citazioni su tutti i palinsesti mostra, per ciascuna categoria tematica, tendenze distinte.



Osservando il grafico (*figura 2*), per tutte le tematiche si nota una generale diminuzione di citazioni in corrispondenza dei mesi estivi, durante i quali ciascuna curva subisce una flessione più o meno marcata. Analogamente, tra aprile e luglio e da settembre a dicembre 2024, si assiste a una crescita complessiva del numero di pubblicazioni per ogni cluster analizzato. Di seguito si elenca, per ciascuna tematica, il picco più alto di citazioni:

- Crisi: novembre, 132.538
- Economia: aprile, 82.888
- Biodiversità: luglio, 63.596
- Risorse: ottobre, 64.855
- Energia: ottobre, 64.359
- Istituzioni e società: maggio, 37.621
- Trasporti: aprile, 19.729

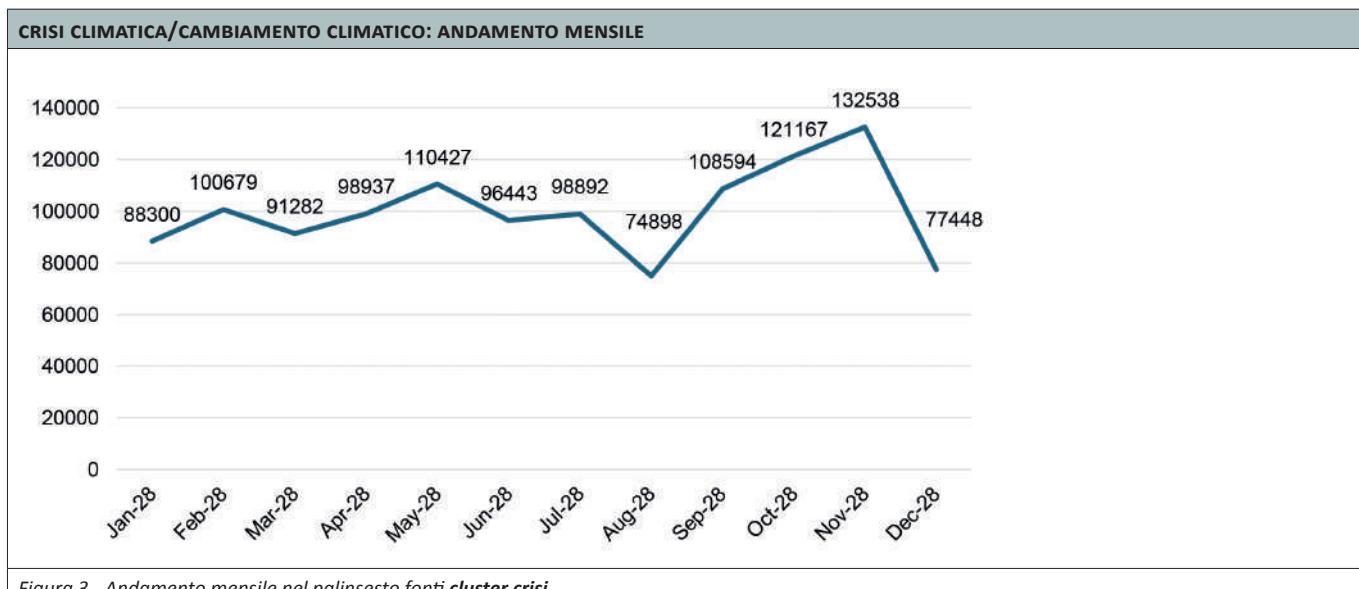
Di seguito, si riporta il dettaglio di ogni tematica¹.

¹ Ciascuna tematica analizzata rappresenta un cluster, di cui gli articoli e i passaggi radiotelevisivi che lo compongono presentano le parole chiave descritte in nota metodologica.

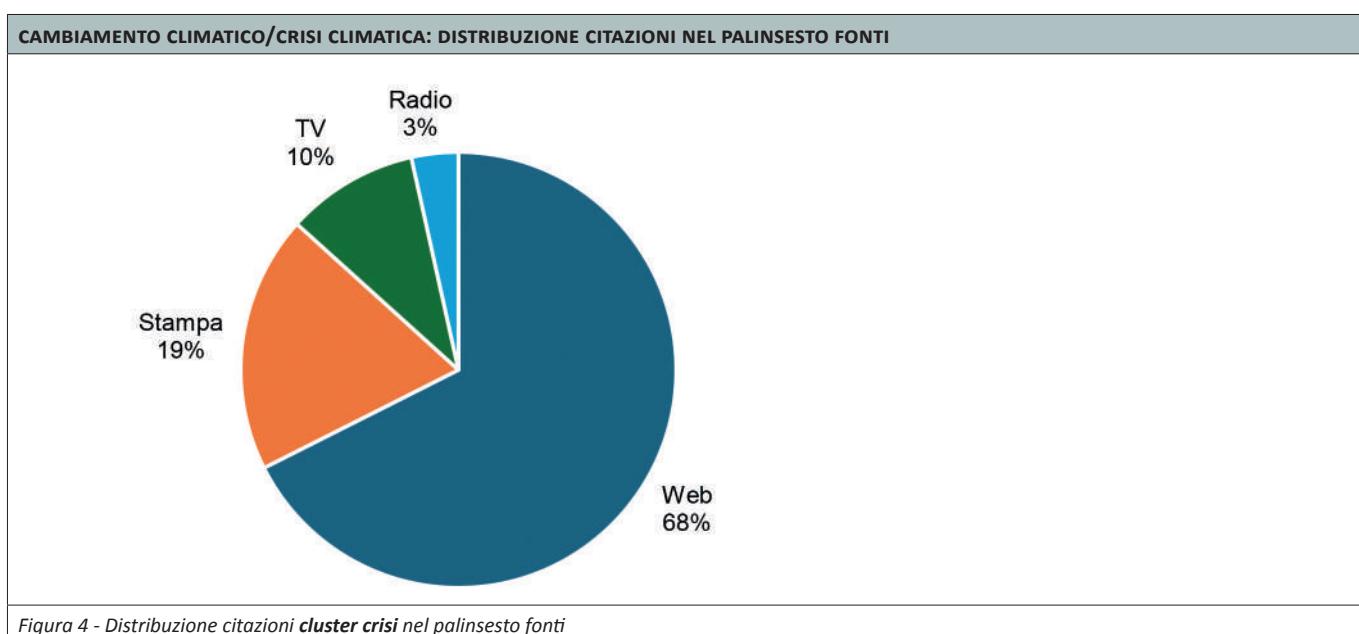


CRISI

Analogamente al 2023, le analisi effettuate nelle sezioni precedenti hanno evidenziato i temi connessi al cambiamento climatico e alla crisi climatica come i **più popolari** sui media italiani – dato che trova conferma nei picchi che fanno di questa tematica l'unica a registrare uscite superiori a 1 milione. L'interesse dei media per la tematica **crisi** è complessivamente **cresciuto** nel tempo, ma in maniera **discontinua**: osservando il grafico (*figura 3*) la curva delle citazioni subisce lievi flessioni periodiche, specialmente a **marzo, giugno, agosto e dicembre**. In generale, le citazioni si attestano al di sotto delle 120mila mensili per tutto il periodo considerato, ad eccezione di **novembre** che, con **132.538**, rappresenta il picco più alto. Il dato non stupisce considerando che **dall'11 al 24 novembre 2024** si è svolta a Baku, Azerbaigian, la Conferenza delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici, anche conosciuta come **COP29** (Conference of Parties).



Complessivamente, dal primo gennaio al 31 dicembre 2024 è il **web** a trattare maggiormente la **tematica del cambiamento climatico** e i temi ad esso connessi, come si nota dal grafico sottostante che mostra la presenza della tematica **crisi** – in termini percentuali – nei palinsesti analizzati.

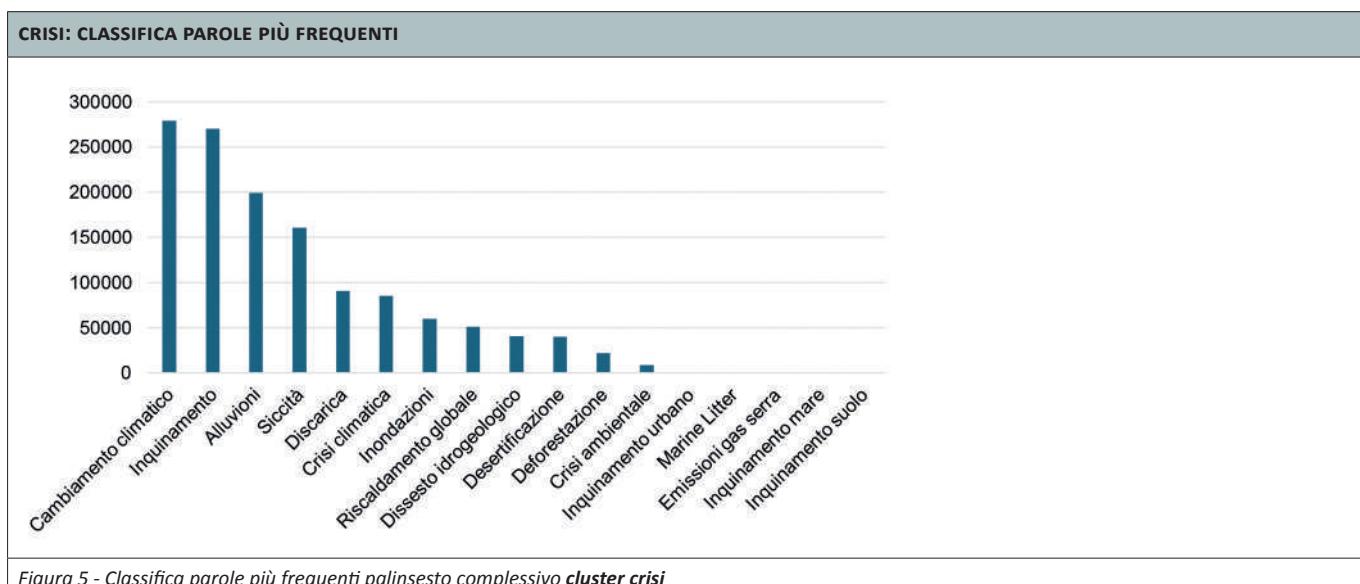




Le **fonti web** (inclusi gli aggregatori di notizie) producono 810.562 articoli, rappresentando il **68%** delle citazioni complessive. Le fonti **stampa** seguono con 229.351 citazioni, pari al **19%** del totale. A incidere sul dato è anche l'alto numero di fonti web e le logiche editoriali che distinguono le due tipologie di fonti. Tendenzialmente, infatti, le testate web producono un maggior numero di articoli rispetto alla stampa tradizionale. Al terzo posto si segnalano le **emittenti televisive**, menzionando i temi connessi alla crisi climatica e al cambiamento climatico in 117.948 contenuti, corrispondenti al **10%**. Infine, le **fonti radio** coprono il **3%**, producendo 41.744 citazioni.

Quando si parla di “crisi climatica” ci si riferisce a un ampio spettro tematico: come è stato fatto nello scorso rapporto, anche quest’anno abbiamo monitorato le **parole più frequenti** all’interno della tematica analizzata. Stando alle parole più utilizzate, il tema che fra tutti ha attirato maggiormente l’attenzione dei media italiani durante tutto il periodo monitorato è quello del **cambiamento climatico** (279.158 occorrenze). L’**inquinamento** segue a breve distanza (270.306 citazioni), indicando che le preoccupazioni relative alla qualità dell’aria, dell’acqua e del suolo sono altrettanto rilevanti e spesso discusse nei media. Il micro-tema delle **alluvioni** – che lo scorso anno aveva registrato il numero più alto di occorrenze, superando anche il cambiamento climatico – occupa la terza posizione, con una frequenza pari a 199.077, seguito da **siccità** (160.753). Il termine **discarica** compare 90.550 volte, evidenziando preoccupazioni relative alla gestione dei rifiuti e al loro impatto ambientale. **Crisi climatica** viene esplicitamente menzionata con una frequenza minore (85.232), pur rimanendo rilevante. **Inondazioni e riscaldamento globale** seguono con, rispettivamente, 59.598 e 50.930 occorrenze. Completano la classifica delle prime 10 parole più utilizzate dai media per affrontare la tematica esaminata **dissesto idrogeologico** (40.510) e **desertificazione** (39.998).

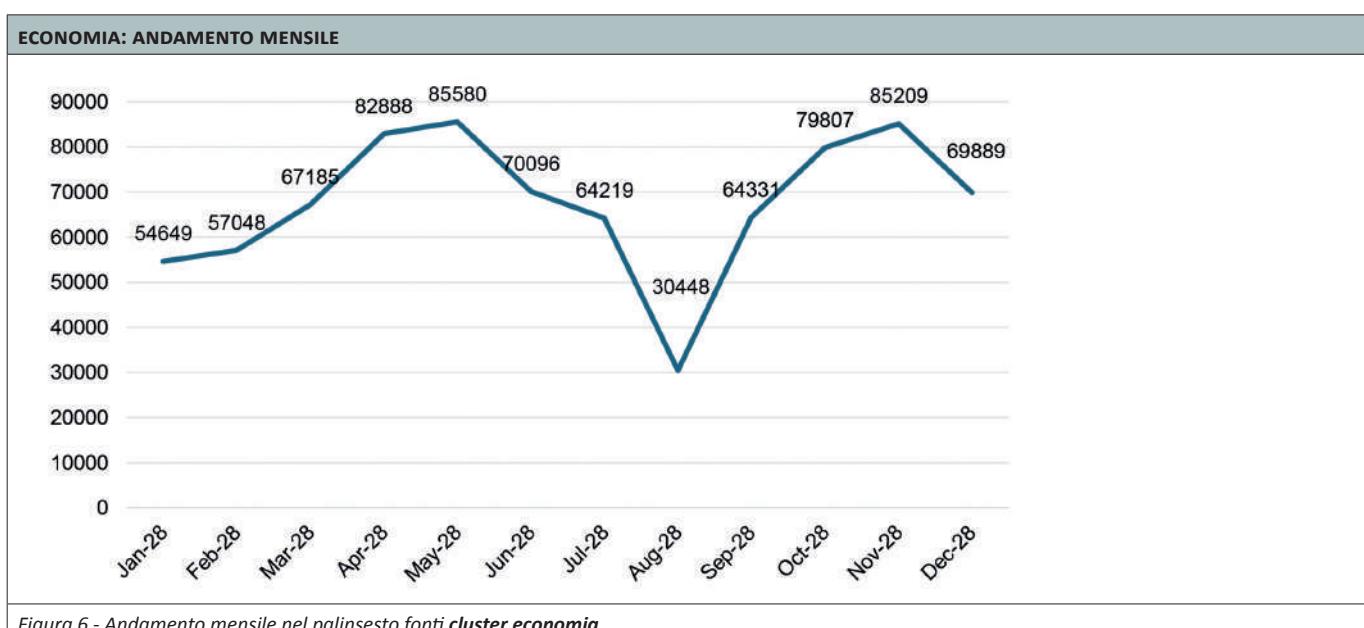
Di seguito si riporta la classifica delle parole più frequenti all’interno degli articoli e delle trasmissioni che hanno trattato la tematica **crisi**. Il cluster include diversi concetti che abbiamo indicato come concetti che rappresentano fattori di crisi ecologica (alluvione, cambiamento climatico, inquinamento, siccità, inondazioni, crisi climatica, discarica, riscaldamento globale, dissesto idrogeologico, emissioni gas serra, crisi ambientale, desertificazione, pesticidi, deforestazione, marine litter).



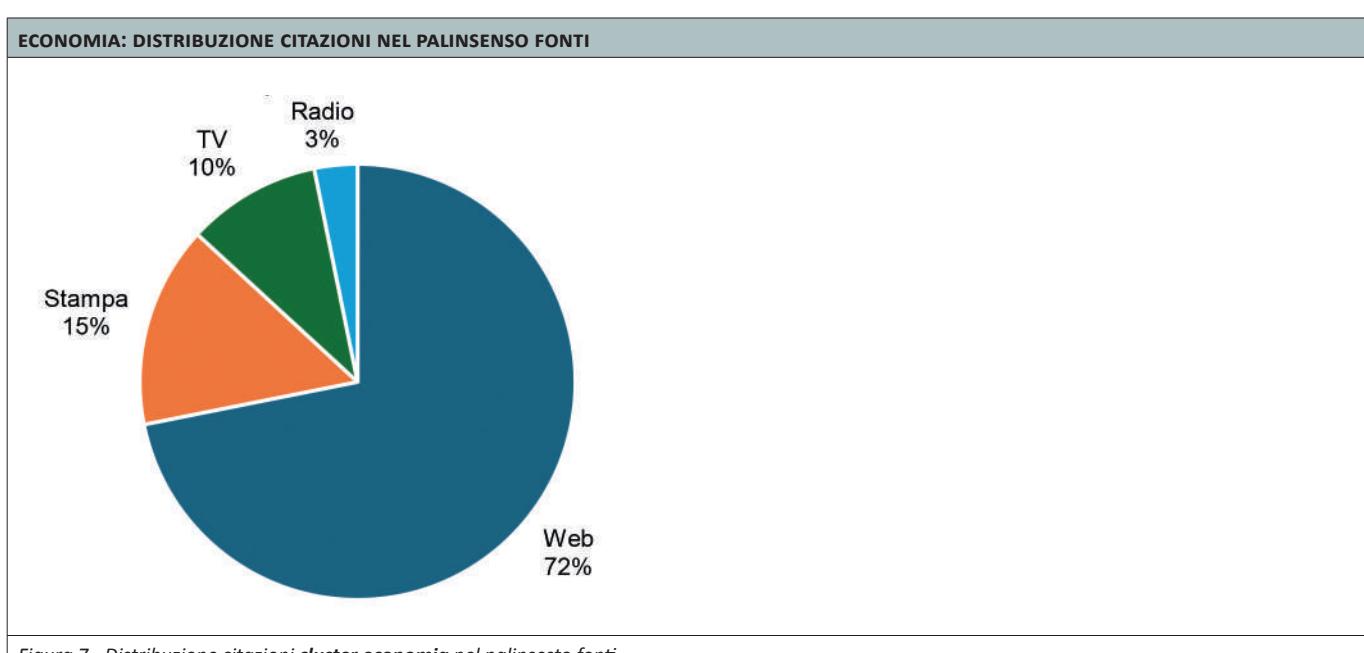
ECONOMIA ED ECONOMIA CIRCOLARE

Come emerso nelle analisi precedenti, nel corso del 2024 il tema dell’**economia** e dell’**economia circolare** ha attirato notevolmente l’attenzione dei media italiani, secondo soltanto alla tematica della crisi climatica e del cambiamento climatico. Tale interesse ha seguito un andamento variabile: **da gennaio a maggio** la curva delle pubblicazioni **cresce**, per poi **decrescere** da **giugno ad agosto** e **crescere nuovamente** fino a **novembre**, registrando una lieve **diminuzione a dicembre** e generalmente attestandosi al di sotto delle 75mila citazioni mensili. Fa eccezione il mese di **maggio** che, con **85.580** occorrenze fra articoli stampa e web, servizi televisivi e trasmissioni radiofoniche, rappresenta il picco più alto di citazioni: fra gli eventi che concorrono a determinare tale interesse si segnala la **VI Conferenza Nazionale sull’economia circolare** (Roma, 10 maggio 2024) durante la quale è stato presentato il Rapporto sull’economia circolare 2024 elaborato dal Circular Economy Network in collaborazione con ENEA e patrocinato dal Ministero dell’Ambiente. Un altro mese rilevante è **novembre**, nel quale la tematica è stata trattata in **85.209** contenuti mediatici.



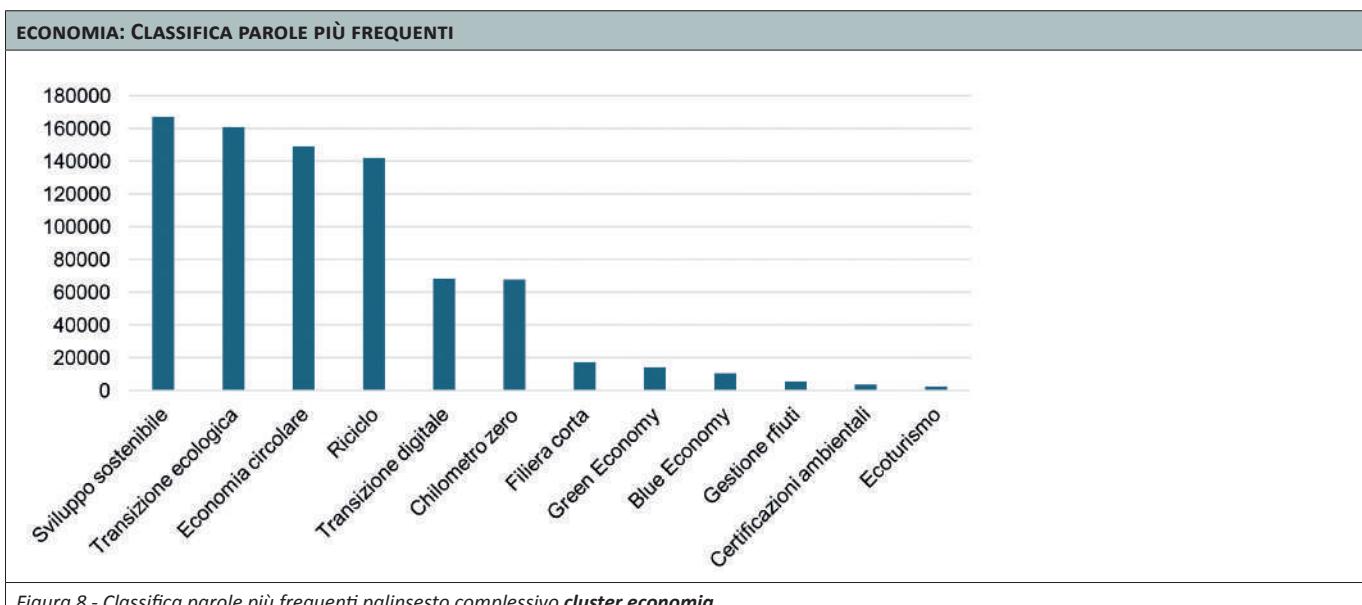


Ancora una volta le più prolifiche sono le fonti web, che con 583.046 citazioni rappresentano il 72% del totale. Le seconde fonti più attente alla tematica economia sono le fonti stampa, che determinano il 15% (121.560). Le emittenti televisive si posizionano al terzo posto con 80.775 citazioni (10%), mentre le fonti radio si collocano in ultima posizione con 25.968 (3%).



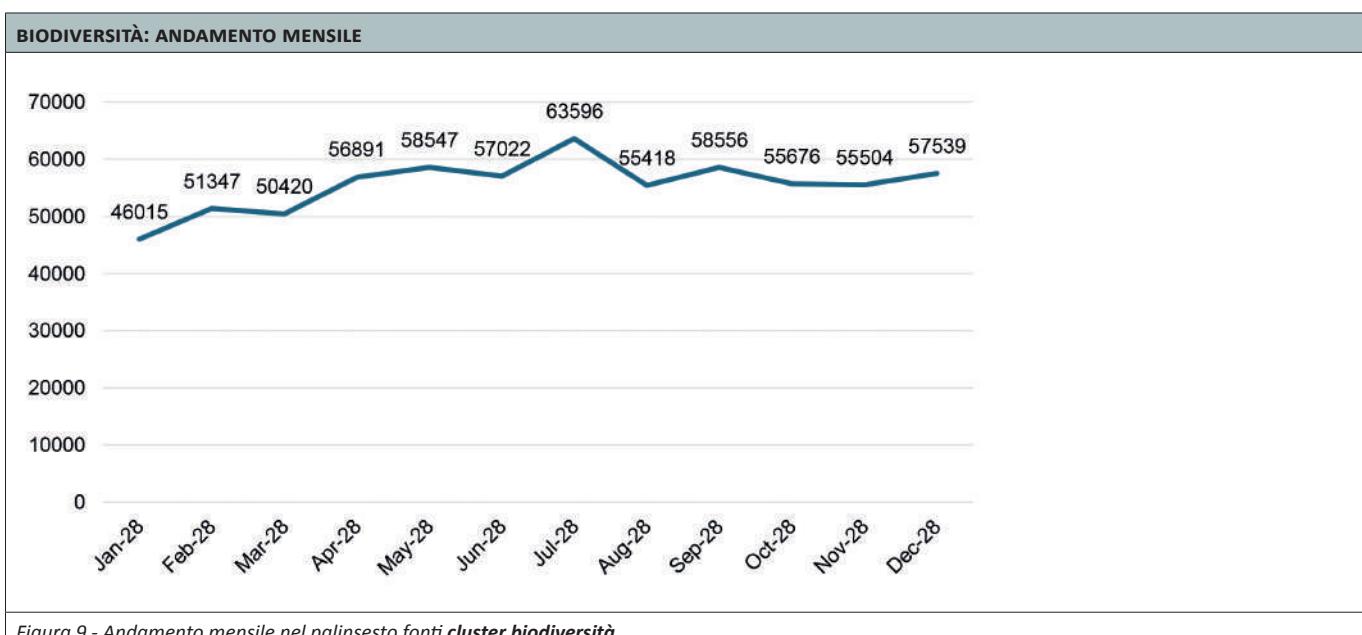
Il racconto mediatico della tematica **economia** in relazione ai temi ambientali nel 2024 mostra tendenze analoghe a quelle rilevate nel 2023. Dall'analisi delle parole più utilizzate infatti, **sviluppo sostenibile** emerge come il termine più frequente (167.014). **Transizione ecologica** segue con 160.697 occorrenze, evidenziando l'imperativo di trasformare i modelli attuali in direzioni più rispettose dell'ambiente. Altri micro-temi di rilievo sono **economia circolare** (149.234) e **riciclo** (142.049). A distanza troviamo **transizione digitale** (68.391) e **chilometro zero** (67.900). I termini **filiera corta** con 17.379 menzioni, **green economy** con 13.961 e **blue economy** con 10.440, indicano un interesse per modelli economici sostenibili che non solo rispettano l'ambiente ma ne fanno un punto di forza. Fra i temi meno trattati in termini economici si segnalano **gestione rifiuti** (5.514 citazioni), **certificazioni ambientali** (3.905) e **ecoturismo** (2.518).





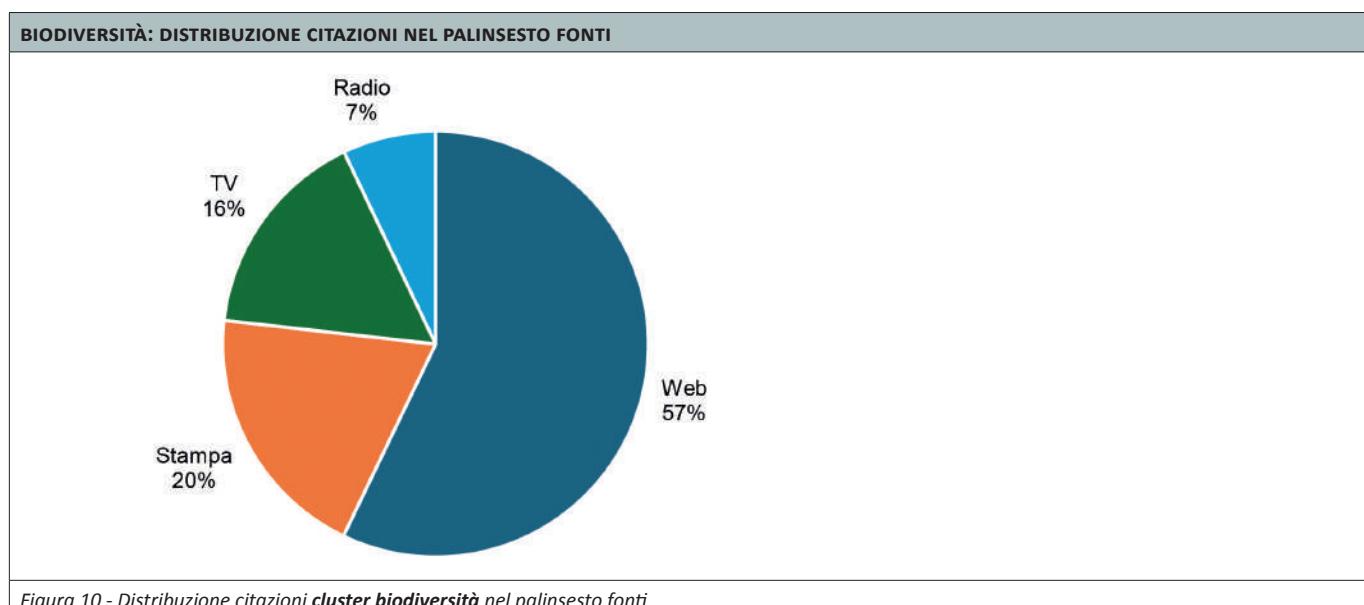
BIODIVERSITÀ

L'interesse per la tematica **biodiversità** da parte dei media italiani – al terzo posto per popolarità nel palinsesto fonti – segue un andamento tendenzialmente crescente per tutto il periodo considerato, ma caratterizzato da numerose fluttuazioni. Gennaio emerge come il mese meno prolifico, con citazioni che si attestano sulle 46 mila. Mensilmente, la tematica viene affrontata in meno di 59 mila contenuti mediatici. Una notazione importante riguarda il **picco più alto** di citazioni che si verifica a **luglio 2024** (63.596), rendendo la tematica la più trattata dai media nel **periodo estivo**. Fra gli eventi che hanno contribuito a generare il picco di interesse si segnala la **Giornata Mondiale per la Conservazione della Natura** (28 luglio). Da segnalare inoltre, la presenza di discussioni riguardanti la **revisione delle linee guida per la gestione del lupo in Italia**, con l'obiettivo di integrare la “dimensione sociale” nella gestione della specie.

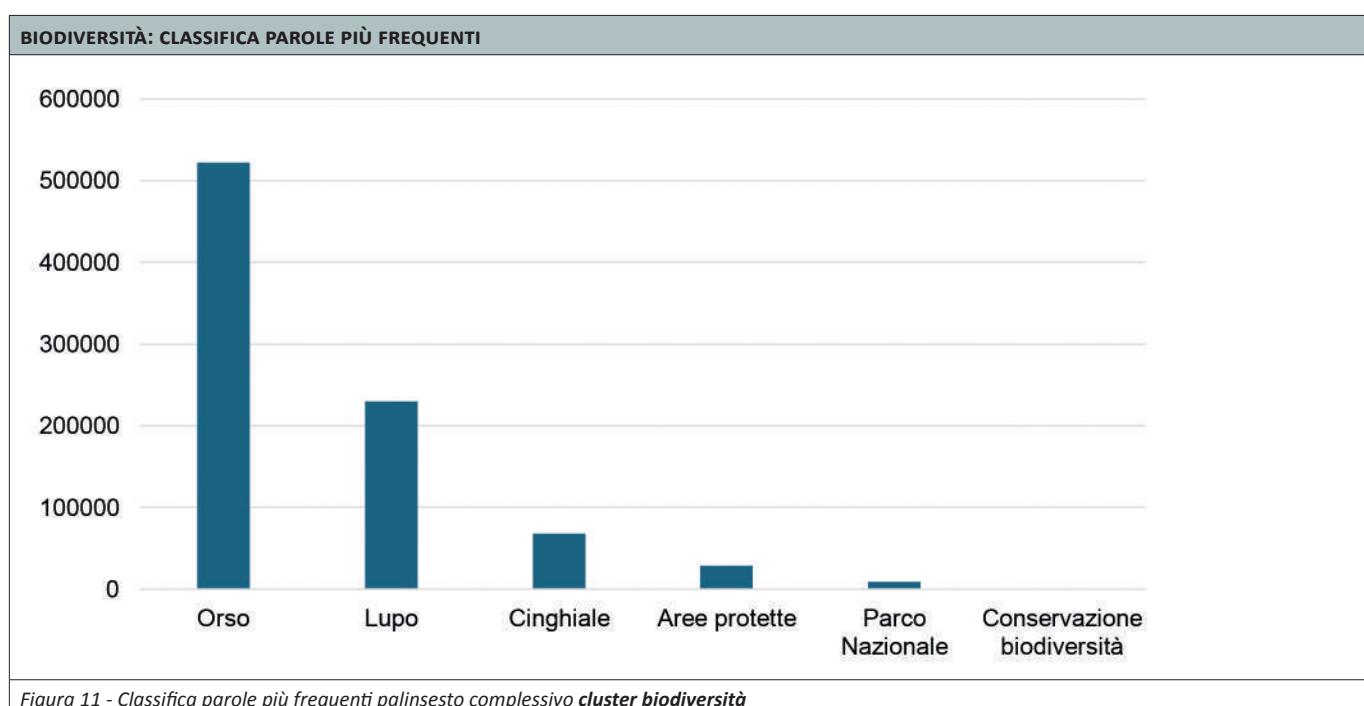




Osservando la distribuzione delle citazioni nei palinsesti considerati, la maggior parte proviene dal **web** che con 380.796 occorrenze determina il **57%** del totale. Segue la **stampa** con 130.983 citazioni (**20%**), le **emittenti televisive** (107.510) con il **16%** e infine le fonti **radio** (47.242), che rappresentano il **7%** delle citazioni complessive.

