

# Linee direttrici per la diffusione dei comunicati stampa e per la gestione dei social network in materia di incendi boschivi

*forêt méditerranéenne*



La cooperazione al cuore del Mediterraneo  
La coopération au coeur de la Méditerranée

# Sommario

## Introduzione .....1

### 1 -

#### Comunicare con la stampa .....2

##### 1-1 Attenzione ai messaggi controproducenti .....2

Sensazionalismo, imprecisioni e ricerca del capro espiatorio .....2

Il mito della tecnologia e le “valanghe di cifre” 2

Immagini negative: tante vittime e una foresta mediterranea fragile .....2

Trattamenti diversi a seconda del tipo di giornalismo .....3

##### 1-2 Come contribuire allo sviluppo della cultura del rischio incendi boschivi facendo leva sulla stampa? .....3

Comunicare adattandosi alle diverse fasi del ciclo di gestione del rischio .....3

Comunicare prima della crisi (a freddo), in particolare nella fase di allerta .....3

Comunicare al momento della crisi .....4

Sfruttare i momenti di forte copertura mediatica per far passare messaggi di fondo .....4

Comunicare dopo la crisi (fasi di post-incendio e prevenzione) .....5

Con quali vettori/supporti?.....6

##### 1-3 Modelli di comunicati stampa .....6

CS di emergenza: comunicare in fase di emergenza.....6

CS 1: Comunicare sulle cause degli incendi boschivi .....11

CS 2: Comunicare sugli Obblighi legali di decapugliamento .....11

CS 3: Comunicare sul post-incendio .....12

CS 4: Comunicare sul valore della foresta mediterranea .....13

Formule espressive per sollecitare dopo un incendio particolarmente dannoso .....14

### 2 -

#### Comunicare attraverso i social network .....15

##### 2-1 Elementi tratti dalle interviste .....15

Uso dei social network da parte degli organismi intervistati.....15

Le aspettative che i soggetti intervistati hanno sui social network .....15

##### 2-2 Qualche informazione preliminare sull'uso dei social network e sulle potenzialità della comunicazione in materia di rischio incendio boschivo .....15

Definizioni: social network e servizi di messaggistica .....15

Il ruolo dei social network al giorno d'oggi.....16

I principali social network esistenti .....16

Il caso dei social media nella gestione dell'emergenza .....18

##### 2-3 Inserire i social media nella gestione dell'emergenza .....19

La rete #socialProCiv in Sardegna .....19

L'associazione VISOV in Francia .....20

##### 2-4 Proposte generali e comunicazione sui social network .....21

Una premessa: la carta editoriale .....21

Proposte per la fase di allerta .....21

Proposte per la fase di prevenzione .....21

##### 2-5 Comunicare sui social network in fase di emergenza .....22

Elementi preliminari .....22

Linee direttrici e messaggi .....22

## Conclusioni .....29

## Bibliografia .....30

Crediti fotografici e fonte delle illustrazioni:

pp. 3, 4, Fonte Pixabay.com

pp. 5, 13, ©Denise Afxantidis / Forêt Méditerranéenne

p. 20, Fonte : Association VISOV [www.visov.org](http://www.visov.org)

**Redazione del rapporto a cura dell'associazione Forêt Méditerranéenne, Maggio 2021**

Scrittura: Denise Afxantidis e Marion Solheillet con il supporto di Erifyli Giaglara e Nelly Parès

Traduzione: Laura Milicia

Forêt Méditerranéenne 14 rue Louis Astouin 13002 Marseille

[www.foret-mediterraneeenne.org](http://www.foret-mediterraneeenne.org)



# Introduzione

La comunicazione pubblica delle istituzioni coinvolge una varietà di soggetti interessati: si tratta di una forma di dialogo con tutti coloro i quali partecipano al dibattito pubblico, vale a dire cittadini, media, attori economici e sociali e attori pubblici.

L'ecosistema mediatico, vale a dire l'insieme di stampa, televisione, radio e quanti intervengono nella comunicazione digitale (influencer, blogger) ne è uno degli attori principali. I rapporti con la stampa e la comunicazione digitale sono gli strumenti di cui le istituzioni si servono per comunicare con questi attori.

In questo rapporto, verranno approfonditi più in particolare i temi della comunicazione con la stampa e dell'utilizzo dei social network nell'ambito del rischio incendi boschivi.

Dopo un'introduzione generale su come l'incendio viene trattato dalla stampa e una presentazione dei principali social network, verranno fornite le linee direttrici per la diffusione dei comunicati stampa e per la gestione dei social network in materia di incendi boschivi in fase di emergenza (all'occorrenza di un incendio).

Verranno anche proposte delle ipotesi per uno sviluppo della cultura del rischio al di fuori di questa fase attraverso comunicati stampa utili nelle altre fasi di gestione del rischio.

## Metodologia

La parte "2-1 Elementi tratti dalle interviste", che descrive l'utilizzo dei social media e le aspettative delle istituzioni intervistate, si basa sull'analisi delle interviste realizzate e descritte nel rapporto "Stato dell'arte delle pratiche di comunicazione antincendio – Dalla trasmissione della conoscenza del rischio all'emergere di una cultura condivisa del rischio incendi boschivi" del progetto semplice Med-PSS (febbraio 2021).

Le interviste (tra le quali un'intervista collettiva) sono state realizzate con i rappresentanti di diversi organismi francesi e italiani coinvolti nella comunicazione sul rischio incendi boschivi:

– i partner del progetto Med PSS: l'Entente Valabre, la Collettività della Corsica, la Regione Autonoma della Sardegna, l'ANCI Toscana, la Provincia di Lucca, l'ANCI Liguria, la Regione Liguria e la Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra,

– due partner del progetto Med STAR: il Consiglio nazionale delle ricerche – Istituto per la BioEconomia (CNR IBE) e la Regione Toscana,

– un partner del progetto MedCoopFire: il Servizio Provinciale di incendio e soccorso del Var (SDIS 83),

– cinque organismi esterni al progetto: il Parco Naturale Regionale delle Alpilles, i comuni forestali del Var, il dipartimento del Var, il Comitato comunale incendi boschivi delle Bocche del Rodano, il Parco Nazionale di Port-Cros.

Queste interviste sono state completate da un'intervista telefonica con l'unione APARE-CME-CPIE (Associazione per l'educazione ambientale), anch'essa organismo esterno al progetto.

L'analisi si basa sugli appunti presi durante le interviste

## 1 – Comunicare con la stampa

La stampa è un mezzo di comunicazione che consente la diffusione di informazioni a una vasta quantità di persone e per questo può svolgere un ruolo cruciale nella costruzione dell'opinione pubblica. I vari mezzi di comunicazione consentono, tra le altre cose, di sensibilizzare l'opinione pubblica sui temi della prevenzione. L'influenza che esercitano sulla popolazione può essere tanto positiva quanto negativa.

Nello "Stato dell'arte delle pratiche di comunicazione antincendio" (Med-PSS), la stampa viene considerata come un **gruppo target strategico**, vale a dire che può fungere da **intermediario** presso altri gruppi target. Si tratta di un target finora poco coinvolto dalle pratiche di comunicazione dei partner e per questo motivo, proprio perché si tratta di un soggetto essenziale per la comunicazione pubblica delle istituzioni, nelle conclusioni dello studio sullo stato dell'arte viene raccomandato di incrementare le azioni di comunicazione che le sono rivolte.

Inoltre, è anche vero che gli incendi boschivi risultano sempre molto "interessanti" per la stampa.

Per quale motivo?

Perché avvengono prevalentemente in periodo estivo, vale a dire quando l'attualità è più scarsa, e diventano così un buon riempitivo (Efirecom, 2016), ma anche perché questi eventi contribuiscono a risvegliare una certa angoscia legata alla paura dell'incendio, profondamente radicata nell'inconscio collettivo (Boutefeu, 2008) che richiama, se non addirittura cattura, l'attenzione del pubblico. Questi due elementi, insieme ad altri, spiegano il modo in cui gli incendi vengono prevalentemente trattati dalla stampa anche se il trattamento varia a seconda del tipo di giornalismo (si veda oltre).

Il registro dei messaggi adottato dalla stampa può talvolta rivelarsi controproducente rispetto all'emergere di una cultura del rischio legato agli incendi boschivi.

Nel paragrafo che segue, verranno elencati questi tipi di trattamento "controproducente" e verrà in seguito proposto qualche suggerimento (in termini di messaggi, formati, periodi, rapporti con i giornalisti, eccetera) per tentare di porvi rimedio.

### 1-1 Attenzione ai messaggi controproducenti

Certi messaggi sugli incendi boschivi, elaborati e diffusi dalla stampa, possono avere un effetto controproducente sullo sviluppo della cultura del rischio: occorrerà fare attenzione a non alimentarli.

#### Sensazionalismo, imprecisioni e ricerca del capro espiatorio

Con sensazionalismo si intende la preferenza accordata a un tipo di trattamento dell'incendio che dà risalto al carattere spettacolare delle fiamme e dei mezzi

di lotta attiva e il cui racconto viene fatto "a caldo" (soprattutto da parte della televisione), alimentandone il carattere drammatico e il pathos.

I messaggi risultano brevi, formulati in poco tempo, senza sviluppare un discorso di fondo che spieghi la complessità della situazione.

La strumentalizzazione politica e mediatica del fenomeno degli incendi, spesso presente (e che si fonda sulla riproposizione di temi quali la mancanza di coordinamento tra i pompieri e le persone del territorio), complica il dibattito che si impone dopo la fase di emergenza (Efirecom, 2016). La ricerca sistematica del capro espiatorio (alimentata dal mito del piromane) o ancora la stigmatizzazione di certe categorie di persone possono contribuire a una deresponsabilizzazione del pubblico ("non è colpa mia"), quando invece è risaputo che la maggior parte degli incendi viene provocata proprio dall'imprudenza.

Anche il moltiplicarsi dei divieti può essere all'origine di una perdita di legame sociale tra la foresta e la popolazione autoctona (Clément 2008).

#### Il mito della tecnologia e le "valanghe di cifre"

Un altro mito è quello della tecnologia come strumento infallibile, capace in ogni circostanza di fermare le fiamme. Questa interpretazione sembra trovare conferma nella professionalizzazione dei soccorsi che rischia però di tradursi in una deresponsabilizzazione degli abitanti. Tuttavia, negli ultimi anni questo mito è stato rimesso in discussione dagli effetti del cambiamento climatico e dal verificarsi dei "megafire".

D'altra parte, la tendenza dei giornalisti a dare risalto in modo quasi esclusivo alle azioni degli operatori coinvolti nella lotta attiva, e spesso presentati come "eroi", avviene a scapito di altri attori quali quelli della prevenzione e della ricostruzione (Arnould, Calugaru 2008) che trovano ben poco spazio nella stampa.

In questo modo vengono anche celate altre questioni legate alla prevenzione degli incendi, questioni di carattere sociale ed economico.

La stampa fornisce anche quantità eccessive di cifre e dati (siti coinvolti, superfici percorse dall'incendio, mezzi mobilitati, eccetera) definite da alcuni come "valanghe di cifre" (Boutefeu 2008) che possono condurre a interpretazioni erranee se non ne viene precisata la dimensione o la scala. Inoltre, vengono fornite poche informazioni sulle ripercussioni economiche degli incendi (Boutefeu 2008).

#### Immagini negative: tante vittime e una foresta mediterranea fragile

Nel racconto dell'incendio, così come presentato soprattutto dalla televisione, viene spesso data voce alle vittime, intendendo con queste soprattutto i singoli individui poiché le collettività o le imprese, ugualmente coinvolte dall'incendio, vengono raramente intervistate.

Ugualmente presente nella stampa è l'immagine "negativa" della foresta mediterranea presentata come

fragile e minacciata e non come oggetto di valorizzazione economica (Boutefeu 2008). Vi è la tendenza a trattarla come un semplice decoro che bisogna proteggere dalla “follia incendiaria degli uomini” (Boutefeu 2008).

Questo discorso viene alimentato dall'impiego di un lessico dal carattere spesso militare, vale a dire di espressioni quali “combattere l'incendio”, “stato d'assedio”, eccetera (Boutefeu 2008).

### **Trattamenti diversi a seconda del tipo di giornalismo**

Occorre, tuttavia, fare delle distinzioni perché gli elementi appena esposti non riguardano tutta la stampa: i tipi di trattamento non sono omogenei. Per esempio, per quanto riguarda la stampa scritta, è possibile distinguere quella “urbana” da quella “rurale”, poiché quest'ultima è più interessata alle questioni forestali o di fondo e propone inchieste, reportage e approfondimenti (Roure 2004). La stessa distinzione si ritrova nel modo più o meno approfondito di trattare l'argomento da parte della stampa scritta rispetto alla televisione.

Si può constatare come l'analisi della situazione degli incendi boschivi nella sua complessità sia meno presente del trattamento “a caldo” dell'evento incendio. Eppure, come è stato analizzato nello studio sullo stato dell'arte Med-PSS, tra i criteri della cultura del rischio, oltre ovviamente alla conoscenza dello stesso (in termini di pericolosità, periodo) vi sono la memoria, l'acquisizione di automatismi, l'autonomia, la fiducia, la legittimità e la solidarietà. Il semplice trattamento “a caldo” dell'evento nelle modalità appena descritte non ci sembra rispondere all'insieme di questi criteri.

### **1-2 Come contribuire allo sviluppo della cultura del rischio incendi boschivi facendo leva sulla stampa?**

In questo paragrafo verranno proposte delle linee direttrici per comunicare con la stampa, relative in particolare ai messaggi da privilegiare in funzione delle fasi del ciclo di gestione del rischio e in funzione del calendario stagionale (primavera, estate, autunno-inverno).

#### **1-2-1 Comunicare adattandosi alle diverse fasi del ciclo di gestione del rischio**

##### **Comunicare prima della crisi (a freddo), in particolare nella fase di allerta**

Sarebbe bene approfittare di questo periodo di calma, in cui la foresta non è ancora al centro dell'attualità, per fornire informazioni sui punti che seguono:

– I fattori che aggravano il rischio: i cambiamenti climatici, l'estensione delle aree urbane, l'aumento e la



*La stampa diffonde immagini prevalentemente negative degli incendi boschivi.*

diffusione della biomassa.

– Le evoluzioni osservate in Francia, in Italia, nonché in Europa e in altri punti del mondo.

– Le evoluzioni attese in Francia, in Italia nonché in Europa, consentendo così di lanciare l'allerta e mobilitarsi prima della catastrofe.

– La necessità di non abbassare la guardia sui fondamentali del controllo del combustibile per mantenere i risultati raggiunti anche nei periodi di pericolosità moderata.

– L'importanza di rafforzare la protezione degli elementi esposti nei periodi di pericolosità elevata;

– I mezzi necessari a rendere i territori più resilienti.

– Mostrare come le strutture nelle zone di interfaccia

## **Mostrare la solidarietà delle istituzioni e delle persone di fronte alla gestione del rischio**

*“Una molteplicità di strutture che intervengono nella gestione dell'incendio può tradursi in un'informazione frammentata” (Arnould & Calugaru, 2008). Pertanto, nella preparazione delle conferenze stampa o dei comunicati, sarà opportuno mobilitare l'insieme dei partner coinvolti nella gestione del rischio.*

*Una delle raccomandazioni fatte dal comitato interministeriale di valutazione in materia di difesa dei boschi dagli incendi/AIB in Francia (Rapporto del comitato, aprile 2016, pagina 55) suggerisce di “organizzare ogni anno, in ogni dipartimento, una presentazione ufficiale e mediatica del lancio della stagione degli incendi a cui dovranno essere invitati numerosi giornalisti della stampa scritta e radiotelevisiva. Tale mediatizzazione servirà a far conoscere l'insieme degli attori interessati e a creare un forte sentimento di appartenenza a una stessa causa”.*





*Il carattere sensazionale delle fiamme si traduce spesso in un trattamento parziale dell'informazione da parte della stampa.*

urbano-foresta richiedano una mobilitazione dei mezzi di lotta talvolta superiore alle loro reali capacità allontanandoli così dalla protezione della foresta e, più in generale, destabilizzando i dispositivi di lotta attiva.

