



Un esempio di una campagna efficace: Zonder is Gezonder

- **Obiettivi quantitativi e programmi:** nel 2002 è stato deciso di vietare l'uso dei pesticidi nelle aree pubbliche entro il 2015

Le misure intraprese:

- **Comunicazione:** è stato ideato un logo identificativo della campagna e realizzato un opuscolo informativo che permette alle città di informare i cittadini.
- **Supporto tecnico:** è stato offerto supporto tecnico alle città (a livello locale e pratico).
- **Convolgimento degli stakeholders:** sono stati coinvolti tutti i partner, comprese le ONG.
- **Un approccio dinamico coinvolge più attori:** i pesticidi sono stati vietati nelle aree private con accesso pubblico (ad esempio nei parcheggi), mentre il glifosato è stato vietato per uso privato (giardini, marciapiedi...).
- **I progressi vengono misurati e pubblicati senza indugio:** ogni anno viene pubblicata una mappa che mostra i cambiamenti, accompagnata da una tabella che indica l'uso dei pesticidi in ognuno dei 218 comuni fiamminghi.
- **Rimangono ancora dei problemi da risolvere, come il numero di deroghe concesse.**