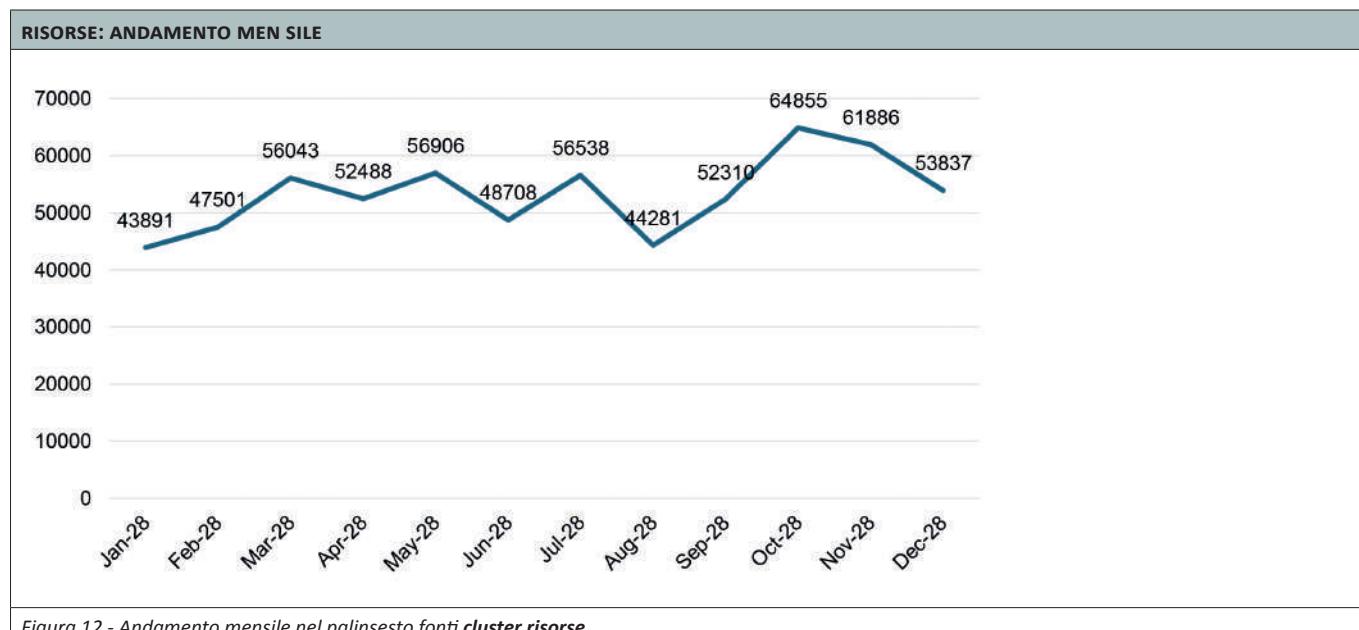


Nel 2024 il racconto mediatico della tematica biodiversità si è focalizzato principalmente sulla **gestione e tutela della fauna**, come evidenzia l'analisi delle parole più utilizzate nei testi giornalistici e nelle trasmissioni radiotelevisive. Il termine **orso** (nelle diverse declinazioni) si colloca al primo posto con 522.547 occorrenze, seguito da **lupo** e **cinghiale**. Altri temi rilevanti riguardano la conservazione ambientale e la gestione dei territori protetti, evidenziati da **aree protette** e **parco nazionale**. Tuttavia, il termine **conservazione della biodiversità** ha un conteggio estremamente basso, indicando che i media italiani, nel 2024 così come nel 2023, sono maggiormente interessanti agli aspetti particolari della biodiversità che non alla stessa in senso più ampio.

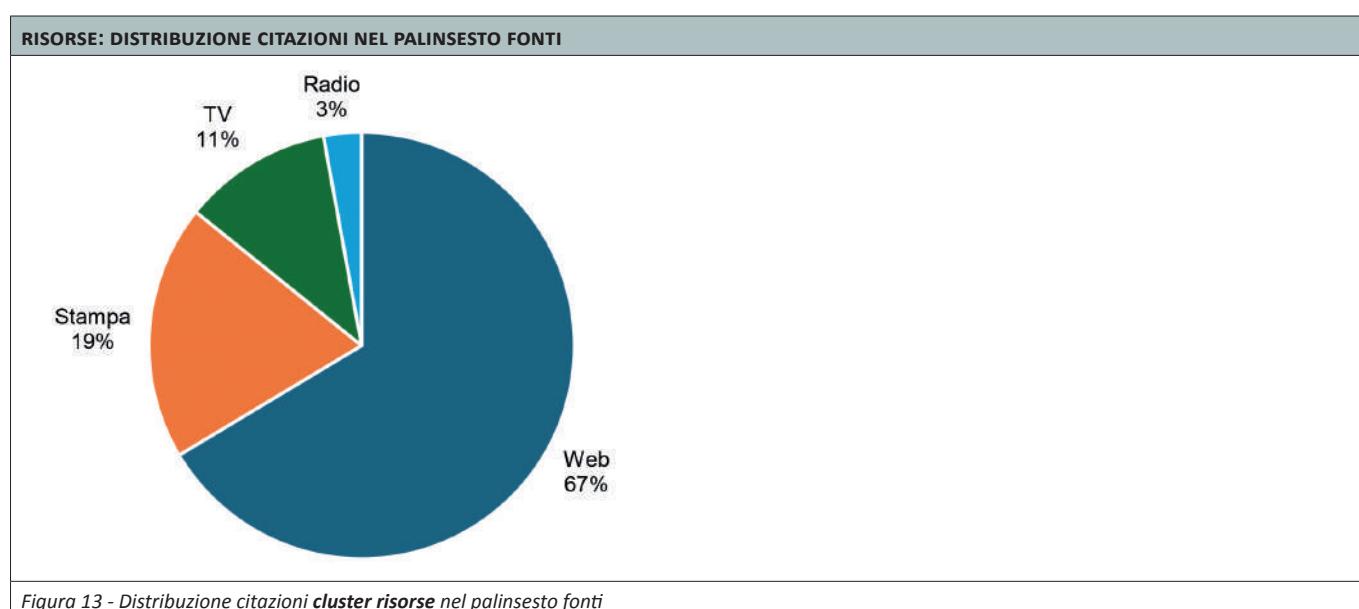


RISORSE

Le citazioni inerenti alla tematica **risorse** – al quarto posto nella classifica generale – seguono un andamento similare per tutto il periodo considerato, con citazioni mensili che oscillano tra le 43mila a quasi 57mila, fatta eccezione per il mese di **ottobre 2024** che con 64.855 citazioni rappresenta il **picco più alto**. Tra gli eventi più rilevanti del mese, si segnala la Relazione finale del **Dialogo Strategico sul Futuro dell'Agricoltura dell'UE** (18 ottobre 2024), ricevuta dalla Commissione Europea e intitolata *"Una prospettiva condivisa per l'agricoltura e l'alimentazione in Europa"*. Un'altra pubblicazione rilevante è stata la **Relazione sullo Stato della Green Economy** presentata in apertura degli Stati Generali della Green Economy 2024. A livello locale, spicca l'aggiornamento del **Piano di Tutela delle Acque (PTA)** della regione **Lombardia**.

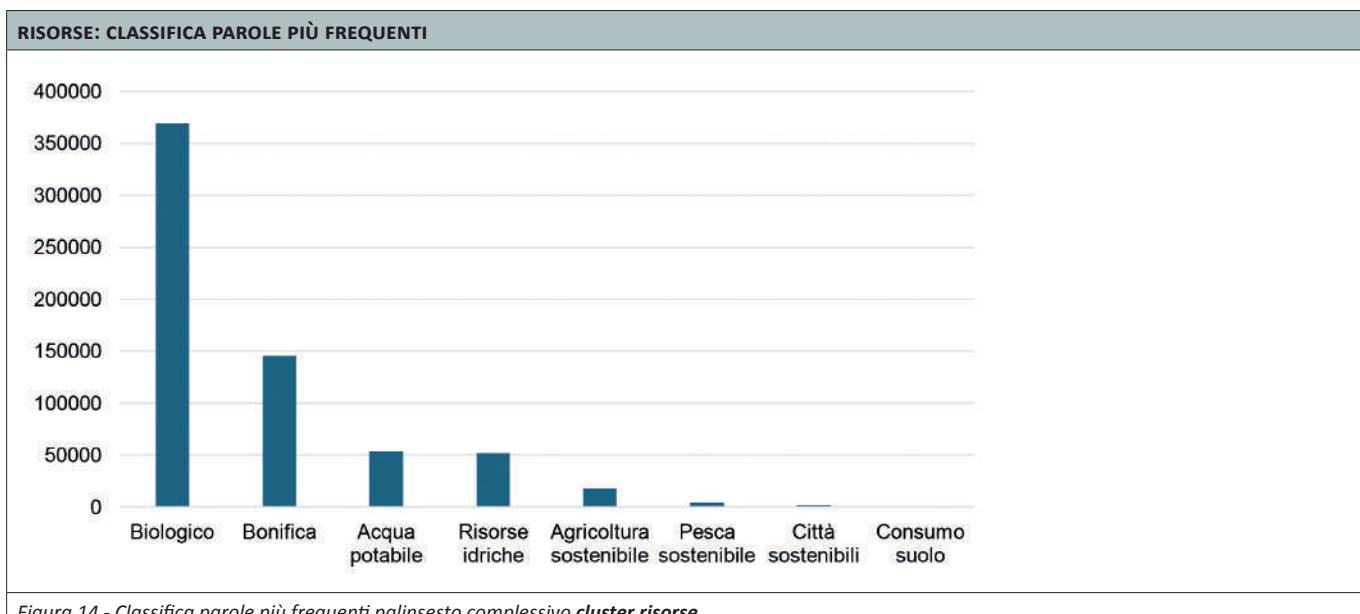


Come si nota dal grafico sottostante, l'interesse delle fonti per la tematica risorse è coerente con l'interesse dimostrato per le altre tematiche oggetto d'analisi. Il **web** si dimostra essere più recettivo (424.504), cubando più della metà delle citazioni (66%). A seguire troviamo la **stampa** (19%) e di nuovo le trasmissioni televisive che con l'11% delle citazioni totali prevalgono su quelle radiofoniche (3%).



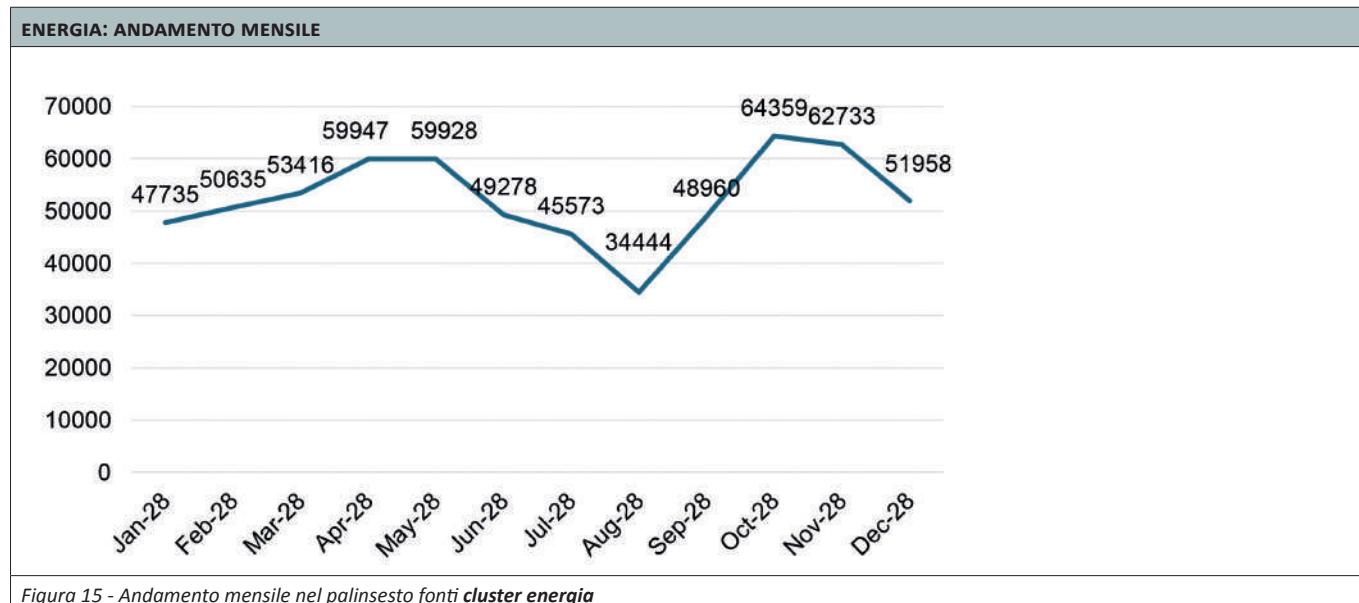


Analizzando i termini che compaiono più di frequente nei contenuti pubblicati dai media italiani nel 2024 e che trattano la tematica risorse, si nota un'attenzione significativa per **pratiche agricole e prodotti che rispettano l'ambiente**: il termine **biologico**, infatti, compare in 369mila contenuti, risultando il più presente. Attirano poi l'attenzione i processi di risanamento ambientale, di cui è esempio la parola **bonifica**, in seconda posizione della classifica con 145.696 citazioni. Seguono i discorsi che affrontano il tema dell'acqua, con **acqua potabile** e **risorse idriche** fra le più frequenti. Un altro micro-tema rilevante è quello dell'**agricoltura sostenibile**. Altri fra i termini più frequenti sono **pesca sostenibile** e **città sostenibili**. Infine, il **consumo del suolo**, con 366 menzioni, rappresenta il meno trattato dai media italiani nel periodo d'analisi.

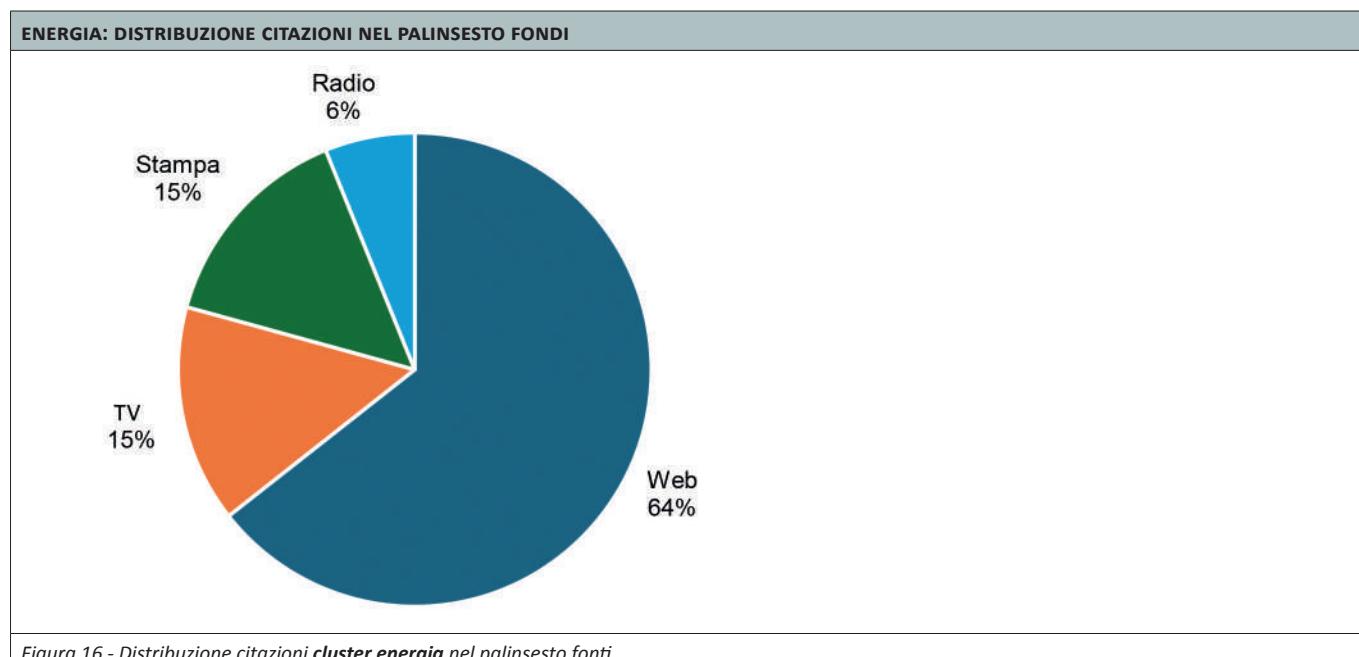


ENERGIA

La tematica **energia** si posiziona al quinto posto nella classifica delle tematiche più trattate. Focalizzando l'attenzione sull'andamento delle citazioni si nota un **interesse crescente** dei media fino a maggio 2024, mentre nel mese di giugno si assiste a una decrescita della curva fino a raggiungere il **minimo annuale ad agosto** (34.444 citazioni). Da settembre si segnala una risalita nel numero di pubblicazioni, con **novembre** – mese della COP29 – che rappresenta il **mese di picco** (62.733).

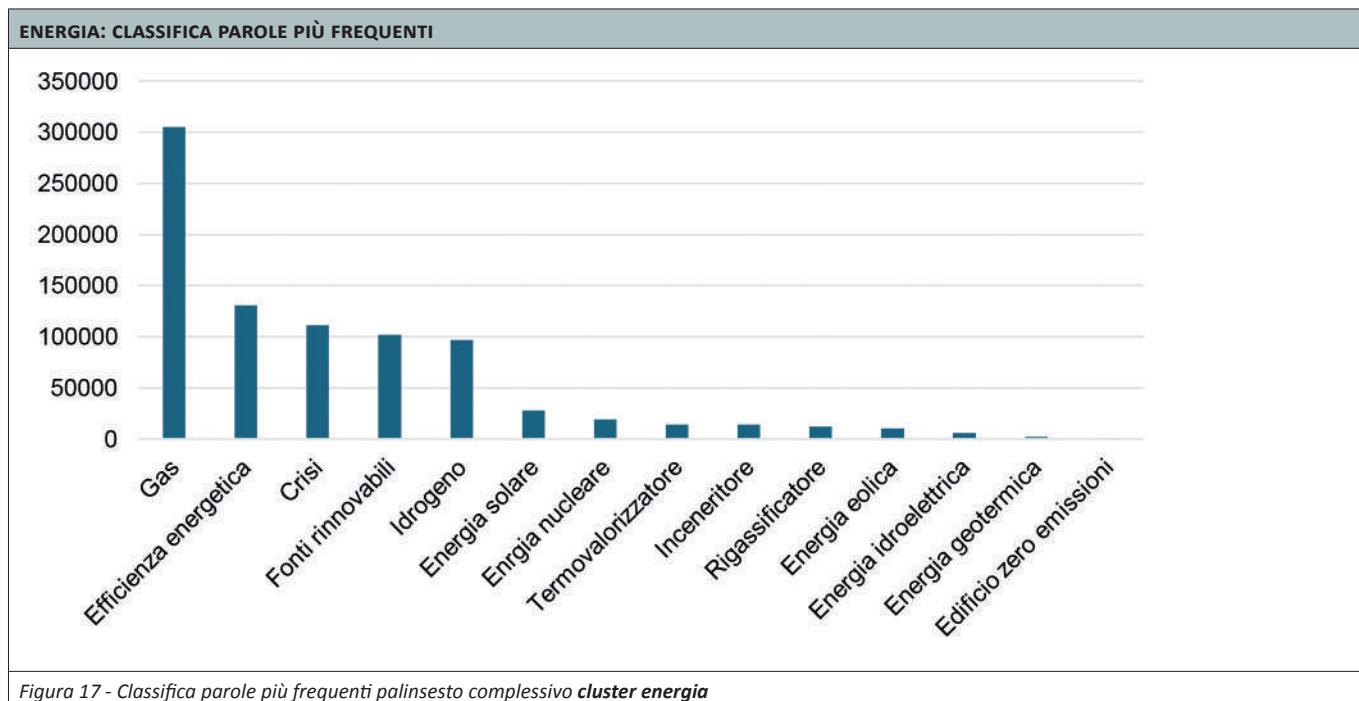


Osservando la distribuzione delle citazioni nei diversi palinsesti monitorati, si notano lievi variazioni rispetto alle analisi precedenti: se da un lato è il **web** a determinare oltre la metà delle citazioni riguardanti la tematica energia (64%), le **emittenti televisive** mostrano un interesse pari alla **stampa**, cubando entrambe il 15%. Le fonti **radio** invece, si posizionano ancora una volta al quarto posto con il 6%.





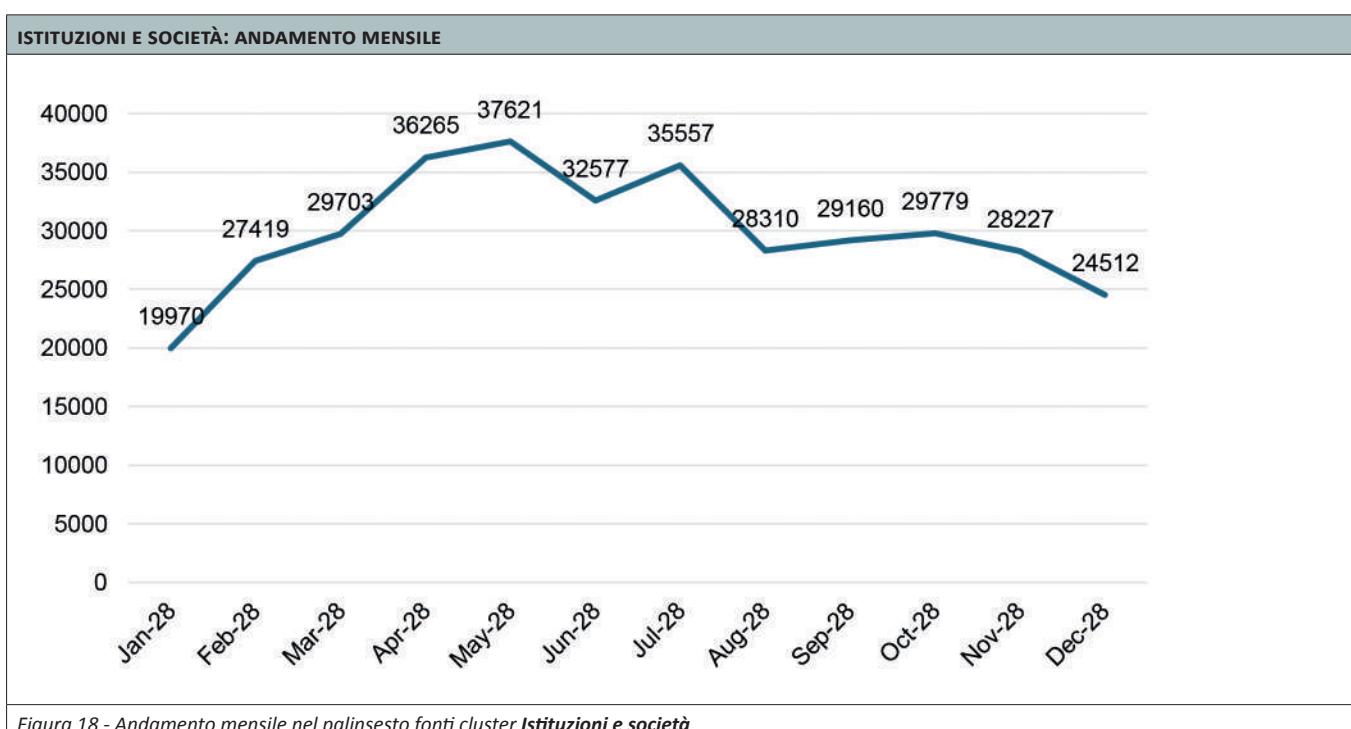
Analizzando le parole più frequenti nei testi giornalistici e nei contenuti radiotelevisivi del 2024, è – in linea con il 2023 – il **gas** a canalizzare l'attenzione dei media, con 305.269 citazioni. Il tema dell'**efficienza energetica** trova largo spazio, al secondo posto della classifica con 130.973 occorrenze, sottolineando l'importanza crescente di affrontare i discorsi legati alle pratiche di riduzione dei consumi e all'aumento dell'efficienza nei settori energetici. Al terzo posto **crisi** (111.196) mostra un racconto mediatico attento alle preoccupazioni legate alle instabilità e alle sfide in ambito energetico. A seguire si segnala **fonti rinnovabili**, che rispetto al 2023 – anno in cui si trovava in seconda posizione – perde terreno. Le altre parole emergono con una frequenza inferiore a 100mila, in ordine: **idrogeno, energia solare, energia nucleare, termovalorizzatore, inceneritore, rigassificatore, energia eolica, energia idroelettrica, energia geotermica**. La parola meno frequente è invece **edificio zero emissioni**, per il secondo anno consecutivo in coda alla classifica.



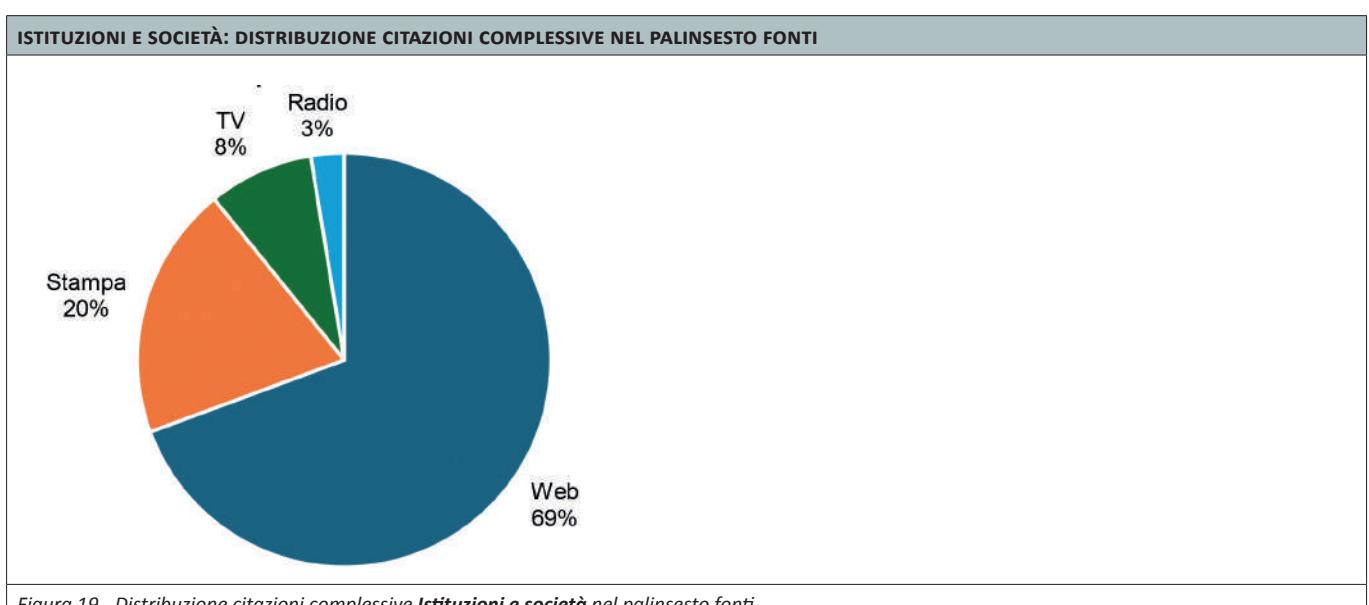
ISTITUZIONI E SOCIETÀ

Tanto nel 2023 quanto nel 2024, la tematica **Istituzioni e società** risulta fra le meno popolari, collocandosi in penultima posizione nella classifica generale. Per tutto il periodo considerato, mensilmente le citazioni si attestano su valori inferiori a 38mila. L'andamento delle pubblicazioni è contrassegnato da una curva crescente che va da gennaio a **maggio**, mese nel quale si registra il **picco più alto** con 37.621 citazioni. D'altronde, maggio ha rappresentato un mese di grande attività per le Istituzioni, associazioni ed enti monitorati: per esempio, il 7 maggio 2024, il **Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Gilberto Pichetto Fratin**, ha partecipato a eventi istituzionali focalizzati sulla transizione energetica e la decarbonizzazione, sottolineando l'importanza della leadership italiana in questi ambiti. Fra le altre azioni del Ministero, si ricorda l'emanazione del decreto per la riqualificazione dei siti orfani, in attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR). Altri esempi riguardano: dal 7 al 23 maggio 2024 si è svolta l'ottava edizione del **Festival dello Sviluppo Sostenibile**, promosso da **ASviS** e al quale hanno partecipato diverse associazioni ambientaliste, fra le quali **Legambiente** e **WWF**; il 23 maggio 2024, **Greenpeace Italia** e **ReCommon** hanno presentato il documentario **"Il prezzo che paghiamo"**, realizzato dal collettivo **FADA**. Ma non solo: in occasione della Giornata mondiale delle Api (20 maggio) e della Giornata mondiale della Biodiversità (22 maggio), **Greenpeace Italia** ha presentato il progetto **"Bosco delle Api"**, volta a promuovere comunità resilienti e sostenibili attraverso la creazione di food forests. **Da giugno si assiste a una decrescita** che dura per tutti i mesi estivi, con una nuova crescita delle menzioni a partire da **settembre**: fino alla fine dell'anno la curva rimane abbastanza stabile, con citazioni che non superano le 30mila.





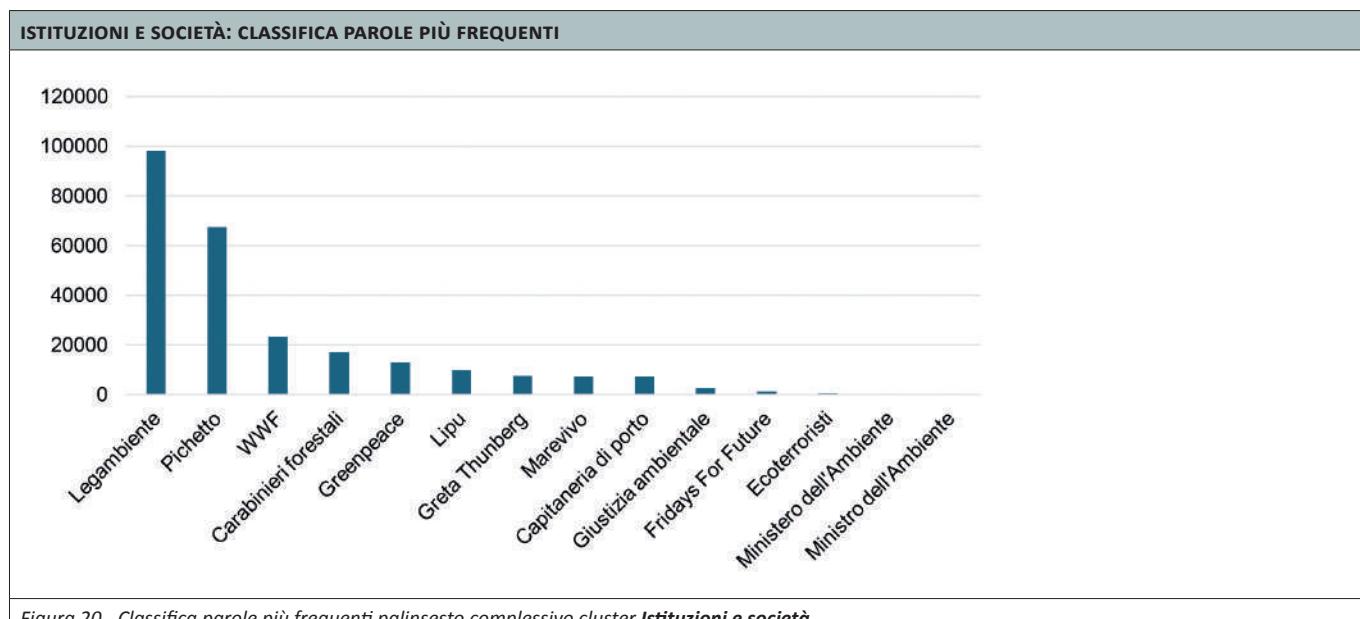
Le fonti **web** risultano ancora una volta le più prolifiche (69% delle citazioni totali). Segue la **stampa** che determina il 20% con 70.788 citazioni. Le **emittenti televisive** predominano nuovamente sulle fonti **radio**, rappresentando l'8% contro il 2%.