– All'inizio della stagione degli incendi verranno presentate le forze coinvolte tanto nella prevenzione quanto nella lotta attiva ricordando con l'occasione i comportamenti da adottare nei periodi a rischio: potrebbe essere l'occasione per realizzare una cerimonia di apertura della stagione (cfr. riquadro qui di seguito).

## Difficoltà a comunicare durante la crisi

### *Elementi tratti dalle interviste della prima fase del progetto (MedPSS)*

La sintesi dei censimenti ha messo in evidenza come i diversi organismi impegnati nella comunicazione sul territorio del progetto Marittimo realizzino poche azioni di comunicazione in questa specifica fase. Tale constatazione rivela una grande difficoltà a comunicare durante la gestione della crisi. La comunicazione in fase di intervento è più difficile da realizzare proprio perché si tratta di una comunicazione di crisi che deve essere effettuata da attori istituzionali e con dati provenienti da fonti attendibili.

In effetti, negli interventi di soccorso viene coinvolta la responsabilità degli organismi della lotta attiva per i quali è essenziale che le informazioni trasmesse siano attendibili e non diano adito a interpretazioni errate se non addirittura a contestazioni.

La comunicazione durante la situazione di emergenza è complessa e vede entrare in gioco numerose variabili che possono ostacolare la diffusione e la giusta assimilazione del messaggio da parte del pubblico.

### **Comunicare al momento della crisi**

Come abbiamo visto, il carattere sensazionale delle fiamme e quello spettacolare dei mezzi di lotta attiva in azione possono portare i giornalisti a fornire un'informazione parziale e orientata attraverso un trattamento sensazionalistico dell'informazione. Tuttavia, nei periodi di crisi le informazioni non devono essere strumentalizzate.

L'obiettivo in questa fase è quello di informare la popolazione della presenza e della situazione degli incendi e del pericolo incorso. Occorre che i messaggi trasmettano le istruzioni dei

servizi di emergenza e consentano, tra le altre cose, di evitare quanto più possibile la presenza di persone nelle zone interessate dall'incendio (fatta eccezione per i residenti).

Nel caso specifico della trasmissione di informazioni su un pericolo immediato, la comunicazione deve essere istituzionalizzata e controllata per evitare il rischio di disinformazione. Occorre scegliere accuratamente la persona o la struttura coinvolta nella comunicazione che deve essere riconosciuta come competente e legittima.

(cfr. riquadro qui di seguito e [Comunicato stampa CS di emergenza](#)).

### **Sfruttare i momenti di forte copertura mediatica per far passare messaggi di fondo**

In certe circostanze sarà possibile sfruttare i momenti di "crisi" per far passare anche dei messaggi di fondo. Questi momenti offrono "un'occasione per coinvolgere i mezzi di comunicazione e incitarli a migliorare la loro comprensione sociale del fenomeno e la gestione del rischio incendio" (Efirecom, 2016). È bene, invece, evitare i periodi in cui l'incendio è in fase critica per non confondere i messaggi dei servizi di lotta attiva, soprattutto quando possono incidere sulla sicurezza delle persone (cfr. riquadro qui a lato) e i periodi in cui si sono verificate perdite umane o materiali particolarmente significative.

Le informazioni di carattere descrittivo (il racconto dell'incendio), tecnico (i mezzi di lotta attiva) o normativo, diffuse abitualmente dai giornalisti, dovranno essere integrate con elementi che partecipino all'emergere di una cultura del rischio, come per esempio:

– Comunicare meglio sulle cause degli inneschi di incendio (cfr. [Comunicato stampa CS1](#)).

– Mostrare come, nonostante i progressi nella prevenzione e nella lotta attiva, le condizioni attuali fanno sì che i mezzi dispiegati non siano più sufficienti a garantire una protezione infallibile.

– Fornire elementi sui danni ecologici in corso, dicendo per esempio che "la zona coinvolta è costituita da una

foresta di tale tipo che ospita una fauna di tal altro tipo”; occorrerà anche descrivere i danni presumibili, la mortalità probabile ma anche le prospettive e i tempi di ricostruzione.

– Illustrare le altre funzioni della foresta e i benefici che ne trae la società (dando un’immagine positiva e non lacrimevole della foresta), mettendo per esempio l’accento sui servizi che la foresta offre e che sarebbero danneggiati dall’incendio in corso (cfr. CS4).

– Parlare delle ripercussioni economiche, mostrando come la foresta non sia soltanto un “decoro” e rappresenti in certi casi una fonte di sostentamento per le persone.

– Basandosi sulle informazioni in tempo reale relative alla propagazione dell’incendio, verranno comunicati elementi sulle modalità di propagazione del fuoco: incendi radenti, incendi di chioma localizzati o diffusi, salti di fuoco, velocità di propagazione (vento, pendenza), variazioni di intensità (tipi e quantità di combustibile). La conoscenza di queste modalità consentirà di introdurre il tema dell’importanza della prevenzione, dicendo per esempio che “gli incendi nelle zone decespugliate sono di tipo radente e caratterizzati da un’intensità minore, il che agevola la lotta attiva...”.

– Far comprendere la possibilità di ridurre la vulnerabilità grazie ad azioni individuali (rendere il cittadino attore della prevenzione) e collettive (pianificazione del territorio), mostrando per esempio come durante un incendio le abitazioni su terreni decespugliati (OLD) (cfr. CS2) o costruite seguendo precise norme antincendio risultino maggiormente protette e meno suscettibili di essere danneggiate.

– Mostrare come lo sviluppo rurale partecipi alla prevenzione degli incendi boschivi e, nonostante le azioni di prevenzione “in termini di comunicazione sembrano meno interessanti rispetto alla spettacolarità dei mezzi di estinzione [...], esiste la possibilità di rendere visibili e attrattivi i benefici per la società e per l’ambiente dello sviluppo rurale inteso come mezzo di prevenzione degli incendi, parlando per esempio del consumo di prodotti locali, della qualità del paesaggio o della conservazione delle zone protette, eccetera” (Efirecom, 2016).

– Comunicare sul fatto che l’incendio sia una realtà storicamente presente nel Mediterraneo, senza che ciò si traduca in un “non c’è niente da fare” ma al contrario facendo leva sulla storia degli incendi sul territorio in questione, sulla loro frequenza, eccetera.

### **Comunicare dopo la crisi (fasi di post-incendio e prevenzione)**

Tutti gli elementi appena esposti possono ovviamente essere comunicati anche durante le fasi di post-incendio e prevenzione, soprat-



*La professionalizzazione dei soccorsi può tradursi in una deresponsabilizzazione da parte degli abitanti di fronte all’incendio.*

tutto dopo aver individuato i giornalisti o le redazioni che manifestino maggior interesse al tema in questione.

La fase di prevenzione si presta meglio a un discorso di fondo sulla gestione delle zone forestali e in generale del rischio incendio boschivo.

– Subito dopo l’incendio verranno forniti elementi sui lavori urgenti: mettere in sicurezza le vie di circolazione, intervenire sulle aree in pendenza (posizionamento delle fascine, eccetera) spiegando gli elementi esposti a valle.

– Verranno date informazioni su come la vegetazione mediterranea si adatti al fuoco, sulle sue diverse strategie (resistere, morire nell’incendio per poi rigenerarsi), sulla dinamica della ricostruzione (successioni ecologiche, tempi): “ripristinare nel rispetto del ritmo della natura” (cfr. CS3).

– In autunno, per esempio, in occasione della rimozione del legname bruciato si parlerà della difesa dei boschi dagli incendi/AIB, della gestione delle zone forestali e della silvicoltura: perché, come, eccetera.

– Verranno forniti elementi sulle questioni economiche, tra cui la capacità di recuperare il legname bruciato.



*Posizionamento delle fascine dopo un incendio.*

- In inverno, nel caso in cui siano previste delle operazioni di messa a dimora, verranno fornite delle spiegazioni sulle specie vegetali (perché, come) evocando ciò che la foresta riesce ad apportare.
- Se possibile, verranno raccontati esempi di esperienze di mobilitazione della popolazione e degli attori economici nella ricostruzione, descrivendo le azioni dei cittadini e le operazioni di partecipazione.
- Verrà mostrato l'interesse di avere politiche territoriali trasversali in materia di prevenzione e di lotta attiva antincendio, nello specifico il ruolo della gestione agro-silvo-pastorale nella prevenzione degli incendi.

### 1-2-2 Con quali vettori/supporti?

- Fare delle conferenze stampa in presenza di più partner prima dell'inizio del periodo a rischio, presentando al contempo i dispositivi di lotta attiva e di prevenzione, le cause degli incendi, l'importanza delle questioni socioeconomiche e la ricchezza della foresta mediterranea.
- Preparare comunicati stampa (CS) e cartelle stampa in modo collaborativo e nella stessa ottica, vale a dire a più voci: i comunicati e le cartelle stampa risultano più efficaci se rientrano in una strategia globale e condivisa e se vengono adattati alle diverse fasi del ciclo di gestione del rischio; alcuni saranno destinati ai mezzi di comunicazione del grande pubblico (soprattutto i comunicati stampa), mentre altri ai mezzi di comunicazione specialistici in particolare quelli degli amministratori locali (soprattutto le cartelle stampa).
- Proporre visite accompagnate per effettuare riprese di immagini: mostrare azioni di singoli che individualmente partecipano alla cultura del rischio (riduzione della vulnerabilità degli edifici grazie all'autoprotezione, all'applicazione degli OLD, creazione di collettivi prima o dopo l'incendio, azioni solidali di decespugliamento, manutenzione dei giardini, eccetera); mostrare proprietari di zone forestali che partecipano alla gestione delle loro foresta e amministratori locali che organizzano esercitazioni pratiche nei loro comuni; mostrare esempi di azioni finanziate dalle istituzioni e presentate dal committente (pianificazioni in materia di difesa dei boschi dagli incendi/AIB, PIDAF, eccetera). D'altra parte, per poter comunicare efficacemente con la stampa, occorre tenere conto anche di altri fattori, in particolare:
  - l'interesse personale del giornalista (o della redazione) e il suo precedente bagaglio di conoscenze in materia di incendi boschivi,
  - le questioni locali (per esempio questioni di spazio, questioni economiche e culturali).

### 1-3 Modelli di comunicati stampa

I comunicati stampa (CS) hanno come obiettivo quello di trasmettere un messaggio ai giornalisti affinché questi lo diffondano al pubblico.

I comunicati stampa devono essere inviati via posta elettronica come allegato, presentandone una breve

sintesi nel corpo stesso della mail. È possibile anche allegare una foto (con ©). L'invio del CS deve essere adattato in funzione della periodicità del mezzo di comunicazione. Dopo l'invio, è opportuno sollecitare regolarmente i giornalisti (non è invece necessario farlo nella fase di emergenza o all'occorrenza di un grosso incendio poiché in tal caso saranno i giornalisti stessi a richiedere informazioni).

In funzione delle scelte dei giornalisti e delle redazioni, i comunicati saranno ripresi per esteso o in parte oppure verranno completamente riscritti e, in alcuni casi, i giornalisti potranno fare richiesta di informazioni complementari.

Di seguito, viene presentata una serie di **modelli di comunicati stampa da utilizzare nelle fasi di emergenza (CS di emergenza) per dare rapida informazione dell'incendio, seguiti da un altro formato utile per gli aggiornamenti in cui si descrive l'evoluzione dell'incendio nelle ore successive all'allerta e che dovrà essere adattato in base ai vari contesti.**

Verranno anche forniti quattro esempi di comunicati stampa (CS da 1 a 4) anch'essi da adattare in funzione delle situazioni e dei contesti, nonché le formule espressive utili in caso di sollecitazione della stampa dopo un incendio che ha provocato danni ingenti. I comunicati CS da 1 a 4 non coprono tutti gli aspetti evocati nei paragrafi precedenti ma quelli a nostro avviso prioritari.

### CS di emergenza: Comunicare in fase di emergenza

#### Elementi preliminari

Le interviste realizzate nell'ambito dello studio sullo stato dell'arte Med-PSS hanno messo in evidenza la difficoltà di trasmettere informazioni attendibili nei momenti di crisi (vale a dire nella fase di emergenza) e da questa constatazione è stata tratta la raccomandazione che la trasmissione delle informazioni venga effettuata dalle istituzioni e dagli organismi responsabili della lotta attiva (per esempio il SDIS e la Prefettura in Francia o la Protezione civile in Italia). I dati che devono figurare nel CS sono strettamente legati al tipo di incendio, alla sua esatta localizzazione, alla sua dinamica e alle raccomandazioni dei servizi di lotta attiva che possono variare molto in funzione della situazione (per esempio, restare sul posto o evacuare). I CS proposti qui di seguito rientrano in quest'ottica, limitandosi quindi a illustrare i grandi temi da trattare, con esempi da adattare alle varie situazioni in stretta relazione con i servizi di lotta attiva.

Come regola generale, i CS vengono redatti nei momenti chiave dell'incendio, per esempio nel caso di un grosso incendio ne vengono proposti 2 o 3. La frequenza della comunicazione varia in funzione dell'evoluzione dell'incendio:

- nelle fasi iniziali dell'incendio, qualora vi siano informazioni sufficienti (mezzi impiegati, superficie percorsa, edifici o assi stradali minacciati, rischi per la



popolazione, eccetera) da trasmettere ai mezzi di comunicazione, in generale meno di un'ora dopo l'insacco dell'incendio;

– la sera o qualche ora dopo, quando i mezzi sono al loro massimo dispiegamento e i servizi di lotta attiva dispongono di nuovi elementi più “precisi” rispetto al momento iniziale dell'incendio;

– un ultimo (spesso l'indomani mattina, ma può variare da una situazione all'altra) quando l'incendio viene domato o spento ed è possibile presentarne il bilancio finale.

Una volta diffuso il primo CS, i giornalisti si recano sul luogo dell'incendio dove si trova un referente dei servizi di lotta attiva incaricato della comunicazione e messo a loro disposizione per eventuali conferenze stampa. Le informazioni vengono pertanto aggiornate direttamente sul campo.

I giornalisti usano sempre più i servizi di messaggistica istantanea, del tipo WhatsApp, per raccogliere informazioni soprattutto sull'evoluzione della situazione. Questo nuovo canale di comunicazione può essere sfruttato dai servizi che comunicano in fase di emergenza perché presenta numerosi vantaggi: consente di rispondere in tempo reale alle domande dei giornalisti evitando di mobilitare in permanenza un referente sui luoghi dell'incendio; offre la possibilità di fare registrazioni audio direttamente ridiffuse dai giornalisti; consente di aggiornare il CS senza riscriverlo e rinviarlo via mail.

Per quanto riguarda la sua redazione, il CS deve rimanere sintetico e utilizzare un vocabolario rassicurante senza però che la situazione venga minimizzata poiché rimanendo in costante evoluzione richiede la massima prudenza evitando affermazioni che non siano state verificate, soprattutto relative all'estinzione dell'incendio.

