



Interreg



MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional



MED PSS

Stato dell'arte delle pratiche di comunicazione anti incendio

Dalla trasmissione della conoscenza
del rischio all'emergere
di una cultura condivisa
del rischio incendi boschivi

forêt méditerranéenne



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

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

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

Traduzione: Laura Milicia

Forêt Méditerranéenne 14 rue Louis Astouin 13002 Marseille

www.foret-mediterraneenne.org

Sommario

Premessa3

Introduzione5

1 -

**Rischio e cultura
del rischio incendi boschivi7**

**1-1 Definizioni e concetti
in ambito accademico7**

Capire bene di cosa si parla:
il concetto di rischio7

“Cultura del rischio” o “Convivere
con l’incendio”8

Dalla semplice conoscenza della pericolosità
a un’appropriazione culturale e identitaria.....8

La memoria8

Appropriarsi degli automatismi.....8

Dall’informazione all’educazione8

Competenza...e fiducia9

Fare una distinzione tra “culture” diverse.....9

Criteri della cultura del rischio10

**1-2 Come vengono percepite queste
definizioni dai partner del progetto
e negli organismi impegnati nella
comunicazione?.....10**

1-3 Punti essenziali12

2 –

**I diversi rapporti con la foresta
mediterranea e con il rischio
incendio attraverso la bibliografia 13**

**2-1 Le rappresentazioni della
foresta mediterranea in Francia13**

Una foresta mediterranea priva d’identità14

Che cosa evoca la foresta mediterranea.....14

La percezione della fragilità della foresta
mediterranea15

Pratiche e utilizzatori: chi frequenta la foresta
mediterranea?16

Valori associati alla “foresta mediterranea”16

I diversi rapporti del pubblico con il rischio in-
cendi boschivi17

Ambivalenza delle rappresentazioni
della foresta mediterranea rispetto al rischio
incendio18

Risultati dell’indagine su residenti e proprietari
forestali in aree mediterranee in merito
al rischio incendi boschivi e alle norme
di prevenzione e sicurezza18

**2-2 Le rappresentazioni della foresta
in Italia19**

2-3 Punti essenziali20

3 -

**Le strategie di comunicazione degli
organismi intervistati21**

**3-1 Tipi di comunicazione adottati dagli
organismi intervistati21**

Tipi di pratiche di comunicazione in base
alla relazione con il pubblico consentita
dai supporti impiegati21

Tipi di comunicazione in base al processo di
ideazione delle azioni23

**3-2 Una logica di comunicazione basata
sulla trasmissione delle informazioni . . .24**

**3-3 Rappresentazioni eterogenee
del rischio incendio boschivo26**

**3-4 Scelta dei gruppi target: tra
considerazioni strategiche e ambivalenze
sul loro ruolo rispetto al rischio incendio e
alla sua gestione26**

Scelta dei gruppi target e prioritizzazione . . .26

Logica della scelta dei gruppi destinatari delle
azioni di comunicazione28

**3-5 Altre questioni connesse alla logica
della trasmissione di informazioni30**

3-6 Punti essenziali30

4 - Qualche ipotesi di azione tratta dai nostri insegnamenti31

4-1 Principali insegnamenti dello stato dell'arte31

Un pubblico ampiamente sensibilizzato al rischio incendio boschivo ma una varietà di rapporti con il rischio31

Una pluralità di pratiche di comunicazione che toccano l'insieme della popolazione31

Pratiche che vertono essenzialmente sulla trasmissione delle informazioni31

4-2 Proposte per la formulazione dei messaggi: adattare vocabolario, valori e tono33

Prerequisito: scegliere le parole giuste e fare leva sui valori che hanno senso per i gruppi target33

Proposte34

4-3 Proposte in funzione delle diverse modalità di azione34

4-3-1 Trasmettere conoscenze e informazioni (comunicazione "discendente")34

Puntare a un'armonizzazione delle campagne di comunicazione35

Elementi complementari per campagne destinate a gruppi target specifici37

Il caso della trasmissione attraverso le simulazioni pratiche38

4-3-2 Contribuire a far emergere una cultura condivisa del rischio incendio boschivo38

Eliminare gli ostacoli che frenano l'assimilazione del rischio a livello individuale38

Eliminare gli ostacoli che frenano l'appropriazione del rischio a livello collettivo39