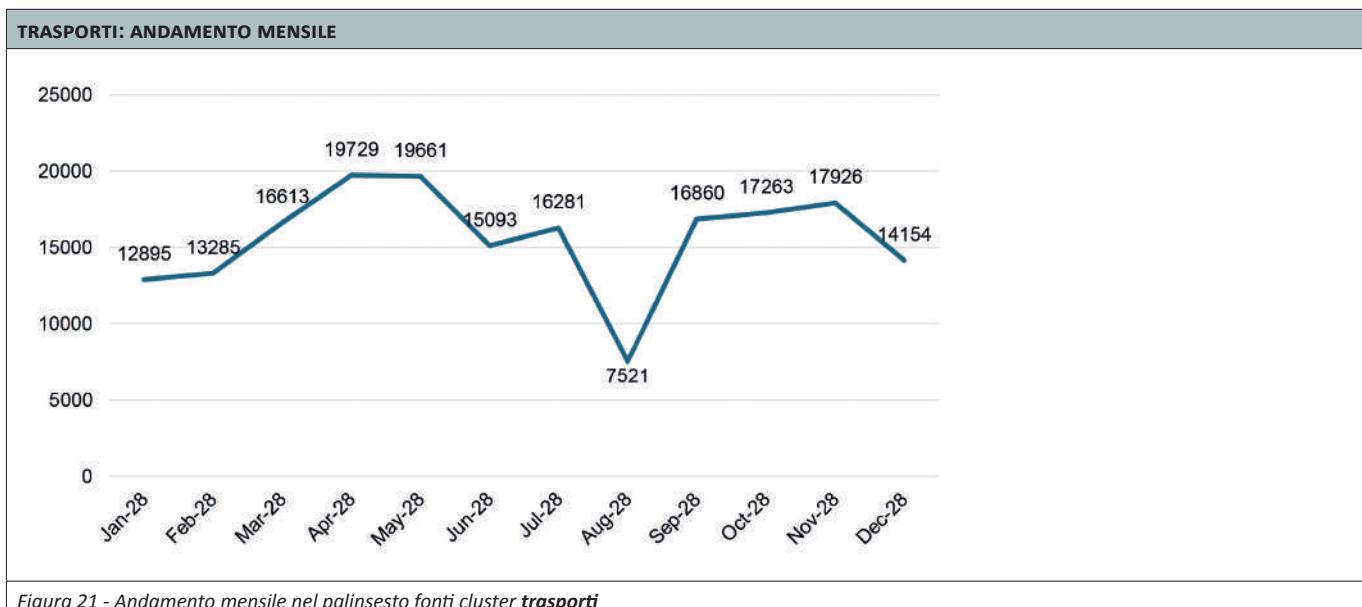
Analizzando le parole che ricorrono più frequentemente negli articoli e nelle trasmissioni che trattano la tematica, **Legambiente** conquista il primo posto con ben 98.242 citazioni. A seguire troviamo **Pichetto** (67.449) e **WWF** (23.300). A distanza si segnalano **carabinieri forestali** e **Greenpeace**, che completa la classifica delle cinque parole più utilizzate nei contenuti che trattano di ambiente in relazione a Istituzioni e società. Altre parole rilevanti sono **Lipu**, **Greta Thunberg** e **Marevivo**. **Capitaneria di porto** – che nel 2023 occupava il terzo posto – scende invece nel 2024 al nono, mentre **giustizia ambientale** si mantiene alla decima posizione. Interessante notare che **Fridays for Future**, il movimento giovanile guidato da Greta Thunberg, si posiziona undicesimo, venendo menzionato spesso indipendentemente dalla sua fondatrice.

Di seguito si riporta la classifica completa delle parole più ricorrenti.

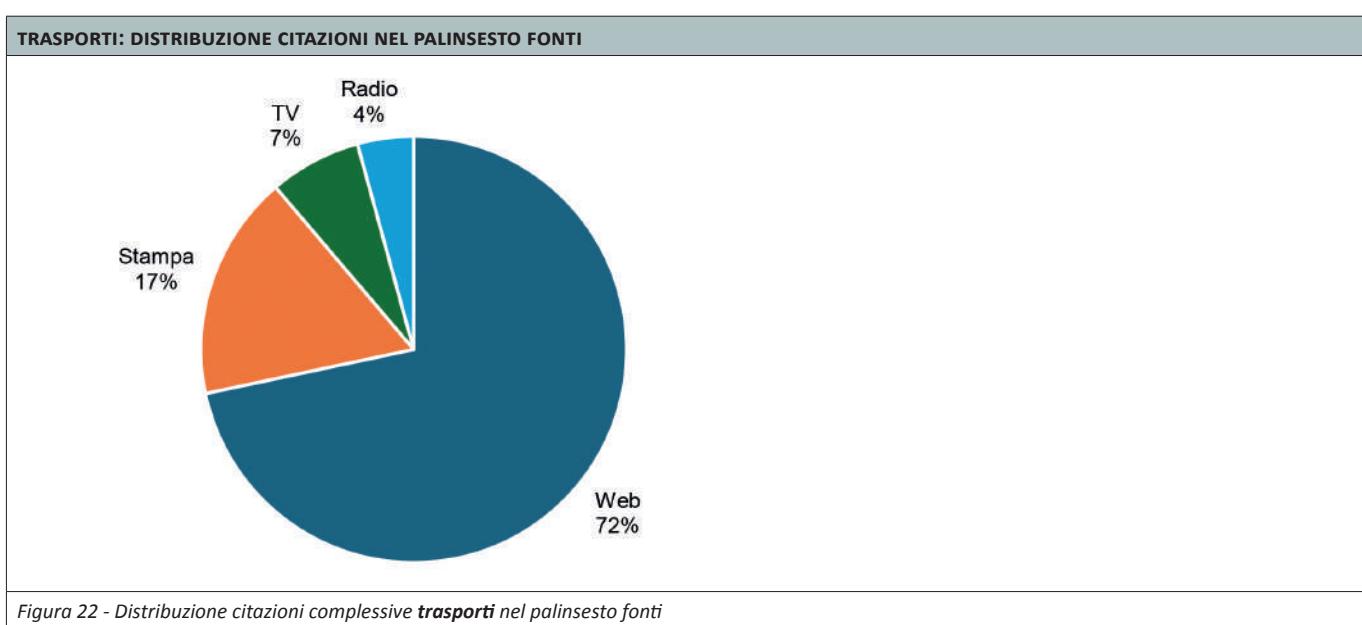


TRASPORTI

Il monitoraggio dell'andamento relativo agli articoli (stampa e web) e delle trasmissioni radiotelevisive che concernono il tema dei **trasporti** conferma i dati rilevati in precedenza che classificano la tematica in oggetto come quella – tra tutte – **meno trattata**. La tendenza è la stessa rilevata nel monitoraggio del 2023: le citazioni si attestano al di sotto delle 20mila per ciascun mese monitorato. Come mostra il grafico riportato di seguito, la curva dell'andamento delle citazioni appare complessivamente lineare: a rompere l'equilibrio è il mese di **agosto**, nel quale si registra una drastica **riduzione del numero di pubblicazioni**. Il mese nel quale la tematica dei trasporti attira **maggiornemente l'attenzione dei media** è invece **aprile**, nel quale la tematica totalizza 19.729 menzioni. Tra gli eventi più rilevanti del mese si segnalano a titolo d'esempio la Conferenza sulla mobilità sostenibile a Milano, Torino e Genova (9 aprile 2024) **Mobility Conference 2024**, l'annuncio di **finanziamenti europei** per infrastrutture di mobilità a zero emissioni (10 aprile 2024), l'**E-Prix di Misano** (13–14 aprile 2024) nell'ambito della Formula E, la **Gara Nazionale di Mobilità Sostenibile** (12–14 aprile 2024) per lo stesso circuito Misano e l'espansione del servizio di car sharing **Enjoy** (24 aprile 2024).

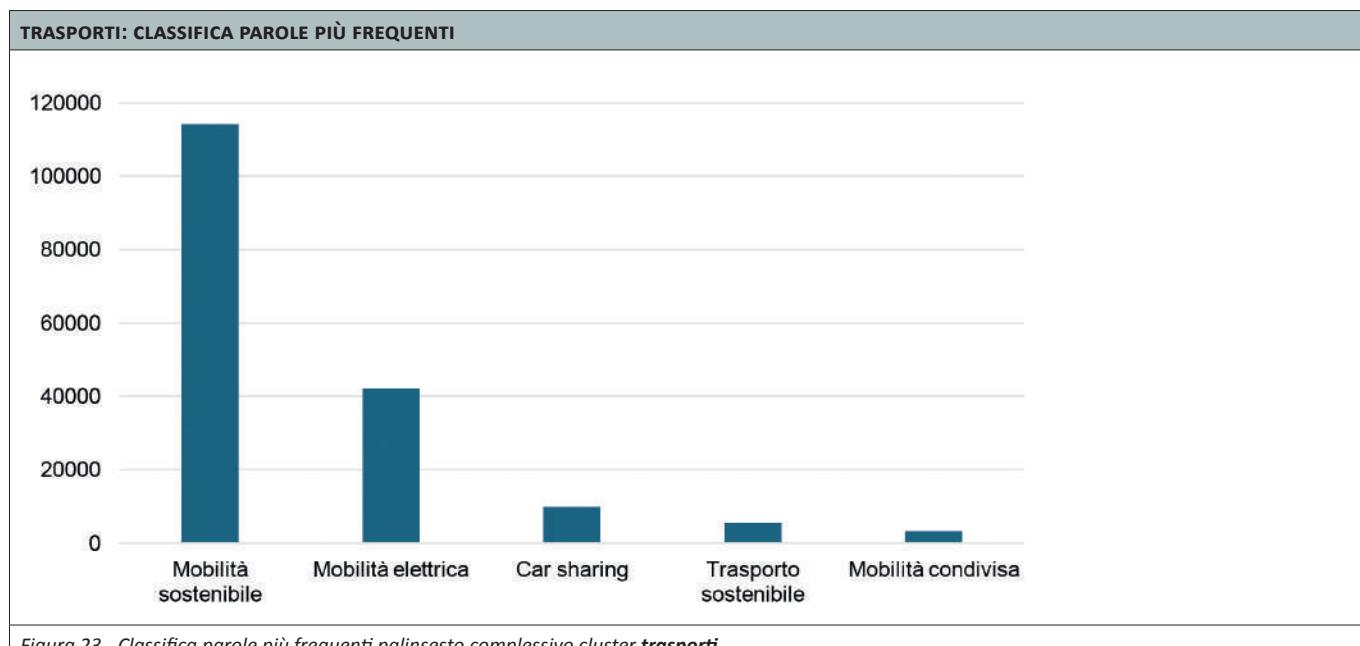


La tematica trasporti non differisce dalle altre in termini di distribuzione delle citazioni nei palinsesti analizzati: il **web** predomina cubando il **72%** delle citazioni totali, seguito da **stampa** (17%), **emittenti televisive** (7%) e infine fonti **radio** (4%).





Nel contesto della discussione sulla mobilità, il termine più frequentemente menzionato è **mobilità sostenibile**, con un totale di 114.168 citazioni, suggerendo un forte interesse attorno a questo tema, che sta diventando centrale nelle discussioni pubbliche e politiche. **Mobilità elettrica** segue, sottolineando l'importanza nel panorama mediatico della transizione verso veicoli elettrici come parte della strategia per raggiungere una mobilità più ecologica. Un tema che trova minor risonanza sui media è **car sharing**, in terza posizione ma con il 76% in meno di occorrenze rispetto a *mobilità elettrica*. Infine, **trasporto sostenibile** e **mobilità condivisa** ricoprono ruoli marginali, occupando le ultime posizioni della classifica.



ANALISI

TV

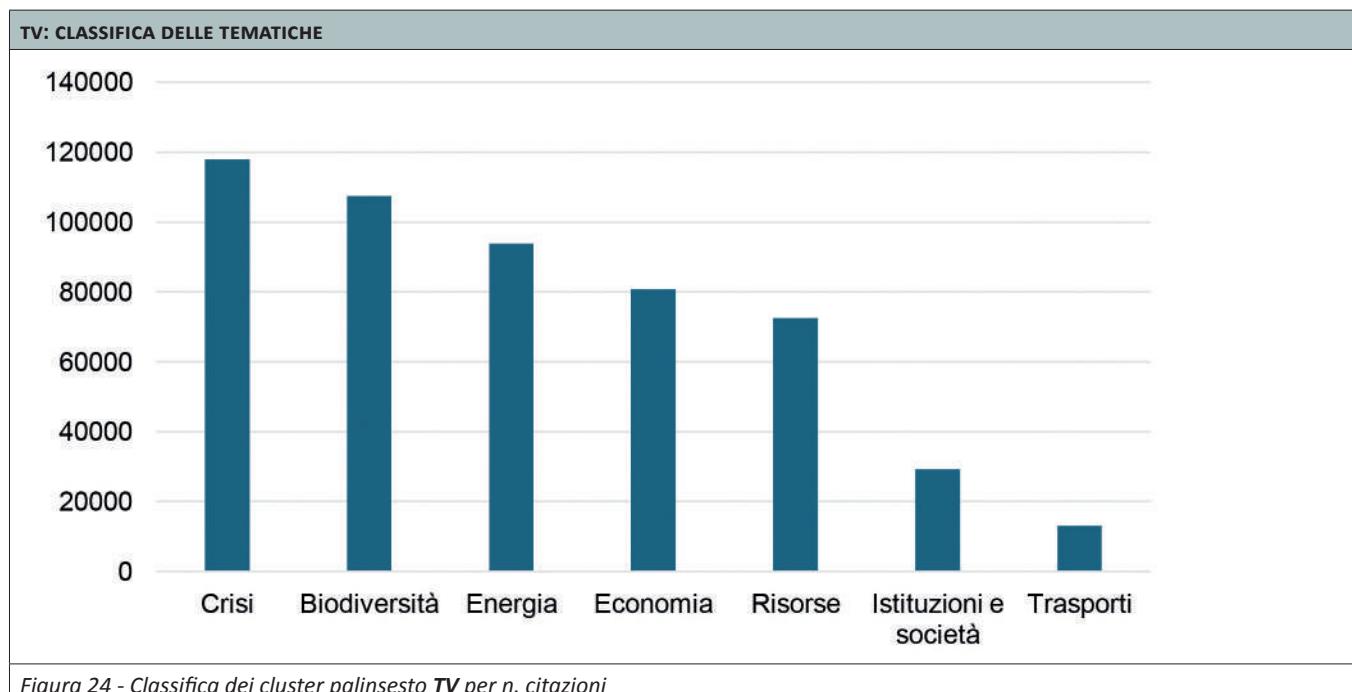


ANALISI TV

TEMATICHE: CLASSIFICA NEI SERVIZI TELEVISIVI

Focalizzando l'attenzione sul **palinsesto televisivo**, si nota come a predominare sia la tematica della **crisi**, che include anche il **cambiamento climatico** (117.948 trasmissioni televisive). Rimane alto l'interesse per la **biodiversità**, che si aggiudica la seconda posizione comparando in 107.510 passaggi televisivi, mentre al terzo posto troviamo il tema dell'**energia** (93.792). Seguono i temi dell'**economia** (80.775), **risorse** (72.524), **Istituzioni e società** (29.369) e infine **trasporti** (13.058).

Di seguito si riporta la classifica delle tematiche più trattate nel palinsesto televisivo.



ANDAMENTO MENSILE NELL'ANNO PALINSESTO TV

L'analisi dell'andamento mensile delle citazioni per ciascuna tematica mostra una **crescita** di tutte le curve da **settembre a dicembre 2024**, a eccezione di **trasporti**, la cui curva subisce una **flessione**.

La tematica **crisi** occupa complessivamente maggiore spazio nel palinsesto televisivo: interessante notare un primo picco a febbraio 2024, in seguito al quale la curva decresce per poi aumentare fino a **novembre 2024** (mese di maggior picco), seppure mostrando lievi fluttuazioni mensili. A dicembre si verifica un'ulteriore flessione, con valori che si attestano intorno alle 10mila citazioni. Per quanto riguarda la tematica **biodiversità**, si nota un trend crescente con picchi significativi a **luglio 2024** e **ottobre 2024**. Da segnalare fra gli altri mesi rilevanti **marzo 2024**, che canalizza l'attenzione delle emittenti televisive descrivendo la curva maggiore. Le citazioni riguardanti la tematica **energia** seguono un andamento più discontinuo, sebbene tendenzialmente in crescita. I picchi più elevati si registrano a **maggio e ottobre**. I temi connessi all'ambiente in relazione all'**economia** vengono trattati dalle emittenti televisive, per tutto il periodo considerato, con frequenze che oscillano dalle 4mila alle 5mila citazioni mensili. Gli ultimi mesi dell'anno determinano un notevole aumento delle citazioni, fino a raggiungere il picco più alto a **dicembre** (oltre 10mila citazioni). L'attenzione posta per la tematica **risorse** segue un andamento più marcata mente irregolare ma complessivamente crescente, che culmina con il picco di **ottobre 2024**. Per quanto concerne **Istituzioni e società** non si verificano grandi variazioni nell'attenzione dedicata dalle emittenti televisive italiane in termini assoluti: dopo un aumento iniziale da gennaio a febbraio, si assiste a un calo fino ad aprile, seguito da una crescita costante fino a luglio (picco maggiore) per poi stabilizzarsi fino a dicembre. Analogamente, la curva relativa alla tematica **trasporti** risulta piuttosto lineare, con due picchi principali nel mese di **aprile 2024** e **ottobre 2024**.



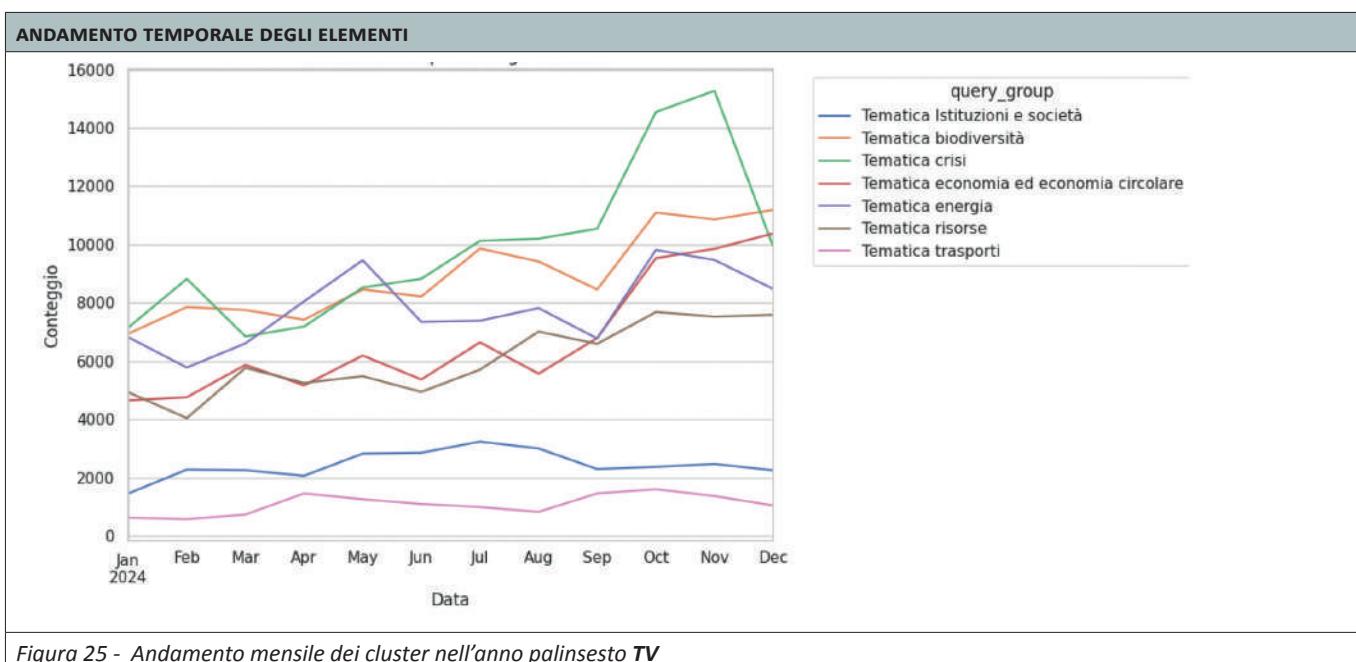


Figura 25 - Andamento mensile dei cluster nell'anno palinsesto TV

Di seguito si fornisce il dettaglio di ogni cluster.

CRISI

Nel corso del 2024 i temi connessi alla **crisi climatica** – incluso il **cambiamento climatico** – hanno attirato l'attenzione principalmente delle **emittenti televisive locali**, le quali rappresentano il 57% delle citazioni complessive. Le **emittenti nazionali** contribuiscono determinando il 43%.

TGCOM24 emerge come l'emittente più attiva nel diffondere notizie relative alla tematica crisi, trattandola in quasi 8mila servizi. **Rai News** segue con 5.089 citazioni, evidenziando il ruolo del servizio pubblico nell'informare sui temi connessi al clima. **Telenorba** e **SKYTG24**, entrambe con 4.900 citazioni, dimostrano una parità di interesse per il tema, anche se con un diverso approccio geografico e di target di pubblico. A seguire si segnala **Rai 3** con 4.358 citazioni. **RTTR**, **Trentino TV** e **Alto Adige TV** con citazioni che oscillano fra le 3mila e 3mila e mezzo, evidenziano l'interesse del Trentino Alto Adige per la tematica analizzata. Infine, **Rai 1** rappresenta la decima emittente televisiva nei cui servizi si è parlato di più di crisi climatica e cambiamento climatico (3.022).

Il termine **inquinamento** è il più citato (28.635), seguito da **alluvioni** (27.274), **cambiamento climatico** (24.065) e **siccità** (23.347). Altri termini rilevanti sono **discarica** e **gestione dei rifiuti** (più di 10mila citazioni), indicando un significativo interesse, sebbene a un livello inferiore rispetto al cambiamento climatico e alle sue implicazioni. Anche **crisi climatica** (oltre 7mila occorrenze), **riscaldamento globale** (circa 5.900), **pesticidi** (5.768), e **inondazioni** (5.240) trovano ampio spazio nel dibattito televisivo. Ottengono invece fra le mille e 4mila citazioni i termini **dissesto idrogeologico**, **desertificazione** e **deforestazione**. Crisi ambientale si colloca tra le ultime posizioni della classifica, insieme a **inquinamento urbano**, **inquinamento marino** e **inquinamento del suolo**, ed **emissioni di gas serra**.

BIODIVERSITÀ

Il tema della biodiversità, secondo in classifica per citazioni, viene discusso principalmente da **emittenti televisive locali** (58%). Le **tv nazionali** contribuiscono determinando il 42% delle citazioni totali.

Nello specifico, la tematica attira prevalentemente l'attenzione delle fonti televisive del Trentino Alto-Adige, con **RTTR** e **Trentino TV** ai primi posti della classifica delle fonti più prolifiche con oltre 5mila citazioni. A seguire troviamo la televisione pubblica: i canali Rai mostrano un notevole interesse per la tematica, con **Rai News**, **Rai 1**, **Rai 2** e **Rai 3** che occupano rispettivamente il terzo, quarto, ottavo e decimo posto della classifica. In quinta posizione spicca nuovamente una fonte trentina, **Alto Adige TV** che totalizza più di 4mila servizi inerenti alla biodiversità. **Telenorba** si aggiudica il sesto posto della classifica, mentre **TGCOM24** il nono e penultimo posto.

L'interesse da parte delle fonti del Trentino Alto-Adige trova spiegazione nell'analisi delle parole più frequenti all'interno dei servizi televisivi che vertono sulla tematica biodiversità. Il termine più frequente è infatti **orso** (con una comparsa superiore a 150mila citazioni): il 2024 è stato un anno intenso per la regione sotto il profilo della convivenza tra uomo e orso e la sua



gestione nel territorio. La cronaca ha visto infatti l'orso protagonista di diversi incidenti stradali e aggressioni a persone, come per esempio l'attacco al turista francese a Dro del 16 luglio (primo mese di picco) e a Rango il 19 ottobre (secondo mese con più citazioni nel palinsesto televisivo). A seguire si segnala **lupo** che tuttavia è significativamente meno presente nel dibattito televisivo (poco più di 51mila citazioni) e **cinghiale** (circa 11mila occorrenze). I termini *aree protette, parco nazionale, conservazione biodiversità* compaiono meno frequentemente.

ENERGIA

Le **emittenti televisive locali** emergono come le più prolifiche anche in relazione alla tematica energia, rappresentando il **52%** delle citazioni totali. Da notare tuttavia il notevole contributo delle **televisioni nazionali** nel trattare la tematica, le quali determinano il **48%**.

Interessante osservare la classifica delle dieci fonti che hanno trattato maggiormente la tematica, che vede **Telelombardia** in testa con 4.800 servizi, riflettendo l'importanza per la Lombardia, una delle regioni più industrializzate d'Italia, di affrontare il tema dell'energia rinnovabile. A seguire si segnalano **TGCOM24** e **ClassCNBC**, ciascuna delle quali determina circa 4.500 citazioni. La presenza di **SKYTG24, LA7, Telenorba, Rai News, Italia 1 e Rete 4**, evidenzia da un lato l'interesse delle fonti nazionali e della televisione pubblica, dall'altro la necessità di affrontare la tematica anche nel sud Italia.

I dati relativi alle parole più ricorrenti nelle trasmissioni televisive che trattano la tematica energetica, riflettono chiaramente un quadro informativo in cui il termine **gas** domina le discussioni, con un conteggio di 68.564 citazioni. **Crisi energetica** è il secondo gruppo di parole più frequente, con 34.554 occorrenze, evidenziando la preoccupazione delle TV per la situazione energetica attuale. Il termine **efficienza energetica** è significativo, con 10.526 menzioni, indice di un interesse verso soluzioni per migliorare l'uso dell'energia. **Fonti rinnovabili e idrogeno** seguono con occorrenze simili (poco più di 8mila), evidenziando un crescente interesse verso alternative più sostenibili al gas. I dibattiti riguardanti **inceneritori, termovalorizzatori e rigassificatori** sono meno ricorrenti, con citazioni che oscillano fra le mille e 2.400. Fra i termini meno frequenti troviamo *energia solare, energia nucleare, energia eolica, energia idroelettrica ed energia geotermica*. *Edificio zero emissioni* invece è completamente assente.

ECONOMIA

Osservando la distribuzione delle citazioni riguardanti la tematica **economia**, includendo l'economia circolare, le **TV locali** emergono nettamente come le più attive nella diffusione delle informazioni cubando il **74,5%** delle citazioni complessive. Le **TV nazionali** contribuiscono coprendo il **25,5%** dei servizi, dimostrando un interesse più marcato a livello territoriale piuttosto che nazionale.

Stando alla distribuzione delle citazioni, non stupisce trovare **Telecity** (5.267 servizi) e **Telenorba** sul podio nella classifica delle fonti televisive più prolifiche. Seguono **Telenova, Tele Mantova, ClassCNBC, Trentino TV, RTTR, SKYTG24 e Italia7**.

Come si evince dall'analisi delle parole più frequenti, i servizi televisivi che trattano di economia vertono principalmente su pratiche e prodotti che promuovono la produzione e il consumo locali, con **chilometro zero** che rappresenta il termine più diffuso (circa 35mila occorrenze). Altri temi rilevanti sono la **transizione ecologica** (13.237 citazioni) e il **riciclo** (11.387). Seguono, fra gli altri termini più ricorrenti, **economia circolare** (7.984), **sviluppo sostenibile** (6.663), **filiera corta** (poco meno di 4mila) e **transizione digitale** (3.600). I termini che compaiono meno di frequente e che dunque indicano i micro-temi meno trattati dai canali TV sono *green economy, ecoturismo, certificazioni ambientali, blue economy e certificazione ambientale*.

RISORSE

Anche la tematica delle risorse trova maggiore spazio fra le **fonti televisive locali (69%)** rispetto alle **fonti nazionali (31%)**.

Telenorba, con 5.491 servizi, mostra una copertura maggiore, evidenziando l'interesse del sud Italia per la tematica. Seguono le fonti trentine **Trentino Tv, RTTR, Alto Adige TV** (fra le 2mila e 2.800 citazioni). Completano la classifica delle dieci emittenti televisive che hanno trattato maggiormente la tematica **TRC, Rai 3, TRC BO, Canale 5 e TV9**.

A dominare i dibattiti televisivi sono i temi connessi al termine **biologico**, al primo posto della classifica dei termini più frequenti con quasi 47mila citazioni. Seguono – sebbene con un numero nettamente inferiore di occorrenze – i processi di recupero ambientale, di cui è emblematica la parola **bonifica** che compare in 17.646 servizi. Altri termini che generano una discreta risonanza mediatica sono **acqua potabile, risorse idriche, agricoltura sostenibile e pesca sostenibile**. I termini meno ricorrenti sono **città sostenibili e consumo del suolo**.





ISTITUZIONI E SOCIETÀ

La tematica **Istituzioni e società** viene citata principalmente nei passaggi televisivi delle **fonti locali**, che rappresentano il **64%** del totale di citazioni. Il restante **36%** compare nelle trasmissioni andate in onda su canali **nazionali**.

Ancora una volta la fonte più prolifica è **Telenorba** (produce poco più di 2.800 citazioni), alle quali fanno seguito **TGCOM24**, **SKYTG24**, **Rai News**, **Rai 3**, **RTTR**, **Trentino TV**, **TV9** e **RTV38**.

Esaminando i termini più frequenti presenti nei servizi televisivi, **Legambiente** emerge protagonista con 8.487 citazioni, quasi il 44% in più rispetto a **Pichetto**, termine che colloca il Ministro dell'Ambiente al secondo posto della classifica. **Carabinieri forestali**, con 2.170 citazioni, occupa la terza posizione. A seguire si segnalano **Greenpeace**, **Lipu**, **WWF**, **Greta Thunberg**, **Marevivo**, **giustizia ambientale**, **capitaneria di porto**, **ecoterroristi**, **Fridays For Future**, **Ministero dell'Ambiente** e **Ministro dell'Ambiente** sono fra i termini che compaiono con una frequenza minore.

TRASPORTI

Infine, la tematica **trasporti** – che anche nel palinsesto televisivo risulta la meno trattata – trova più spazio nei servizi trasmessi dalle **televisioni locali** (77%) rispetto alle **nazionali** (23%).

Di nuovo, è l'emittente pugliese **Telenorba** ad alimentare il dibattito intorno ai trasporti, con 1.074 citazioni. Seguono **RTTR** (1.039), **Trentino TV**, **Alto Adige TV** e **Telenova**, con citazioni che oscillano fra le 700 e le 400. Completano la classifica delle principali dieci emittenti per numero di servizi, **SKYTG24**, **Italia 1**, **ClassCNBC**, **Telecity** e **TCF TV**.

I dibattiti televisivi affrontano per lo più il tema della **mobilità sostenibile** (più di 7mila citazioni) e della **mobilità elettrica** (circa 3mila citazioni). I servizi che trattano il tema del *car sharing*, il *trasporto sostenibile* e la *mobilità condivisa* invece trovano meno spazio, con citazioni inferiori a 530.