---

## Esempi di comunicati stampa in fase di emergenza

### CS di emergenza n.1

**Nelle fasi iniziali dell'incendio** (appena vengono dispiegati i mezzi di spegnimento)

[---] = da completare in funzione della situazione

(---) = da adattare al contesto

#### **Intestazione:**

Loghi delle istituzioni responsabili della comunicazione

#### **Titolo:**

Comunicato di [organismo che rilascia l'informazione]

Luogo, data

#### **Sottotitolo:**

Incendio boschivo a [nome del comune/dell'area boscata]

#### **[Localizzazione dell'incendio]** per esempio:

I pompieri di [organismo/servizio/provincia] intervengono a seguito di un (violento) innesco di incendio boschivo nel comune di [luogo dell'innesco] iniziato verso le [ora] di oggi [data].

#### **[Situazione: mezzi impiegati e superfici percorse]** per esempio:

Attualmente, [X] pompieri e [mezzi di spegnimento impiegati] sono in azione per contrastare un innesco di incendio verificatosi nell'area boscata di [localizzazione dell'incendio].

Alle ore [orario], [X] ettari di terra sono stati percorsi dal fuoco e numerosi ettari [precisare la superficie] restano ancora minacciati in un punto (particolarmente boscato).

[Descrizione delle previsioni metereologiche] per esempio:

Le condizioni metereologiche sul posto restano sfavorevoli e l'incendio viene alimentato da un vento violento che soffia con raffiche di circa [X] km/h.

#### **[Descrizione dei mezzi dispiegati nelle operazioni di spegnimento]** per esempio:

I mezzi terrestri ricevono rinforzo soprattutto grazie a [pompieri di XX (nel caso di invio di forze supplementari)].

I mezzi aerei, vale a dire [descrizione e numero di aerei e/o elicotteri], sono anch'essi sul posto per partecipare alle operazioni di spegnimento.

#### **[Possibile evoluzione e raccomandazioni]** per esempio:

Viene ricordato che [insistere sull'evoluzione del meteo o di altri fattori sfavorevoli alla lotta attiva] per esempio: “Dei venti violenti soffieranno ancora con forti raffiche fino al [data]”.

Per le ore e i giorni a venire, i servizi di lotta attiva raccomandano la massima vigilanza (relativa all'uso del fuoco) in particolare in prossimità dei massicci forestali.

#### **[Numero di telefono del rappresentante ufficiale]**

## CS di emergenza n.2

### La sera o qualche ora dopo l'evoluzione dell'incendio

[---] = da completare in funzione della situazione

(---) = da adattare al contesto

#### **Intestazione:**

Loghi delle istituzioni responsabili della comunicazione

#### **Titolo:**

Comunicato di [organismo che rilascia l'informazione]

Luogo, data

#### **[Localizzazione dell'incendio]** per esempio:

Oggi, giorno [data] alle ore [orario], i servizi di lotta attiva sono stati allertati per un innesco di incendio situato a [localizzazione dell'incendio] nel comune di [X].

#### **[Descrizione dei mezzi dispiegati nelle operazioni di spegnimento]** per esempio:

Molto rapidamente sono stati coinvolti più di [X] pompieri/volontari e [mezzi di spegnimento impiegati] che sono stati dispiegati sui luoghi interessati per contrastare un incendio [descrizione dell'incendio] che si stava propagando su [precisazioni sull'evoluzione dell'incendio].

I [mezzi impiegati] hanno lottato per contenere l'incendio ed evitarne la propagazione sul settore di [localizzazione].

#### **[Descrizione dei danni]** per esempio:

Quasi [X] ettari di foresta che ospita una grande biodiversità (descrivere l'interesse ecologico della zona) sono andati distrutti ma [X] abitazioni direttamente minacciate dalle fiamme sono state protette dall'azione rapida dei servizi di spegnimento. Un importante dispositivo rimarrà sul posto tutta la notte per portare a termine le operazioni.

#### **[Descrizioni delle previsioni metereologiche]** per esempio:

Le previsioni metereologiche annunciate per il [giorno successivo/data] inducono a temere nuovi inneschi di incendi.

#### **[Evoluzione possibile e raccomandazioni]** per esempio:

I servizi di lotta attiva resteranno mobilitati per garantire una risposta operativa idonea al contesto.

(Anche se l'origine dell'innesco resta sconosciuta), va ricordato che è severamente vietato gettare mozziconi di sigaretta ed effettuare abbruciamenti, così come realizzare lavori con apparecchiature termiche che possano generare punti caldi o scintille.

In ogni caso, è indispensabile una partecipazione responsabile dei cittadini: è possibile contribuire alla catena dei soccorsi allertando immediatamente i pompieri in caso di inneschi di incendi chiamando il (112).

#### **[Numero di telefono del rappresentante ufficiale]**

### CS di emergenza n.3 Il secondo giorno dell'incendio (situazione stabilizzata)

[---] = da completare in funzione della situazione

(---) = da adattare al contesto

#### **Intestazione:**

Loghi delle istituzioni responsabili della comunicazione

#### **Titolo:**

Comunicato di [organismo che rilascia l'informazione]

Luogo, data

#### **Sottotitolo:**

"Incendio boschivo a [nome del comune/dell'area boscata], secondo giorno"

#### **[Punto della situazione]** per esempio:

Dopo aver lottato tutta la notte contro l'incendio situato nell'area/nella foresta di [X] nel territorio del comune di [X], i pompieri con l'aiuto di [X] sono riusciti a stabilizzare l'incendio che ha percorso [X] ettari. [X] pompieri e [X] mezzi sono ancora mobilitati per impedire la ripresa dell'incendio.

#### **[Dettagli sul dispositivo ancora sul posto]** per esempio:

Le squadre intervengono sui confini di un settore boscato di difficile accesso. Le operazioni di perlustrazione ed estinzione nella zona proseguiranno per tutta la giornata. Ieri, i mezzi aerei della sicurezza civile hanno effettuato [X] sganci.

#### **[Descrizione dei danni]** per esempio:

Nel settore forestale interessato non è stata danneggiata nessuna abitazione. La maggior parte degli abitanti che ieri sera avevano lasciato il proprio domicilio è potuta ritornare nelle proprie abitazioni (nel caso di un'evacuazione). Tuttavia / la zona boscata incendiata ospitava una grande biodiversità (descrivere la flora e la fauna della zona) / oppure gli ettari di foresta percorsi dall'incendio costituiscono una grave perdita in termini di paesaggio per la nostra regione.

#### **[Descrizione delle previsioni metereologiche]** per esempio:

Venti forti e appello alla prudenza

I venti saranno ancora di forte intensità con raffiche fino a [X] km/h sul settore ma tenderanno a scemare in serata.

#### **[Richiamo di gesti e comportamenti corretti]** per esempio:

[Organismo/servizio/provincia] ricorda le regole di prudenza relative al rischio incendio. La siccità dei suoli e della vegetazione a cui si aggiunge l'intensità del vento porta a temere altri inneschi di incendi.

Per le ore a venire, [organismo/servizio/provincia] ricorda il divieto di utilizzo del fuoco (abbruciamenti e debbi) in particolare in prossimità dei massicci forestali.

#### **[Numero di telefono del rappresentante ufficiale]**

## CS di emergenza n.4

### Il secondo giorno dell'incendio (situazione ancora critica o presenza di incendi simultanei)

[---] = da completare in funzione della situazione

(---) = da adattare al contesto

#### **Intestazione:**

Loghi delle istituzioni responsabili della comunicazione

#### **Titolo:**

Comunicato di [organismo che rilascia l'informazione]

Luogo, data

#### **Sottotitolo:**

"Incendio/i boschivo/i a [nome del comune/dell'area boscata], situazione al [data]"

#### **[Punto della situazione]** per esempio:

I [servizi di spegnimento] hanno lottato tutta la notte contro l'incendio manifestatosi [data e ora] nel territorio del comune di [X].

Nel momento stesso in cui i pompieri erano già impegnati su questo incendio, numerosi altri incendi si sono manifestati a [localizzazione].

Alle [ora e data], l'incendio di [X] aveva già percorso [X] ettari mentre quelli di [X] si sono sviluppati su [descrizione degli incendi].

#### **[Dettagli sul dispositivo ancora sul posto]** per esempio:

Le operazioni di estinzione proseguono nei settori di [X]. I mezzi aerei della sicurezza civile hanno effettuato [X] sganci e continuano le loro operazioni.

I servizi di lotta attiva resteranno mobilitati, soprattutto sull'incendio di [X] per proseguire le loro azioni di spegnimento e riceveranno l'ausilio dei mezzi aerei [descrizione dei mezzi impiegati].

#### **[Descrizione dei danni]** per esempio:

Nessun ferito grave ma i danni materiali devono ancora essere stimati. Sono state evacuate almeno [X] persone. [X] campeggi di [X] sono stati evacuati in modo preventivo e [X] residenti di queste strutture di accoglienza hanno ricevuto l'assistenza delle autorità municipali dei comuni di [X] e [X].

Numerosi comuni hanno aperto dei centri di accoglienza e di alloggio per permettere agli sfollati di passare la notte al sicuro: [citare i luoghi di accoglienza].

Le aree boscate percorse / minacciate dal fuoco ospitano purtroppo una grande biodiversità (descrivere la flora e la fauna della zona) / oppure gli ettari di foresta percorsi dall'incendio costituiscono già una grave perdita in termini di paesaggio per la nostra regione.

*Oppure*

L'operazione condotta dai servizi di lotta attiva ha consentito di salvare [X] case e numerose aziende direttamente minacciate dal fuoco. Tuttavia, [X] case e [X] aziende sono risultate purtroppo danneggiate o toccate dall'incendio.

#### **[Descrizione delle previsioni metereologiche]** per esempio:

Le condizioni metereologiche restano ad oggi [data] sfavorevoli, condizione che richiede la massima vigilanza da parte di tutta la popolazione.

#### **[Richiamo di gesti e comportamenti corretti]** per esempio:

È severamente vietato gettare mozziconi di sigaretta ed effettuare abbruciamenti in tutta la provincia, così come realizzare lavori con apparecchiature che possano generare punti caldi o scintille.

#### **[Numero di telefono del rappresentante ufficiale]**



## CS 1: Comunicare sulle cause degli incendi boschivi

Per redigere e aggiornare questo comunicato occorrerà basarsi su dati e statistiche attendibili. Per quanto riguarda la Francia, sarà possibile fare riferimento ai dati disponibili sulla banca dati Prométhée e sul sito <http://www.prevention-incendie-foret.com> nonché ai risultati dei lavori delle Cellule di ricerca delle cause e delle circostanze degli incendi (RCCL), mentre per l'Italia le informazioni potranno essere ricavate dal sito <https://foresta.sisef.org> oppure dall'Arma dei Carabinieri che fornisce dati sulle cause degli incendi.

Questo comunicato sarà diffuso preferibilmente a giugno, subito prima dell'inizio della stagione degli incendi (fasi raccomandate: prevenzione e allerta).

 *Possibili titoli:*

**Chi dà fuoco alla foresta?**

**Quali sono le cause degli incendi boschivi?**

All'origine di qualsiasi incendio vi è l'accensione di una fiamma. Chi ne è responsabile? Dei malintenzionati...o ciascuno di noi?

Nel caso degli incendi di cui è stata individuata la causa, l'azione dell'uomo è all'origine del 90% degli inneschi. E tra queste cause, più del 50% sono accidentali o involontarie.

[Dati relativi alla Francia mediterranea per il periodo 1997-2010 da adattare al contesto locale].

L'origine degli incendi può essere suddivisa in cinque categorie:

- cause naturali: fulmini (ma con notevoli variazioni a seconda degli anni);
- cause accidentali: linee elettriche, ferrovie, veicoli, discariche;
- cause involontarie dovute ai lavori: lavori forestali, lavori agricoli, lavori pubblici e industriali, riprese d'incendio;
- cause involontarie dovute all'uomo: lavori, attività ricreative, oggetti incandescenti gettati;
- cause volontarie: incendi volontari, interessi politici o questioni fondiari, conflitti.

Agire sulle cause accidentali e involontarie è possibile, basta solo adottare gesti e comportamenti corretti e applicare le regole di costruzione e manutenzione [Da adattare/sviluppare in funzione dei gruppi target].

Anche la propagazione del fuoco può essere limitata o contenuta grazie alle opportune misure di prevenzione: diminuendo per esempio la densità delle aree boschive o eliminando la sterpaglia, migliorando gli accessi stradali alle aree boscate, o ancora grazie alla capacità di autoprotezione degli spazi intorno alle città e alle case e al miglioramento delle tattiche di estinzione e ai progressi tecnologici. Tuttavia, nonostante l'applicazione di tutte le misure necessarie, rimane il fatto che gli inneschi possono essere evitati solo con l'impegno di ciascuno di noi.

Fonti: Efirecom 2016, Prométhée e [www.prevention-incendie-foret.com](http://www.prevention-incendie-foret.com)

---

## CS 2: Comunicare sugli Obblighi legali di decespugliamento

Questo comunicato potrà essere redatto per esempio in occasione della visita di un amministratore locale a un privato cittadino o a un comitato di proprietari (collettivo post-incendio) le cui case e proprietà in zona di interfaccia sono state salvate grazie alla realizzazione di lavori di decespugliamento e di manutenzione.

Questo comunicato sarà diffuso preferibilmente nel periodo compreso tra ottobre e marzo, vale a dire nel periodo in cui vengono realizzati i lavori di decespugliamento (fase di prevenzione).

 *Possibili titoli:*

**Un "giardino mediterraneo" resistente al fuoco**

**Proteggere la casa significa proteggere la foresta**

È un dato di fatto, il rischio incendio boschivo è in aumento. L'espansione delle aree boschive combinata agli effetti del cambiamento climatico ha un forte impatto sulle numerose residenze e abitazioni a contatto con zone forestali (definite di interfaccia) che si ritrovano ad essere fortemente esposte ai rischi e molto vulnerabili.

Fiamme o fuochi disseminati possono raggiungere molto rapidamente le abitazioni o la vegetazione dei giardini e incendiarle facilmente.

Proteggere i cittadini e le loro abitazioni è la missione principale dei servizi di lotta attiva e richiede un forte coinvolgimento dei mezzi nelle aree urbanizzate con il rischio di mettere in secondo piano la propagazione dell'incendio nelle aree boschive.

Per questo motivo è fondamentale che vengano adottate specifiche misure di protezione per le singole costruzioni e che proprietari e utilizzatori sappiano esattamente come procedere e reagire in caso di incendio boschivo. Si tratta di una misura di buon senso per proteggere i beni e le persone ma è anche un obbligo legale che incombe sui residenti nelle zone in prossimità delle aree boschive. [Il signor X o la signora X] nel comune di [Y], già dall'inverno scorso ha realizzato dei lavori di manutenzione del terreno circostante la sua casa adattando così il giardino a un eventuale passaggio del fuoco. Questo intervento è stato realizzato con l'ausilio di [servizi di..., impresa di manutenzione del paesaggio..., paesaggista del comune...]. Rendendo il giardino resistente e la casa meno vulnerabile, ha potuto salvare non solo i propri beni ma anche il bosco limitrofo poiché i servizi di lotta attiva hanno potuto focalizzare il proprio intervento sull'area boschiva.

Un esempio questo che [il sindaco, l'amministratore locale ...] è venuto a riconoscere e a lodare.

---

### CS 3: Comunicare sul post-incendio

Questo comunicato potrà essere redatto nel momento in cui iniziano i primi lavori di messa in sicurezza di un'area (per esempio con la rimozione del legname morto) in autunno (fasi di post-incendio e prevenzione).