I gruppi target coinvolti39
Come?40

4-4 Le nostre raccomandazioni46

Conclusioni e prospettive47

Bibliografia48

Allegati49

Lista degli allegati

Allegato 1

Elementi per strutturare un'indagine

Allegato 2

Elementi per valutare le campagne di comunicazione

Allegato 3

Tabelle incrociate

Crediti fotografici

pagine. 6, 15 (in alto), 33 ©Nelly Parès

pagine. 9, 11, 18, 39 Pixabay.com

pagine. 14, 15 (centrale), 16, 17, 19, 20, 37, 40, 45

©Denise Afxantidis / Forêt Méditerranéenne

pagine. 15 (in basso), 22 Tweeter Préfecture du Var

pagina. 23 (in alto) Document de la Région Ligurie

pagina 23 (in basso) ©Parc naturel régional des Alpilles

pagina 24 : <http://www.fourques.com/>

danger-feux-de-forets-severes/

Preambolo

Il Programma Italia-Francia Marittimo

Marittimo è un programma transfrontaliero di cooperazione territoriale europea (INTERREG V) finanziato all'85% dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR / Politica di coesione). Consiste nell'incoraggiare e finanziare la realizzazione di progetti di cooperazione nei seguenti territori (territori ammissibili per lo sviluppo delle attività): i Dipartimenti delle Alpi Marittime, del Var e della Corsica per la parte francese e la Liguria, la Toscana e la Sardegna per la parte italiana, al fine di contribuire agli obiettivi europei 2020 di crescita sostenibile e intelligente. Suddiviso in quattro assi tematici da cui si articola un sistema di bandi per progetti, per la programmazione 2014-2020 Marittimo ha una dotazione di 199 milioni di euro (di cui 169 M€ provenienti dal FESR). La Regione Sud si è interessata all'Asse 2 "Ambiente sicuro" nel contesto dell'attuazione del Piano climatico regionale 2017 e della Lotta agli incendi nel 2018.

Il progetto Med-STAR

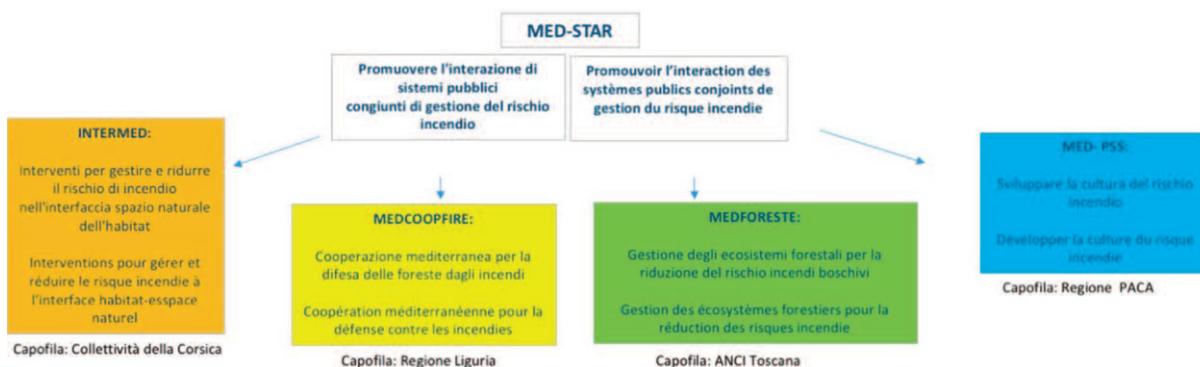
Il progetto Med-STAR è un progetto detto "strategico" che promuove l'interazione di sistemi pubblici congiunti di gestione del rischio incendio implementando iniziative di partenariato franco-italiane nel campo della prevenzione e della lotta agli incendi boschivi. Il Progetto dispone di un budget di 6,7 milioni € e coinvolge 16 partner francesi e italiani per un periodo di 3 anni:

- Regione Autonoma della Sardegna, capofila,
- Istituto per la BioEconomia (CNR IBE),
- Università di Sassari,
- Regione Toscana,
- Consorzio LAMMA,
- Università degli Studi di Firenze,

- Istituto nazionale di ricerca per l'agricoltura, l'alimentazione e l'ambiente (INRAE),
- Direzione Forestale del Dipartimento delle Alpi Marittime,
- Regione Liguria,
- ANCI Liguria,
- Fondazione CIMA,
- Direzione Foresta-Prevenzione-Incendi della Collettività della Corsica,
- Università di Corte,
- Ufficio forestale nazionale della Corsica,
- Centro euromediterraneo sui cambiamenti climatici,
- Regione Sud.