ANALISI

**CARTA
STAMPATA**

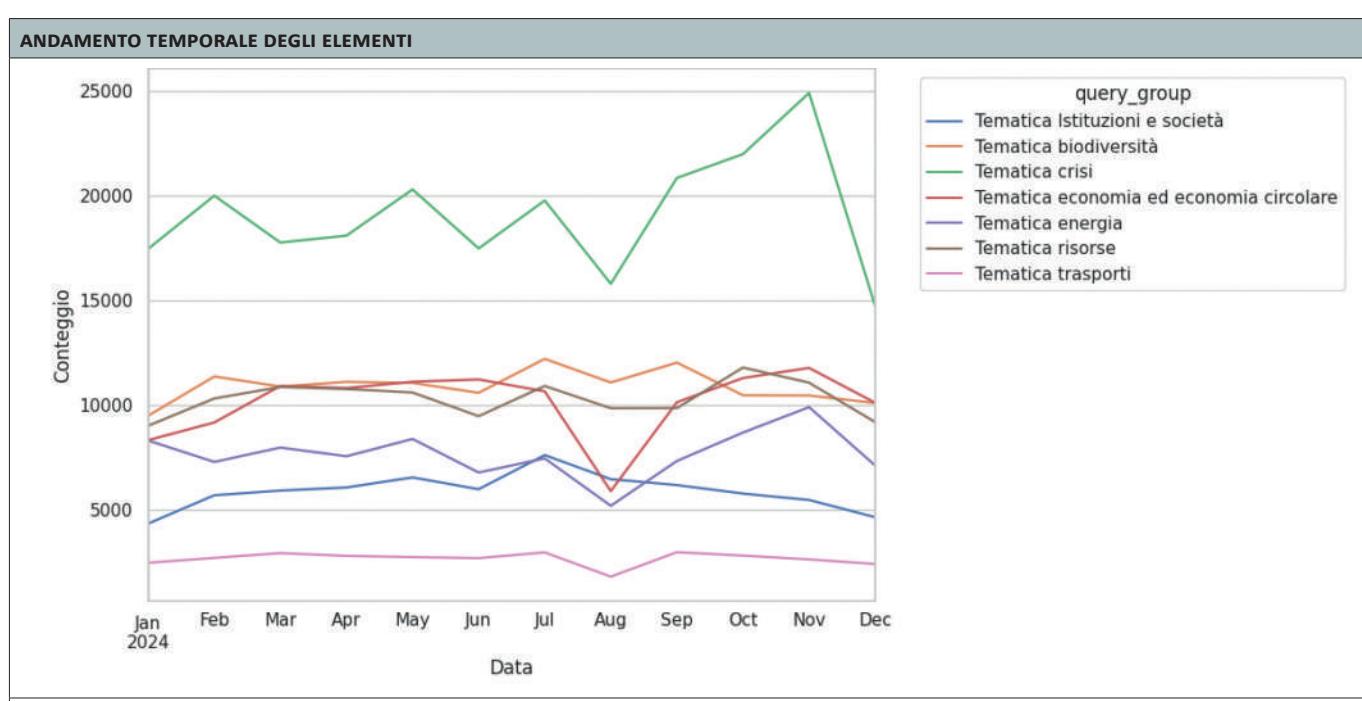
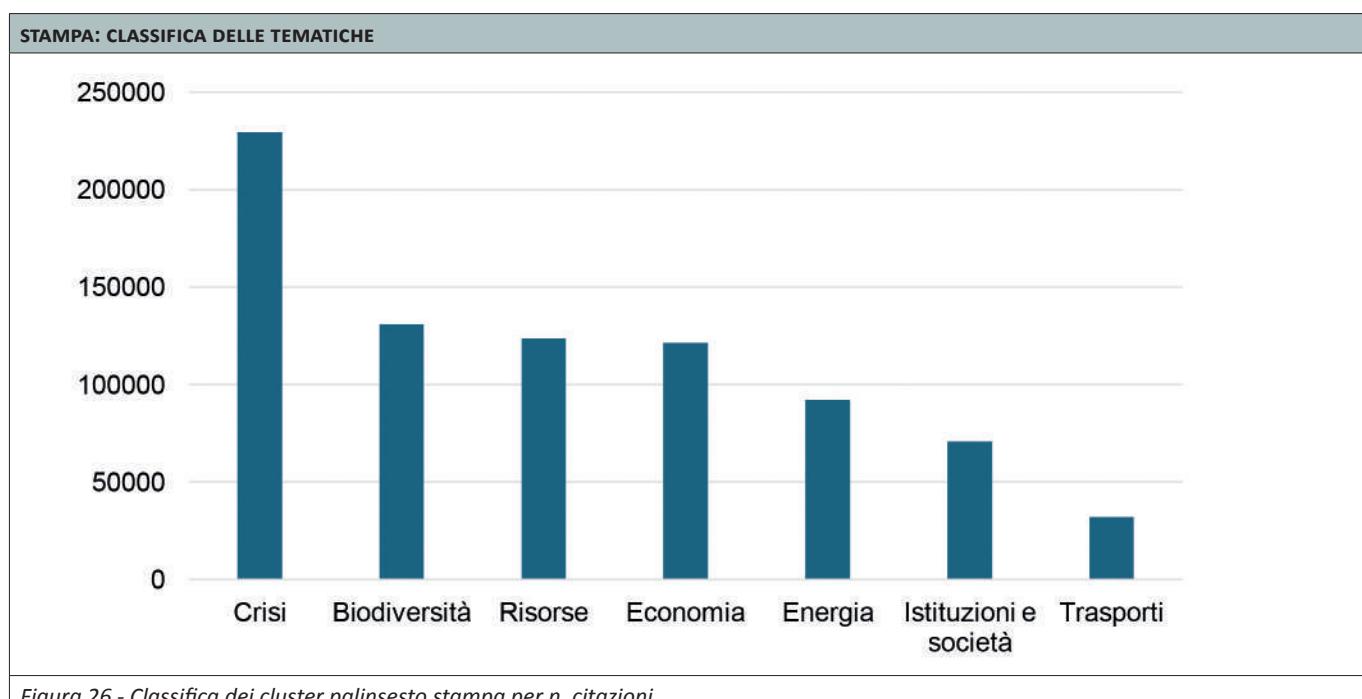


ANALISI CARTA STAMPATA

TEMATICHE: CLASSIFICA SULLA CARTA STAMPATA

Dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024 la tematica più citata sulla stampa è **crisi** – in linea con i dati emersi nello scorso rapporto – con un totale di 229.351 articoli che trattano il tema del cambiamento climatico e più in generale della crisi climatica e ambientale. La seconda tematica più trattata è **biodiversità** (130.983 citazioni), seguita a breve distanza da **risorse** (123.838) ed **economia** (121.560). Un'altra tematica rilevante è **energia**, che con 92.079 uscite si aggiudica il quinto posto della classifica, perdendo tre posizioni rispetto al 2023. Infine, **Istituzioni e società** con 70.788 citazioni e **trasporti** con 32.004, rappresentano per il secondo anno consecutivo le tematiche meno popolari nei testi giornalistici monitorati.

Di seguito si riporta la classifica delle tematiche più trattate nel palinsesto stampa.





Come si nota dal grafico sottostante, che mostra l'andamento mensile delle citazioni per ciascun cluster monitorato, **crisi** è la tematica **più popolare durante tutto il periodo di analisi** con citazioni costanti e superiori alle 15mila mensili. Focalizzando l'attenzione sulla curva delle menzioni, si nota un andamento complessivamente crescente ma caratterizzato da numerose fluttuazioni. La curva raggiunge il picco più alto a **novembre 2024**: nel mese di svolgimento della COP29 (Conference of Parties) sono infatti ben 24.928 gli articoli su carta stampata che trattano di cambiamento climatico, crisi climatica e più in generale la crisi ambientale.

La tematica **biodiversità** presenta fluttuazioni meno pronunciate, con un picco nel mese di **luglio 2024** e un calo verso dicembre. La tematica **risorse** mostra complessivamente un aumento costante fino a **novembre 2024** (mese di picco), per poi diminuire a dicembre. Per quanto concerne l'**economia**, la curva delle citazioni descrive un andamento discontinuo, con una crescita significativa a partire da marzo fino a raggiungere il picco più alto a **novembre 2024**. Anche la tematica **energia** viene trattata in maniera variabile dalle testate giornalistiche italiane, mostrando il picco più alto di interesse a **novembre 2024**. L'andamento relativo a **Istituzioni e società** segue un trend di crescita da gennaio a **luglio 2024**, mese nel quale raggiunge il più alto numero di citazioni per poi diminuire fino a dicembre 2024. Infine, **trasporti** raggiunge il picco più alto di menzioni a **settembre 2024**, pur rimanendo la tematica meno popolare del periodo di monitoraggio e quella che fra tutte presenta la curva più lineare.

Di seguito si fornisce il dettaglio di ogni cluster.

CRISI

Esaminando la distribuzione delle citazioni riguardanti la tematica **crisi**, si nota che oltre la metà sono prodotte dalle **edizioni locali dei quotidiani** (57,5%). Sul dato influiscono le logiche editoriali proprie di questa tipologia di fonti, che riprendendo anche articoli pubblicati dalle edizioni principali, pubblicano complessivamente una quantità di uscite maggiori rispetto alle altre. Seguono i **quotidiani locali** (28%), i **quotidiani nazionali** (7,5%) e infine i **periodici** (7%).

L'analisi dei dati riguardanti il numero di documenti pubblicati per testata fa emergere **Il Resto del Carlino**, noto quotidiano dell'Emilia-Romagna, il più prolifico specialmente nelle edizioni di Forlì, Ravenna e Cesena. Ciascuna edizione produce infatti oltre 2mila citazioni. A seguire si segnala il **Corriere di Romagna** nelle edizioni Forlì-Cesena, Ravenna e Imola, anch'esso con più di 2mila articoli per testata. **La Nazione** si colloca al terzo posto con 1.919 uscite, seguito da **La Sicilia** e **La Gazzetta del Sud** e **La Gazzetta del Mezzogiorno**.

Il termine più frequente negli articoli stampa che trattano la tematica crisi è **alluvione** con più di 54mila occorrenze. Fra le altre parole più ricorrenti si segnalano **inquinamento** (quasi 49.700) e **cambiamento climatico** (circa 40mila). **Siccità** e **discarica** pur oscillando fra le 26mila e 23mila citazioni, evidenziano le preoccupazioni sia per la riduzione delle risorse idriche, sia per la gestione dei **rifiuti**. Il termine **crisi climatica** compare in 10.495 contenuti giornalistici. **Dissesto idrogeologico** e **desertificazione** costituiscono altri temi fortemente discussi, con più di 9mila uscite ciascuno. Si attestano sulle 6mila invece, le citazioni che comprendono i termini **inondazioni** e **riscaldamento globale**. Fra i termini meno frequenti si segnalano **pesticidi** e **deforestazione**, **crisi ambientale**, **inquinamento urbano**, **marine litter**, **emissioni gas serra**, **inquinamento del mare** e **inquinamento del suolo**. La tematica compare citata prevalentemente a **pagina 2** (7.878 occorrenze), **pagina 3** (7.397), **pagina 9** (7.299) e **pagina 5** (7.010). Seguono **pagina 7** (6.530), **pagina 11** (6.292), **pagina 17** (6.048), **pagina 6** (5.986), **pagina 15** (5.953) e **pagina 13** (5.831). Per quanto concerne gli autori degli articoli, spiccano principalmente i giornalisti de **Il Resto del Carlino**, con la firma di **Valerio Baroncini** (vice direttore de **Il Resto del Carlino**) prima fra tutte. Segue **Lisa Ciardi** (**La Nazione**), **Filippo Donati** (**Il Resto del Carlino**), **Mauro Evangelisti** (**Il Messaggero**), **Paolo Rosato** (**Il Resto del Carlino**), **Pier Francesco Nesti** (**Piana Notizie**), **Francesco Moroni** (**Il Resto del Carlino**), **Rosalba Carbutti** (**Il Resto del Carlino**). Completano la classifica dei dieci autori più prolifici **Gabriele Rosana** (**Il Messaggero** e **D- La Repubblica**) e **Luigi Caroppo** (vice direttore de **La Nazione**).

BIODIVERSITÀ

Analizzando le uscite riguardanti la biodiversità, le **edizioni locali dei quotidiani** predominano coprendo il 57% delle citazioni totali, seguiti dai **quotidiani locali** (29%). Interessante notare che i **periodici** risultano più prolifici dei **quotidiani nazionali**, determinando rispettivamente il 7% e il 6%.

Al primo posto nella classifica delle testate stampa che hanno trattato più frequentemente la tematica in oggetto compare **l'Adige**. Seguono **Il Mattino** (ed. Avellino), **Il Centro** (ed. L'Aquila), **Il Tirreno** e **Gazzetta del Sud** (ed. Cosenza). Al sesto, settimo e ottavo posto troviamo nuovamente **Il Centro**, questa volta nelle edizioni Chieti, Teramo e principale. Completano la classifica **Il Messaggero** (ed. Abruzzo) e **La Gazzetta del Mezzogiorno**.

Orso costituisce il termine più presente negli articoli pubblicati su carta stampata, con oltre 73mila occorrenze. **Lupo** segue a distanza attestandosi intorno alle 37mila. **Cinghiale** totalizza poco meno di 15mila citazioni, mentre **aree protette** ne contano 4.938. I termini meno frequenti sono **aree protette**, **parco nazionale** e **conservazione biodiversità**.

La pagina di giornale su cui compaiono più articoli è **pagina 2** (3.456 uscite). **Pagina 7** si colloca in seconda posizione con 3.220,





mentre al terzo posto è da segnalare **pagina 4**, con 3.146. A seguire troviamo **pagina 3** (3.080), **pagina 5** (3.051), **pagina 29** (3.047), **pagina 13** (3.036), **pagina 15** (2.909), **pagina 35** (2.897) e **pagina 9** (2.888).

Focalizzando l'attenzione sugli autori che hanno trattato maggiormente la tematica biodiversità, si nota fra i primi dieci nomi della classifica la presenza di numerose firme dei principali quotidiani nazionali. L'autore che affronta la tematica in più articoli è il giornalista della Gazzetta del Sud, **Danilo Perri**. Seguono **Mario Ajello**, firma del Messaggero, **Francesco Malfetano** (La Stampa), **Andrea Bulleri** (La Repubblica), **Francesco Olivo** (La Repubblica), **Mauro Evangelisti** (Il Messaggero), **Gloria Satta** (Il Messaggero), **Emanuele Rossi** (Il Secolo XIX), **Fulvia Caprara** (La Stampa) e **Alessandro Di Matteo** (La Stampa).

RISORSE

Le **edizioni locali dei quotidiani** risultano essere le fonti più attenti alla tematica **risorse**, determinando il 56% delle citazioni complessive. Il 31% è rappresentato dai **quotidiani locali**, il 7% dai **periodici** e infine il 6% dai **quotidiani nazionali**.

Considerando l'intero palinsesto stampa, **La Gazzetta del Mezzogiorno** emerge come la fonte più interessata all'argomento, occupando i primi sette posti della classifica grazie al contributo delle edizioni Lecce, Brindisi, Capitanata, Basilicata, Nord Barese e Taranto. Complessivamente il quotidiano produce circa 8mila citazioni. **La Sicilia** si posiziona in coda, seguita dal **Quotidiano del Sud** nelle edizioni Cosenza e Reggio Calabria.

Il termine più ricorrente è **biologico**, presente secondo le diverse declinazioni in oltre 50mila uscite. **Bonifica** segue con 40.324 occorrenze. **Acqua potabile**, **risorse idriche**, e **agricoltura sostenibile**, rispettivamente con 10.500, poco più di 8mila e circa 2mila citazioni, rappresentano due temi rilevanti nonostante il numero inferiore di occorrenze rispetto agli altri termini elencati. Le parole che occorrono meno frequentemente sono *pesca sostenibile*, *città sostenibili*, *consumo del suolo*.

La tematica viene affrontata principalmente nelle pagine interne dei giornali, con **pagina 17** (3.422 citazioni), **pagina 9** (3.417) e **pagina 7** (3.284) sul podio. Seguono **pagina 2** (3.257), **pagina 11** (3.220), **pagina 18** (3.176), **pagina 19** (3.133). Chiudono **pagina 3**, **pagina 13** e **pagina 5**, con un numero di citazioni che varia tra 3.105 e 3.090.

L'autore che fra tutti spicca per numero di articoli riguardanti la tematica risorse è **Luigi Roano**, giornalista del Mattino. Seguono **Francesco Moroni** (Il Resto del Carlino), **Giacinto Carvelli** (Quotidiano del Sud), **Nando Santonastaso** (Il Mattino), **Antonella Inciso** (La Gazzetta del Mezzogiorno), **Lisa Ciardi** (La Nazione), **Antonio Morello** (Gazzetta del Sud), **Moira Di Mario** (Il Messaggero), **Leandro Del Gaudio** (Il Mattino) e **Francesco Dal Mas** (fra le testate con cui collabora Avvenire, Il Mattino di Padova, La Nuova Venezia e Corriere delle Alpi).

ECONOMIA

Analizzando le citazioni riguardanti la tematica **economia**, emerge che la maggior parte degli articoli comparsi su carta stampata è stata pubblicata dalle **edizioni locali dei quotidiani** (56%), seguiti dai **quotidiani locali** (29%). I **quotidiani nazionali** e i **periodici** contribuiscono in egual misura, producendo ciascuno il 7,5% delle citazioni totali.

Il Sole 24 Ore, fra le principali testate economiche nazionali, rappresenta il quotidiano con il più elevato numero di articoli dedicati alla tematica dell'economia e dell'economia circolare. **La Gazzetta del Mezzogiorno**, nell'edizione principale e nelle locali Basilicata, Capitanata, Taranto, Lecce, Brindisi e Nord Barese, le successive sette posizioni della classifica relativa alle dieci fonti stampa più attente alla tematica nel corso del 2024. Completano la classifica **Il Mattino di Foggia** e **Giornale di Brescia**.

A predominare negli articoli che trattano di economia è il tema della **transizione ecologica** (25.570 citazioni), seguito a breve distanza dallo **sviluppo sostenibile** (24.011 occorrenze) e dal **riciclo**, presente in 20.272 uscite. Un altro termine rilevante è **economia circolare**, il quale ottiene poco più di 18mila citazioni. L'analisi delle parole più utilizzate nel contesto delle citazioni riguardanti la tematica in oggetto individua – pur con una frequenza minore – la **transizione digitale** fra i micro-temi che più hanno interessato i giornali nel periodo considerato (circa 9.400 occorrenze). I temi connessi alla produzione e al consumo locale, riconducibili alle parole **chilometro zero** e **filiera corta**, trovano spazio sulla carta stampata con rispettivamente quasi più di 6mila e circa 2.900 citazioni. I termini **green economy**, **blue economy** e **gestione rifiuti** sono meno presenti e oscillano fra le mille e 2mila occorrenze. Fra le parole meno utilizzate si segnalano *certificazioni ambientali* ed *ecoturismo*.

Di economia ed economia circolare i giornali italiani hanno parlato principalmente nelle pagine interne: il monitoraggio mostra **pagina 9** (3.802 occorrenze), **pagina 7** (3.619) e **pagina 15** (3.613) come le pagine su cui la tematica compare più frequentemente. Seguono **pagina 11** (3.225), **pagina 2** (3.176), **pagina 17** (3.144), **pagina 3** (3.128), **pagina 5** (3.102), **pagina 14** (3.042) e **pagina 13** (2.982).

Esaminando gli autori degli articoli, **Antonino Pane** (Il Mattino) si posiziona in testa al podio, seguito da **Gabriele Rosana** (fra cui Il Messaggero e D – La Repubblica), **Nando Santonastaso** (Il Mattino), **Marco Bresolin** (La Stampa), **Eva Desiderio** (caporedattrice Moda e Società per Quotidiano Nazionale), **Giacomo Andreoli** (Il Messaggero), **Claudia Luise** (La Stampa), **Lisa Ciardi** (La Nazione) e **Gianpaolo Balsamo** (La Gazzetta del Mezzogiorno).



ENERGIA

Per quanto concerne la distribuzione delle citazioni riguardanti la tematica **energia** nel palinsesto fonti stampa, le **edizioni locali dei quotidiani** producono nuovamente il numero di citazioni maggiori (56%). I **quotidiani locali** determinano il 26% delle uscite, mentre i **quotidiani nazionali** contribuiscono con il 12%. I **periodici** risultano le fonti meno rappresentative (6%).

Gas è il termine più frequente nei contenuti giornalistici che trattano la tematica (oltre 41mila occorrenze), dimostrando un'attenzione significativa verso questo tema. A seguire troviamo **fonti rinnovabili, idrogeno, efficienza energetica e crisi**, con citazioni comprese fra le 14mila e circa 16mila e mezzo. Il dato riflette l'interesse crescente per soluzioni energetiche sostenibili in un contesto di preoccupazione e instabilità. Le parole **rigassificatore, energia solare, inceneritore, termovalorizzatore e energia nucleare** compaiono con una frequenza minore (fra le 2mila e 4mila occorrenze), mostrando tuttavia un interesse superiore rispetto a tipologie di energia più specifiche come *energia eolica, energia idroelettrica ed energia geotermica*, fra le meno citate.

La stampa affronta la tematica privilegiando l'aspetto finanziario e le implicazioni economiche, come dimostra la presenza del quotidiano ***Il Sole 24 Ore*** al primo posto nella classifica delle fonti più attente all'argomento. La seconda, terza e quarta posizione, occupate da ***La Stampa nell'edizione Savona, Giornale di Brescia, Il Secolo XIX edizione Savona***, mostrano un interesse particolare della Liguria e della Lombardia per l'energia, specialmente delle città Savona e Brescia. A seguire troviamo ***Italia Oggi e Il Messaggero*** nelle edizioni Viterbo, Umbria, Rieti, Metropolitana e Abruzzo.

Nel corso del periodo monitorato le testate stampa hanno dato risalto alla tematica, pubblicando gli articoli principalmente a **pagina 2** (3.218) e **pagina 3** (3.049). Seguono **pagina 7** (3.043), **pagina 9** (2.924), **pagina 15** (2.869) e **pagina 6** (2.732). Infine, le citazioni che riguardano l'energia a **pagina 4, pagina 5, pagina 11 e pagina 8**, compaiono con occorrenze comprese fra le 2.650 a 2.720.

La firma più frequente è quella di **Roberta Amoruso** (*Il Messaggero*), seguita da **Nando Santonastaso** (*Il Mattino*), **Gabriele Rosana** (fra cui *Il Messaggero* e *D – La Repubblica*), **Paolo Baroni** (*La Stampa*), **Giacomo Andreoli** (*Il Messaggero*), **Claudia Luise** (*La Stampa*), **Giorgio Costa** (*Il Sole 24 Ore*), **Nicola Desiderio** (Gruppo Caltagirone), **Gilda Ferreri** (*Il Secolo XIX*) e **Sandra Riccio** (*La Stampa*).

ISTITUZIONI E SOCIETÀ

La maggior parte delle citazioni inerenti alla tematica **Istituzioni e società** compaiono sulle **edizioni locali dei quotidiani** (57%). I **quotidiani locali** coprono il 31% delle uscite complessive, mentre i **quotidiani nazionali** il 7%. I **periodici** contribuiscono con il 6%.

Anche sulla stampa **Legambiente** emerge come la parola più frequente negli articoli che trattano la tematica analizzata (24.329 menzioni). Seguono **Pichetto** (più di 10mila occorrenze), **WWF** (7.809) e **carabinieri forestali** (6.048). Le citazioni riguardanti **Lipu, capitaneria di porto, Greenpeace e Greta Thunberg** variano dalle 2.400 alle 1.500 circa). I termini meno presenti negli articoli sono *Marevivo, Fridays For Future, ecoterroristi ed ecoterrorismo, Extinction Rebellion e Ministero dell'Ambiente*.

Il quotidiano che ha dedicato più articoli alla tematica è ***La Gazzetta del Mezzogiorno*** che fra l'edizione principale e le edizioni locali domina la classifica occupando le prime sette posizioni. Segue ***Il Tirreno*** e ***Il Centro***, nelle edizioni Chieti e Teramo.

Osservando le pagine in cui la tematica Istituzioni e società è più citata in relazione alle Istituzioni, enti e associazioni che operano in ambito ambientale, si nota la prevalenza delle pagine interne: sul podio della classifica troviamo **pagina 9** (2.315), **pagina 5** (2.274), **pagina 15** (2.136). A seguire si segnalano **pagina 2** (2.035), **pagina 11** (2.024) e **pagina 7** (2.001). Infine, gli articoli pubblicati a **pagina 13, pagina 3, pagina 6 e pagina 17** oscillano fra 1970 e 1862.

Roberta Amoruso (*Il Messaggero*) risulta l'autrice più prolifica. Seguono **Antonino Pane** (*Il Mattino*), **Giacomo Andreoli** (*Il Messaggero*), **Matteo Diamante** (*La Gazzetta del Mezzogiorno*), **Moira Di Mario** (*Il Messaggero*), **Andrea Pezzuto** (*La Gazzetta del Mezzogiorno*), **Paolo Baroni** (*La Stampa*), **Valentina Errante** (*Il Messaggero*), **Federica Pacella** (*Il Giorno*) e **Emanuele Rossi** (*Il Secolo XIX*).

TRASPORTI

Esaminando la distribuzione degli articoli riguardanti la tematica **trasporti**, emerge che la quota più significativa proviene dalle **edizioni locali dei quotidiani** (57%), cui fanno seguito i **quotidiani locali** (30%). I **periodici** contribuiscono producendo il 7% delle citazioni complessive, mentre i **quotidiani nazionali** il 6%.

Le uscite stampa trattano principalmente di **mobilità sostenibile**, che con 21.671 occorrenze risulta il termine più frequente. Segue il tema della **mobilità elettrica** che pur mostrando un numero nettamente inferiore di occorrenze (5.088), si afferma come il secondo più citato. Al terzo posto si segnala **car sharing** (1.782). Le parole meno ricorrenti negli articoli sono *trasporto sostenibile* e *mobilità condivisa*.

Osservando le fonti, **La Gazzetta del Mezzogiorno** nelle edizioni Lecce, Basilicata, Brindisi, Capitanata e principale predomina, occupando i primi sette posti della classifica. Seguono **L'Adige**, **Il Sole 24 Ore** e **L'Edicola del Sud** (ed. Bari-BAT-Foggia-Basilicata). Dalla classifica emerge chiaramente che la tematica trasporti interessa particolarmente il sud Italia e in particolare la Puglia. Nel settentrione pare essere il Trentino Alto-Adige a prestare maggior attenzione, mentre dal punto di vista nazionale predomina una narrazione che verte sugli aspetti economi connessi al tema dei trasporti legato al contesto ambientale.

La tematica compare principalmente nelle pagine centrali dei giornali. La pagina che contiene più articoli è **pagina 15** (mille occorrenze). A seguire troviamo **pagina 20** (910), **pagina 19** (875), **pagina 21** (829), **pagina 9** (828), **pagina 7** (827), **pagina 11** (818), **pagina 18** (808), **pagina 13** (802), **pagina 17** (782).

L'autore che nel 2024 ha prestato più attenzione alla tematica è **Giorgio Ursicino** (Il Messaggero e testate del Gruppo Caltagirone). Gli altri autori più prolifici sono: **Piero Bianco** (Gruppo Caltagirone), **Nicola Desiderio** (Gruppo Caltagirone), **Claudia Luise** (La Stampa), **Nando Santonastaso** (Il Mattino), **Giampiero Bottino** (Gruppo Caltagirone), **Davide Lattanzi** (La Gazzetta del Mezzogiorno), **Giovanni Battista Anastasio** (Il Giorno), **Francesco Petruzzelli** (La Gazzetta del Mezzogiorno) e **Mattia Ecchieri** (fra cui Il Fatto Quotidiano, La Stampa, Il Messaggero).



ANALISI

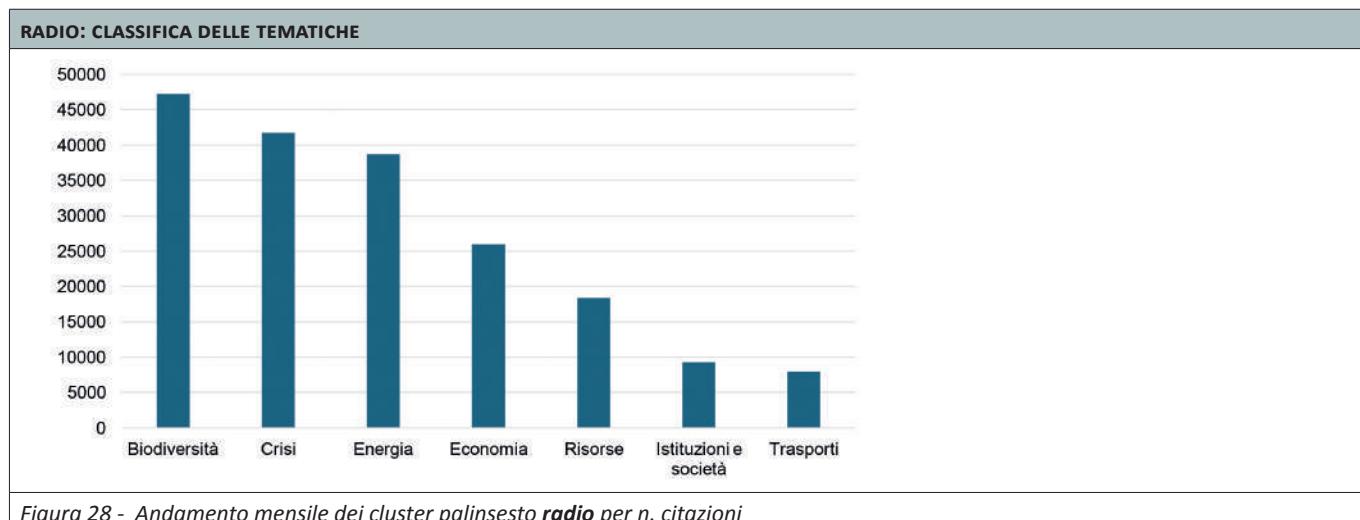
RADIO



ANALISI RADIO

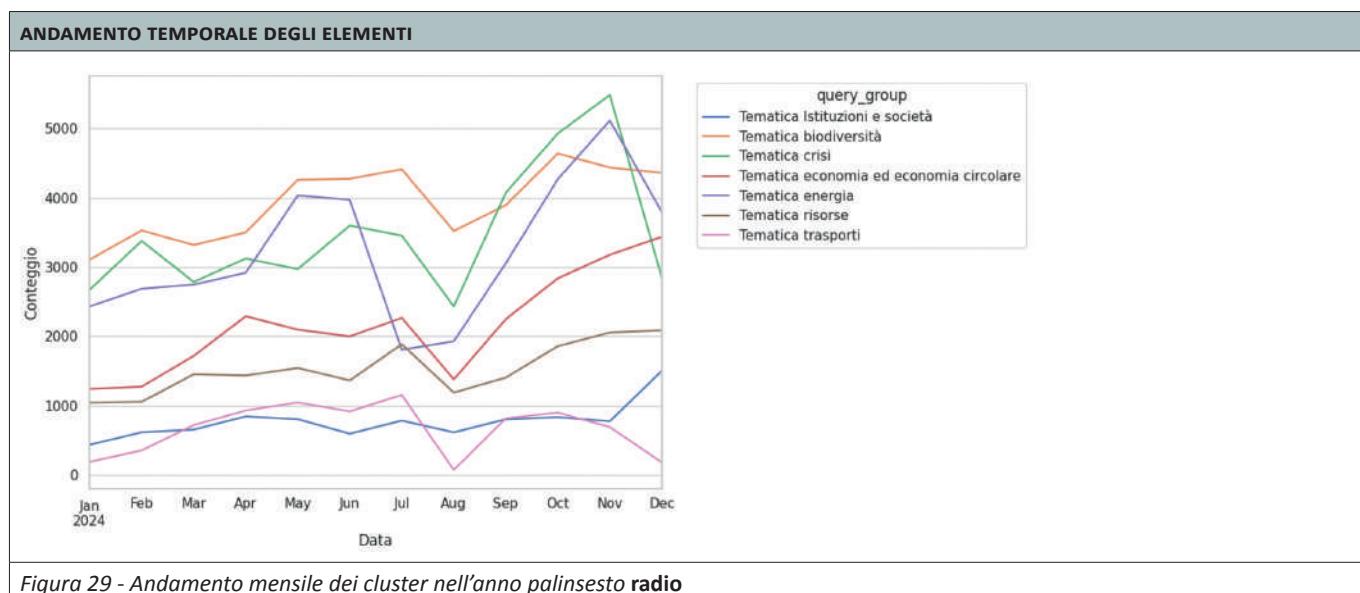
TEMATICHE: CLASSIFICA NELLE TRASMISSIONI RADIO

Come emerso dall'analisi precedente, il **palinsesto radio** risulta complessivamente il meno attivo – rispetto agli altri monitorati – nel diffondere l'informazione ambientale nel 2024. Osservando le citazioni di ciascuna tematica comparse esclusivamente in servizi radiofonici, si nota come l'interesse delle radio italiane sia indirizzato principalmente verso la tematica **biodiversità**, che con 47.242 servizi, emerge come la più trattata. La **crisi**, che include sia la crisi climatica che il cambiamento climatico, occupa il secondo posto con 41.744 citazioni, seguita dalla tematica **energia** (38.745). Fuori dal podio troviamo **economia** (inclusa l'economia circolare) con 25.968 occorrenze, **risorse** (18.379), **Istituzioni e società** (9.276) e infine **trasporti** (7.985).