 *Possibili titoli:*

#### **All'indomani dell'incendio, la foresta ricomincia a crescere Dopo un incendio non serve precipitarsi**

Gli incendi boschivi sono insiti nell'ecosistema mediterraneo. Molte foreste mediterranee sono costituite da specie adatte al fuoco come, per esempio, la quercia da sughero o il leccio o ancora la maggior parte dei pini mediterranei. Queste specie si sono adattate agli incendi o quanto meno al regime storico degli incendi: presentano una corteccia spessa e delle pigne che si aprono per liberare i semi dopo il passaggio del fuoco, o ancora sviluppano una rapida crescita in altezza per mettere le chiome al di fuori della portata delle fiamme. Ogni tipo di ecosistema forestale si è pertanto adattato a uno specifico regime d'incendio caratterizzato da una certa frequenza, intensità, stagionalità o dimensione degli incendi. Il passaggio del fuoco a volte risulta addirittura necessario per il mantenimento di certi ecosistemi.

Queste modalità di adattamento al fuoco portano a una rigenerazione dopo l'incendio talvolta molto dinamica e che non richiede sempre l'intervento dell'uomo, a parte certi lavori di emergenza localizzati (alberi morti che mettono in pericolo i visitatori, protezione contro l'erosione delle aree in pendenza).

Per questo motivo non è sempre utile precipitarsi a "ripristinare" la foresta dopo un incendio, occorre invece rispettare il ritmo della natura.

Tuttavia, nel corso degli ultimi decenni, i regimi degli incendi sono stati profondamente modificati dall'uomo e dai cambiamenti climatici. Sul lungo termine, questi cambiamenti possono avere effetti negativi sul mantenimento di certe foreste.

Per questo motivo è necessario che il paesaggio sia resiliente e meno vulnerabile alla propagazione del fuoco evitando la devastazione provocata dai grandi incendi.

Occorre pertanto favorire politiche territoriali trasversali in materia di prevenzione che combinino spazi urbani, terre agricole e massicci forestali e promuovere una gestione di tipo agro-silvo-pastorale nella prevenzione degli incendi.

È l'unica "alternativa alla missione impossibile di eradicare tutti gli incendi".

## CS 4: Comunicare sul valore della foresta mediterranea

Questo comunicato sarà diffuso in fase di prevenzione (autunno-inverno). Potrebbe fungere da invito a una visita della foresta e dei suoi servizi animata da un proprietario forestale o da un operatore delle aree boschive.

Potrà essere adattato al contesto locale.

 **Possibili titoli:**

**La foresta mediterranea è preziosa**

**Foresta mediterranea: una foresta resiliente**

Una foresta in fiamme: è questo il vero aspetto della foresta mediterranea? Assolutamente no. La foresta mediterranea è eccezionale sotto molti punti di vista e vanta delle meravigliose qualità.

Innanzitutto, si tratta di una foresta antica che è stata modellata dall'uomo con l'alternarsi delle varie civiltà che si sono sviluppate intorno al bacino mediterraneo.

Attualmente, ospita una delle flore più ricche e varie, e questa biodiversità rappresenta una vera e propria fonte di stabilità e di resilienza. Dal prato alberato alla foresta più densa passando per la macchia o la gariga: i suoi aspetti sono molteplici.

Su dei rilievi spesso tormentati, la foresta mediterranea è riuscita a disporre un manto di protezione dei suoli e a regolare il regime delle sue acque. Accoglie oggi visitatori, trekker, cacciatori e amanti della natura. E che dire dei colori? Con l'alternarsi delle stagioni, riesce ad aggiungere al blu del cielo e al bianco della roccia tutta una gamma di colori diversi. Come sarebbero i paesaggi mediterranei senza la bellezza degli alberi e della foresta?

La foresta mediterranea produce poco legname, è percorsa dal fuoco, è spezzettata ma resta dinamica e viva: si sviluppa fino a raggiungere tassi di imboschimento molto elevati in [Italia/Regione/Provincia] / tra i più elevati di [Francia/Regione/Dipartimento].

Questa foresta si trova oggi in prima linea di fronte al cambiamento climatico: deve affrontare temperature estreme, alte o basse, condizioni prolungate di siccità nonché una pluviometria disequilibrata con fenomeni amplificati di piene. La combinazione dei rischi che ne derivano (vale a dire incendi, piogge intense, inondazioni) sconvolge i paesaggi e provoca l'erosione dei suoli spesso fragili e superficiali.

L'urbanizzazione della società mediterranea, l'attrattiva turistica dello spazio mediterraneo, l'alta frequentazione nei periodi estivi e la tendenza consumistica rendono la gestione del rischio ancora più difficile. Gli operatori impegnati nella foresta, nell'ambiente, nell'agricoltura, nell'urbanismo e nella pianificazione del territorio sono chiamati a elaborare paesaggi forestali più resistenti (protezione delle foreste dall'incendio) e più resilienti (silvicoltura appropriata).

Con la sua diversificazione dei prodotti (legname, frutti, oli essenziali, sughero, miele, funghi e tartufi, selvaggina) e la presenza di silvocolture originali come l'agroforestazione e la silvopastorizia, con i suoi servizi ambientali di fondamentale importanza, (protezione dei suoli, biodiversità, produzione di acque di qualità), la foresta mediterranea rappresenta una fonte di ricchezza, beni, servizi e qualità della vita da consolidare.

La foresta mediterranea è anche un territorio ideale di osservazione, innovazione e sperimentazione per inventare e potenziare un modello di sviluppo sostenibile.

Di fronte alle minacce dei cambiamenti climatici, ai rischi sanitari e agli incendi che continueranno ad estendersi, queste soluzioni mediterranee potranno interessare anche altre foreste in un futuro verosimilmente vicino.



*Comunicare sulle qualità della foresta per farne apprezzare il valore.*

## Formule espressive per sollecitare dopo un incendio particolarmente dannoso

Da impiegare nella fase di emergenza o di post incendio.

N.B. Le cifre fornite di seguito riguardano l'insieme della zona mediterranea francese e dovranno pertanto essere adattate al contesto italiano e localmente a quello francese.

👉 Nella regione mediterranea ci saranno sempre incendi boschivi, il dispositivo di prevenzione e di lotta attiva ha come obiettivo quello di ridurre il numero, la superficie e le conseguenze.

### Le radici del male

Si possono constatare tre gravi tendenze che accrescono il rischio incendio boschivo in Francia/in Italia e in Europa:

#### 1. Il cambiamento climatico e le sue conseguenze, vale a dire

- un'estensione della zona a rischio sul territorio francese/italiano
- un aumento della durata della stagione degli incendi
- incendi più intensi negli anni caratterizzati da condizioni meteorologiche estreme
- il rischio di un aumento complessivo delle superfici bruciate

#### 2. Una crescente urbanizzazione in ambienti alberati, che comporta

- un numero maggiore di beni e persone a rischio: [in Francia uno studio realizzato dall'Office national des forêts nel 2008 repertoriava 500.000 costruzioni in zone ad alto rischio che interessano fino a 1.500.000 persone]
- maggiori danni potenziali
- condizioni di lotta attiva più difficili per via del numero di elementi esposti da proteggere

#### 3. Un aumento costante della biomassa e dei processi di avanzamento del bosco

- per via dell'abbandono dei terreni, della dinamica naturale della vegetazione e della scarsità dei prelievi
- un'espansione delle superfici forestali pari a [1-2 % all'anno da 30 anni]
- un aumento della produzione biologica di biomassa combustibile: [+ 12% all'anno in quarant'anni a 2,7 m<sup>3</sup>/ha/anno; per mancanza di raccolta, ogni anno il volume legnoso aumenta di 1,45 m<sup>3</sup>/ha e arriva oggi a 98 m<sup>3</sup>/ha (con una media nazionale di 170)]

### Un incendio fuori dal normale

L'incendio considerato rientra nella categoria dei grandi incendi o megafire per una o più delle ragioni che seguono:

- dimensioni eccezionali: [indicare con precisione la superficie in migliaia di ettari]
- danni eccezionali: [fornire un primo bilancio]
- disorganizzazione dei sistemi di lotta attiva: questi incendi vanno ben oltre le capacità di estinzione di tutti i soccorsi terrestri e aerei messi insieme che si limitano, quindi, a proteggere i beni e le persone a scapito della foresta.

### Mai più!

#### 1. Valorizzare i prodotti e gli spazi forestali

- Coinvolgere i forestali che devono essere i primi attori della protezione del loro patrimonio e della valorizzazione dei beni e dei servizi della foresta, e devono essere sostenuti in questo obiettivo
- Riconoscere il ruolo dei processi di "avanzamento del bosco" (la foresta spontanea)

#### 2. Applicare il corpus legislativo e normativo esistente in materia di difesa dei boschi dagli incendi/AIB

- Garantire l'autoprotezione dei beni e delle persone
- Applicare gli obblighi legali di decespugliamento (OLD)
- Applicare le modalità di costruzione idonee alle zone a rischio
- Imparare i comportamenti che garantiscono la sicurezza
- Conoscere, capire, far prendere consapevolezza, stimolare l'adesione
- Generalizzare le cellule di ricerca delle cause degli incendi
- Richiedere un ritorno di esperienza di tutti i servizi coinvolti sull'incendio in questione
- Considerare questo grande incendio come l'occasione da cui far scaturire decisioni forti (cfr. di seguito)

#### 3. Approfondire le conoscenze per affrontare questi incendi di nuova generazione

- Ampliare le ricerche sui megafire
- Ristrutturare la pianificazione territoriale in modo da unire specie urbane, terreni agricoli e massicci forestali:  
verso una gestione integrata degli incendi:
  - visione di tipo "MULTI": multisetoriale (foresta, agricoltura, energia, urbanismo, eccetera), multirischio (gestione concertata dei rischi), multifunzionale (conciliare produzione e protezione)
  - rinforzare i collegamenti tra le fasi del ciclo di gestione della crisi (prevenzione e lotta attiva)
  - visione integrata dell'utilizzo del fuoco nello spazio rurale e forestale (fuoco utile vs fuoco dannoso)
  - nonché... il punto che segue:
    - Imparare a convivere con l'incendio:
      - "Sono responsabile della mia sicurezza, i pompieri potrebbero non esserci nel momento del bisogno"
      - Costruire un piano di comunicazione relativo a tutta la zona mediterranea.



## 2 – Comunicare attraverso i social network

### 2-1 Elementi tratti dalle interviste<sup>1</sup>

#### 2-1-1 Uso dei social network da parte degli organismi intervistati

Numerosi sono gli organismi (tra quelli intervistati nell'ambito dello studio sullo stato dell'arte Med-PSS1) che hanno detto di servirsi dei social network, in particolare Facebook e Twitter, per la loro comunicazione: tra questi, l'ANCI Liguria, il Parco Naturale Regionale delle Alpi Liguri (PNRA), la Regione Autonoma della Sardegna, la Provincia di Lucca, l'Entente Valabre o ancora il Servizio Provinciale di incendio e soccorso delle Bocche del Rodano (SDIS 13)<sup>2</sup>. Tale uso dei social network è finalizzato a raggiungere un pubblico più ampio e a diffondere ogni tipo di documento utile a una trasmissione diretta dell'informazione, e questo sia in fase di gestione della crisi (fase di allerta) sia in fase di prevenzione. È il caso, per esempio, dalla Regione Liguria che si serve di questi canali per dare informazioni sui nuovi strumenti di prevenzione dei rischi disponibili sul proprio sito internet. Questo tipo di comunicazione può anche servire a raccogliere le reazioni dei cittadini e a creare una relazione con gli internauti. Secondo gli organismi intervistati, nei periodi di emergenza i social network rappresentano vettori utili per una comunicazione diretta con il target a cui si rivolgono bypassando ogni altro intermediario.

Per una comunicazione più diretta e mirata, destinata a specifici gruppi target quali gli agricoltori, la stampa, gli amministratori locali e i comuni, i partner si servono anche dei servizi di messaggistica, per esempio WhatsApp, Telegram o ancora le email, che consentono di trasmettere rapidamente le informazioni fattuali, in modo continuo e in tempo reale, nonché di comunicare le misure di sicurezza e le norme. Si tratta di un tipo di comunicazione unilaterale e discendente.

Alcuni soggetti intervistati hanno anche detto di utilizzare servizi quali Instagram e YouTube per mostrare le azioni sul campo o ancora per postare video sulla prevenzione. L'insieme degli intervistati ha detto, inoltre, di aver segnalato sui propri siti internet le azioni effettuate e le informazioni disponibili per diversi tipi di target.

Nella gestione della crisi, i social network vengono utilizzati prevalentemente nella fase di allerta. Uno degli organismi intervistati reputa che dovrebbe spettare alle istituzioni responsabili della protezione civile occuparsene in questa fase.

Un caso interessante da segnalare è quello del SDIS 13 che ha costituito un team di 20 persone incaricate della comunicazione in emergenza sui social media

1 - cfr. Metodologia pag.1.

2 - Su questa questione, è stata organizzata un'intervista complementare con il SDIS 13 nell'ambito del progetto Med-PSS.

(SMEM). Questo team ha per missione: raccogliere le informazioni sull'incendio fornite da altri utenti dei social network, diffondere le informazioni ufficiali e verificate e, infine, controllare le informazioni errate che circolano sui social network. Il SDIS 13 si serve di esperti di grafica, montaggio video e comunicazione per realizzare i propri supporti di comunicazione da diffondere.

#### 2-2-2 Le aspettative che i soggetti intervistati hanno sui social network

Una delle difficoltà sollevate in merito all'uso dei social network è quella del tempo da dedicare alla loro gestione. Molti soggetti intervistati hanno spiegato la difficoltà di alimentare i contenuti e la necessità di avere un addetto alla comunicazione che si dedichi a mantenere attivi questi spazi.

Un'altra questione sollevata da uno dei soggetti intervistati riguarda la reticenza riscontrata in certe istituzioni all'uso delle nuove tecniche dell'informazione e della comunicazione.

Alcuni soggetti intervistati vorrebbero anche postare sui social network messaggi più mirati e adattati ai diversi gruppi target per esempio ai giovani, ampiamente considerati come target prioritario, e contenuti su specifici argomenti quali quelli della difesa dei boschi dagli incendi/AIB.

Sono numerosi i soggetti intervistati che hanno in progetto o comunque desiderano sviluppare l'uso dei social media. Per esempio, l'ANCI Toscana vorrebbe investire sui servizi di messaggistica, come WhatsApp, per raggiungere direttamente il pubblico tramite cellulare comunicando così le norme o i divieti in materia di prevenzione e di lotta contro gli incendi boschivi. Un altro esempio è quello della Regione Autonoma della Sardegna che vorrebbe essere più presente sui social network, in particolare in fasi diverse da quelle di allerta.

In generale, i partner del progetto intervistati hanno espresso la volontà di elaborare un piano di comunicazione sui social network che sia omogeneo per creare una base comune per i diversi attori del territorio.

### 2-2 Qualche informazione preliminare sull'uso dei social network e sulle potenzialità della comunicazione in materia di rischio incendio boschivo

#### 2-2-1 Definizioni: social network e servizi di messaggistica

L'uso dell'espressione "social network" o "community network" rimanda generalmente a quella di "social media", espressione che comprende le diverse attività che combinano tecnologia, interazioni sociali, creazione e pubblicazione di contenuti, quali Facebook, Instagram o ancora Twitter.