ANDAMENTO MENSILE NELL'ANNO PALINSESTO RADIO

La tematica più trattata dalle radio italiane nel 2024 è, come anticipato, **biodiversità**: la curva supera le 3mila citazioni mensili per tutto il periodo considerato, raggiungendo un **primo picco a maggio** e un **secondo a ottobre**. L'andamento delle citazioni relative alla tematica **crisi** – seconda per numero di menzioni complessive – appare più discontinuo, registrando il picco più alto a **novembre** (mese della Conference of Parties, COP29). Come si nota dal grafico sottostante, che riporta gli andamenti mensili nell'anno di ciascun cluster analizzato, nel periodo di svolgimento della COP29 le radio hanno focalizzato l'attenzione – oltre che sulla crisi – sulla tematica **energia**, che riprende ad attirare l'attenzione dopo il periodo estivo. Altri picchi riguardano i mesi di **maggio e ottobre**.





La curva delle citazioni riguardanti l'**economia** in ambito ambientale presenta un andamento crescente, con un picco a **dicembre** e incrementi, seppure minori, osservati anche ad **aprile** e **settembre**. L'attenzione delle radio per la tematica **risorse** è crescente e costante durante tutto il periodo d'analisi, con picchi a **luglio** e **novembre**. Anche l'interesse per le attività delle **Istituzioni**, gli enti e le associazioni nel contesto ambientale aumenta nel tempo, che culmina a **dicembre** quando la tematica **Istituzioni e società** si attesta intorno a valori due volte superiori rispetto al mese precedente. Infine, **trasporti** – che anche nel palinsesto radio risulta la tematica meno trattata – presenta un andamento molto variabile, con un **picco a luglio** e un **calo** significativo ad **agosto**.

Di seguito si fornisce il dettaglio di ogni cluster.

BIODIVERSITÀ

Dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024 il tema della biodiversità è stato trattato principalmente da **radio nazionali**, che determinano il **54%** delle citazioni complessive. Le **radio locali** per contro, contribuiscono con il restante **46%**, indicando una notevole attenzione per il tema anche a livello locale.

Nello specifico **Radio24** emerge come la radio più prolifica con 3.033 trasmissioni. Seguono **Radio 2** (2.863), **Radio 1** (2.817), **RadioDeejay** (2.105), **Giornale Radio** (1.759), **Lady Radio** con oltre 1.600 trasmissioni. Completano la classifica delle dieci fonti che citano più frequentemente il tema della biodiversità **RadioRTT**, **Radio Radicale**, **Radio 3**, **IsoRadio** e **Radio Italia**.

Analizzando le parole più utilizzate nelle trasmissioni radiofoniche per discutere della tematica, **orso** (56.847 occorrenze) e **lupo** (23.392) – ciascuna nelle varie declinazioni – risultano le più frequenti, in linea con l'analisi generale su tutti i palinsesti. Seguono **cinghiale**, **aree protette** e **parco nazionale**. **Conservazione della biodiversità** si colloca in ultima posizione, confermando una narrazione focalizzata sull'affrontare il tema nei suoi **aspetti specifici** a discapito di un racconto più generico.

CRISI

La tematica crisi attira soprattutto l'attenzione delle **radio nazionali**, le quali determinano il **65%** delle citazioni totali. Il restante **35%** compare in trasmissioni radiofoniche **locali**. Come si nota, rispetto alla tematica biodiversità, il divario di popolarità fra fonti nazionali e locali è maggiore, indicando che la crisi climatica e il cambiamento climatico sono considerate questioni urgenti da tutto il Paese.

In testa alla classifica delle fonti radio che hanno trattato più di frequente la tematica, spicca **Radio24** (3.555 citazioni). A seguire si segnalano **Giornale Radio** e **Radio 1**, ciascuna con un numero di citazioni appena inferiore a 2.800. Fra le altre radio più prolifiche si segnalano **Radio Radicale** (2.663), **Radio Popolare** (2.018), **Rai Gr Parlamento** (1.940), **Radio 2** (1.688), **Radio 3** (1.638), **Radio Marconi** (1.631) e **IsoRadio** (1.489). Da segnalare con una frequenza minore **Radio Vaticana** (1.077) che indica un coinvolgimento anche da parte di emittenti con una specifica missione religiosa, che integrano il discorso ambientale nel contesto più ampio della responsabilità morale ed etica.

Nel contesto delle trasmissioni radiofoniche, il micro-tema più frequente è l'**inquinamento**, il quale domina le discussioni con un conteggio pari a 9.939 occorrenze. Gli altri temi più affrontati in merito alla crisi climatica e al cambiamento climatico sono – in base all'analisi delle parole più frequenti – **alluvione** (8.974), **cambiamento climatico** (8.425), **siccità** (5.576), **pesticidi** (3.308) e **crisi climatica** (3.226). Anche **inondazioni**, **discariche** e **riscaldamento globale** trovano largo spazio, superando ciascuna le 2mila occorrenze. I termini **desertificazione** (1.190) e **dissesto idrogeologico** (994) ricevono meno attenzione, così come **deforestazione**, citata in 740 trasmissioni radiofoniche. Fra i termini che trovano meno spazio nel dibattito radio, si segnalano **inondazione**, **crisi ambientale**, **inquinamento urbano**, **emissioni di gas serra**, **inquinamento mare**, **inquinamento suolo** e **marine litter**.

ENERGIA

Osservando la distribuzione delle citazioni riguardanti la tematica energia nel palinsesto radio, sono ancora una volta le **radio nazionali** a porre maggiore attenzione nel corso del 2024, cubando il **60%** delle citazioni complessive. Il **40%** è determinato dalle **radio locali**.

Radio24 si conferma la radio più prolifica, con 4.610 citazioni. Seguono **Giornale Radio** (2.248), **Rai 1** (2.174), **Radio Radicale** (2.023), **Radio Popolare** (1.804), **Radio Deejay** (1.714), **Radio Monte Carlo** (1.349), **Radio City** (1.246) e **Radio 2** (1.228), che chiude la classifica delle dieci fonti radio con il più alto numero di citazioni relative alla tematica energia.

Il **gas** è l'argomento più menzionato: la parola occorre infatti in 26.089 trasmissioni radiofoniche. **Crisi energetica ed efficienza energetica** costituiscono altri fra i termini più rilevanti, rispettivamente con 11.909 e 7.199 occorrenze. Le parole **fonti rinnovabili** e **idrogeno** totalizzano oltre 2mila citazioni, mentre **energia solare** più di mille. **L'energia nucleare** segue con 717, in coda alla quale si segnalano **inceneritori** (579) e **termovalorizzatori** con 261. Fra i termini meno frequenti (inferiori a 300 citazioni) troviamo **rigassificatori**, **energia idroelettrica**, **energia eolica**, **energia geotermica** ed **edifici zero emissioni**.



ECONOMIA

Nel periodo considerato, i temi economici legati all'ambiente suscitano un interesse equidistribuito fra **radio nazionali** e **radio locali** (50%). Le fonti che hanno dedicato maggiore attenzione alla tematica sono **Radio24** (2.540 citazioni), **Radio Radicale** (1.778) e **Radio KissKiss Napoli** (1.376). Fra le altre fonti più prolifiche si segnalano – con oltre mille citazioni – **Rai Gr Parlamento**, **Radio Bombo**, **Radio 1** e **Radio 2**. Completano la classifica delle dieci radio che hanno trattato di più la tematica energia **IsoRadio**, **Giornale Radio** e **Radio Popolare**.

I dibattiti radiofonici si focalizzano principalmente sul tema del **riciclo**, parola che compare con una frequenza di 5.143 occorrenze. Le altre parole più presenti nelle trasmissioni radiofoniche monitorate sono **chilometro zero** e **transizione ecologica**, con oltre 4mila citazioni. I micro-temi **dell'economia circolare** e dello **sviluppo sostenibile** emergono come rilevanti, ciascuno con più di 2mila citazioni. **Transizione digitale** appare in 946 documenti, mentre **filiera corta** compare con una frequenza minore (poco più di 400 occorrenze). Fra le parole meno frequenti si segnalano *green economy*, *gestione rifiuti*, *ecoturismo*, *certificazioni ambientali* e *blue economy*.

RISORSE

L'analisi delle citazioni relative alla tematica risorse nel palinsesto radio italiano mostra una distribuzione peculiare e differente rispetto agli altri cluster analizzati: le **radio locali** conducono le discussioni, rappresentando il 51% delle citazioni totali. La copertura delle **radio nazionali** è di poco inferiore, pari al 49%.

Radio City si distingue come la fonte che ha trattato più frequentemente la tematica (1.671 citazioni). **Giornale Radio** e **Radio 24** occupano la seconda e terza posizione della classifica delle dieci radio più prolifiche, ciascuna con più di mille citazioni. A seguire si segnalano **Radio International**, **Radio Radicale**, **Radio 1**, **Rai Gr Parlamento**, **Radio Popolare** e **Radio 3**.

Esaminando le parole che occorrono più frequentemente nelle trasmissioni radiofoniche, l'argomento che viene maggiormente affrontato nell'ambito del più ampio discorso sulle risorse riguarda il concetto di **biologico** con un totale di 11.248. Altrettanto rilevanti sono i processi di recupero ambientale, con **bonifica** al secondo posto della classifica (4.276 occorrenze). **Acqua potabile** e **risorse idriche** costituiscono termini di rilievo, rispettivamente con 2.383 e 748 occorrenze. Fra i termini meno frequenti ma ancora rilevanti troviamo: **agricoltura sostenibile**, **pesca sostenibile**, **città sostenibili**, segnalando un interesse meno pronunciato ma comunque presente per la sostenibilità nei settori agricolo, ittico e urbano. Il termine meno presente è *consumo del suolo* indicando che, sebbene sia un tema rilevante a livello globale, non è al centro del dibattito o dell'attenzione nel contesto analizzato.

ISTITUZIONE E SOCIETÀ

Esaminando la distribuzione delle citazioni relative alla tematica **Istituzioni e società**, si nota come siano le **radio nazionali** a dedicare maggior spazio alle Istituzioni, associazioni ed enti considerati, che nel corso del 2024 hanno svolto azioni inerenti all'ambiente (54%). Le **radio locali** contribuiscono con il 46%.

Radio 24 si posiziona in prima fila, con 772 citazioni. Fra le altre radio si segnalano **Radio Popolare**, **Radio1**, **Radio Radicale**, **Radio Gold**, **Giornale Radio**, **Rai Gr Parlamento**, **Contro Radio** e **Radio Marconi**.

Fra le Istituzioni, gli enti e le associazioni monitorati, è **Legambiente** a ricorrere più frequentemente (più di 3mila citazioni). Segue **Pichetto**, indicando un forte interesse da parte delle fonti radio per le azioni e gli interventi del Ministro dell'Ambiente. **Greenpeace** si attesta al terzo posto, ma a distanza. In coda troviamo **Greta Thunberg**, **Lipu**, **WWF** e **carabinieri forestali**. Fra i meno citati si segnalano i termini *giustizia ambientale*, *Marevivo*, *ecoterroristi*, *capitaneria di porto* e *Extinction Rebellion*, *Fridays For Future*.

TRASPORTI

La tematica trasporti viene trattata principalmente a livello nazionale: le **radio nazionali**, infatti, determinano il 68% delle citazioni complessive, mentre le **radio locali** coprono il restante 30%. **Radio 24** si conferma la radio più attenta anche per ciò che concerne i trasporti, con 1.549 citazioni totali. La tematica attira l'attenzione anche di **Radio Deejay**, che con 581 trasmissioni si colloca in seconda posizione, e **Giornale Radio**, al terzo posto con 525. Le altre radio più interessate alla tematica sono **Radio 1**, **Radio Popolare**, **Radio 2**, **Radio Toscana**, **Radio Monte Carlo**, **Radio KissKiss** e **Radio Fantastica**.

Il tema della mobilità sostenibile dirige i dibattiti radiofonici che trattano la tematica trasporti, ottenendo quasi 4mila citazioni e riflettendo la crescente consapevolezza sulla necessità di ridurre l'impatto ambientale dei trasporti, seguita da mobilità elettrica (oltre 3mila occorrenze). Il termine **car sharing**, con poco più di 500 menzioni, suggerisce che sebbene vi sia un interesse, non è ancora così pervasivo come i concetti di mobilità sostenibile ed elettrica. Fra i termini meno utilizzati infine, da notare *mobilità condivisa* e *trasporto sostenibile* (ciascuna con meno di 100 citazioni).

ANALISI

WEB

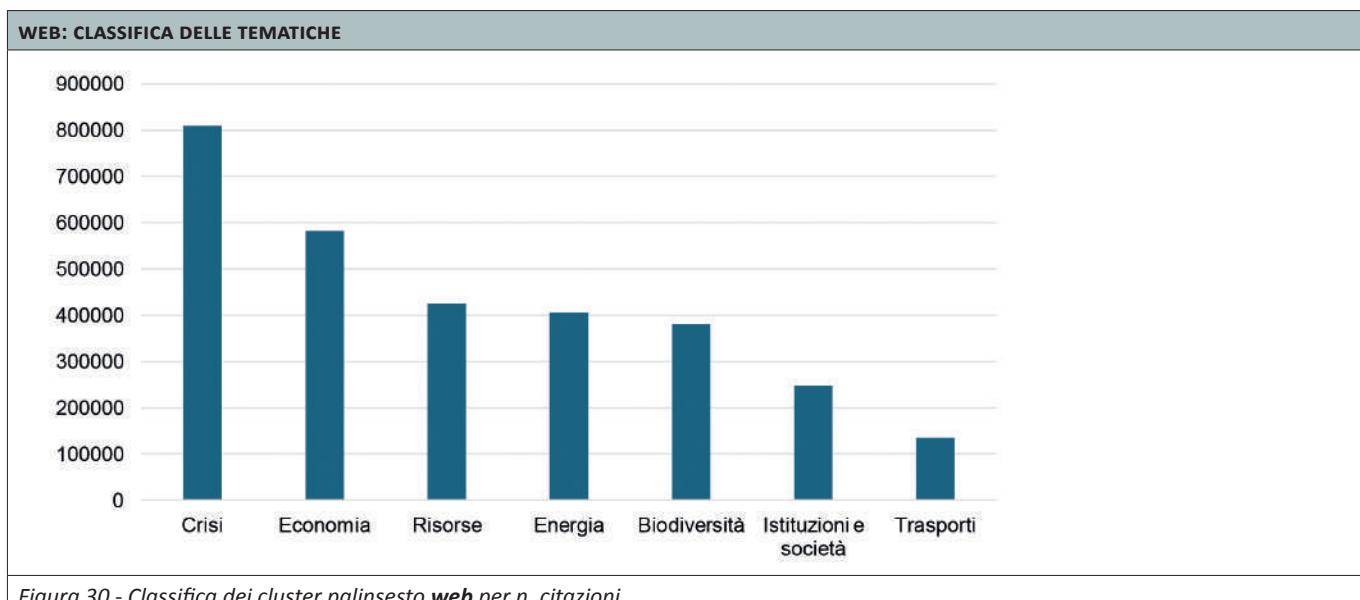


ANALISI WEB

TEMATICHE: CLASSIFICA SUL WEB

Fra le tematiche analizzate dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024 riguardanti l'ambiente, le **fonti online d'informazione** hanno trattato principalmente la tematica **crisi** (810.562 citazioni), includendo il cambiamento climatico, la crisi climatica e più in generale la crisi ambientale. La seconda tematica affrontata più di frequente dalle fonti web è **economia** (583.046 articoli), seguita da **risorse** (424.504), **energia** (406.341) e **biodiversità** (380.796). Chiudono la lista **Istituzioni e società** (247.667 citazioni) e **trasporti** (134.234), che in linea con gli altri palinsesti risultano le meno popolari.

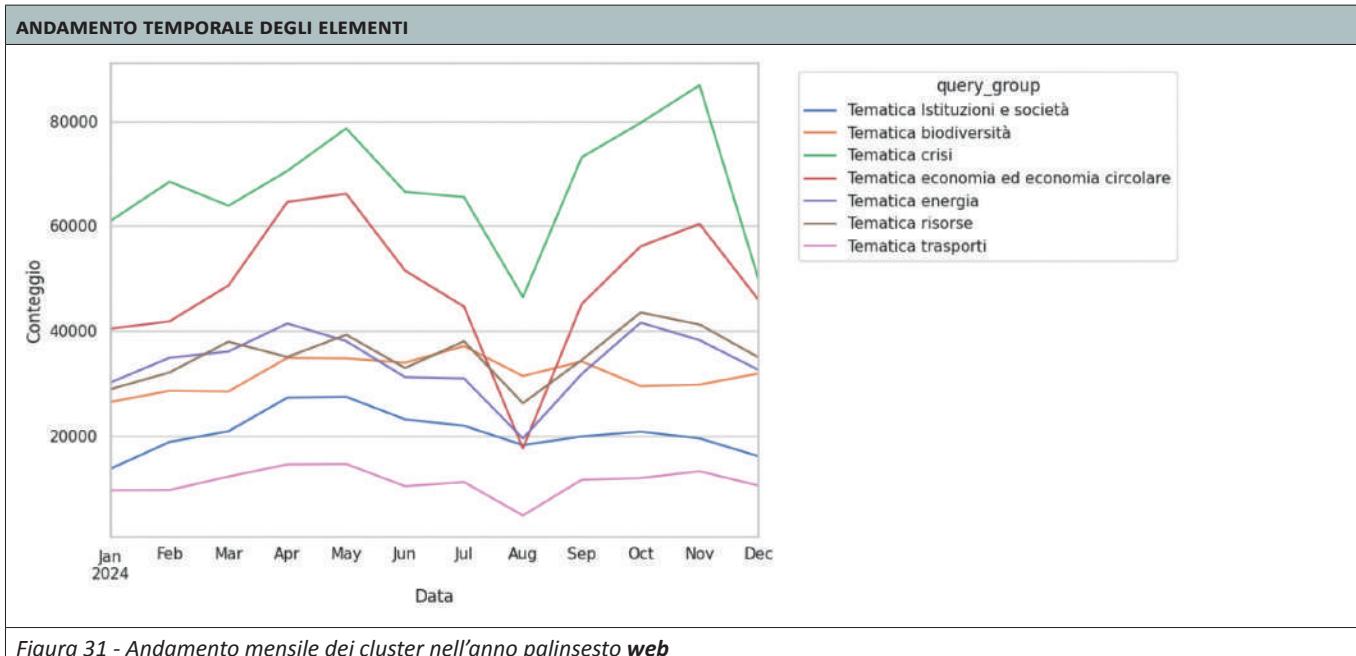
Di seguito si riporta la classifica delle tematiche più trattate nel palinsesto web.



ANDAMENTO MENSILE NELL'ANNO PALINSESTO WEB

Osservando l'andamento delle citazioni per ciascuna tematica monitorata, si nota che anche sul web la tematica **crisi** domina il panorama dell'informazione ambientale per tutto il periodo considerato, con oltre 60mila citazioni mensili e più di 80mila a **novembre 2024** (mese di picco più alto che coincide con la COP29, Conference of Parties). Fanno eccezione agosto 2024 e dicembre 2024, che rappresentano i mesi con il minor numero di pubblicazioni: ciononostante la curva si attesta ancora su un numero di citazioni più elevato rispetto alle menzioni – nello stesso periodo – delle altre tematiche esaminate. L'andamento della tematica **economia** si caratterizza per tre frasi principali: da gennaio ad aprile la curva cresce fino a raggiungere il picco più alto di citazioni a **maggio** (più di 60mila); segue una decrescita nei mesi estivi e un aumento da settembre a novembre. **Risorse** presenta un andamento discontinuo ma tendenzialmente crescente che culmina a **ottobre** (mese di picco). Per quanto riguarda la tematica **energia**, si segnala una crescita da gennaio ad aprile, in seguito alla quale si registra una decrescita fino al mese di agosto. Da settembre si assiste a un aumento della curva, con il picco maggiore di citazioni a **ottobre 2024** (oltre 41mila). La curva relativa alla tematica **biodiversità** segue un andamento crescente da gennaio a **luglio 2024** (mese di picco con circa 37mila citazioni). Agosto presenta una flessione, superata a partire da settembre quando la curva ricomincia a crescere. A dicembre si segnala un'ulteriore decrescita. Anche la tematica **Istituzioni e società** viene trattata principalmente nei primi mesi dell'anno, in particolare fino a **maggio 2024** che vede la curva attestarsi su valori di poco superiori alle 27mila citazioni. Nei mesi estivi si assiste a una diminuzione delle pubblicazioni, che tornano a crescere a partire da settembre per poi calare nuovamente nei mesi di novembre e dicembre. Infine, la tematica **trasporti** segue un andamento crescente fino a maggio, in seguito al quale si assiste a una decrescita nei mesi estivi e successivamente a un nuovo aumento di citazioni, fino a raggiungere il picco più alto a **novembre 2024**.





Di seguito si fornisce il dettaglio di ogni cluster.

CRISI

Il tema inerente alla tematica **crisi** maggiormente affrontato dalle fonti web è **cambiamento climatico**, il cui termine predomina con 206.677 citazioni. Il secondo termine più popolare è **inquinamento** con 182.060 occorrenze, indicativo della rilevanza attribuita ai problemi legati alla contaminazione ambientale. Gli eventi metereologici estremi come **alluvione** e **siccità** sono anch'essi frequentemente discussi, con rispettivamente 107.793 e 105.752 menzioni suggerendo una crescente consapevolezza dell'impatto che questi fenomeni hanno sull'ecosistema. A seguire troviamo **crisi climatica** (63.648) e **discarica** (53.887). Altri temi rilevanti includono **inondazioni**, **riscaldamento globale** e **desertificazione**, con conteggi che vanno da circa 45mila a 25.900 citazioni, **dissesto idrogeologico** (25.424), e **pesticidi** (22.272). **Deforestazione** ottiene 17.387 citazioni. Fra i termini che occorrono meno frequentemente si segnalano *crisi ambientale*, *inquinamento urbano*, *marine litter*, *emissioni gas serra*, *inquinamento del mare* e *inquinamento del suolo*. Osservando la classifica delle dieci fonti web più prolifiche si nota da un lato l'alta presenza dei siti di quotidiani, dall'altro la presenza di piattaforme meteo. La testata online che dedica maggior spazio alla tematica è **ilrestodelcarlino.it** (con oltre 8mila citazioni). Seguono **Sul Panaro News** (ultime notizie della Bassa Modenese), **ansa.it**, **Meteo Web**, **Agenparl**, **lanazione.it**, **larepubblica.it**, **Rai News**, **lastampa.it**, **corriere.it**, **ilmattino.it**, **ilmessaggero.it**, **lasicilia.it** e **lanuovasardegna.it**.

ECONOMIA

Comparando i dati emersi dalla classifica delle tematiche (figura 30) con i dati presenti nello scorso rapporto (in cui la tematica **economia** occupava la terza posizione della classifica) si evince come le fonti online abbiano sviluppato una **crescente attenzione** verso i temi legati alla sostenibilità e all'economia verde. Il termine che emerge con maggiore frequenza è **sviluppo sostenibile** (134.237 occorrenze), seguito a breve distanza da **economia circolare** (20.813). **Transizione ecologica** si posiziona terza con 117.779 citazioni, in coda troviamo **riciclo** con 105.247. Altri termini rilevanti sono **transizione digitale** (54.458), **green economy** (11.777), **chilometro zero** (19.125). Fra i meno frequenti (dalle 9mila alle 2mila citazioni) troviamo *blue economy*, *gestione rifiuti*, *ecoturismo* e *certificazioni ambientali*. Le fonti web più prolifiche nel 2024 sono **Agenparl**, **Adessonews** e **Ansa** (più di 4mila citazioni). Al quarto posto della classifica si segnala il sito **larepubblica.it**, seguito da **lanazione.it**, **ilmattino.it**, **Giornale d'Italia**, **Borsa Italiana**, **Affari Italiani** e **adnkronos.com**.

RISORSE

Analizzando le parole più ricorrenti negli articoli web che trattano la tematica **risorse**, emerge un interesse particolare verso le pratiche agricole e i prodotti che rispettano l'ambiente, con **biologico** in testa alla classifica (più di 300mila citazioni fra tutte le declinazioni maschile, femminile, singolare e plurale). Il secondo termine più utilizzato dalle fonti web è **bonifica** (83.450), seguito da **risorse idriche** (39.506), **acqua potabile** (35.532), **agricoltura sostenibile** (12.815). Fra le parole meno presenti si segnalano *pesca sostenibile, città sostenibili e consumo del suolo*.

Si rileva un interesse particolare per la tematica **risorse** da parte di **Agenparl**, che si colloca al primo posto fra le fonti web che hanno affrontato più di frequente la tematica nel corso del 2024. Da segnalare fra le altre fonti **Ansa, ilrestodelcarlino.it, lanazione.it, Adessonews, larepubblica.it, Meteo Web, ilmattino.it, lastampa.it e Rai News**.

ENERGIA

Il monitoraggio delle parole più frequenti negli articoli che trattano la tematica **energia**, pone **gas** al primo posto con 169.192 citazioni, riflettendo l'importanza della risorsa nel contesto energetico attuale, sia per quanto riguarda il suo utilizzo come fonte di energia, sia in relazione alle discussioni sulla transizione energetica e le implicazioni geopolitiche. **Efficienza energetica** segue con 98.838 mentre **fonti rinnovabili e idrogeno** occorrono rispettivamente in 74.353 e 70.608 articoli. La parola **crisi** compare in 50.581 uscite, segno che il web non soltanto percepisce l'urgenza di informare i lettori in merito alle soluzioni energetiche alternative, ma anche di mettere in luce le difficoltà presenti nel contesto energetico attuale. Tra le fonti di energia rinnovabile specifiche, **l'energia solare** è la più menzionata con 21.516 occorrenze, seguita dall'**energia nucleare** con 13.930. I termini **termovalorizzatore** e **inceneritore** compaiono con frequenze simili, rispettivamente 9.374 e 7.407. Minore attenzione viene data ai *rigassificatori, energia idroelettrica e energia geotermica*.

La fonte principale d'informazione è **Adessonews**, seguita da **Market Screener IT e Borsa Italiana**. Completano le prime cinque posizioni **Teleborsa** e **Investing.com**. Come si nota la tematica viene affrontata principalmente da fonti di stampo economico. A seguire si segnalano **Ansa, larepubblica.it, lastampa.it, corriere.it e ilsole24ore.com**.

BIODIVERSITÀ

Negli articoli web che trattano la tematica **biodiversità** a comparire più frequentemente è – in linea con gli altri palinsesti analizzati – il termine **orso**, con circa 140mila occorrenze. Segue lupo con più di 110mila. **Cinghiale** è presente in un numero inferiore di uscite (circa 35.500). Le **aree protette** sono menzionate in 21.198 articoli. Fra i meno frequenti si segnalano *parco nazionale e conservazione biodiversità*.

La fonte più prolifica è **investing.com**. Seguono **ilrestodelcarlino.it, lanazione.it, quotidianonet.com, Ansa, Agenparl**, il sito di **Rai News, corriere.it e ilmessaggero.it**.

ISTITUZIONI E SOCIETÀ

Analizzando i dati forniti, si evince che **Legambiente** è la parola più ricorrente negli articoli web che trattano la tematica **Istituzioni e società** (oltre 60mila citazioni), a sottolineare da un lato il ruolo dell'associazione nel contesto ambientale, dall'altro l'attenzione delle fonti web per le azioni compiute nel 2024. Il Ministro dell'Ambiente, **Pichetto**, segue con 51.107 occorrenze, mentre al terzo e quarto posto troviamo le organizzazioni ambientaliste **WWF e Greenpeace**, rispettivamente 14.298 e 8.993 menzioni. In quinta posizione si segnala il termine **carabinieri forestali** (8.577), seguito da **capitaneria di porto** (5.137), **Marrevivo** (6.084), **Lipu** (5.790), **Greta Thunberg** (4.642) e **giustizia ambientale** (1.977). Le parole meno utilizzate sono – con una frequenza inferiore a mille citazioni – *Fridays For Future, Extinction Rebellion, ecoterroristi ed ecoterrorismo*.

Focalizzando l'attenzione sulle fonti, **Ansa** predomina con più di 2mila citazioni e mezzo riguardanti la tematica in oggetto. Seguono **Agenparl, lanazione.it, ilrestodelcarlino.it**, il sito di **Rai News, ilmattino.it, larepubblica.it, corriere.it, lasicilia.it e lastampa.it**.

TRASPORTI

Nel contesto delle discussioni sulla mobilità, il termine più frequente è **mobilità sostenibile**, con un totale di 81.013 citazioni. Questo dato suggerisce un forte interesse per il tema, che sta diventando cruciale nel discorso pubblico e nei piani delle politiche urbane. Segue a distanza **mobilità elettrica** con 30.474 citazioni. I temi meno trattati in base alla frequenza delle parole sono *car sharing, trasporto sostenibile e mobilità condivisa*. **Adessonews** con più di mille citazioni è la fonte web più attiva nell'affrontare la gestione e l'impatto dei trasporti in relazione all'ambiente, seguita da **Affari Italiani, Agenparl e Ansa**. Il sito di **ilrestodelcarlino.it** si posiziona al quinto posto, **larepubblica.it** al settimo e **ilmessaggero.it** in ottava posizione. Chiudono la classifica delle dieci fonti online più prolifiche **ilmattino.it** e **ilgazzettino.it**.

ANALISI

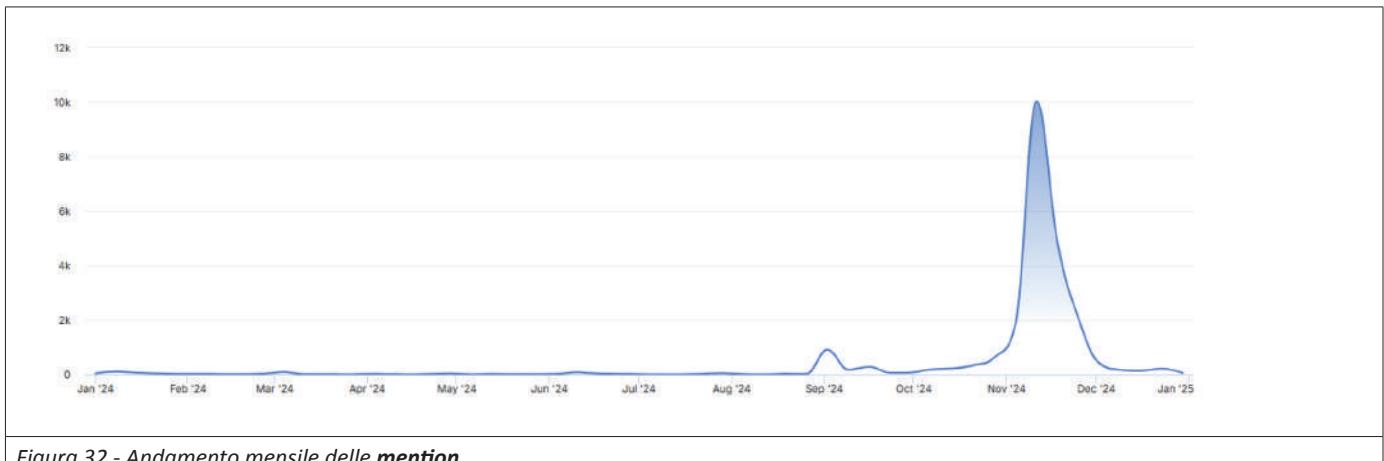
**SOCIAL
NETWORK
COP29**



ANALISI SOCIAL NETWORK COP29

ANDAMENTO DELLE MENTION, ENGAGEMENT E SENTIMENT

Nell'arco del 2024 il termine COP29 è stato menzionato sulle piattaforme social considerate (Facebook, Instagram, TikTok, X) in **23.847 contenuti**, pubblicati da **9.818 autori**. L'**engagement** prodotto dai post – indice del coinvolgimento degli utenti social rispetto all'oggetto dei contenuti – è di **960.425** interazioni complessive.