I siti internet e le applicazioni mobili consentono agli utenti di crearsi una rete di amici o contatti, favorendo le interazioni sociali tra individui, gruppi di individui o organizzazioni e consentono agli utenti di creare e pubblicare contenuti da condividere all'interno della propria comunità in modo da formare una rete sociale fatta di collaborazione e interazione.

Un altro fenomeno è emerso con l'introduzione degli smartphone, poiché i social network vi si sono adattati dando vita a una varietà di sistemi di messaggistica quali Messenger, WhatsApp, WeChat, Line o ancora Viber, spesso specificatamente concepiti per un utilizzo su cellulare. Tramite questi sistemi, il pubblico può essere raggiunto in qualsiasi momento. Occorre, tuttavia, distinguere i servizi di messaggistica tipo Snapchat - nato storicamente come servizio di messaggistica per poi evolvere verso un sistema di bacheche con pubblicazioni, post di quotidiani e di influencer – dai servizi di messaggistica più classici, tipo WhatsApp. Le applicazioni di messaggistica istantanea sono riuscite a conquistare un ampio numero di internauti perché offrono le stesse funzionalità della maggior parte dei social network, vale a dire inviare foto, messaggi, video e link ma con il vantaggio di evitare la pubblicità e di essere più facili da utilizzare. Consentono, inoltre, di sincronizzare i propri contatti con l'applicazione, di navigare rapidamente sul proprio smartphone e di effettuare scambi con persone in tutto il mondo senza costi aggiuntivi, diventando quindi un mezzo facile ed economico per comunicare con gli amici, la famiglia e i colleghi.

Ciò che distingue le applicazioni di messaggistica dai social network più classici è l'assenza di bacheche, il fatto che gli scambi siano privati e si facciano all'interno di un gruppo di amici e/o di una comunità circoscritta. Per avere accesso alle informazioni contenute occorre far parte di un gruppo. Possono quindi rientrare nella categoria dei social network semplificati per via delle funzionalità di conversazione di gruppo ma se ne differenziano per il loro aspetto più privato.

Tutte queste caratteristiche le rendono utilizzabili come vettori per una comunicazione rivolta a specifici gruppi target ben identificati quali i professionisti: agricoltori, paesaggisti, imprese di lavori o professionisti del turismo. I social network più classici, invece, potrebbero essere impiegati come vettori di informazioni per gruppi target meno specifici.

## 2-2-2 Il ruolo dei social network al giorno d'oggi

Il momento di svolta di Internet, spesso definito con l'espressione "web 2.0", si è avuto con il passaggio a una partecipazione attiva degli utenti nella produzione e nella circolazione dei contenuti. In pochi anni, i social network sono diventati piattaforme centrali di Internet per ogni tipo di utilizzo a scopo personale o professionale.

Esiste un'ampia varietà di social network, i più noti dei quali sono Facebook, che nel 2021 contava 2,80 miliardi di utenti (Cardon 2011), o ancora Twitter, LinkedIn, Instagram, Tik Tok e altri meno conosciuti come Periscope, Flickr, Vimeo, Reddit, Twitch, eccetera.

Ad oggi, si contano nel mondo 4,20 miliardi di utenti di social network, vale a dire il 53% della popolazione mondiale totale con un utilizzo medio quotidiano di 2 ore e 25 minuti (Digital report 2021). Il 45% di questi utenti dichiara di servirsi dei social network quando cerca delle informazioni su prodotti o servizi, con una percentuale ancora più alta nel caso degli utenti più giovani. Ciò dimostra che vi può essere un reale vantaggio nel servirsi di questi social network per diffondere informazioni relative ai rischi legati agli incendi boschivi.

Gli utenti delle piattaforme sono spesso presenti su più social network, per esempio l'85% degli utenti di Tik Tok tra i 16 e i 64 anni utilizza anche Facebook. Da questa sovrapposizione dell'audience sui diversi social network si può dedurre che non è necessario essere attivi su tutte le piattaforme: la presenza su una o due delle principali piattaforme offre il potenziale per raggiungere quasi tutti gli utenti di social network del mondo (Digital report 2021). Tuttavia, non bisogna concentrare la totalità della comunicazione solo sulle grandi piattaforme ma avere un approccio strategico in funzione dei contributi, dei vantaggi e delle diverse possibilità di partecipazione che ciascuna di queste piattaforme può offrire. I dati qui presentati riguardano l'anno 2021 ma è vero che l'ambiente di questi social network è in continua evoluzione. Basti prendere l'esempio di Tik Tok, lanciato nel 2016 ma in vera espansione solo dal 2020, vale a dire dal momento del lockdown. Le evoluzioni di questi social network non sono prevedibili anche se alcuni di essi sembrano durare nel tempo, come Facebook creato nei primi anni 2000 e ancora leader per numero di utenti presenti sulla piattaforma.

## 2-2-3 I principali social network esistenti

Esiste una varietà di social network, ognuno con caratteristiche proprie e destinato a profili differenti.

La tabella 1 della pagina successiva fornisce delle indicazioni sui profili degli utenti, sugli orari e sulla frequenza di pubblicazione ma anche sui vantaggi di ognuno di questi social network. Basandosi sugli usi abituali di ciascuna piattaforma, fornisce anche dei consigli relativi al tipo di messaggi e alle fasi raccomandate del ciclo di gestione del rischio incendi boschivi. Questa tabella potrà consentire di posizionarsi sul tipo di piattaforma in funzione del profilo del pubblico con il quale si vuole comunicare, dell'asse di comunicazione scelto e del tempo che si desidera dedicare a questa azione di comunicazione.

Social network	Profilo	Fasce orarie di pubblicazione* e fasi consigliate	Tipo di messaggio consigliato	Vantaggi e utilità della piattaforma
<b>Facebook</b> (Piattaforma leader per numero di utenti)	Aggregativo Ampia varietà di profili 32% nella fascia 25-34 anni	Da giovedì a domenica Dalle 13:00 alle 16:00 Maggior tempo di partecipazione il week-end 1 volta a settimana  <i>Fasi consigliate:</i> prevenzione e allerta	- Messaggi accessibili: evitare un vocabolario troppo tecnico - Messaggi non di tipo normativo - Post che stimolano una reazione (commenti e condivisioni) - 1 o 2 Hashtag a messaggio	Consente di: - fidelizzare grazie all'appartenenza degli internauti a dei gruppi - rilanciare contenuti e link - costruire una comunità - condividere informazioni generali sull'organismo
<b>Instagram</b> (applicazione mobile dedicata a foto e video)	71% di età inferiore a 35 anni	Lunedì, mercoledì, giovedì Dalle 7:00 alle 9:00 o dopo le 17:00 Nei momenti dedicati al tempo libero 1 volta al giorno  <i>Fase consigliata:</i> prevenzione	- Forte identità visiva - Video e foto d'effetto - Da 9 a 20 Hashtag pertinenti a messaggio	Consente di: - valorizzare l'organismo, le attività, i servizi - servirsi di un buon vettore per creare una relazione di prossimità con il pubblico - coinvolgere gli influencer nella comunicazione <i>Consigli:</i> - i video di durata inferiore a 30 secondi hanno maggiore visibilità - attenzione ai diritti di immagine
<b>Snapchat</b> (applicazione mobile dedicata a foto e video)	38% nella fascia 18-24 anni	Tutta la settimana dalle 22:00 all'1:00 Strumento di divertimento dopo le ore di studio 1 volta al giorno <i>Fasi consigliate:</i> prevenzione e allerta	- Momento presente - Favorire la spontaneità - Contenuti creativi originali	Consente di: - essere utilizzato facilmente - svecchiare l'immagine - raggiungere il pubblico più giovane - diffondere contenuti effimeri che restano online 24 ore
<b>Twitter</b> (informazioni in tempo reale)	Aggregativo Varietà di profili 49% nella fascia 22-44 anni	Da lunedì a venerdì Dalle 7:00 alle 9:00 e dalle 11:30 alle 13:30 1 o 2 volte al giorno  <i>Fasi consigliate:</i> prevenzione e allerta	- Conciso - Con supporti visivi - 1 o 2 Hashtag a messaggio	Consente di: - fare monitoraggio - migliorare la visibilità - rilanciare le proprie attività <i>Consiglio:</i> - i video di durata inferiore a 45 secondi hanno maggiore visibilità
<b>LinkedIn</b> (per i professionisti)	77% nella fascia 24-54 anni	Da lunedì a venerdì dalle 10:00 alle 11:00 Momento di pubblicazione sconsigliato: in orario non di ufficio 1 volta ogni 15 giorni  <i>Fase consigliata:</i> prevenzione	- Presentare l'organismo - Mostrare il proprio know-how - 3 o 4 Hashtag pertinenti a messaggio	Consente di: - creare opportunità professionali - dare credibilità all'organizzazione e valorizzare i volontari mettendone in risalto le competenze - scambiare sulla piattaforma
<b>Tik Tok</b> (applicazione mobile dedicata ai video)	75% nella fascia 13-24 anni Piuttosto femminile	Tutta la settimana dalle 7:00 alle 9:00 dalle 19:00 alle 22:00 da 2 a 10 video al giorno  <i>Fase consigliata:</i> prevenzione	- Messaggi pedagogici e ludici - Proporre sfide - Video con persone come protagonisti	Consente di: - sottolineare il lato umano dell'organismo che comunica dando risalto al personale - sensibilizzare i più giovani <i>Consigli:</i> - fare attenzione all'età molto giovane del pubblico

**Tabella 1: I principali social network con le relative specificità (profilo degli utenti, tipo di contenuto appropriato, vantaggi).** Fonte: formazione Solidatech "Social network: quali privilegiare per la vostra associazione".

\* Le fasce orarie di pubblicazione sono quelle con maggiore presenza di utenti sulla piattaforma.

## Utilizzare bene gli Hashtag #

L'utilizzo degli Hashtag è essenziale per dare maggiore visibilità ai messaggi. Gli Hashtag sono delle parole chiave che vengono messe in evidenza scrivendole accanto al simbolo # (Hashtag) in una sola parola o in una serie di parole scritte senza spazi (per esempio **#wildfire**, **#incendiobosco**). In questo modo, i tweet verranno indicizzati e anche gli internauti che non seguono gli account degli operatori dell'antincendio boschivo potranno accedere ai relativi contenuti. Per aumentare la visibilità, occorre optare per Hashtag pertinenti in funzione del contenuto, della localizzazione geografica dell'oggetto del messaggio e degli attori menzionati nel messaggio. Quando vengono utilizzati, il social network li indicizza organizzando il contenuto in categorie. Ciò consente di ritrovare più facilmente quanto pubblicato (post o tweet) e di scoprire altri post legati alla medesima tendenza cliccandoci sopra.

Gli Hashtag si trovano in diversi social network come Facebook, Twitter, LinkedIn o ancora Instagram. Quando una parola chiave risulta molto utilizzata, apparirà tra le tendenze nazionali acquistando ancor più visibilità. Al di là delle tendenze a livello nazionale, ogni internauta ha delle proprie tendenze personalizzate in funzione del luogo di residenza e degli account che segue. Gli Hashtag partecipano alla visibilità dei messaggi: un tweet con un Hashtag viene ritwittato con una frequenza doppia rispetto a un tweet senza Hashtag. Tuttavia, occorre adoperarli con attenzione non superando un certo numero di Hashtag in funzione del social network (cfr. Tabella pagina 17) e limitandosi ad utilizzare quelli corrispondenti al proprio contenuto per evitare di confondere il messaggio.

L'utilizzo di un Hashtag comune all'insieme dei partner del progetto, utilizzato insieme ad altri Hashtag relativi a uno specifico post, consentirebbe di avere uno spazio virtuale che raggruppi tutto il materiale pubblicato dagli attori dell'antincendio boschivo nel territorio del progetto Marittimo (o addirittura di tutto il Mediterraneo). Per sapere quale Hashtag utilizzare, esistono degli strumenti che reperiscono e valutano gli Hashtag di "tendenza".

- **Hashtagify**: si tratta di uno strumento che mostra gli Hashtag correlati a quello inserito nel motore di ricerca, evidenziandone le tendenze, la popolarità, le lingue in cui è usato e infine le eventuali varianti di questo stesso Hashtag.
- **Talkwalker**: questo strumento consente di conoscere gli Hashtag derivati dal termine inserito nel motore di ricerca, indicandone il tenore (positivo o negativo), le statistiche per paese, sesso e social network.
- **TagBoard**: si tratta di uno strumento semplice che consente di seguire l'utilizzo di un Hashtag da parte degli internauti attraverso i vari social network.
- **Tweet Binder**: consente di analizzare l'impatto di un Hashtag o di una parola su Twitter inserendo i propri dati di accesso a Twitter e la parola o l'Hashtag che si desidera analizzare.
- **RiteTag**: per trovare Hashtag originali.

### 2-2-4 Il caso dei social media nella gestione dell'emergenza

I social network sono divenuti attori di riferimento nella promozione, tra le altre cose, di aziende, associazioni o movimenti. Consentono lo sviluppo di una comunità intorno a determinati temi, nonché la trasmissione di informazioni e una comunicazione a basso costo. Vengono utilizzati come leve nelle campagne di comunicazione poiché migliorano la visibilità dei messaggi e ne aumentano la circolazione tra i siti web.

Sono anche vettori importanti nella gestione dell'emergenza e presentano il vantaggio di riunire centinaia, migliaia se non miliardi di utenti su una stessa piattaforma, il che consente di diffondere informazioni e consigli in modo massivo mirando potenzialmente a gruppi specifici sulla base di caratteristiche demografiche, affinità e interessi. È possibile sfruttare diverse forme di comunicazione e interazione, per esempio le newsletter, i commenti, i "like".

"Quello della comunicazione in emergenza sui social media (SMEM – Social Media in Emergency Manage-

ment) è un concetto originato dai team di supporto alle operazioni virtuali. Consiste nel gestire le emergenze e le catastrofi servendosi delle nuove tecnologie, in particolare Internet e i social network" (Wikipedia).

I social media applicati alla gestione delle emergenze o della crisi servono a:

- raccogliere informazioni (informazione ascendente);
- comunicare, nel caso delle autorità pubbliche (informazione discendente).

Lo SMEM può, pertanto, dare agli internauti la possibilità di adottare un approccio più partecipativo, mobilitandoli affinché contribuiscano a diffondere informazioni ufficiali e attendibili e permettendogli di divulgare le informazioni provenienti dal basso grazie ai post. Questa "collaborazione" tra internauti e autorità pubbliche consente di ampliare l'area di diffusione e di intercettazione delle informazioni e può contribuire a una migliore gestione della crisi.

"Lo SMEM consente di:



- aiutare e orientare le autorità di protezione e sicurezza civile e i cittadini in difficoltà o in panico;
- avere una migliore comprensione dell’evento, rilevare eventuali segnali deboli o angoli morti;
- far diffondere la comunicazione proveniente dalle autorità pubbliche;
- accedere più rapidamente all’informazione in tempo reale;
- contribuire a salvare vite umane (geolocalizzazione, messaggi di prevenzione, accelerazione delle ricerche, rilevazione di persone sinistrate o scomparse, eccetera);
- verificare, correggere l’evento e smentire le dicerie, rilevare le informazioni errate;
- dialogare e collaborare con i cittadini;
- disporre prima e durante l’evento di intermediari seri e affidabili;
- investire il cittadino del ruolo di attore nella sicurezza propria e altrui e sensibilizzarlo all’importanza di aiutare gli altri” (Wikipedia).

Oggi, l’onnipresenza dei cellulari rende possibile il principio dello SMEM. Per un cittadino, avere uno smartphone significa poter essere raggiunto e avvisato in qualsiasi momento. È un vantaggio enorme nella gestione della crisi e nella comunicazione delle norme di sicurezza.

I servizi di messaggistica sono un mezzo agevole e rapido per comunicare con le organizzazioni, per porre questioni o fare osservazioni, per allertare in caso di innesco di incendio, eccetera. Consentono anche, in

fase di prevenzione, di inviare messaggi personalizzati al pubblico in base ai gruppi di appartenenza: il pubblico si sente interpellato personalmente e l’interazione individuale, implementata con queste applicazioni, consente una migliore acquisizione dei messaggi trasmessi. Con questi sistemi di messaggistica, i gruppi costituiti possono generare una nuova dinamica che si traduce nella creazione di una pagina o di un altro gruppo sui social network tradizionali (per esempio Facebook) permettendo così che l’informazione arrivi anche a nuovi utenti.

Gli strumenti dello SMEM sono:

- la ricerca di informazioni (contenuti pertinenti, geolocalizzazione del luogo della crisi, utilizzo di Hashtag, eccetera),
- la strutturazione dell’informazione (presentazione su un solo supporto di tutte le informazioni raccolte),
- la lotta contro le informazioni false (durante le crisi i social network possono veicolare informazioni non verificate se non addirittura erronee, il che spiega l’importanza per le autorità impegnate nella lotta attiva, soprattutto in fase di emergenza, di avere un team dedicato alla verifica dei fatti).

## 2-3 Inserire i social media nella gestione dell’emergenza: l’esempio di due istituzioni

In questa parte, verranno presentate le direttive date da alcune istituzioni per comunicare correttamente sul rischio legato agli incendi boschivi e sulla sua gestione.

Per farlo, alcune istituzioni hanno stilato dei principi da rispettare per organizzare una comunicazione omogenea sui social network.

### 2-3-1 La rete #socialProCiv in Sardegna

È il caso della Regione Autonoma della Sardegna e della sua rete #socialProCiv costituita da una community aperta a tutti che verte sulla diffusione delle informazioni e la sensibilizzazione verso la protezione civile sia in emergenza sia in ordinario. Questa rete è formata da istituzioni e organizzazioni, tra cui le associazioni di volontariato che operano nel campo della protezione civile. La Regione Autonoma della Sardegna ha pubblicato un documento in cui vengono stilati dei principi (cfr. riquadro) finalizzati a inquadrare l’uso di questa rete e garantire una comunicazione omogenea lasciando al contempo agli utenti una certa autonomia nella pubblicazione dei messaggi.

## I principi della rete #socialProCiv

- Un accordo di trasparenza (legittimità della persona che gestisce l’account e ruolo della stessa all’interno della protezione civile nazionale).
- Un impegno sulla qualità e l’esattezza delle informazioni diffuse tramite la verifica preventiva e sistematica dei dati da parte del membro della rete che pubblica la comunicazione.
- Dichiarare le informazioni che riguardano l’organismo gestore dell’account, vale a dire le azioni condotte dall’organizzazione, le caratteristiche del servizio che offre.
- Indicare le regole di moderazione, chi le applica e secondo quale regolamento di moderazione.
- Aderire a una clausola di esclusione di responsabilità per i commenti o i tweet pubblicati dagli internauti.
- Per utilizzare l’Hashtag #socialProCiv i post devono riferirsi a una lista di argomenti predefiniti che possono essere discussi all’interno della rete.
- Le regole di animazione della rete: per esempio, leggere sistematicamente le citazioni e i commenti degli internauti (facoltativo solo nel caso di una grave situazione di emergenza a livello nazionale) e se necessario segnalare le conversazioni scioccanti, irrispettose, eccetera.

Per accedere a questa rete e utilizzare l'Hashtag, i membri devono dichiarare di far parte della rete e sottoscrivere i principi del manifesto #socialProCiv.

Prima di essere pubblicati dai membri, gli argomenti che saranno oggetto dei messaggi vengono condivisi e discussi all'interno della rete. In seguito, ogni attore della rete elabora la propria politica di comunicazione e pubblica i propri messaggi secondo i principi condivisi dalla rete. All'interno della rete vengono elaborati e condivisi glossari tematici e vocabolari di Hashtag che gli operatori della protezione civile membri di #socialProCiv possono in seguito riutilizzare per la loro comunicazione. Tutti i messaggi messi online dai membri e provenienti dalla rete devono essere identificati con l'Hashtag #socialProCiv. Questo Hashtag funziona come un segnale che l'informazione ad esso correlata è ufficiale e verificata e può, pertanto, essere diffusa dai cittadini. Inoltre, una banca dati pubblica e consultabile dagli utenti elenca tutti i membri della rete, il che garantisce la qualità delle informazioni reperite.

### 2-3-2 L'associazione VISOV in Francia

In Francia, per realizzare la comunicazione in emergenza sui social media (SMEM) lo Stato si appoggia all'associazione VISOV (Volontari internazionali di supporto alle operazioni virtuali). In effetti, l'adozione dello SMEM sulla questione degli incendi boschivi risulta ampiamente auspicabile, ma richiede un vero e proprio investimento: è un lavoro costoso in termini di tempo ed energia e che necessita di una conoscenza approfondita delle tecniche di ricerca e di validazione delle informazioni sui social network e di un team interamente dedicato a questo servizio (che può riunirsi in uno spazio virtuale). Per rispondere a questo problema, l'associazione VISOV, costituita da un gruppo di cittadini, sviluppa degli strumenti che consentono di far funzionare i servizi di SMEM delle varie istituzioni e organizzazioni governative e mette anche a disposizione degli organismi di gestione della crisi le informazioni ricavate dai social network in modo tale che possano coglierle e utilizzarle nei loro processi decisionali. L'associazione elabora anche infografiche e/o messaggi da diffondere per una comunicazione più efficace e organizza campagne di comunicazione che insistono sull'utilizzo dei

#MSGU

## SE PRÉPARER AVANT L'ACCIDENT

**ABONNEZ-VOUS AUX COMPTES OFFICIELS DE L'ÉTAT ET RELAYEZ LEURS MESSAGES PRÉVENTIFS.**

Sur ces comptes, l'information aura été vérifiée. En cas d'accident, elle sera plus fiable que sur d'autres comptes, même si elle est publiée plus tardivement.

**SUIVEZ PRIORAIREMENT LES COMPTES :**

- DES SERVICES DE PROXIMITÉ**  
Préfecture de votre département @prePXX  
Pompiers (SDIS) ...
- DES MINISTÈRES ET DE @GOUVERNEMENTFR**
- DES SERVICES DU MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR :**  
@Place\_Beauvau  
@Gendarmerie  
@PNationale  
@prefpolice
- DES PARTENAIRES DE L'ÉTAT ET DES PRINCIPALES INSTITUTIONS, ASSOCIATIONS ET ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES**  
votre mairie,  
votre département,  
la Croix Rouge locale,  
Visov (@VISOV1)

Pour en savoir plus : [www.risques.gouv.fr](http://www.risques.gouv.fr)

#MSGU

## AGIR DE FAÇON RESPONSABLE PENDANT LA CRISE

**ÉVITEZ LA PROPAGATION DE RUMEURS :**

Relayez uniquement les messages provenant de comptes que vous connaissez et dans lesquels vous avez confiance, notamment les comptes officiels. La diffusion d'informations non confirmées et potentiellement fausses peut ralentir le déploiement des secours et mettre des vies en danger. Vérifiez vos sources plutôt que de relayer précipitamment une information. Cela pourra aider les services de secours.

**ÉVITEZ D'UTILISER VOTRE TÉLÉPHONE PORTABLE POUR DES APPELS OU DES SMS.**

Si vous voulez prévenir vos proches, préférez les réseaux filaires pour téléphoner et envoyer des messages par mail ou via les réseaux sociaux.

**SI VOUS DÉTECTEZ UNE PERSONNE EN DIFFICULTÉ OU UNE SITUATION D'URGENCE**

Composé en priorité le **18** ou le **112**.  
Quand un numéro de téléphone est mis en place par les pouvoirs publics, contactez-en avant et suivez les consignes données.

Pour en savoir plus : [www.risques.gouv.fr](http://www.risques.gouv.fr)

Infografiche tratte dal sito dell'associazione VISOV [www.visov.org](http://www.visov.org)  
Da adattare ai rischi legati agli incendi boschivi.

social network durante i periodi di crisi, per esempio: "Social media per la gestione delle emergenze: adottiamo i gesti civici"; "Abbonatevi agli account ufficiali dello Stato e rilanciate i messaggi utili alla prevenzione". VISOV può anche diffondere sui social network le informazioni provenienti dagli organismi di gestione della crisi per facilitare la gestione di un evento di grossa portata. I team di VISOV possono, infine, interagire direttamente con il cittadino per richiedere dettagli su un'informazione, fare eventuali smentite o ancora rispondere a richieste di assistenza.

Dopo aver analizzato lo stato dell'arte dell'utilità dei social network e dei diversi usi che ne fanno le istituzioni, vengono ora proposte alcune raccomandazioni per un uso finalizzato alla comunicazione sul rischio incendio boschivo.

## 2-4 Proposte generali e comunicazione sui social network

### 2-4-1 Una premessa: la carta editoriale

Per poter comunicare efficacemente è indispensabile avere un profilo visivo, grafico ed editoriale che si distingua e venga facilmente riconosciuto dal pubblico. Per farlo, occorre in un primo tempo avviare una riflessione strategica sulle risorse da destinarvi (quante persone saranno coinvolte nella comunicazione, nell'animazione e nel monitoraggio dei social network) e sui target da raggiungere. In funzione di questi elementi sarà facile scegliere la piattaforma di cui servirsi (cfr. Tabella a pagina 17) e redigere in seguito una carta editoriale che consenta di avere una comunicazione omogenea con una logica di pubblicazione comune:

- stabilire delle regole di presentazione e la carta grafica desiderata,
- fare una rassegna dei valori e delle informazioni che si desidera comunicare,
- definire gli obiettivi dei messaggi da pubblicare,
- accordarsi sul numero dei messaggi da pubblicare,
- individuare i punti da sorvegliare,
- determinare il tipo di messaggio da diffondere.

Una volta concepita la carta editoriale, è necessario incitare gli utenti a reagire (con commenti e condivisioni) e questo è possibile grazie alla pubblicazione di messaggi di qualità, utili e interessanti che stimolino l'appropriazione del contenuto. D'altra parte, è importante variare i messaggi e adattarsi ai diversi social network, alternando per esempio il tipo di registro (informativo, pedagogico, eccetera), lo stile utilizzato (istituzionale, scientifico, empatico) o ancora il linguaggio adottato. Vi sono, inoltre, degli strumenti di gestione e programmazione che suggeriscono come pubblicare al momento opportuno e in funzione delle diverse piattaforme. È anche importante tenere viva la rete, trovare nuovi utenti, interagire e far girare i contenuti, dare i "like" e commentare i post dei soggetti impegnati in prima linea. Più che di comunicazione, si tratta in questo caso di animazione e non bisogna esitare a usare l'empatia (o addirittura l'umorismo, in fase di prevenzione). Occorre creare una relazione di fiducia e coinvolgimento, in modo tale che in fase di allerta gli internauti pensino spontaneamente al servizio di emergenza e gli trasmettano informazioni utili. Infine, per migliorare la comunicazione, occorre valutare i feedback ricevuti dalla community e guardare le statistiche dei messaggi pubblicati.

### 2-4-2 Proposte per la fase di allerta

Le proposte presentate in questa sezione sono destinate alla comunicazione sui social network in fase di allerta. In questa fase, è importante avere un legame

forte con il pubblico per sensibilizzarlo ai buoni gesti, informarlo sulle norme di sicurezza e invitarlo a reagire (commentare/rilanciare/condividere) e pubblicare se necessario i messaggi sulle reti (per segnalare, per esempio, un rischio o un innesco di incendio). Per alcune delle proposte di seguito, è richiesta la partecipazione degli utenti dei social network al fine di una migliore appropriazione del rischio e della sua gestione da parte della popolazione:

- promuovere un approccio di tipo SMEM in seno alle organizzazioni che operano nella difesa dei boschi dagli incendi/AIB e nella lotta attiva, per avere dei feedback immediati da parte della popolazione e utilizzare i dati degli internauti i quali, resi attivi nell'allerta e nella lotta, potranno così sentirsi utili;
- diffondere ampiamente un bollettino del rischio collaborativo e interattivo che consenta agli internauti di dare informazioni sulle condizioni meteorologiche delle loro zone di residenza;
- pubblicare quotidianamente dei messaggi sulle diverse piattaforme con elementi visivi che colpiscono l'attenzione restando però positivi;
- dare risalto al lavoro effettuato sul campo dagli uomini e dalle donne, vale a dire da tutti gli attori e i volontari impegnati nella lotta attiva;
- diffondere le informazioni sulle attività ricreative che non rappresentano un rischio: è un modo questo di invitare il pubblico a praticare attività non rischiose;
- mettere a disposizione sui social network più influenti (Twitter e Facebook) una carta interattiva e partecipativa su cui gli internauti possano inserire informazioni su nuovi eventuali inneschi o altre informazioni suscettibili di agevolare la lotta attiva in caso di emergenza;
- creare un Hashtag che possa essere usato a livello internazionale da tutti gli attori dell'antincendio boschivo.

### 2-4-3 Proposte per la fase di prevenzione

Durante tutto l'anno, è fondamentale mantenere un contatto con gli internauti e fare in modo che il gruppo e la pagina vengano seguiti. Le proposte che seguono mirano a stimolare la creazione di una community attiva sui social network per ottenere così, al momento opportuno, una maggiore influenza sulle reti.

- Creare dei gruppi di messaggistica con alcuni target, per esempio con le persone che hanno subito un sinistro, che diventino uno spazio di scambio e non di comunicazione unilaterale, e animare questi spazi in modo tale da spingere gli stessi target a creare dei gruppi sui social network.
- Comunicare sulle diverse attività possibili nelle aree boschive (attività ricreative, professionali, eccetera) e sul valore della foresta, per avere messaggi più positivi e restare presenti sui social network in qualunque periodo.

- Animare i social con post che stimolino una reazione, del tipo “Lo sapevate?”.
- Comunicare in modo positivo e accessibile sugli obblighi legali di decespugliamento: per esempio, i professionisti del paesaggio potrebbero dare consigli su come valorizzare gli interventi di decespugliamento (compost, land art, eccetera).
- Proporre contenuti sul giardinaggio, privilegiando le specie vegetali resilienti e resistenti al fuoco, promuovere i “giardini mediterranei resistenti al fuoco”.
- Pubblicare foto o schemi che illustrano come conservare la legna da ardere per evitare rischi in prossimità delle abitazioni.
- Realizzare dei contenuti destinati ai professionisti dell’edilizia per ricordare i rischi legati agli strumenti e ai materiali impiegati.
- Comunicare con i professionisti di attività turistiche all’aria aperta per sensibilizzarli al ruolo di intermediari nella protezione degli spazi naturali e nell’apprendimento dei gesti di prevenzione del rischio incendio, per esempio: “Informate la clientela, garantitevi la prossima stagione! #IncendioBoschivo”.
- Fare campagne di comunicazione con Hashtag invitando il pubblico a utilizzarli, per esempio: #Foresta-Protetta #IlMioTerritorio con foto di terreni decespugliati in zone di interfaccia residenze/foresta.
- Implementare in seno ad ogni istituzione una comunicazione interna via intranet per ritrasmettere al personale interno le stesse informazioni diffuse al pubblico. Promuovere una comunicazione sistematica e orizzontale tra i diversi servizi dell’organismo per informare tutti gli attori sulle azioni condotte dai diversi servizi.