Analizzando l'andamento mensile delle citazioni (mention), si osserva un interesse costante per la Conferenza durante l'intero periodo di monitoraggio, con un aumento di attenzione a partire dal mese di settembre.

Nei primi 8 mesi dell'anno la curva delle **menzioni** si attesta su valori inferiori a 300: gennaio totalizza 290 citazioni, febbraio 94, marzo 159, aprile 89, maggio 69, giugno 195, luglio 100 e agosto 21. A **settembre** la curva cresce (1.518 menzioni totali), descrivendo il primo picco pari a **911** contenuti pubblicati **dal 2 all'8 settembre**, per poi decrescere lievemente nel mese di ottobre, che ne colleziona 1.390. **Novembre** – periodo di svolgimento della COP29 – è sicuramente il mese con il più alto numero di mention (18.845), caratterizzato da un picco durante la prima settimana di svolgimento dell'evento (**11–17 novembre 2024**) pari a **10.042** citazioni, rappresentando il più elevato dell'anno. Infine, dicembre conta 1.009 menzioni.

L'andamento mensile dell'**engagement** è simile, sebbene nei primi 8 mesi dell'anno siano i contenuti pubblicati a luglio a coinvolgere maggiormente gli utenti: gennaio registra 1.185 interazioni, febbraio 440, marzo 222, aprile 827, maggio 380, giugno 1.360, **luglio 2.449**, agosto 569. I post pubblicati a **settembre**, in linea con la *figura 1*, producono 14.190 interazioni, di cui **8.368 (59%)** nella settimana di **picco 2–8 settembre**. Da notare i dati relativi a **ottobre**: sebbene il numero di post complessivi sia inferiore rispetto a settembre, tali contenuti producono un **engagement maggiore**, pari a 16.497. **Novembre** rappresenta il mese che ha riscosso maggior successo in termini di coinvolgimento, totalizzando **840.141** interazioni (**546.689** nella settimana **11–17 novembre 2024**, equivalente al **66%** dell'engagement mensile complessivo), mentre dicembre ne ottiene 72.165, collocandosi in seconda posizione.



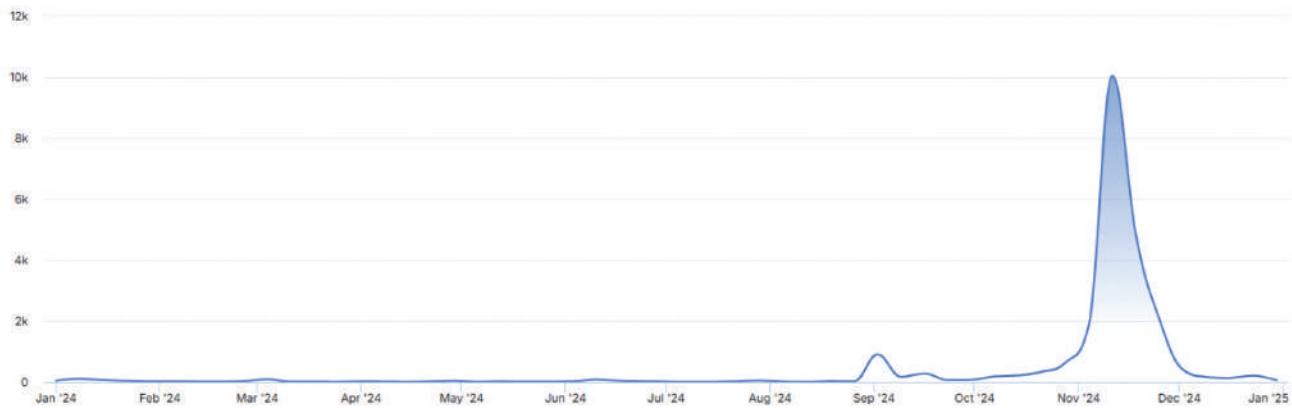


Figura 33 - Andamento mensile dell'**engagement**

Analizzando l'andamento del sentiment² dei contenuti che presentano una citazione di COP29, si nota la prevalenza di post **neutri**, inclusi quelli pubblicati nei mesi più prolifici come per esempio settembre e novembre. Una notazione importante riguarda i contenuti pubblicati nel periodo di svolgimento della Conferenza, dove osserviamo una crescita della curva positiva e negativa, con quest'ultima negativa che supera la prima per tutto il mese di novembre.

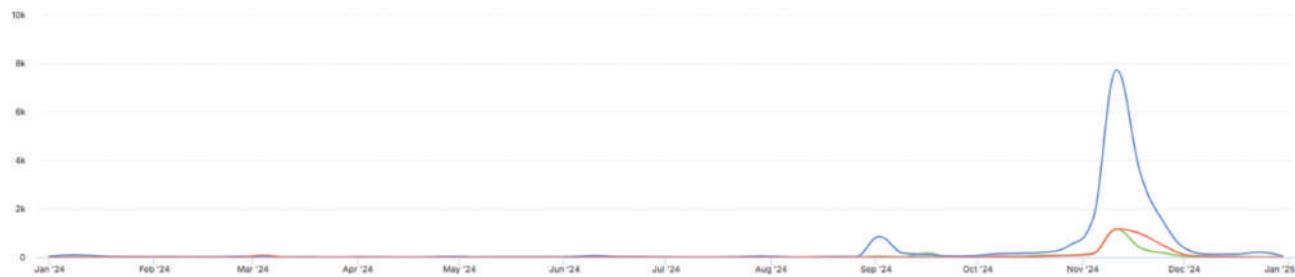


Figura 34 - Andamento mensile del **sentiment**

Di seguito si riporta la tabella di sintesi relativa al numero mensile di mention ed engagement totale con il relativo sentiment associato. La distribuzione percentuale mensile del sentiment evidenzia un ulteriore dato interessante: **agosto** evidenzia la più alta percentuale di **menzioni negative** in rapporto al totale delle menzioni mensili (**71%**).

² Il sentiment viene determinato sulla base degli elementi testuali dei post, pertanto non si riferisce necessariamente al termine COP29.



MESE	MENTION TOTALI	ENGAGEMENT TOTALE	SENTIMENT MENTION %
GENNAIO 2024	290	1.185	POSITIVO 7%; NEUTRO 82%; NEGATIVO 11%
FEBBRAIO 2024	94	440	POSITIVO 3%; NEUTRO 88%; NEGATIVO 9%
MARZO 2024	159	222	POSITIVO 3%; NEUTRO 88%; NEGATIVO 9%
APRILE 2024	89	827	POSITIVO 12%; NEUTRO 82%; NEGATIVO 6%
MAGGIO 2024	69	380	POSITIVO 9%; NEUTRO 88%; NEGATIVO 3%
GIUGNO 2024	195	1.360	POSITIVO 5%; NEUTRO 84%; NEGATIVO 11%
LUGLIO 2024	100	2.449	POSITIVO 12%; NEUTRO 80%; NEGATIVO 8%
AGOSTO 2024	21	569	POSITIVO 10%; NEUTRO 19%; NEGATIVO 71%
SETTEMBRE 2024	1.518	14.190	POSITIVO 15%; NEUTRO 82%; NEGATIVO 3%
OTTOBRE 2024	1.390	16.497	POSITIVO 15%; NEUTRO 72%; NEGATIVO 13%
NOVEMBRE 2024	18.845	840.141	POSITIVO 10%; NEUTRO 75%; NEGATIVO 15%
DICEMBRE 2024	1.009	72.165	POSITIVO 6%; NEUTRO 81%; NEGATIVO 14%

TABELLA - MENTION ED ENGAGEMENT TOTALI (IN VERDE I PICCHI MAGGIORI, IN GIALLO I DATI PIÙ RILEVANTI)

ANALISI DEI PICCHI PER NUMERO DI MENTION E ENGAGEMENT

Come anticipato, dal monitoraggio emergono due picchi principali di citazioni: il primo si verifica **dal 2 all'8 settembre 2024** con **911** mention e il secondo e più elevato nella settimana **11–17 novembre 2024**, pari a **10.042**.

ANALISI DEI CONTENUTI PUBBLICATI DAL 2 ALL'8 SETTEMBRE 2024



Giorgia Meloni @GiorgiaMeloni

Ho incontrato oggi a Palazzo Chigi il Presidente della Repubblica dell'Azerbaigian, Ilham Aliyev. Un colloquio che ha confermato la natura strategica del partenariato tra le nostre Nazioni e l'impegno a continuare ad approfondire la collaborazione in tutti i settori di interesse, a partire da quello dell'energia, anche in vista della presidenza azerbaigiana della prossima COP29, che si svolgerà a Baku a novembre.

Ho voluto, inoltre, riaffermare l'impegno dell'Italia per la stabilità e la prosperità della regione caucasica e il sostegno alla normalizzazione delle relazioni tra Armenia e Azerbaigian, con l'obiettivo di giungere ad una pace durevole, evidenziando come il ruolo dell'Unione Europea sia parte integrante di questo percorso e come la cooperazione con l'UE possa aprire nuove opportunità per l'intera regione, anche in termini di connettività.

L'incontro ha permesso anche una discussione approfondita sui principali temi dell'agenda internazionale e di verificare sinergie comuni nell'ambito del Piano Mattei. Al termine dell'incontro ENI e SOCAR hanno firmato tre protocolli d'intesa negli ambiti della sicurezza energetica, della riduzione delle emissioni di gas serra e nella filiera di produzione dei biocarburanti.



Ilham Aliyev

Figura 35 - Post di Giorgia Meloni X, 5 settembre 2024

Nella settimana presa in esame, a produrre l'**engagement più elevato** (4.700 like, 587 condivisioni, 761 commenti, 81 salvataggi, 342mila visualizzazioni e un bacino di lettore potenziali pari a 2.500.000) è il tweet pubblicato dall'account **Giorgia Meloni³** su X il **5 settembre 2024**. Il contenuto verde sull'incontro tra il **Presidente del Consiglio Giorgia Meloni** e il **Presidente della Repubblica dell'Azerbaigian Ilham Aliyev** a Palazzo Chigi, avvenuto il medesimo giorno di pubblicazione del tweet. Nella descrizione si leggono gli esiti dell'incontro, con la riaffermazione della natura strategica della collaborazione tra i due Paesi, prestando particolare attenzione al settore energetico in vista della **COP29** prevista nel mese di novembre a Baku. L'Italia ha inoltre confermato il proprio impegno per la **stabilità del Caucaso** e per il **processo di pace tra Armenia e Azerbaigian**, sottolineando il ruolo dell'UE. Si è discusso anche del **Piano Mattei** e sono stati firmati tre accordi tra **ENI** e **SOCAR** su sicurezza energetica, riduzione delle emissioni e produzione di biocarburanti.

Il tweet attira l'attenzione non soltanto di utenti italiani, ma anche stranieri. Analizzando i commenti al contenuto, pare che soltanto una minoranza di quanti si dimostrano interessati al tweet apprezzino l'incontro. Al contrario la maggior parte degli utenti esprime dissenso, manifestandosi restia all'idea di un dialogo con il Presidente dell'Azerbaigian, definito da molti "genocida" e "dittatore". Di seguito si riportano, a titolo d'esempio, due commenti emblematici:

"Cara Presidente, come persona non distante dalle sue idee e dai suoi valori, sono molto dispiaciuto che Ella presti fede ad un autocrate e genocida come Alyev. Sono mortificato che Ella non si fidi di quanti a Lei vicini Le abbiamo assolutamente sconsigliato simili dichiarazioni." (8 settembre 2024).

"#COP29 #StopGreenwashGenocide Shame on you, dealing with a dictator for his own people and responsible of the Armenian genocide in Artsakh." (7 settembre 2024).

³ Profilo X del Presidente del Consiglio Giorgia Meloni





Figura 36 - Post di #TestaMassimo
TikTok, 5 settembre 2025

Il post ha generato numerose discussioni, le quali a loro volta hanno ottenuto un engagement elevato. Al netto delle discussioni generate, al secondo posto nella classifica dei contenuti che nella settimana dal 2 all'8 settembre hanno prodotto un engagement maggiore, troviamo il video pubblicato su **TikTok** dall'account **#TestaMassimo⁴**, il **5 settembre 2025**. Il post fa riferimento al contenuto pubblicato su **X** dall'account **Giorgia Meloni**, riprendendone le fila ma ottenendo un numero di interazioni nettamente inferiore (131 like, 3 condivisioni, 12 commenti, 2.100 visualizzazioni, 9 salvataggi e un bacino potenziale di visualizzazioni pari a 9.900).

Al terzo posto della classifica si segnala il post **Instagram** dell'account **Italian Trade Agency⁵** del **5 settembre 2024**, con 92 like, 1 commento, 21.800 potenziali letture e 3 condivisioni. Il post tratta dell'intervento del **Direttore Generale dell'Agenzia ICE Lorenzo Galanti** all'incontro bilaterale del 4 settembre a Roma fra ICE e la delegazione azera. Il post annuncia inoltre la partecipazione di ICE alla **COP29** di Baku e il seminario in ambito di costruzioni e infrastrutture organizzato per l'occasione insieme a **OICE** (Organizzazioni di Ingegneria e di Consulenza) e **ANCE** (Associazione nazionale costruttori edili).

itatradeagency - Segui

itatradeagency Elementi 33 modificato sett
11 az Il Direttore Generale dell'Agenzia
#ICE, @lorenzogalanti0101 è
intervenuto all'incontro bilaterale fra
ICE e la delegazione azera nella
giornata del 4 settembre a Roma.
Presente alla riunione, #Anar
Akhundov, Vice Ministro dell'Economia
azera.

Obiettivo dell'incontro, rafforzare i
rapporti commerciali e le relazioni
economiche fra i due Paesi mediante
iniziativa promozionali più frequenti e
concrete.
Oltre all'organizzazione di incoming e
seminari, ICE ha anche organizzato un
seminario in ambito di costruzioni e
infrastrutture organizzato per l'occasione
insieme a OICE (Organizzazioni di Ingegneria e di Consulenza) e ANCE (Associazione nazionale costruttori edili).

131 like, 1 commento, 21.800 potenziali letture, 3 condivisioni

Postato da [itatradeagency](#) il 5 settembre 2024

Fig. 37 - Il post di Italian Trade Agency, Instagram, 5 settembre 2024

⁴ Profilo di un utente generico, non sono presenti informazioni specifiche

⁵ Profilo dell'Agenzia ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

ANALISI DEI CONTENUTI PUBBLICATI DALL'11 AL 17 NOVEMBRE 2024

Al **primo e secondo posto** per engagement nella settimana più prolifica dell'intero periodo monitorato si segnalano i contenuti pubblicati il **13 novembre 2024** su **TikTok e Instagram** dal profilo **Giorgia Meloni**, riguardanti l'intervento del **Presidente del Consiglio Giorgia Meloni alla COP29 di Baku**.

Il video di *TikTok* ottiene 113.300 like, 2.100 condivisioni, 6.100 commenti, 2.800.000 visualizzazioni, 5.500 salvataggi e raggiunge un bacino di potenziali visualizzazioni pari a 2 milioni di utenze. Il post pubblicato su *Instagram* invece genera 39.400 like, 2.500 commenti, 276.300 visualizzazioni e raggiunge un bacino di potenziali visualizzazioni di 3.600.000.

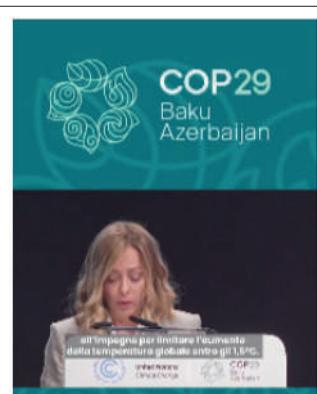


Fig. 38 - Il post di Giorgia Meloni, Instagram, 13 novembre 2024



Fig. 39 - Il post di Giorgia Meloni, TikTok, 13 novembre 2024

I commenti sono principalmente positivi nei confronti della **Presidente del Consiglio Giorgia Meloni**, sebbene non manchino commenti **critici** rispetto ad alcuni temi, primo fra tutti la posizione del governo in merito all'utilizzo di **energia nucleare** di cui è esemplificativo il commento al post pubblicato su **Instagram**:

"Se ogni casa/palazzo avesse dei pannelli solari non ci sarebbe neanche bisogno del nucleare, invece di spendere tutti quei soldi per delle fabbriche perché non fare nuovamente un bonus che permetta a tutti di poter usufruire di energia rinnovabile che il nostro pianeta ci dà senza che dobbiamo fare nulla?"

Infine, si aggiudica il **terzo posto** per engagement il post pubblicato su **Instagram** il **12 novembre 2024** dall'account del quotidiano **La Repubblica**, inerente all'installazione sul lungomare di Baku del collettivo belga **Captain Boomer**, posta in occasione della **Cop29** e che ritrae un capodoglio spiaggiato morto. Il post ottiene 29.900 like, 59 commenti e raggiunge un bacino potenziale di visualizzazioni pari a 2.500.000.



Fig. 40 - Il post de La Repubblica, Instagram, 12 novembre 2024

Ancora una volta i commenti mostrano lati diversi del popolo social: da una parte vi è sostegno per l'iniziativa, dall'altro non mancano commenti aspramente critici verso il Paese e il suo governo. Un esempio fra tutti è il commento:

"Azerbaijan, paese sotto dittatura da cui arriva il gasdotto tap causa di cambiamenti climatici, sostiene la dittatura di Ayliev, trasporta gas russo. Gasdotto che a Melendugno sta rilasciando in aria gad per delle fughe. Gasdotto a processo per devastazione ambientale e costruzione senza autorizzazioni. Gasdotto che repubblica e il pd hanno sempre sostenuto arrivando a criminalizzare le comunità locali. Gasdotto per il quale il m5s ha mentito inventandosi penali inesistenti. Gasdotto che prima della sua costruzione non aveva, e non ha, nessun accordo per risarcimenti o compensazioni e che ora vorrebbe fare l'elemosina. Elemosina, come le sponsorizzazioni e le gite scolastiche presso il suo prt (complici direzione scolastica e amministrazione comunale, perché è bello insegnare ai ragazzi come inquinare il futuro) utili solo al loro sporco greenwashing. L'Azerbaigian è la dittatura del caviale, è quella dei soldi per il lobbista Volonté, dei problemi dei diritti umani, dello sterminio degli armeni nel nagorno karabakh" .

Sebbene in misura nettamente inferiore, sono presenti commenti che opinano la scelta di Baku per lo svolgimento della COP29, ne è un esempio il commento: *"Certo che fare al cop 29 in un paese che vive dell'esplorazione di petrolio..."*

ANALISI DEI TREND IN BASE ALLE MENTION

Il monitoraggio dei contenuti pubblicati sui social nel corso del 2024 nei quali è presente almeno una citazione di COP29 non presentano trend di discussione specifici. Analizzando i post e le conversazioni, emergono tuttavia dei dati interessanti.

LE TEMATICHE DEI CONTENUTI E DELLE CONVERSAZIONI

Una prima notazione riguarda le **tematiche** trattate: l'**ecologia** occupa il primo posto per frequenza⁶ con 9.300 occorrenze, caratterizzando circa il **28%** dei post e delle conversazioni totali. Al secondo posto della classifica si segnala la **sostenibilità ecologica** con 7.616, rappresentativa del **23%**. L'**economia** ottiene il terzo posto con una frequenza pari a 4.134, equivalente al **12,5%**. L'**inquinamento** costituisce un ulteriore tematica rilevante, predominante nell'**11%** delle citazioni (3.742). L'**8,5%** delle menzioni presenta la tematica **società** (2.829), mentre il **6%** è legato alla **politica** (1.882) e il **2%** più specificatamente all'**ambito governativo** (712). Da segnalare un **9%** classificato come **"altro"**, che include per esempio intrattenimento, trasporti, cibo, sport ecc.

⁶ Per facilitare la comprensione, le frequenze percentuali sono state arrotondate.

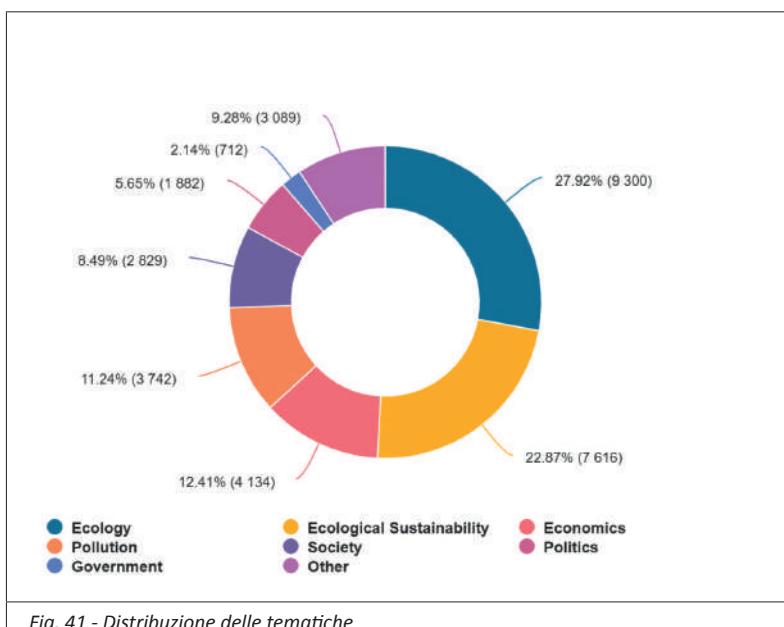


Fig. 41 - Distribuzione delle tematiche

POTENTIAL CRISES (ELEMENTI CHE MINANO LA REPUTAZIONE SOCIAL)

L'analisi mostra una serie di tematiche, sotto-tematiche e argomenti presenti nei post e nelle conversazioni che rappresentano **elementi potenzialmente di "crisi"**, e cioè **minano la reputazione** della COP29 sui social network.

Fra tali elementi il tema dell'**inquinamento** concorre maggiormente a generare una potenziale crisi reputazionale (3.742 occorrenze), seguito da alcune sotto-categorie tematiche quali **proteste** (284), **disuguaglianze** (244), **linguaggio d'odio** (223). Argomenti quali **guerra**, **crimine** e **corruzione** – presenti in misura minore (rispettivamente 85, 72 e 19 occorrenze) – rappresentano infine ulteriori elementi potenzialmente di crisi.

Focalizzando l'attenzione sui post e sulle conversazioni inerenti alla COP29 che trattano il tema dell'**inquinamento** sottolineando gli aspetti critici, emergono 3 macro-categorie argomentative:

- Partecipazione dei **"lobbisti dei combustibili fossili"** alla COP29: la presenza e l'influenza di quelli che sono stati definiti dagli autori dei post **"lobbisti dei combustibili fossili"** alla COP29, denunciata dagli ambientalisti, solleva interrogativi sull'integrità della Conferenza e dei negoziati climatici. Inoltre, alcuni interventi politici hanno contribuito a suscitare disapprovazione: fra i principali si segnalano l'introduzione del **Presidente dell'Azerbaijan Ilham Aliyev** che ha definito il petrolio "un dono di Dio", ma anche il discorso del **Presidente del Consiglio Giorgia Meloni**, nei punti riguardanti il nucleare e l'uso dei combustibili fossili.
- **Azioni climatiche e impegni finanziari insufficienti**: emerge una visione critica degli impegni finanziari presi alla COP29, ritenuti insufficienti per affrontare le esigenze urgenti dei Paesi vulnerabili e la più ampia crisi dell'inquinamento. In particolare, alcuni autori dei post sottolineano la mancanza di una decisione vincolante sui tagli alle emissioni.
- **Impatto dell'inquinamento sulla salute e sulle popolazioni vulnerabili**: l'appello alla COP29 di **UNICEF**, **Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS)**, **Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP)** e **l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE)** hanno messo in luce quanto l'inquinamento sia collegato a crisi sanitarie significative, che colpiscono particolarmente i bambini e le popolazioni vulnerabili. Le statistiche allarmanti sui problemi di salute legati all'inquinamento sottolineano l'urgenza di misure protettive e di azione globale per mitigare questi impatti.

Fra gli altri argomenti rilevanti che caratterizzano i contenuti inerenti all'inquinamento come tema potenziale di crisi, vi è l'**emissione di CO₂ da parte dei jet e delle aziende inquinanti**. Emblematico in tale contesto il post pubblicato su **Instagram** dall'account del quotidiano **La Repubblica** il **2 dicembre**, il quale con 9.300 like, 282 commenti, 172.400 visualizzazioni e 2.600.000 visualizzazioni potenziali, rappresenta il post con il maggiore engagement generato nel contesto analizzato. In descrizione, si legge: "Nell'arco del tempo di una sola partita di calcio i miliardari più ricchi del mondo producono più carbonio di quanta un cittadino medio possa produrne nell'arco di un'intera vita". Il post menziona il rapporto **Oxfam** nello studio **Carbon Inequality Kills**.



Per quanto concerne i post e le conversazioni nei quali a emergere sono le **proteste**, le principali macro-categorie argomentative sono:

- **Scelta dell'Azerbaijan per ospitare la COP29:** il Paese è stato fortemente criticato non soltanto per la **dipendenza dai combustibili fossili**, ma anche a causa dell'accusa di **violazione dei diritti umani**, in particolare riguardo alla minoranza armena in Artsakh e alla repressione del dissenso. **Greta Thunberg** è una delle attiviste più menzionate nei post: ad attirare l'attenzione, l'accusa all'ONU da parte della svedese di "estrema ipocrisia". Fra gli altri atti di protesta menzionati, si segnala per esempio quello avvenuto a Bruxelles durante la **Settimana Europea dell'Idrogeno**.
- **Restrizioni sulle proteste e sulla libera espressione:** le restrizioni imposte alle proteste degli attivisti durante la COP29, **limitati nella loro capacità di esprimere dissenso vocalmente**, hanno attirato l'attenzione dei social network. Quanto accaduto è stato percepito come parte di una tendenza più ampia di censura e di limitazione del dissenso pubblico all'interno di contesti istituzionali apicali. Un tema significativo delle proteste è stato la richiesta di finanziamenti da parte delle nazioni più ricche per supportare i Paesi più poveri, insieme a richieste di azioni climatiche più ambiziose e alla graduale eliminazione dei combustibili fossili. Gli attivisti hanno espresso frustrazione per il lento andamento dei negoziati e la mancanza di azioni sostanziali da parte dei leader globali. Ancora una volta è un contenuto pubblicato dal quotidiano **La Repubblica** a creare maggior coinvolgimento in termini di engagement, attraverso il video pubblicato su **TikTok** il **16 novembre 2024** (21.400 like, 862 condivisioni, 112 commenti, 167.600 visualizzazioni, 435 salvataggi e 558.600 visualizzazioni potenziali) riguardante il **"dissenso silenzioso"** degli attivisti a Baku.

La violazione dei diritti umani è un argomento ricorrente anche nei contenuti nei quali a predominare è il tema delle **disuguaglianze**.

- L'attenzione si concentra principalmente sugli scontri tra Azerbaijan e Artsakh, considerata dagli autori dei post una **crisi umanitaria**. Gran parte dei contenuti appartenenti a questa categoria fanno riferimento all'articolo del quotidiano **La Verità** pubblicato il **9 ottobre 2024** a firma di **Francesco Borgonovo**, dal titolo *L'impegno green cancella le atrocità di Baku*. La COP29 viene percepita come una distrazione dal conflitto, ritenuto dagli autori dei post una questione più importante rispetto alla discussione sui cambiamenti climatici.

• La percezione delle violazioni dei diritti umani in Azerbaijan non si limita agli scontri in Artsakh, ma comprende segnalazioni di repressione sistematica contro la società civile, l'opposizione politica e i gruppi emarginati. La contestazione dei social comprende un più ampio tema di **ineguaglianza sociale**, con riferimenti principalmente ai casi **Gubad Ibadoglu**⁷, **Anar Mammadli**⁸, **Kamran Mammadli**⁹, **Rufat Safarov**¹⁰ e **Aynur Ganbarova**¹¹. Particolarmente interessante in questo senso, il post pubblicato su **Facebook** da **Il Fatto Quotidiano** il **11 novembre** sull'inchiesta di **ReCommon** (associazione attiva nell'ambito della lotta agli abusi di potere e del saccheggio dei territori) riportata nell'articolo intitolato *"In Azerbaijan la polizia ha chiuso il mio teatro, volevano uccidermi": l'inchiesta di ReCommon sulla repressione nel paese che ospita la Cop29*.

Un altro elemento potenzialmente di crisi è il **linguaggio d'odio** presente nei post e nelle conversazioni che includono i diritti umani in Azerbaijan, ma anche riferito specificatamente alla COP29 e al tema del cambiamento climatico.

- Parole come **"genocidio"** e **"pulizia etnica"** riflettono il sentito dei social network rispetto al conflitto tra Azerbaijan e Artsakh, indicando una presa di posizione negativa nei confronti del Paese ospitante la COP29.
- COP29 come una **"conferenza di facciata"**: l'analisi mostra la presenza di contenuti nei quali gli autori manifestano l'opinione per la quale la Conferenza sia inefficace nell'affrontare i problemi concreti posti dal cambiamento climatico. Alcuni autori, inoltre, sottolineano come anche le COP dei tre anni precedenti non abbiano portato ai risultati auspicati.
- **"Indottrinamento sulle questioni climatiche"**: alcuni utenti social sostengono che vi sia in atto una sorta di "indottrinamento" su ciò che concerne il cambiamento climatico e i temi ad esso collegati, suggerendo che le narrazioni promosse siano "insensate" e "dannose". Emblematico è il tweet pubblicato da **Critica Climatica Alias Fortunato Nardelli** (ingegnere) su **X** il **25 novembre 2024**, che riprende parte del discorso di **Noura Hamladji, Segretaria delle Nazioni Unite per i Cambiamenti Climatici** alla COP29, nel quale viene sostenuto che la promozione **dell'uguaglianza di genere** favorisca l'azione per il clima e viceversa.

⁷ *Gubad Ibadoglu, accademico e attivista anticorruzione in Azerbaijan, arrestato nel luglio 2023 insieme alla moglie Irada con false accuse di estremismo, come parte di una più ampia repressione contro coloro i quali difendono i diritti umani e criticano il Governo dell'Azerbaijan in vista della COP29* (<https://www.amnesty.org/en/latest/campaigns/2024/11/bayram-zhalo-bayramova-gubad-ibadoglu/>)

⁸ *Anar Mammadli, attivista azero per il clima e difensore dei diritti umani, arrestato il 29 aprile 2024 dalle autorità azere con false accuse di cospirazione per l'introduzione illegale di denaro nel Paese, nel contesto della repressione degli attivisti* (<https://www.amnesty.org/en/documents/eur55/8053/2024/en/>)

⁹ *Kamran Mammadli, attivista ambientale attaccato dalle guardie di sicurezza in occasione della COP29* (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-10-2024-0074_IT.html)

¹⁰ *Rufat Safarov, difensore dei diritti umani azero, arrestato il 3 dicembre 2024 dalle autorità azere con accuse infondate di frode e teppismo* (<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2024/12/azerbaijan-authorities-must-immediately-release-human-rights-defender-rufat-safarov/>)

¹¹ *Aynur Ganbarova, giornalista di MeydanTV arrestata dalle autorità azere a inizio dicembre 2024 con accuse infondate di matrice politica* (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-10-2024-0074_IT.html)



L'autore del post critica la posizione di Hamladji, trovando consenso fra gli utenti social. Una fra questi per esempio scrive: *“Siamo governati da gente folle. Ormai credo sia troppo tardi x tutto. Possono dire idiozie totali, senza senso come questo, ma fanno proseliti partendo dai bambini. Mia figlia, 12 anni, a scuola deve studiare questo cavolo di Cop29, ripetendo ste stupidaggini x avere buon voto!”*

Come anticipato, fra gli elementi potenzialmente di crisi meno frequenti figurano **guerra, crimine e corruzione**.

- Il tema della **guerra** segue due correnti principali e distinte. Da un lato i contenuti fanno riferimento al **conflitto russo-ucraino** e in particolare alla **spesa** dedicata agli **armamenti** che, come riportato per esempio dal **Corriere della Sera** in un video pubblicato su **TikTok** il **31 dicembre 2024**, è superiore di **8 volte** rispetto all'importo stabilito alla **COP29** per contrastare il **cambiamento climatico**. Dall'altro lato, l'attenzione è per l'occupazione di piazza del Viminale da parte del movimento **Extinction Rebellion** nell'ultimo giorno di COP29, azione in contrasto con l'idea di sicurezza espressa dal Governo italiano nel **DDL sicurezza**.
- Sono invece i contenuti riguardanti il rapporto tra **Russia e Azerbaijan** e il caso del perseguitato politico **Gubad Ibadoglu** a far emergere il **crimine** come uno fra gli argomenti critici associati alla COP29.
- Infine, da segnalare la presenza di contenuti e discussioni nei quali gli autori esprimono preoccupazione per la **corruzione**, in particolare per la destinazione dell'**esborso finanziario** dei Paesi concordato durante la COP29. Un esempio fra tutti è il post pubblicato su **Instagram** dell'utente **a_piemontese** il **20 novembre 2024**, di cui un passo della caption riporta: *“Chi deve mettere i soldi vuole essere sicuro che non vadano nei conti offshore di qualche dittatore o signore della guerra. Ma quanto parliamo di rendicontazione? Di responsabilità? Di classi dirigenti? Tra corruzione e sprechi l'Italia ha buttato al vento miliardi. Non è troppo lontano dalla realtà pensare che nelle realtà del sud globale possa accadere di molto peggio. Un impasse da cui è difficile uscire.”*

LE AZIENDE, ASSOCIAZIONI ED ENTI PIÙ MENZIONATI

Nel corso del 2024, i post e le discussioni riguardanti la COP29 sui social network hanno incluso anche menzioni di aziende, associazioni ed enti che hanno partecipato alla Conferenza, ricoprendo un ruolo più o meno attivo.

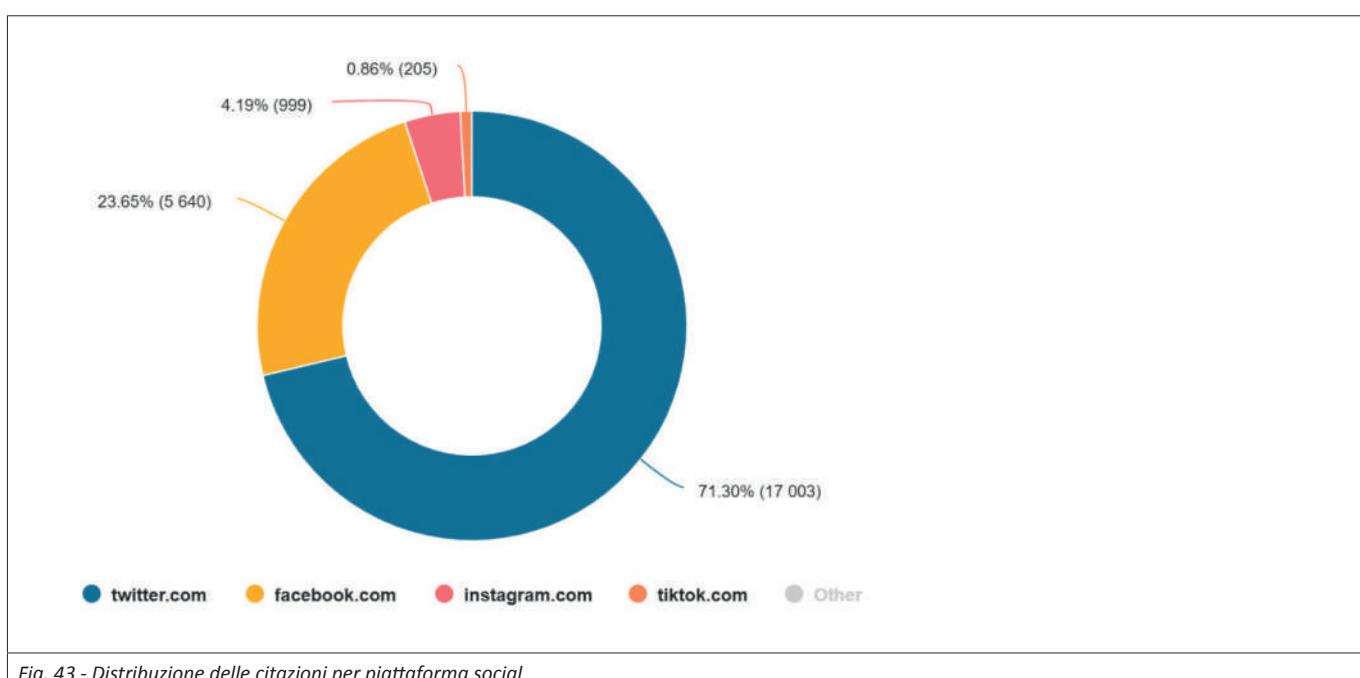
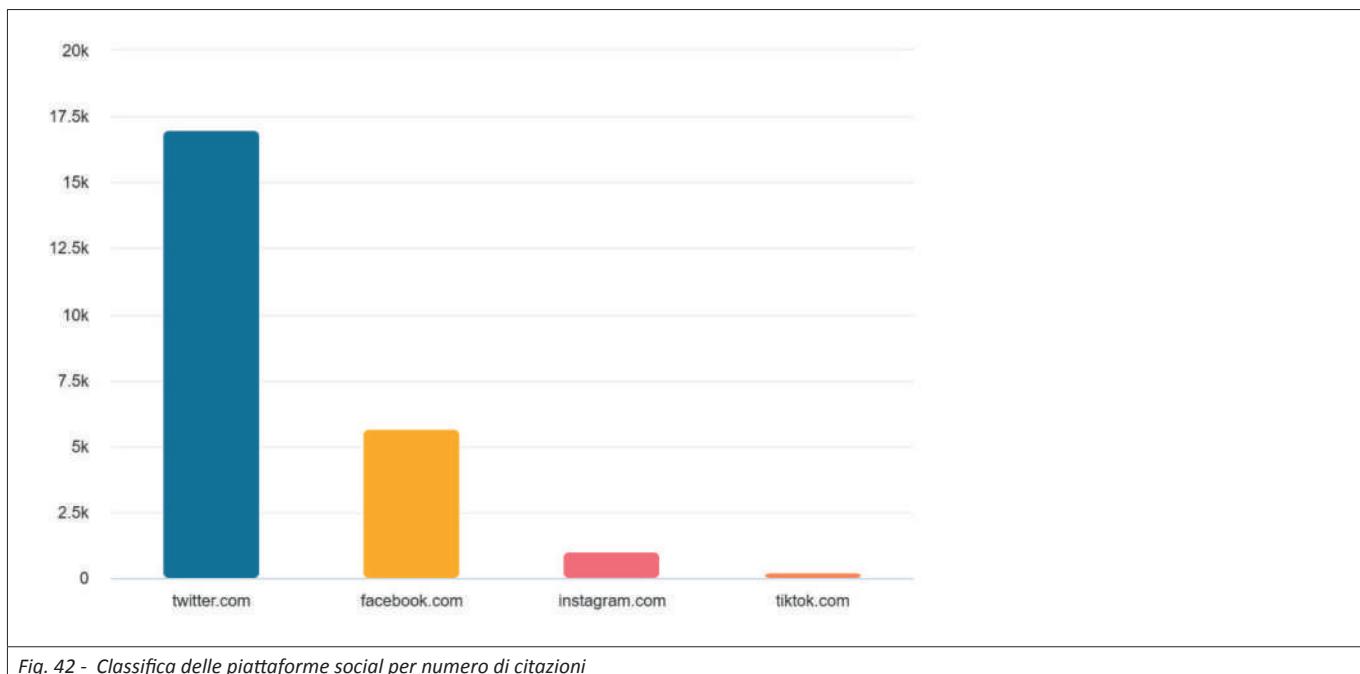
- **Italgas e SOCAR**: Italgas viene citata principalmente per l'accordo di partnership strategica con SOCAR, oil&gas azera, che ha come oggetto la distribuzione di gas.
- **Eni e Tesla**: i due colossi compaiono spesso insieme, con discussioni riguardanti i combustibili fossili per Eni e sulla produzione di batterie per Tesla.
- **WWF Italia** viene menzionato in relazione all'organizzazione di un evento a lato della COP29, *“Triplicare le energie rinnovabili: attuare l'obiettivo di Dubai, coniugando azione climatica e natura*, al quale è intervenuto anche il **Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica Gilberto Pichetto Fratin** pronunciandosi rispetto all'obiettivo di abbandonare il carbone entro il 2025, in Sardegna entro il 2028.

Fra gli altri interventi si annoverano: **Francesco La Camera**, Direttore generale dell'Agenzia internazionale per le energie rinnovabili (IRENA); **Dean Cooper**, Responsabile Energia WWF Internazionale e Alleanza “Coalition Linking Energy and Nature for action” (Clean Action); **Daniele Agostini**, Responsabile Politiche energetiche e Climatiche Enel; **Paola Brambilla**, Coordinatrice della sottocommissione VIA; **Alessandro Marangoni**, CEO di Althesys; **Matteo Leonardi**, Direttore esecutivo ECCO Climate think tank; **Viviane Raddatz**, Responsabile Clima ed Energia, WWF Germania. I lavori sono stati introdotti e coordinati da **Mariagrazia Midulla**, Responsabile Clima ed Energia del WWF Italia.



LE PIATTAFORME PIÙ UTILIZZATE DAGLI UTENTI

Il monitoraggio delle citazioni di COP29 dal 1.mo gennaio al 31 dicembre 2024 è stato condotto considerando le piattaforme *Facebook*, *X*, *Instagram* e *TikTok*. Fra queste è *X* a ospitare il maggior numero di menzioni (17.003), rappresentando il **71%** del totale. **Facebook** segue con 5.640, pari al **24%** e **Instagram** con 999 (**4%**). Infine **TikTok** costituisce la piattaforma social meno utilizzata dagli autori dei contenuti e delle conversazioni, con 205 citazioni (**1%**).



WORDCLOUD CON LE PAROLE PIÙ UTILIZZATE DAGLI UTENTI

La wordcloud¹² o nuvola di parole costituisce una rappresentazione grafica dei termini più ricorrenti utilizzati dagli utenti nei contenuti che citano COP29. La dimensione delle parole è direttamente proporzionale alla frequenza. La wordcloud include sostantivi, aggettivi, frasi, hashtag, predicati ed emoji.

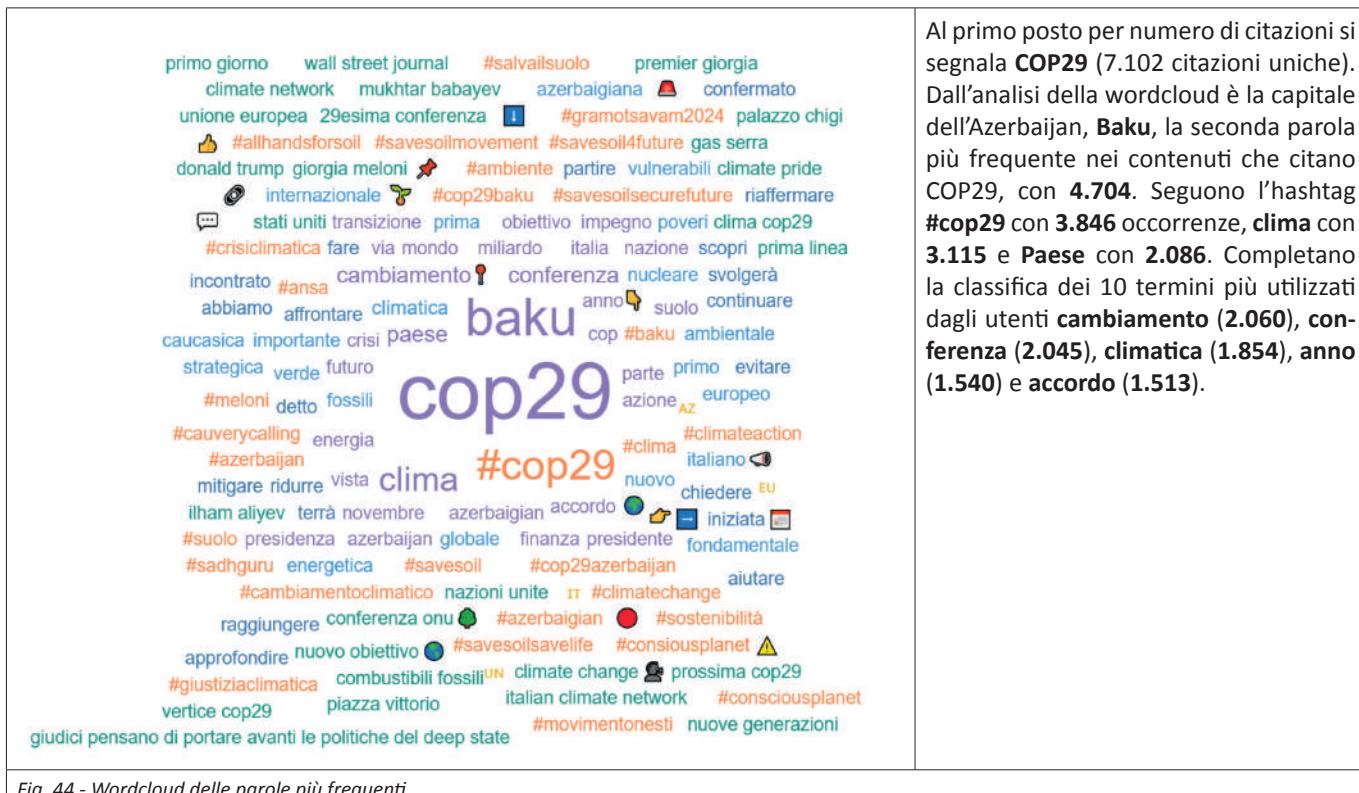


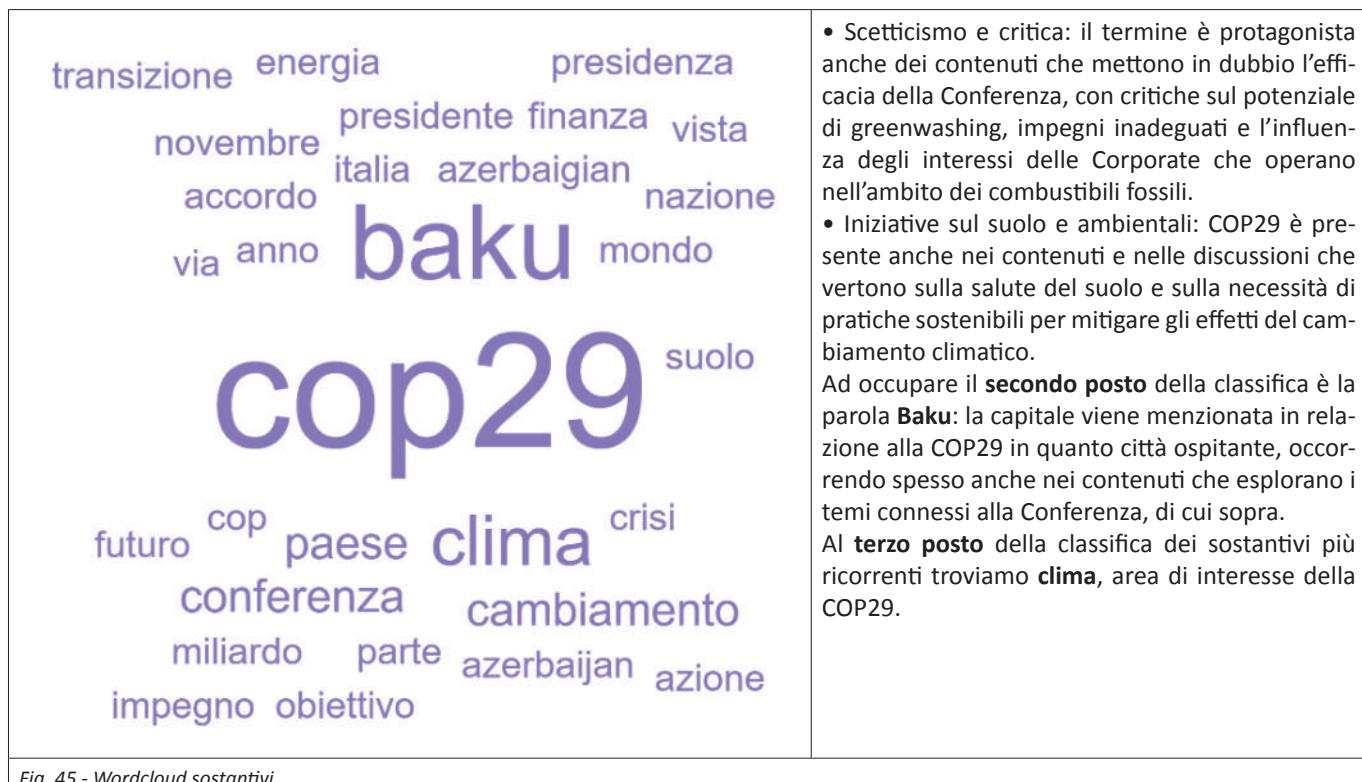
Fig. 44 - Wordcloud delle parole più frequenti

¹² Al fine di individuare la terminologia specifica più ricorrente nei contenuti che citano COP29, l'analisi della wordcloud considera i termini in base alle occorrenze uniche, deduplicando dunque quelle che compaiono più volte nello stesso testo.

TOP 3 SOSTANTIVI PIÙ UTILIZZATI

Al **primo posto** nella classifica dei sostantivi più utilizzati troviamo **COP29**, oggetto di studio del monitoraggio. Il termine viene utilizzato in diversi contesti nell'arco del periodo esaminato:

- Finanza climatica e impegni economici: COP29 è frequente nelle discussioni e nei contenuti che affrontano il tema della finanza climatica, sottolineando la necessità di impegni finanziari da parte dei Paesi sviluppati per supportare l'azione climatica nei Paesi in via di sviluppo.
- Proteste e attivismo: come osservato nel corso dell'analisi, la Conferenza ha suscitato proteste significative, portando gli utenti social a utilizzare il termine COP29 nei contenuti e nelle discussioni che riportano azioni e richieste dei manifestanti, o che pongono l'attenzione sulla situazione sociale dell'Azerbaijan.



Le citazioni che includono il clima nel contesto della Conferenza trattano principalmente:

- L'interconnessione del clima con la salute, la biodiversità e l'uguaglianza di genere.
- L'urgenza di affrontare il cambiamento climatico, sottolineata dai riferimenti a eventi meteorologici estremi, all'aumento delle emissioni e al potenziale fallimento nel raggiungere gli obiettivi climatici globali.
- Il ruolo di vari stakeholder, inclusi Governi, settore privato e giovani, con la necessità di processi decisionali inclusivi e trasparenti.

Fra i **termini meno frequenti** ma che suscitano maggiore curiosità, si segnala **vista** (460 citazioni uniche), inteso come participio passato del verbo vedere.

Il sostantivo compare principalmente nei post che annunciano lo svolgimento della COP29. Tra i temi degli altri contenuti e discussioni presenti, da notare:

- Energia e partnership strategiche: il termine viene menzionato nel contesto della collaborazione energetica, in particolare tra Italia e Azerbaijan.
- Stabilità geopolitica e regionale: la parola è compresa nei contenuti che mirano a sottolineare sforzi geopolitici più ampi, inclusa la stabilità regionale e la cooperazione nel Caucaso, in particolare tra Armenia e Azerbaijan.
- Urgenza nell'affrontare le sfide del cambiamento climatico, con particolare attenzione alla salute del suolo e alle emissioni.
- Consapevolezza e iniziative: il termine ricorre nei post che trattano di iniziative ed eventi volti a sensibilizzare sul cambiamento climatico e sulla sostenibilità, inclusi programmi educativi e sforzi di advocacy in preparazione alla COP29.
- Preoccupazioni sui diritti umani: la parola viene utilizzata anche nelle discussioni sui diritti umani in Azerbaijan, riguardanti la repressione delle voci ritenute critiche.

TOP 3 HASHTAG PIÙ UTILIZZATI



Fig. 46 - Wordcloud hashtag

L'**hashtag più ricorrente** nei contenuti che presentano almeno una citazione di COP29 è, come anticipato, **#cop29**.

- L'hashtag è ampiamente utilizzato nei contenuti che hanno per oggetto i finanziamenti volti ad affrontare le sfide del cambiamento climatico, includendo i post riguardanti l'istituzione di un fondo per perdite e danni e le sfide per garantire un finanziamento adeguato.
- La salute del suolo e il suo ruolo nella mitigazione dei cambiamenti climatici sono temi significativi associati all'hashtag #COP29. Le discussioni evidenziano l'importanza della rigenerazione del suolo come soluzione ai cambiamenti climatici, con sostenitori dell'ambiente e movimenti, come per esempio **Sadhguru** – yogi¹³ indiano – promotore del Movimento Globale per Salvare il Suolo **#SaveSoil**, presente nel padiglione Blue Zone della COP29.
- L'hashtag è inoltre utilizzato nel contesto del coinvolgimento giovanile e dell'attivismo, sottolineando l'importanza di includere le voci dei giovani nelle negoziazioni climatiche e la necessità della loro rappresentanza nei processi decisionali.
- Ulteriori contenuti vertono sulle implicazioni geopolitiche ed economiche della conferenza, sull'urgenza di azioni concrete per affrontare gli impatti del cambiamento climatico e lo scetticismo inerente alla scelta dell'Azerbaijan come Paese ospitante della COP29.

Il **secondo posto** del podio è occupato dall'hashtag **#baku**, che con **686** citazioni uniche occorre principalmente nei contenuti e nelle discussioni riguardanti i temi già analizzati che presentano l'omonimo sostantivo. Da segnalare fra gli altri, l'utilizzo dell'hashtag da parte degli utenti social nei contenuti che esplorano le implicazioni più ampie della COP29, comprese le negoziazioni geopolitiche ed economiche, il ruolo delle grandi Nazioni e l'influenza di figure politiche come **Donald Trump**. Il Presidente americano viene citato principalmente in relazione al ritiro degli USA dall'Accordo di Parigi.

¹³ Sadhguru è un insegnante spirituale indiano, fondatore dell'Isha Foundation e ideatore del Movimento Globale Save Soil, lanciato nel 2022 attraverso la piattaforma Conscious Planet. L'obiettivo del movimento è sensibilizzare l'opinione pubblica e i Governi sulla crisi della degradazione del suolo e promuovere politiche che aumentino il contenuto organico nei terreni agricoli.

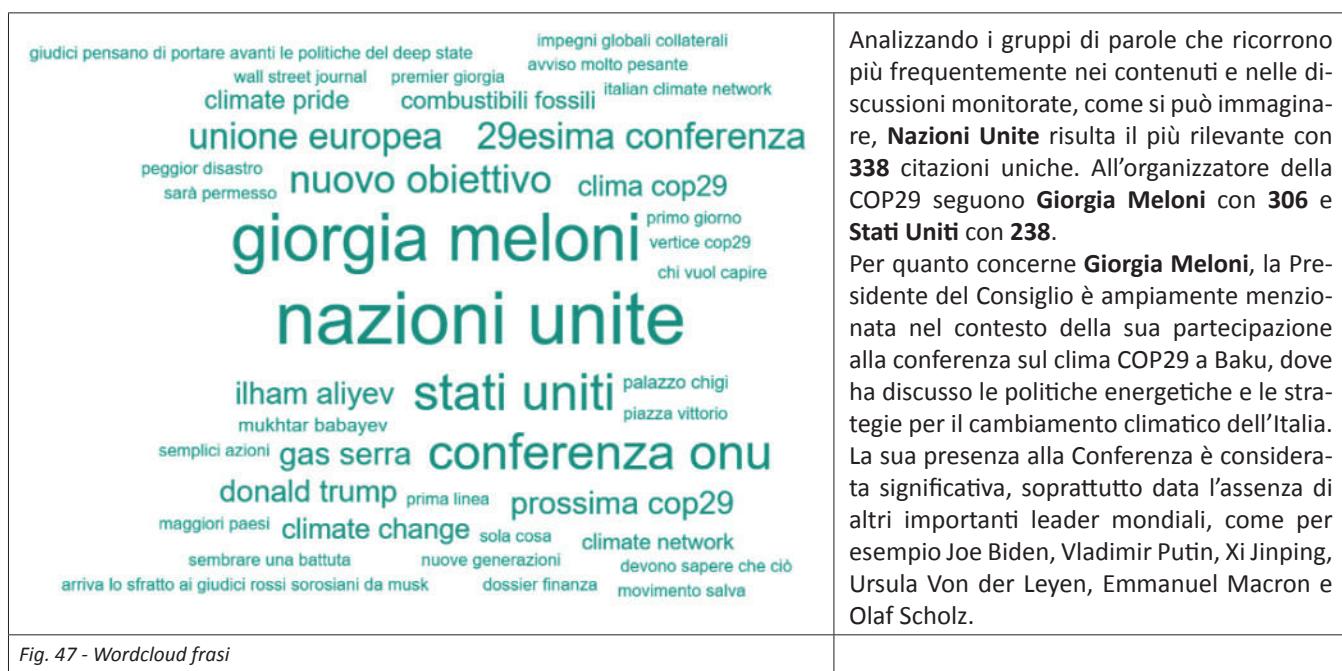


Analogamente ai dati emersi dall'analisi dei sostantivi più frequenti, è l'hashtag **#clima** (679 citazioni uniche) a classificarsi in terza posizione per numero di citazioni. L'hashtag co-occorre spesso insieme a **#cop29**, e nei contenuti menzionati precedentemente riguardanti il sostantivo COP29. Nell'ambito della salute del suolo, da segnalare tra gli argomenti discussioni quello riguardante la fusione nucleare.

Da notare fra gli hashtag **#ansa** (329), **#cauverycalling** (177) e **#gramotsavam2024** (170).

- **#ansa**: l'hashtag dimostra un notevole interesse da parte dell'agenzia stampa italiana Ansa sui social per la COP29.
- **#cauverycalling**: l'hashtag è associato all'iniziativa ambientale lanciata da **Sadhguru** e dall'organizzazione **Isha Foundation**, con l'obiettivo di rivitalizzare il fiume Cauvery nell'India meridionale. Questo progetto mira a piantare 2,42 miliardi di alberi attraverso l'agroforestazione, coinvolgendo oltre 5 milioni di agricoltori, per ripristinare il flusso del fiume, migliorare la salute del suolo e aumentare il reddito agricolo. Durante la Conferenza delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici (COP29), Cauvery Calling ha ricevuto attenzione internazionale. Il direttore del progetto, **Anand Ethirajalu**, ha sottolineato l'importanza della rigenerazione del suolo e della sostenibilità agricola, evidenziando la necessità urgente di supporto finanziario per gli agricoltori al fine di ripristinare la fertilità del suolo.
- **#gramotsavam2024**¹⁴, associato all'**Isha Gramotsavam**, nell'ambito della COP29 viene citato in relazione al più ampio movimento **#SaveSoil**, il quale ha ottenuto grande visibilità durante la Conferenza.

TOP 3 FRASI PIÙ UTILIZZATE



- L'intervento della Presidente Meloni alla COP29 si concentra sulla promozione di un approccio pragmatico e non ideologico alla transizione energetica, sottolineando l'importanza di utilizzare energie diversificate, includendo la fusione nucleare, i combustibili fossili e altre tecnologie. Questo approccio ha suscitato discussioni riguardo alla sua posizione sulle fonti energetiche, ma anche critiche nelle quali si sottolinea che la disponibilità dell'energia da fusione è improbabile prima del 2050, troppo tardi per raggiungere gli obiettivi dell'Accordo di Parigi. Il Governo è inoltre accusato di essere poco green, allineato con gli interessi delle grandi Corporate dei combustibili fossili.

Infine, gli **Stati Uniti** vengono frequentemente menzionati nel contesto del loro potenziale ritiro dall'Accordo di Parigi, una preoccupazione significativa alla COP29, soprattutto dopo l'elezione di **Donald Trump**.

- Grande attenzione viene posta all'assenza degli Stati Uniti alla COP29, sollevando preoccupazioni sull'efficacia della Conferenza e sulla capacità di altri Paesi come la Cina di assumere un ruolo di leadership nei dibattiti sul clima.

Analizzando i gruppi di parole che ricorrono più frequentemente nei contenuti e nelle discussioni monitorate, come si può immaginare, **Nazioni Unite** risulta il più rilevante con 338 citazioni uniche. All'organizzatore della COP29 seguono **Giorgia Meloni** con 306 e **Stati Uniti** con 238.

Per quanto concerne **Giorgia Meloni**, la Presidente del Consiglio è ampiamente menzionata nel contesto della sua partecipazione alla conferenza sul clima COP29 a Baku, dove ha discusso le politiche energetiche e le strategie per il cambiamento climatico dell'Italia. La sua presenza alla Conferenza è considerata significativa, soprattutto data l'assenza di altri importanti leader mondiali, come per esempio Joe Biden, Vladimir Putin, Xi Jinping, Ursula Von der Leyen, Emmanuel Macron e Olaf Scholz.

¹⁴ L'**Isha Gramotsavam** è un festival annuale che si svolge in India e celebra la vita rurale. Nel 2024 ha coinvolto oltre 43mila partecipanti, con 10mila agricoltori che hanno aderito al movimento *Save Soil Farmers' Movement*.





- I post che menzionano la COP29 e gli Stati Uniti evidenziano il ruolo del Paese tra i principali emettitori di gas serra e fra gli attori chiave nelle negoziazioni climatiche globali, le cui azioni e politiche influenzano pesantemente i risultati degli accordi climatici internazionali.
 - Le discussioni sui finanziamenti in ambito climatico coinvolgono gli Stati Uniti, in un accordo che impegna 300 miliardi di dollari all'anno da parte dei Paesi sviluppati. A essere evidenziata è la necessità di una collaborazione globale nonostante le sfide politiche.
- Gli Stati Uniti sono anche menzionati nel contesto della loro produzione energetica e dei presunti "doppi standard", in particolare in relazione alle critiche delle politiche energetiche di altri Paesi.