Queste ed altre proposte vengono presentate nella [tabella delle pagine da 26 a 28](#) in funzione delle diverse fasi del ciclo di gestione del rischio.

Come osservato nel capitolo precedente (cfr. pagina 4), la comunicazione in fase di emergenza, vale a dire al momento dell’incendio, è delicata: essendo una comunicazione in tempo di crisi, richiede infatti di appoggiarsi ad attori istituzionali e a dati provenienti da fonti attendibili. Questa comunicazione deve essere condotta con molta prudenza, come verrà dettagliato nella parte successiva.

## 2-5 Comunicare sui social network in fase di emergenza

### 2-5-1 Elementi preliminari

La comunicazione in fase di emergenza tramite i social network, così come tramite la stampa, deve provenire dai servizi incaricati dell’organizzazione della lotta attiva e dalle autorità locali. Occorre assicurarsi di trasmettere informazioni che non diano adito ad alcuna interpretazione errata (se non addirittura a contestazioni), dando al contempo indicazioni utili per la protezione del bosco, dei beni e delle persone. Durante questa comunicazione, è importante ricordare le regole di condotta affinché la popolazione sia messa in sicurezza e i servizi di lotta attiva possano lavorare evitando quanto più possibile la presenza di persone nelle zone a rischio. Il discorso adottato per queste comunicazioni, che sia scritto o orale, deve privilegiare un vocabolario rassicurante e optare per l’uso del condizionale nella descrizione dell’incendio. In effetti, il carattere dell’incendio è evolutivo ed è importante dare sempre informazioni verificate. L’uso del condizionale consente di aggiornare le informazioni nel tempo, lasciando all’informazione la possibilità di evolvere senza con ciò coinvolgere la responsabilità degli organismi incaricati della lotta attiva. Infine, e nella stessa ottica, si eviterà così di annunciare troppo rapidamente l’estinzione di un incendio, si parlerà piuttosto in termini di evoluzione e stabilizzazione ma la sua estinzione sarà menzionata solo quando sarà scongiurato ogni rischio di ripresa. La comunicazione sui social network in fase di emergenza avviene su **Twitter** e **Facebook**, piattaforme di ampia audience. L’utilizzo dei social network offre il vantaggio di fornire le prime informazioni in modo più rapido e diretto di quanto avverrebbe con la stampa, e a qualunque ora, e di poter comunicare con regolarità. Diventa anche possibile aggiungere nuovi elementi, per esempio un nuovo rischio, nuovi dati sui mezzi dispiegati, sulla superficie percorsa dal fuoco, sui rinforzi sopraggiunti o ancora sull’arrivo dei mezzi aerei, sulle eventuali evacuazioni, eccetera. Si tratta di canali più rapidi per raggiungere tutti i pubblici e soprattutto i residenti. Non vi sono distinzioni di target: in tempo di emergenza, ogni gruppo è ugualmente interessato in quanto popolazione presente sul territorio. I social network consentono anche di risparmiare tempo nelle relazioni con i media e i canali all-news che possono riprendere i tweet postati dai servizi di lotta attiva e dalle autorità. Gli attori della lotta attiva possono così comunicare con tutti i target fornendo al contempo le informazioni alla stampa con un notevole risparmio di tempo.

Il paragrafo che segue presenta degli esempi di messaggi che possono essere pubblicati durante la fase di emergenza sui social network.



## 2-5-1 Linee direttrici e messaggi

La comunicazione in fase di emergenza avverrà prevalentemente su Twitter che è una piattaforma di informazione in tempo reale spesso usata come fonte di notizie dai media e dai canali all-news. Viene anche consigliato di utilizzare Facebook per via della sua audience particolarmente ampia.

Twitter e Facebook utilizzano gli stessi codici, vale a dire messaggi con testi brevi, e sono quindi idonei alla comunicazione in fase di emergenza che deve essere concisa e trasmettere in modo sintetico gli elementi importanti sulla lotta contro l'incendio. Facebook offre anche la possibilità di scrivere testi più lunghi nel caso fosse necessario, sarebbe quindi auspicabile rilanciare su Facebook i post preventivamente pubblicati su Twitter.

La comunicazione sui social network inizierà nel momento in cui verranno dispiegati dei mezzi per contrastare un incendio che rischia di diventare di grandi dimensioni. Questa comunicazione iniziale avverrà prima dei comunicati stampa in modo da fornire una prima informazione rapida. Come già menzionato, sarà importante realizzare degli Hashtag (ed eventualmente una carta grafica) specifici alla comunicazione in fase di emergenza per una migliore visibilità dell'informazione. Dopo il primo post e in funzione dell'intensità e della dinamica dell'incendio, si potrà comunicare regolarmente a intervalli di un'ora, descrivendo l'evoluzione dell'incendio (rinforzi, condizioni metereologiche, eccetera), comunicando le norme delle autorità (gesti corretti, confinamenti, evacuazioni, eccetera) e dando elementi di successo (case o edifici messi in protezione, ettari salvati).

I seguenti esempi di messaggi dovranno essere adattati al contesto. Potranno essere utilizzati in parte o nella loro interezza in funzione della situazione.

[---] = da completare in funzione della situazione

(---) = da adattare al contesto

### Post al momento dell'insacco dell'incendio e all'arrivo dei primi mezzi sul posto

#IncendioBoschivo in corso a [#localizzazione]. I [#servizi di lotta attiva/volontari] sono in azione con [mezzi impiegati]. Al momento, sarebbero in fiamme [superficie bruciata].

Le squadre sono sul posto, evitate il settore e non intralciate i soccorsi. #Forestfire

*Per i residenti:*

Lasciate il cancello aperto.

Lasciate a disposizione le riserve d'acqua (piscine, cisterne, eccetera).

Mettete al riparo dal fuoco le bombole del gas e i bidoni di liquido infiammabile. #GestoCivico, #stayAtHome

*Elemento visivo:* foto del fumo/o dei mezzi impiegati.

### Post per ricordare l'incendio in corso

#IncendioBoschivo, vi ricordiamo che un incendio è in corso a [#localizzazione], sono dispiegati [mezzi sul posto] con [attori della lotta attiva] venuti a rinforzo.

Non parcheggiare lungo le strade.

Evitate di utilizzare [strade e vie d'accesso in prossimità]

Agevolate l'intervento dei mezzi di spegnimento lasciando liberi gli accessi e chiamando il [numero di emergenza] solo in caso di emergenza, grazie. #SMEM, #socialProCiv, #ForestFire

*Elemento visivo:* foto di un operatore della lotta attiva in azione

### Post per promuovere i social media nella gestione dell'emergenza

#IncendioBoschivo, attualmente (x #servizio di lotta attiva) sono mobilitati per lottare contro un (violento) incendio boschivo a [#localizzazione] che ha percorso (8 km in poco più di 2 ore). #ForestFire

Vi ricordiamo che potete aiutarci a segnalare eventuali nuovi inneschi grazie a (#SMEM, #socialProCiv, #fireAlert, #InfoSicurezza)

*Elemento visivo:* infografica sui social media nella gestione dell'emergenza

### Post da pubblicare in funzione del percorso del fuoco

#IncendioBoschivo. L'incendio a [#localizzazione] ha percorso (12km) e si dirige adesso verso il comune di [#comune città]. I servizi [#servizi di lotta attiva/pompieri/volontari] sono sempre mobilitati per contrastare l'incendio e stabilizzarlo.

Lasciate circolare i [#servizi di lotta attiva/pompieri/volontari]

Evitate il settore. Cambiate itinerario e passate per [indicazione della strada].

Seguite con attenzione l'evolversi della situazione.  
Non abbandonate un'abitazione se non siete sicuri che la via di fuga sia aperta #stayAtHome, #GestoCivico

Evacuate solo ed esclusivamente su richiesta dei soccorsi.

*Elemento visivo:* Infografica sui buoni gesti in caso di incendio

---

### Post per dare l'ordine di confinamento nel proprio domicilio e ricordare i buoni gesti

#IncendioBoschivo. L'incendio di [#localizzazione] è sempre in corso, i servizi di lotta attiva sono mobilitati per stabilizzarlo. Vi ricordiamo che dovete restare a casa!

Agevolate l'intervento dei mezzi di soccorso lasciando liberi gli accessi.

Lasciate a disposizione le vostre riserve d'acqua e altri strumenti utili (pompe per l'acqua, eccetera).

Rimanete all'interno di un edificio in muratura.

Chiudete le persiane e le finestre e mettete dei panni umidi sotto le porte.

Evitate di formare correnti d'aria. #stayAtHome, #StayAlive, #GestiCheSalvano.

Evacuate solo quando ne ricevete l'ordine.

*Elemento visivo:* foto di una casa in cui sono stati rispettati gli obblighi legali di decespugliamento.

---

### Post per dare l'ordine di evacuazione

#IncendioBoschivo. Il sindaco di [comune] ordina l'evacuazione del quartiere [X].

#AllertaIncendio, le persone in evacuazione devono dirigersi verso [la palestra X, il municipio X]

I residenti del settore (X) sono pregati di evacuare.

Seguite le indicazioni dei soccorritori.

Evacuate solo su richiesta dei soccorritori.

La vostra casa può proteggervi se è una costruzione tradizionale. #StayAlive, #GestoCivico

oppure

La vostra casa vi protegge se il suo esterno è stato correttamente decespugliato. #StayAlive, #GestoCivico

-Elemento visivo: cartello di segnalazione del pericolo o foto del punto di accoglienza

Se il fuoco non è stato ancora stabilizzato e dopo aver pubblicato tutta la giornata informazioni relative all'incendio e alla sua evoluzione, verrà pubblicata un'ultima informazione per chiudere la giornata. Un'altra pubblicazione verrà effettuata la mattina per informare dell'evoluzione dell'incendio durante la notte.

---

### Post serale per fare il bilancio della giornata

#IncendioBoschivo, l'incendio di [#localizzazione] è ancora in corso, i [#servizi di lotta attiva /pompieri/volontari] sono mobilitati con [mezzi di lotta]. #ForestFire

(Una lotta senza sosta) continuerà tutta la notte per mettere la popolazione in sicurezza e proteggere le abitazioni e la foresta.

Vi ricordiamo di evitare il settore, di restare a casa e di non intralciare il lavoro di [#servizi di lotta attiva /pompieri/volontari].

*Foto:* operatori della lotta attiva in azione di notte con una lancia antincendio

---

### Post da pubblicare la mattina per fare un bilancio dell'incendio dopo la notte

#IncendioBoschivo. Questa mattina i [#servizi di lotta attiva] sono ancora impegnati nell'incendio di [#localizzazione], il fuoco ha percorso (X ettari) distruggendo (X ettari di foresta) e i [#servizi di lotta attiva /pompieri/volontari] sono riusciti a proteggere (X abitazioni dalle fiamme) e (X ettari di foresta). #ForestFire

*Video:* un operatore della lotta attiva che fa il bilancio della notte (superficie percorsa, interventi realizzati, operatori della lotta attiva)

Infine, un ultimo post verrà pubblicato a incendio concluso e avrà come obiettivo quello di illustrare il lavoro realizzato dagli operatori, elencare i mezzi dispiegati, ringraziare le squadre di rinforzo e i cittadini. Questa comunicazione potrà essere l'occasione per ricordare i gesti corretti per evitare nuovi incendi e sottolineare il valore degli spazi forestali (flora, fauna, paesaggio).

---

## 👉 Ultimo post a incendio concluso

#IncendioBoschivo. Attualmente, il lavoro dei [#servizi di lotta] consiste nel limitare la ripresa dell'incendio sul territorio di [#localizzazione].

Ringraziamo (tutte le squadre degli operatori e quelle di rinforzo che hanno contribuito a domare l'incendio)/(i comuni che hanno accolto i residenti/turisti sfollati)/(gli abitanti che avevano rispettato gli obblighi legali di decespugliamento), eccetera.

Evitiamo nuovi inneschi, rimaniamo tutti vigili e responsabili e proteggiamo le nostre foreste! #GestiCheSalvano, #Ambiente #Forestamediterranea

*Infografica:* richiamo delle buone pratiche per evitare il rischio di incendi boschivi.

## Punti essenziali sull'utilizzo dei social network

- Avere una persona incaricata dell'animazione e del monitoraggio dei social network.
- Scegliere i social network in funzione delle capacità di animazione della struttura, mantenerli attivi e dare risalto agli operatori della difesa dei boschi dagli incendi/AIB.
- Fare in modo che i contenuti stimolino la partecipazione e spingano gli internauti a reagire (con i "like", le condivisioni, eccetera).
- Optare per dei messaggi valorizzanti e non colpevolizzanti.
- Spiegare cosa si deve fare e non cosa non si deve fare.
- Utilizzare Hashtag pertinenti relativi alle proprie attività, ai contenuti pubblicati o ancora ai partner della lotta attiva, come ad esempio **#incendio**, **#forestfire**, **#feuforet**, **#sdis83**, **#Vigilidelfuoco**.
- In fase di emergenza, comunicare prima su Twitter e poi rilanciare il post su Facebook.

Obiettivi del messaggio	Proposte	Gruppi target	Social network consigliati	Hashtag proposti
<b>FASE DI PREVENZIONE</b>				
Valorizzare le attività in foresta (professionali o ricreative) ricordando sempre i buoni gesti	Elaborazione di una serie di video di 1 minuto sulle diverse attività da fare in foresta spiegando come fare per praticarle in modo responsabile e in piena sicurezza, per sé e per gli altri.	Giovani Residenti Cittadini Turisti	Facebook Snapchat Instagram TikTok	#AttivitàNatura #SportNatura #LoveYourForest
Sensibilizzare i professionisti del turismo perché facciano da tramite presso i loro clienti	Fare delle infografiche per sensibilizzare agli spazi naturali da preservare e ai buoni gesti di prevenzione da adottare contro il rischio incendio boschivo Per esempio: "Informate la clientela, garantitevi la prossima stagione! #ForestFire".	Professionisti del turismo	Facebook LinkedIn Twitter	#ForestFire #ProtectForest #IncendioForestal #GestiCheSalvano #GestoCivico
Animare la pagina, diffondere le conoscenze, smentire i falsi miti e stimolare le reazioni	Creare infografiche del tipo "Lo sapevate?" o "Falsi miti" che diano informazioni sugli incendi boschivi e stimolino le reazioni proponendo: - Mettete "mi piace": se lo sapevate - Mettete "wow": se siete sorpresi - Commentate: se volete condividere un ricordo - Convidedete: per coinvolgere gli amici	Giovani Utilizzatori di attività all'aria aperta tramite gruppi di sport all'aperto (scalate, trekking, eccetera)	Facebook Twitter	#IncendioBoschivoPerPrincipianti #LoSapevate #ImpariamoQualcosa
Promuovere la cultura del rischio e la memoria degli incendi	Pubblicare ritagli di giornali, vecchie immagini o dati sui più grandi incendi avvenuti nel territorio	Residenti Giovani Amministratori locali Professionisti	Facebook Twitter Instagram (in caso di immagini)	#RememberFire #MemorialIncendio #RicordaFueco #Articolo
Comunicare sugli obblighi legali di decespugliamento	Realizzare video con professionisti del paesaggio che spiegano come effettuare i decespugliamenti e valorizzare il materiale vegetale raccolto (compost, <i>land art</i> , eccetera).	Residenti Cittadini Professionisti degli spazi verdi, della manutenzione del territorio... Servizi tecnici	LinkedIn Facebook Instagram Twitter	#KeepHomeSafe #LandArt #GiardinoMediterraneo #GiardinoDelSole #IlMioGiardino
Promuovere le azioni di prevenzione per la propria abitazione	Pubblicare foto o schemi che mostrano come conservare il legname per evitare rischi intorno alle abitazioni.	Residenti Servizi tecnici	Facebook Instagram Twitter	#KeepHomeSafe #FightAgainstFire #PulizieDiPrimavera #SMEM
Promuovere i giardini resistenti e resilienti agli incendi	Realizzare video ludici e pedagogici con professionisti del paesaggio sulla vegetazione e la manutenzione dei giardini mediterranei.	Residenti Giovani Cittadini Professionisti dell'edilizia e della manutenzione del territorio Servizi tecnici	Facebook Twitter LinkedIn (dando risalto ai professionisti del paesaggio) Snapchat	#GiardinoMediterraneo #GiardinoDelSole #IlMioGiardino #Antincendio #ForestaProtetta