TOP 3 AGGETTIVI PIÙ UTILIZZATI

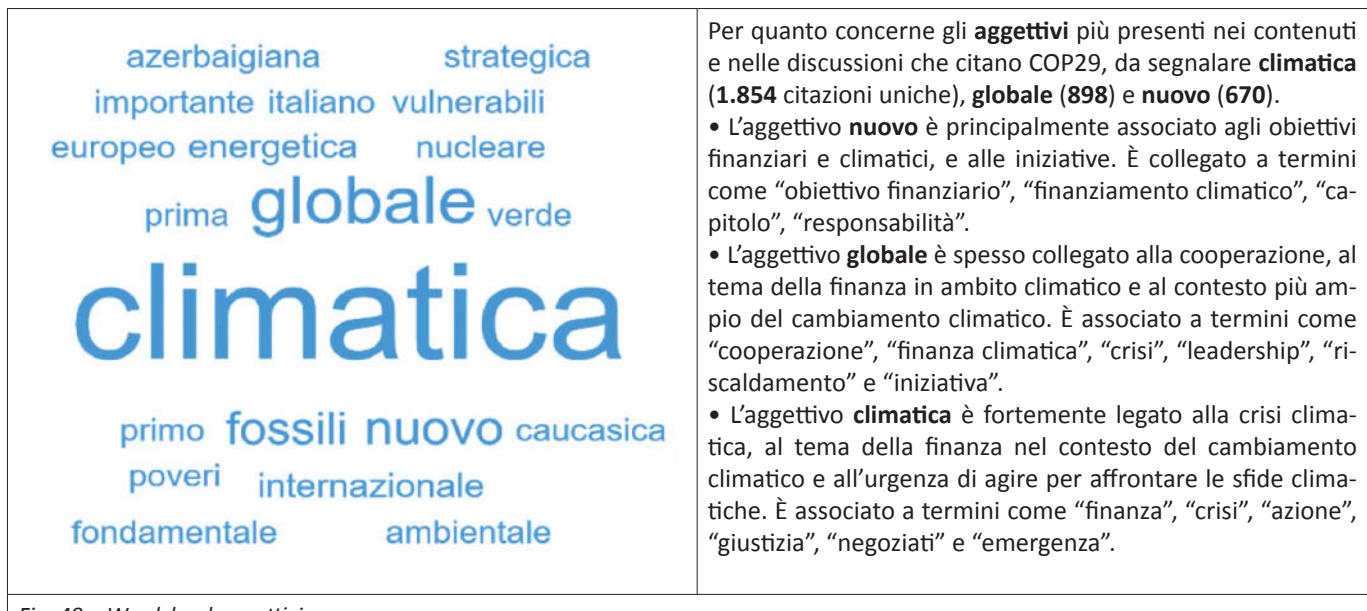


Fig. 48 - Wordcloud aggettivi

TOP 3 VERBI PIÙ UTILIZZATI

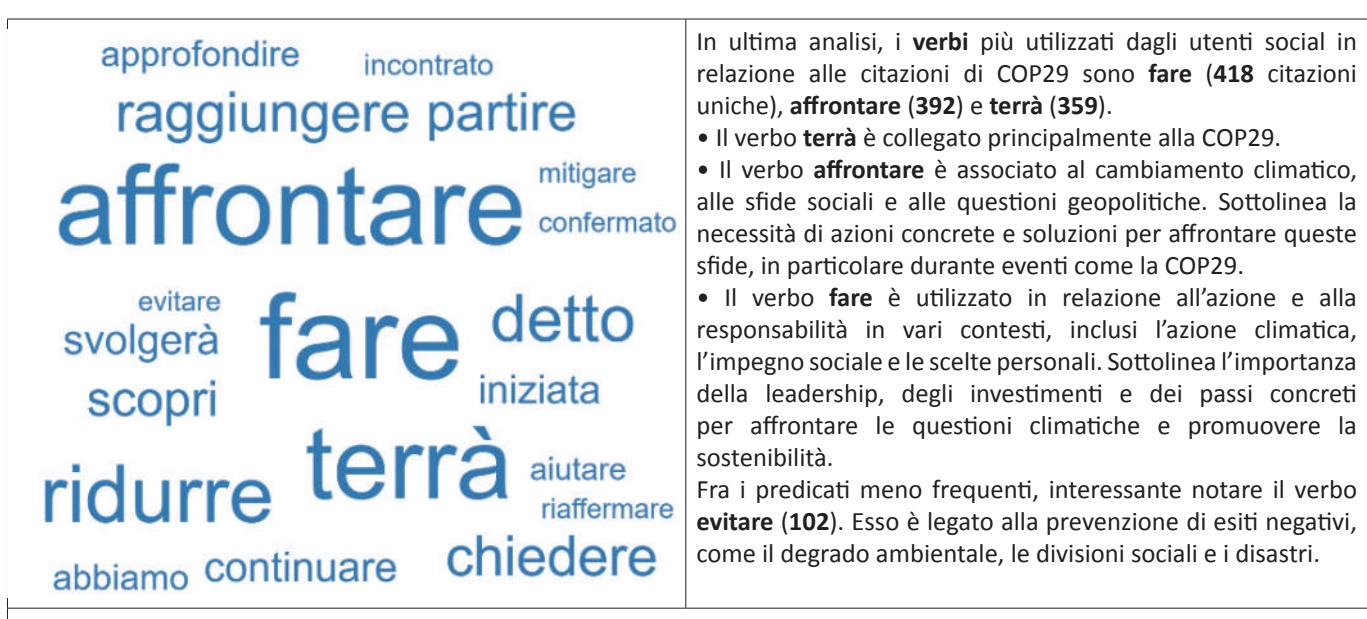


Fig. 49 - Wordcloud predicati



VISUAL INSIGHTS

L'analisi dei visual insights esamina gli elementi più diffusi¹⁵ all'interno delle immagini (se presenti) che accompagnano i post nei quali è presente almeno una citazione di COP29.

Il grafico a bolle mostra complessivamente gli elementi più ricorrenti emersi dal monitoraggio, suddivisi fra loghi, oggetti, scenari, soggetti e attività. La dimensione delle bolle è direttamente proporzionale alla frequenza di comparsa dell'elemento.



15 Per effettuare l'analisi sono state considerate le occorrenze uniche, al fine di individuare una classifica degli elementi specifici più ricorrenti nelle immagini che accompagnano i post. Tali frequenze non includono dunque la presenza di più elementi predominanti rappresentativi della categoria analizzata contemporaneamente.

GLI SCENARI CHE COMPAIONO NELLE IMMAGINI DEI POST

Lo scenario più ricorrente include **ambienti esterni, outdoor**, (1.610 occorrenze), sebbene siano 792 le immagini ambientate al **chiuso, indoor**. La **natura, nature**, rappresenta il terzo elemento maggiormente caratterizzante per ciò che concerne gli scenari, presente in 357 immagini. A breve distanza troviamo i **paesaggi, landscape**, con 301 occorrenze, seguiti da **ambienti politici, government**, con 300. Sono poi 178 le immagini alle quali fa da sfondo la **città, city**, e 150 che mostrano la **sala conferenze, conference hall**. Le immagini che mostrano lo svolgimento del **convegno** rappresentano un ulteriore scenario ricorrente (150), **meeting**. Completano la classifica dei 10 scenari più frequenti lo scenario **urbanistico, urban design**, con 105 ed **economico/ imprenditoriale, business**, con 97.

			
Fig. 51 - Esempio scenario outdoor	Fig. 52 - Esempio scenario indoor	Fig. 53 - Esempio scenario nature	Fig. 54 - Esempio scenario landscape

		
Fig. 55 - Esempio scenario government	Fig. 56 - Esempio scenario city	Fig. 57 - Esempio scenario conference hall

		
Fig. 58 - Esempio scenario meeting	Fig. 59 - Esempio scenario urban design	Fig. 60 - Esempio scenario business

I SOGGETTI DELLE IMMAGINI DEI POST

L'uomo, *man*, ricorre più frequentemente nelle immagini che accompagnano i post riguardanti la COP29 (2.336 occorrenze) rispetto alla donna, *woman*, presente in 1.501 immagini. Al terzo posto della classifica si segnala **relatore**, *speaker*, con 646. Seguono **anziano**, *elder*, con 329 e **persona d'affari**, *businessperson*, con 145. Il **pedone**, *pedestrian*, è un altro soggetto ricorrente (47), così come i **bambini**, *child*, che totalizzano 40 occorrenze. **Giovinezza**, *youth*, è presente in 26 immagini, mentre il **militare**, *military person*, in 16, a parità di occorrenze con **bimbo**, *toddler*.



COME APPAIONO E COSA FANNO I SOGGETTI DEI POST

Per quanto concerne le azioni più rilevanti in termini di frequenze uniche, il monitoraggio ne rileva 4 principali. La prima è **sorridere, smile**, la quale caratterizza **499** immagini. La presenza di tale azione sottolinea come la COP29 sia stata complessivamente vissuta dai partecipanti positivamente. Al secondo posto troviamo l'azione di **stare seduti, sitting**, con **278** e in terza posizione l'azione di **conversare, conversation**, con **172**. Fuori dal podio, ma che vale la pena considerare, da notare **camminare, walking**, con **49**. Quest'ultima è peculiare principalmente nei post che ritraggono le proteste degli attivisti.

	
<p>Fig. 71 - Esempio azione <i>smile</i></p>	<p>Fig. 72 - Esempio azione <i>sitting</i></p>

	
<p>Fig. 73 - Esempio azione <i>conversation</i></p>	<p>Fig. 74 - Esempio azione <i>walking</i></p>

GLI OGGETTI PRESENTI NELLE IMMAGINI DEI POST

La maggior parte delle immagini presenta **elementi testuali** (1.993), *text*. I **vestiti**, *clothing*, occupano la seconda posizione fra gli oggetti più diffusi nelle immagini con 1.330 occorrenze. Seguono elementi naturali, quali **cielo**, *sky*, con 1.052 e **piante**, *plant*, con 805. Altri oggetti ricorrenti sono **abito/completo**, *suit*, pari a 624, **microfono**, *microphone*, con 591 e **arredamento**, *furniture*, con 564. Gli **edifici**, *buildings*, sono presenti con 515 occorrenze, **giacca**, *blazer* con 479 e infine **albero**, *tree*, con 465.

			
Fig. 75 - Esempio oggetto suite	Fig. 76 - Esempio oggetto microphone	Fig. 77 - Esempio oggetto furniture	Fig. 78 - Esempio oggetto building

			
Fig. 79 - Esempio oggetto blazer	Fig. 80 - Esempio oggetto tree	Fig. 81 - Esempio oggetto plant	Fig. 82 - Esempio oggetto sky



Infine, l'analisi dei loghi più diffusi nelle immagini che accompagnano i post posiziona le **Nazioni Unite, United Nations**, al primo posto con **26** occorrenze uniche. Seguono **Facebook (15)**, **Instagram (9)**, **ACNUR (8)**, **UNICEF (7)**, **Nike (6)**, **WWF (6)**.

<i>Fig. 83 - Esempio logo United Nations</i>	<i>Fig. 84 - Esempio logo Facebook e Instagram</i>	<i>Fig. 85 - Esempio logo ACNUR</i>

<i>Fig. 86 - Esempio logo UNICEF</i>	<i>Fig. 87 - Esempio logo NIKE</i>	<i>Fig. 88 - Esempio logo WWF</i>



ANALISI DEGLI AUTORI

Nel corso del 2024 la COP29 è stata citata sui social network da **9.826** autori totali.

Il profilo che ha menzionato più frequentemente la 29° Conferenza delle Parti della Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici è il profilo **X sobhan #SaveSoil**, utente nato a Bharat e, come si legge dalla descrizione, induista. L'account è autore di **226 post totali**, che tuttavia non hanno riscosso interesse da parte dei social, con appena **11 interazioni**.

È invece il post del profilo **TikTok** di **Giorgia Meloni** – nel quale la Premier riporta il proprio intervento alla COP29 – a creare il maggior coinvolgimento, con **121.542 interazioni complessive**.

Fra gli autori dei post, il profilo **Facebook** di **Medici Senza Frontiere** si aggiudica il primo posto per **autore con il più ampio seguito di follower**, pari a oltre 11 milioni. L'account cita la COP29 in **1 post** che ottiene un engagement di **1.205 interazioni**.

GLI INTERESSI DEGLI AUTORI

Analizzando gli interessi forniti dagli autori dei contenuti (21% del totale), la categoria più densa è **media** con **306** occorrenze. **Affari** e **musica** occupano il secondo e terzo posto, rispettivamente con **165** e **164**. Fuori dal podio, completano la classifica dei principali 10 interessi **sport** (135), **legge e politica** (129), **famiglia e genitorialità** (124), **foto e video** (118), **scienza** (113), **arte** (100) e **tecnologia** (89).

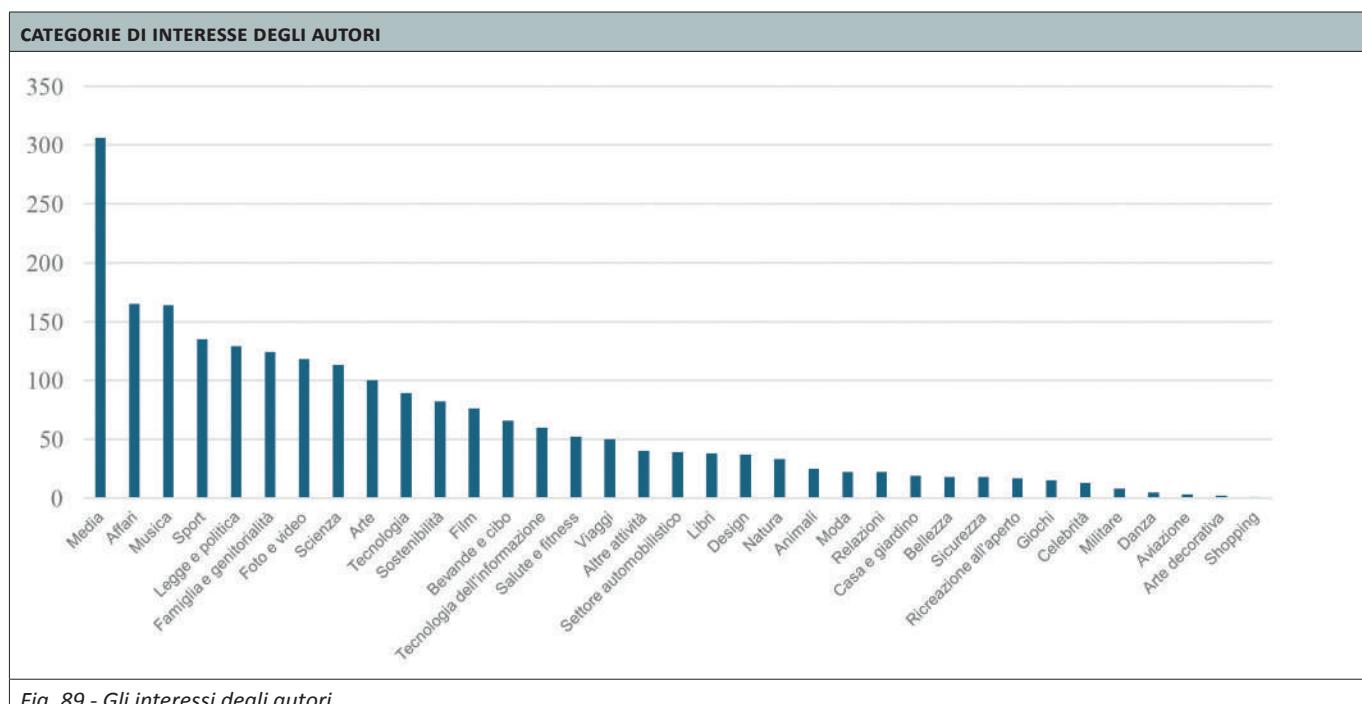


Fig. 89 - Gli interessi degli autori

LE PROFESSIONI DEGLI AUTORI

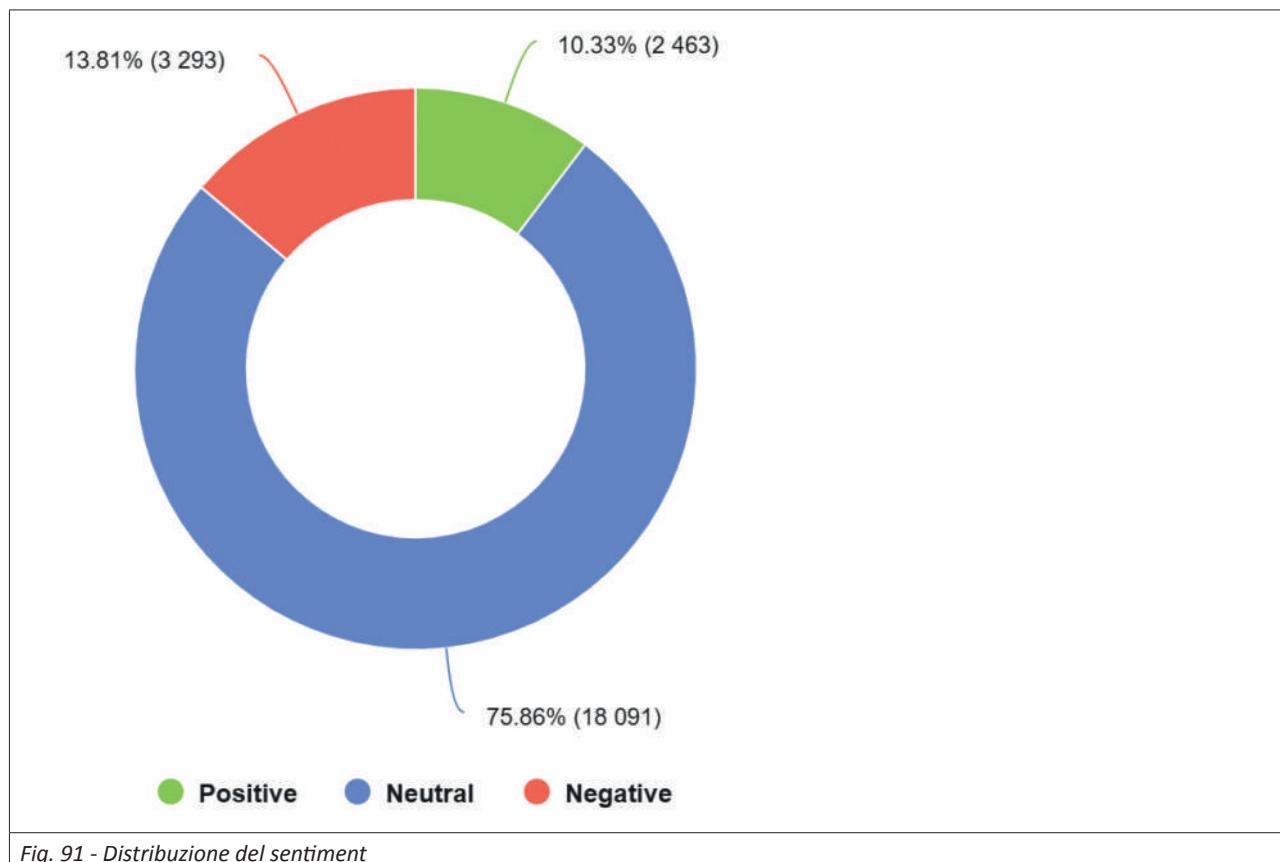
Circa il 7% dei profili ha specificato la propria professione. Le prime 10 professioni per frequenza sono: **giornalista (88)**, **politico (76)**, **scrittore (48)**, **fondatore (36)**, **manager (30)**, **blogger (27)**, **professore (26)**, **studente (24)**, **direttore (23)**, **analista (22)**. Di seguito si riporta la wordcloud inerente alle professioni. Le dimensioni delle parole sono direttamente proporzionali alla frequenza con cui appare la professione indicata.

entrepreneur vice president
research scientist photographer
director analyst internship
advocate founder manager
volunteer ceo writer blogger
designer **journalist** advisor
department chair
student professor player
architect counsel artist
teacher agency police officer
non profit consultant economic analyst

Fig. 90 - Le professioni degli autori

ANALISI DEL SENTIMENT DEI POST

I contenuti rilevati dal monitoraggio che presentano almeno una citazione di COP29 sono prevalentemente **neutri (76%)**. L'analisi ha tuttavia mostrato la presenza di conversazioni e post critici: il **14%** dei contenuti presenta infatti un sentimento¹⁶ **negativo**, di 4 punti percentuali superiore alla percentuale di post **positivi (10%)**.



Per quanto concerne i contenuti **positivi**, da segnalare al primo posto per engagement totalizzato il video pubblicato il **13 novembre 2024** su **TikTok** dal profilo **Giorgia Meloni**, nel quale il Presidente del Consiglio riporta il proprio intervento durante la 29° Conferenza delle Parti della Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici.

Complessivamente, il sentimento positivo dei post e delle discussioni emersi dal monitoraggio è determinato da:

- Gli impegni finanziari stabiliti alla COP29: l'accordo di fornire 300 miliardi di dollari all'anno ai Paesi in via di sviluppo fino al 2035 viene considerato da molti un passo storico in avanti.
- L'istituzione di un quadro per il commercio di crediti di carbonio e l'approvazione di un mercato per le emissioni di carbonio internazionali sono considerati sviluppi positivi che potrebbero facilitare gli investimenti in progetti di decarbonizzazione.
- L'approccio proattivo dell'Italia all'azione climatica, compresa la sua leadership nell'energia nucleare e il significativo finanziamento per le iniziative climatiche, è positivamente riconosciuto.
- Lo svolgimento della COP29 a Baku è percepito da molti come una conferma positiva dell'impegno dell'Azerbaijan nella lotta contro i cambiamenti climatici. Tale impegno contribuisce a migliorare la sua posizione internazionale.
- L'integrazione dell'ecologia e dell'economia, in particolare attraverso politiche di rigenerazione del suolo, è apprezzata come una soluzione economicamente vantaggiosa per il cambiamento climatico.
- La presenza e i messaggi di figure influenti come **Sadhguru**¹⁷ e del **Segretario Generale delle Nazioni Unite António Guterres** alla COP29 sono accolti positivamente, sottolineando l'importanza della salute del suolo e la speranza della fine dell'era dei combustibili fossili.

¹⁶ Il sentimento o tono dei contenuti viene classificato nelle gradazioni neutro, positivo e negativo. Si specifica che il sentimento si riferisce agli elementi testuali dei contenuti. Le frequenze ad esso associate sono state arrotondate per eccesso.

¹⁷ Fondatore dell'Isha Foundation e promotore del Movimento Globale Save Soil.

LA DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE CONVERSAZIONI

Il monitoraggio considera le citazioni apparse nei contenuti pubblicati in *lingua italiana*, al fine di individuare la **percezione in Italia** della COP29. Come emerso nel corso dell'analisi, i post pubblicati hanno attirato l'attenzione anche di utenti **stranieri**, ma non solo: fra coloro i quali hanno indicato una geolocalizzazione precisa, una quota di citazioni è stata registrata all'**estero**. La mappa sottostante mostra i Paesi coinvolti, in riferimento ai post per i quali è stata inserita dagli autori una **localizzazione geografica specifica** (10.805 contenuti). L'intensità di colore delle aree è direttamente proporzionale alla frequenza dei post.

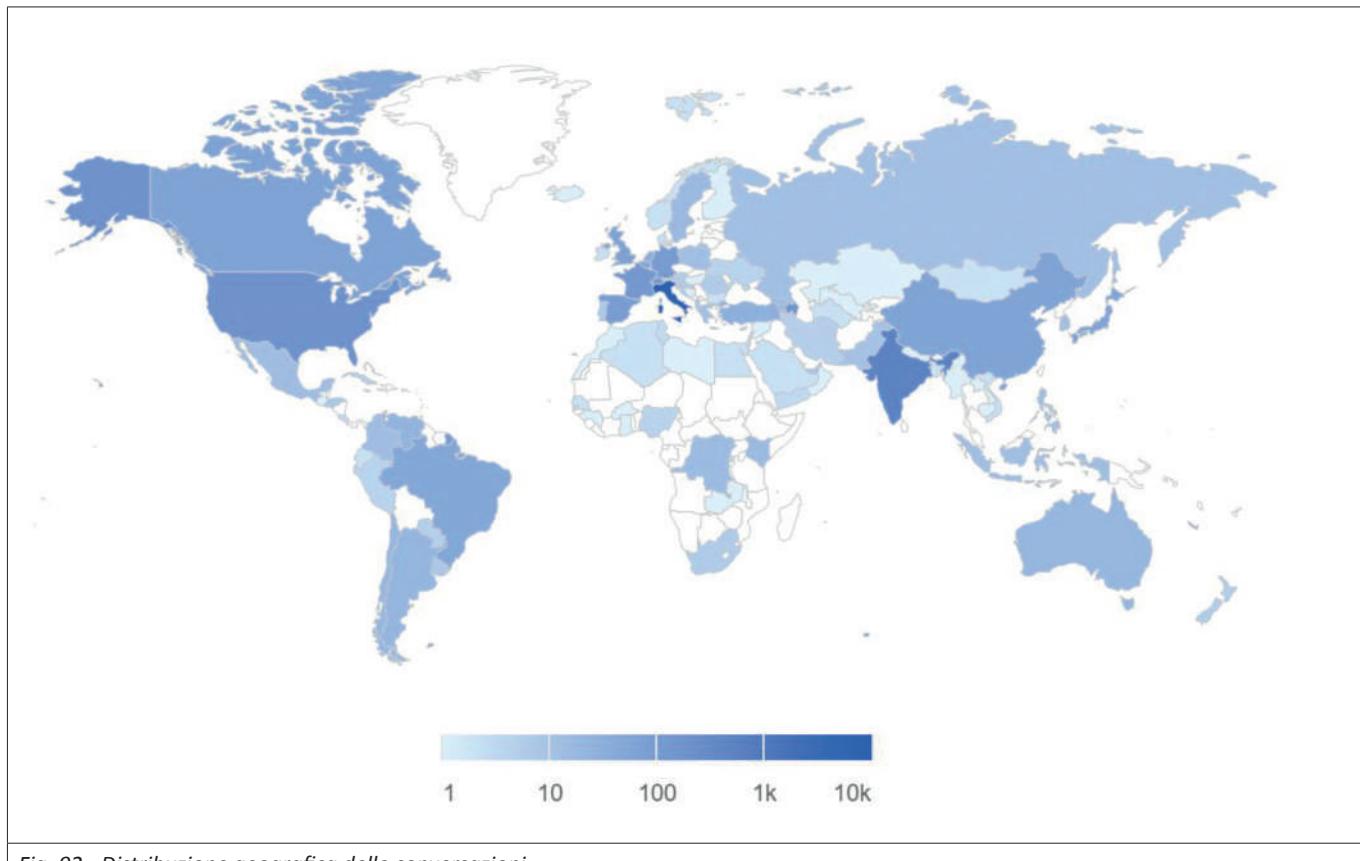


Fig. 92 - Distribuzione geografica delle conversazioni

La maggior parte dei post localizzati in una precisa area geografica compaiono in **Italia** (8.461 citazioni). Il secondo Paese nel quale si rilevano citazioni di COP29 è l'**India** (527), seguito dall'**Azerbaijan** con 187. Gli **Stati Uniti** si collocano al di fuori del podio con 187 post specificatamente localizzati. La **Francia** ottiene 125 occorrenze, la **Svizzera** 119 e la **Germania** 100. Le menzioni apparse in **Spagna** sono 94, a cui fanno seguito **Città del Vaticano** (83), **Regno Unito** (71), **Canada** (66), **Cina** (63), **Giappone** (63), **Belgio** (60) e **Brasile** (52). Fra i Paesi che raggiungono un numero inferiore di post geolocalizzati ma che si posizionano nei primi 30 Paesi per numero di citazioni, si segnalano: **Paesi Bassi** (35), **Turchia** (30), **Venezuela** (23), **Argentina** (21), **Cile** (19), **Armenia** (18), **Georgia** (16), **Svezia** (16), **Congo** (15), **Kenya** (15), **Colombia** (14), **Messico** (14), **Indonesia** (13), **Filippine** (13), e a parità di citazioni **Grecia**, **Russia** e **Polonia** (12).

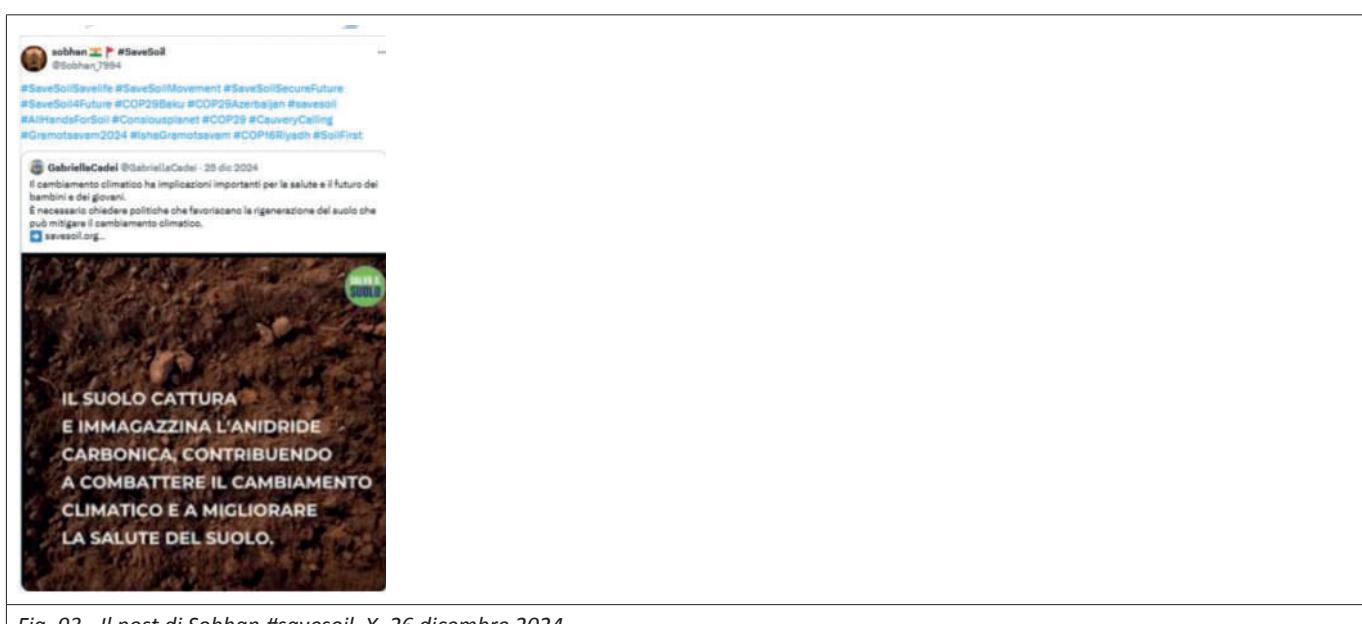


Fig. 93 - Il post di Sobhan #savesoil, X, 26 dicembre 2024

Considerando il primo Paese estero per citazioni geolocalizzate, l'**India**, il post che ha generato un **engagement** maggiore è quello pubblicato il **26 dicembre** dal profilo **X** di **sobhan #savesoil**, nel quale l'autore condivide il post di **Gabriella Cadei** nel quale sottolinea l'importanza della rigenerazione del suolo come strumento per mitigare l'impatto del cambiamento climatico (5 like, 4 condivisioni, 32 visualizzazioni e 407 potenziali visualizzazioni).

Focalizzando l'attenzione sulle citazioni che compaiono nello specifico in Italia (8.461), si segnalano **5.588** post pubblicati in **regioni** precise. La quota maggiore proviene dal **Lazio** (1.824), seguito da **Lombardia** (1.507), **Toscana** (420), **Emilia-Romagna** (392), **Veneto** (330), **Campania** (293), **Piemonte** (265), **Sicilia** (209), **Liguria** (207) e **Trentino Alto-Adige** (141). Un altro dato interessante riguarda le **3.607** citazioni comparse in **città** d'Italia specifiche. La capitale, **Roma**, si colloca al primo posto con **1.672** post. **Milano** occupa la seconda posizione con **974**, mentre **Torino** si aggiudica il terzo, con **158**. **Legnano** (MI) segue a breve distanza (136), succeduta da **Bologna** (134) e **Livorno** (127). **Firenze** (117), **Napoli** (106), **Trento** (93) e **Genova** (90) risultano invece le città che hanno ottenuto il minor numero di geolocalizzazioni fra quelle indicate.





PREMIO PENTAPOLIS

GIORNALISTI PER LA SOSTENIBILITÀ

Il *Premio Pentapolis “Giornalisti per la Sostenibilità”* vuole promuovere e diffondere un’informazione e una cultura più attente all’ambiente, alla responsabilità sociale, allo sviluppo sostenibile.

È un riconoscimento simbolico assegnato ai giornalisti italiani che si siano particolarmente distinti per l’impegno in favore della divulgazione, anche scientifica, delle tematiche di sostenibilità.

Vuole enfatizzare quanto di buono accade in Italia attraverso il racconto di best practices di imprese, istituzioni, associazioni e singoli cittadini: oltre la denuncia, quindi, storie da cui prendere esempio.

Sono presi in considerazione articoli e servizi pubblicati su carta stampata, web, radio, tv e agenzie stampa

.....

VINCITORI 2025

CARTA STAMPATA

- Premio Assoluto > **Stefano Arduini**, *Vita*
- Menzione Speciale > **Chiara Bussi**, *Il Sole 24 Ore*

WEB

- Premio Assoluto > **Tommaso Perrone**, *LifeGate*
- Menzione Speciale > **Agnese Cecchini**, *Canale Energia*

RADIO

- Premio Assoluto > **Chiara Albicocco**, *Radio 24*
- Menzione Speciale > **Gabriele Bertacchini**, *Radio Pianeta 3*

TV

- Premio Assoluto > **Massimiliano Ossini**, *RAI 1*
- Menzione Speciale > **Maria Luisa Cocozza**, *CANALE 5*

AGENZIA STAMPA

- Premio Assoluto > **Roberto Antonini**, *Agenzia Dire*
- Menzione Speciale > **Gianni Todini**, *Askanews*

GIURIA 2025

Daniela Bernacchi • Fondazione *Global Compact Italia*

Alfonso Cauteruccio • *Greenaccord*

Cristina Corazza • *Enea*

Marzia Fiordaliso • *Pentapolis*

Giulio Lo Iacono • *Asvis*

Patrizia Lombardi • *Rete dell’Università per lo Sviluppo Sostenibile*

Delia Milioni • *Fondazione Sviluppo Sostenibile*

Cristina Pacciani • *Ispra*

Rossella Sobrero • *Koinetica*





STATI GENERALI DELL'INFORMAZIONE AMBIENTALE

ROMA, 18 GIUGNO 2025

Esperienza Europa - David Sassoli

Piazza Venezia, 6

RAPPORTO ECO MEDIA 2024



In collaborazione



In Partenariato



Con il patrocinio



Con l'adesione



Con la partecipazione



Con il contributo



Con il sostegno



Grazie a



www.pentapolis.eu - www.ecoincitta.it