**Tabella 2 : Messaggi proposti in funzione delle fasi di gestione del rischio e dei social network.**

Promuovere i giardini resistenti e resilienti agli incendi (seguito)	Sfida: il più bel giardino mediterraneo.	Giovani	Snapchat TikTok	
Promuovere i giardini resistenti e resilienti agli incendi (seguito)	Foto di un giardino mediterraneo.	Giovani Cittadini	Instagram	#GiardinoMediterraneo #GiardinoDelSole #IlMioGiardino #Antincendio
Informare e sensibilizzare sui rischi legati ai mestieri dell'edilizia	Brevi video che mostrano inneschi di incendi provocati da strumenti e materiali utilizzati nei cantieri edili.	Professionisti dell'edilizia	Facebook LinkedIn	#GestiCheSalvano #GestoCivico #IlMioCantiere
Dare risalto ai professionisti della prevenzione (forestali, operatori degli spazi naturali...) e al loro lavoro	Creazione di una serie di video di 1 minuto per dare risalto ai professionisti dell'ambiente e al loro know-how.	Professionisti e operatori degli spazi naturali Associazioni naturalistiche Residenti Amministratori locali Volontari	TikTok Facebook LinkedIn (dando risalto al videografo e ai professionisti)	#MyGreenJob #ProfessionistiAmbiente #AmiamollPianeta
<b>FASE D'ALLERTA</b>				
Ricordare le norme di sicurezza	Realizzare un cartone animato con un personaggio che adotta i buoni gesti durante un incendio boschivo vicino alla sua casa.	Giovani Turisti Residenti	Facebook Snapchat LinkedIn (dando risalto al disegnatore) Instagram	#ForestFire #StayAlive #WildFire #CartoneAnimato
Promuovere lo SMEM per coinvolgere i cittadini	Realizzare infografiche sull'utilità di postare e condividere informazioni sul rischio incendio boschivo.	Amministratori locali Servizi tecnici Cittadini Professionisti	Facebook Twitter LinkedIn Adattare le infografiche in formato video per Snapchat	#SMEM #GestiCheSalvano #GestoCivico #Infografica
Promuovere l'acculturazione in materia di rischio	Realizzare una carta interattiva da rilanciare sui diversi social network invitando gli internauti a completarla dando informazioni sulle condizioni relative al loro territorio Registrare i dati su una banca dati.	Cittadini Professionisti Residenti Amministratori locali	Twitter Facebook LinkedIn	#SMEM #socialProCiv #GestoCivico #IlMioTerritorio #CartaInterattiva
Sottolineare il lato umano dell'organizzazione e valorizzare i volontari	Realizzare video di volontari o agenti sul campo mostrandone le azioni e intervistandoli sui rischi legati agli incendi boschivi.	Giovani Residenti Turisti Cittadini	Twitter LinkedIn Facebook Snapchat TikTok	#AzioneNatura #GestoCivico #IlMioTerritorio #AmiamollPianeta #Volontario
Promuovere attività non rischiose nella fase critica dell'allerta	Invitare la popolazione a fare attività al di fuori dei massicci, per esempio a partecipare a manifestazioni culturali o attività nautiche.	Cittadini Turisti Giovani	Facebook Instagram (con foto di influencer impegnati in queste attività)	#Spiaggia #SportNautico #(lo sport proposto)

Tabella 2 (seguito): Messaggi proposti in funzione delle fasi di gestione del rischio e dei social network.



Obiettivi del messaggio	Proposte	Gruppi target	Social network consigliati	Hashtag proposti
<b>FASE D'URGENZA</b>				
Informare la popolazione	Allertare la popolazione sull'incendio in corso e sui mezzi in azione.	Residenti Cittadini Amministratori locali Turisti Professionisti	Twitter Facebook	#forestfire #InfoSicurezza #(l'organizzazione in azione) #(provincia/dipartimento)
Mettere la popolazione in sicurezza	Pubblicare le misure di sicurezza e i servizi da contattare.	Residenti Cittadini Amministratori locali Turisti Professionisti	Twitter Facebook	#InfoSicurezza #FireAlert #socialProCiv #SMEM
Promuovere la comunicazione in emergenza sui social media per ottenere informazioni dagli internauti	Infografica che ricorda gli Hashtag da utilizzare per allertare le squadre di SMEM. Messaggio già redatto in fase di allerta e pubblicato in fase di urgenza.	Residenti Cittadini Turisti Professionisti	Twitter Facebook Instagram Snapchat	#Forestfire #wildfire #socialProCiv #SMEM #Infografica
Utilizzo di un messaggio comune	Creare degli Hashtag e un tipo di messaggio comune da diffondere su tutto il territorio per dare le stesse informazioni sulle stesse piattaforme in modo sistematico. Creare un Hashtag internazionale che possa essere compreso da tutti.	Amministratori locali Professionisti dell'antincendio boschivo	Twitter	#Forestfire #wildfire #SMEM #socialProCiv #VISOV
<b>FASE POST-INCENDIO</b>				
Creare una comunità e alimentare la memoria Fare in modo che il pubblico possa appropriarsi del tema "diventare attori e non più spettatori" spingendo alla creazione di una pagina o di gruppo Facebook e ottenendo così una maggiore diffusione dell'informazione	Creare conversazioni sui servizi di messaggistica con diversi gruppi target. Animare queste discussioni invitando al dialogo e incitando a creare uno spazio di scambio proprio ad ogni gruppo target. I gruppi così creati consentiranno di raggiungere anche gli internauti che non hanno partecipato alle conversazioni e ottenere una più ampia diffusione dell'informazione.	Professionisti del turismo Sinistrati Agricoltori	Whatsapp Signal Messenger	Nessun Hashtag sui servizi di messaggistica
Mostrare le conseguenze per l'ambiente sensibilizzando così agli incendi boschivi.	Pubblicare foto con il prima e il dopo incendio. Dare risalto alle zone decespugliate che sono state risparmiate dal fuoco. Pubblicare immagini forti.	Residenti Giovani Cittadini Turisti Utilizzatori di attività all'aria aperta	Instagram Facebook	#ForestFire #WildFire #AmiamOllPianeta #Ambiente #Biodiversità
Evitare un nuovo incendio	Ricordare i gesti di prevenzione per evitare nuovi incidenti	Cittadini Residenti Turisti Utilizzatori di attività all'aria aperta	Facebook Tik Tok Snapchat	#MaiPiù #StayAlive #GestiCheSalvano #GestoCivico
Mantenere la memoria del rischio, sottolineare il lato umano degli operatori della lotta attiva	Raccogliere le testimonianze degli operatori della prevenzione e della lotta attiva, dando risalto alle loro azioni e al loro know-how.	Cittadini Residenti Amministratori locali	Facebook Instagram Twitter Snapchat	#RememberFire #MemorialIncendio #RicordallFuoco #Testimonianze

**Tabella 2 (seguito): Messaggi proposti in funzione delle fasi di gestione del rischio e dei social network.**

# Conclusioni

La comunicazione delle istituzioni in fase di emergenza, vale a dire durante l'incendio, è una comunicazione delicata che deve basarsi su informazioni attendibili e verificate provenienti dalle autorità competenti in materia di lotta attiva. In questo rapporto vengono fornite delle linee direttrici per una comunicazione efficace in questa specifica fase grazie a due canali: la stampa (tramite i comunicati stampa) e i social network (tramite post o messaggi).

Questa comunicazione è essenziale per informare la popolazione e per portarla ad adottare i gesti e i comportamenti corretti in questa fase. D'altra parte, i social network possono anche essere una fonte di informazioni utili per i servizi di lotta attiva, dopo le necessarie verifiche.

Tuttavia, i limiti legati alla comunicazione in questa fase lasciano uno scarso margine di manovra nei messaggi trasmessi. I messaggi restano prevalentemente di carattere "discendente" e di registro tecnico e normativo (cfr. Stato dell'arte delle pratiche di comunicazione Med-PSS).

Questa comunicazione verso la stampa e i social network potrà ovviamente essere completata dalla comunicazione nelle altre fasi della gestione del rischio (quelle di prevenzione, allerta e post-incendio) per diffondere messaggi di fondo che contribuiscano all'emergere di una cultura del rischio. Nel presente rapporto sono stati presentati suggerimenti a questo proposito.

In queste fasi, sarà possibile servirsi anche di altri strumenti di comunicazione che possono contribuire allo sviluppo della cultura del rischio: strumenti di carattere più partecipativo e interattivo che coinvolgano i saperi, le pratiche e le rappresentazioni della popolazione sul rischio legato agli incendi boschivi.

Questa comunicazione, da realizzarsi lungo le diverse fasi, sembra essenziale per far emergere nella popolazione una cultura del rischio contribuendo così a una migliore prevenzione degli incendi boschivi.

# Bibliografia

ARNOULD P., CALUGARU C., 2008. Incendies de forêts en Méditerranée : le trop dit, le mal dit, le non dit - *Forêt Méditerranéenne*, T. XXIX, n°3, 2008, pp. 281-296.

BLAGUE, C ; FAYON, D. 2012. Quelle est l'utilité des réseaux sociaux pour les entreprises ? Dans *Facebook, Twitter et les autres*. Éditeur Pearson éducation France

BALLART H., VÁZQUEZ I., CHAUVIN S., GLADINÉ J., PLANA E., FONT M., SERRA M., 2016. *La communication sur les risques d'incendie de forêt. Recommandations opérationnelles pour l'amélioration de la prévention sociale*. Projet eFIRECOM (DG ECHO 2014/PREV/13). Edition CTFC. 30 pp.

BELFIORE. Réseau social : qu'est-ce que c'est ? Site Futura tech <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-reseau-social-10255/>

BONNIER J., BREUL N., 1997. Communication et forêt méditerranéenne. *Forêt Méditerranéenne*, T. XVIII, n°2, 1997, p. 174.

BOUTEFEU B., 2008. Les incendies de forêt : une actualité brûlante à traitement médiatique à « show » - *Forêt Méditerranéenne*, T. XXIX, n°3, 2008, pp. 297-308

CARDON D., 2011. Réseaux sociaux de l'internet. Dans *Communications*, éditeur le Seuil [www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-141.htm](http://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-141.htm)

CAZALY M., 1997. « A propos de l'efficacité des campagnes de communication publique », *Forêt Méditerranéenne*, T. XVIII, n°2, 1997, pp. 167-175.

CLEMENT V., 2008. Les feux de forêt en Méditerranée : un faux procès contre nature - *Forêt Méditerranéenne*, T. XXIX, n°3, 2008, pp. 267-280.

CURT T. RIGOLOTT E. 2020. Forêt : relever les défis du changement climatique en France métropolitaine. *Sciences Eaux et Territoires*, n°33.

ELLISON, N ; THIERRY, A ; STENGER, T ; COUTANT A. 2011. Réseaux sociaux, numérique et capital social. Revue *Hermès, la revue* (n°59) <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-21.htm> ROURE F., 2004. Dossier « La presse et les feux de forêt en 1979 » - *Forêt Méditerranéenne*, T. XXV, n°4, 2004, pp. 375-388

KHAL, P. 2017. Comment bien utiliser les hashtags sur les réseaux sociaux ? Site Blog swello <https://swello.com/fr/blog/bien-utiliser-les-hashtags/>

KOUROUMA, C. 2015. Messagerie instantanée vs réseaux sociaux : une guerre froide numérique. Site The facts. <https://www.byfilling.com/thefacts/les-messageries-instantanees-vs-les-reseaux-sociaux-une-guerre-froide-numerique/>

KRZARALA-JAWORSKA, E. 2013. Les municipalités à la conquête des réseaux sociaux. Mais pourquoi faire ? Dans *communication et organisation*. Site Open édition, mise en ligne en 2015 <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/4151#authors>

PLANA E., FONT M., SERRA M., CHAUVIN S., GLADINÉ J., 2016. *Les incendies en forêt, guide pour les journalistes et les médias*. Projet eFIRECOM. Edition CTFC. 36 pp.

SOJAE, E. 2021. Digital report 2021 : les dernières données de notre état des lieux du digital dans le monde. Site We are social <https://wearesocial.com/fr/blog/2021/01/digital-report-2021-les-dernieres-donnees-de-notre-etat-des-lieux-du-digital-dans-le-monde>

La social media Policy del dipartimento della protezione Civil. PDF Région Sardaigne <https://www.protezionecivile.it/it/la-social-media-policy-del-dipartimento-della-protezione-civile> Costruiamo #SocialProCiv la rete social di protezione. PDR Région Sardaigne

## Web :

Neuf applications de messagerie sociale populaires pour votre entreprise. Site metadosi [www.metadosi.fr/reseaux-sociaux/applications-messagerie-sociale/](http://www.metadosi.fr/reseaux-sociaux/applications-messagerie-sociale/)

Pourquoi utiliser les MSGU et faire appel à visov en phase d'urgence ? Site Visov [www.visov.org/concept-msgu/](http://www.visov.org/concept-msgu/)

2019. Qu'est ce qu'un hashtag et comment l'utiliser ? Site Solocal [www.solocal.com/ressources/articles/definition-choix-hashtag](http://www.solocal.com/ressources/articles/definition-choix-hashtag)

Le citoyen au cœur de sa sauvegarde grâce aux MSGU. Site VISOV <http://www.visov.org/la-sauvegarde-du-citoyen-passe-par-les-msgu/>

Wikipedia « Médias sociaux en gestion d'urgence » [https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dias\\_sociaux\\_en\\_gestion\\_d%27urgence](https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dias_sociaux_en_gestion_d%27urgence)

## Ringraziamenti:

Ringraziamo il Servizio Provinciale di incendio e soccorso delle Bocche del Rodano per aver condiviso la propria esperienza in materia di comunicazione durante la fase di emergenza e averci fornito elementi di contesto per i comunicati stampa.

Le pubblicazioni Ballart *et al.* e Plana *et al.* sono state realizzate nell'ambito del progetto 2014/PREV/13 "Efficient fire risk communication for resilient societies" (eFIRECOM) cofinanziato dalla Direzione Generale per la protezione civile e le operazioni di aiuto umanitario europee della Commissione europea (DG-ECHO). Questo progetto è finalizzato a migliorare l'informazione e la trasmissione delle conoscenze sugli incendi boschivi destinate alla società civile al fine di promuovere le conoscenze in materia di rischio. Disponibile in cinque lingue (inglese, catalano, spagnolo, francese e arabo), può essere consultato e scaricato gratuitamente sui siti internet: <http://efirecom.ctfc.cat> ou [www.lessonsonfire.eu](http://www.lessonsonfire.eu)