La definizione di piani d'azione congiunti e integrati nella lotta al rischio incendio costituisce il primo obiettivo di questo progetto. Per questo motivo, il progetto è strutturato intorno a quattro componenti che si occupano in parallelo dell'attualizzazione dei dati di riferimento nel monitoraggio degli incendi, del rafforzamento delle capacità di previsione e prevenzione delle istituzioni nell'area del programma, della pianificazione strategica e della comunicazione in un'ottica di consapevolezza generale della popolazione. Il progetto strategico è alimentato da 4 progetti semplici, che lo arricchiscono con approfondimenti su temi specifici:

- **INTERMED** riguarda la riduzione del rischio nelle zone di interfaccia habitat-spazio naturale (Capofila: Collettività della Corsica),
- **MEDCOOPFIRE** promuove la cooperazione mediterranea nella lotta agli incendi boschivi (Capofila: Regione Liguria),
- **MEDFORESTE** tratta della gestione degli ecosistemi forestali in un'ottica di riduzione del rischio incendi boschivi (Capofila: ANCI Toscana),
- **MED-PSS** di cui la Regione Sud è capofila.



Il progetto Med-PSS

Med-PSS è un progetto di cooperazione franco-italiano il cui obiettivo è sviluppare una cultura del rischio incendio tra le popolazioni del territorio del progetto. È finanziato all'85% dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR). La Regione Sud è capofila, vale a dire, ne assicura il buon andamento e coordina le attività nonché la gestione del budget del progetto. È uno dei quattro progetti "semplici" di Med-STAR. Questi progetti semplici derivano da Med-STAR e sviluppano ciascuno un tema specifico per la gestione del rischio incendio: interfacce, cooperazione contro gli incendi, gestione degli ecosistemi, conoscenza del rischio e prevenzione. Le attività di questi progetti devono essere complementari a quelle di Med-STAR e fornire informazioni rilevanti sulla comprensione del rischio e della lotta agli incendi, sia attraverso lo studio e la ricerca, sia attraverso la sperimentazione e la formazione. Il progetto Med-PSS è intitolato: "Sviluppare una cultura del rischio di incendio" e vi partecipano 8 partner:

- La Provincia di Lucca,
- L'Associazione Nazionale dei Comuni Toscani,
- La Regione Liguria,
- ANCI Liguria,
- La Regione Autonoma della Sardegna,
- L'Entente Valabre,
- La Regione Sud, capofila.

Il progetto ha un budget totale di 1.071.228 € e dura 3 anni. È iniziato a maggio 2019 e terminerà nel novembre 2022. Focalizzato sulla comunicazione e prevenzione nella lotta agli incendi boschivi, contribuisce a Med-STAR attraverso attività di studio e sperimentazione di strumenti di comunicazione. Contribuisce al partenariato fornendo una migliore comprensione delle conoscenze della popolazione dell'area del programma sugli incendi e dei suggerimenti su come informarla in modo pertinente ed efficace. Med-PSS si svolge secondo tre tipologie di attività. I partner hanno scelto di identificare gruppi-target da informare in priorità e di studiare la conoscenza delle popolazioni in termini di cultura del rischio incendio (Stato dell'arte delle pratiche di comunicazione) per consentire loro poi di proporre esperimenti sotto forma di strumenti di comunicazione di prevenzione e di allerta. Questi strumenti possono essere testati, assumere forme diverse e rivolgersi a gruppi ben identificati. Sarà condotta una campagna di prevenzione transfrontaliera franco-italiana per sensibilizzare e informare le popolazioni sulla fragilità delle foreste mediterranee e sul rischio incendi. Nell'ambito dei dispositivi di informazione che saranno sviluppati, i partner puntano alla promuovere delle migliori pratiche di comunicazione attraverso la realizzazione di una guida delle buone pratiche.

Introduzione

« Il rischio è tale proprio perché non si è ancora verificato. »

La realizzazione di questo studio sullo stato dell'arte rientra nell'ambito del progetto semplice Med PSS "Sviluppo della cultura del rischio incendi boschivi" che afferisce all'Asse 2 del progetto Interreg Marittimo: Protezione e valorizzazione delle risorse naturali e culturali e gestione dei rischi, innovazione e competitività. Questo rapporto risponde all'obiettivo della prima fase di ricognizione dello stato dell'arte, vale a dire:

- comprendere meglio e condividere i concetti di rischio e cultura del rischio incendi boschivi (cfr. Parte 1),
- conoscere meglio le rappresentazioni che i diversi pubblici hanno della foresta e del rischio incendi boschivi (cfr. Parte 2),
- descrivere le strategie di comunicazione in materia di rischio incendi boschivi dei partner del progetto Med PSS affinché ciascuno di loro possa riconoscersi nell'uno o l'altro dei modi di comunicazione descritti (cfr. Parte 3),
- individuare i gruppi target prioritari (cfr. Parti 3 e 4),
- cominciare a definire le linee guida (cfr. Parte 4) che saranno sviluppate nelle prossime fasi dello studio (2021-2022) sotto forma di "Guida delle buone pratiche".

Metodologia

Le Parti 1 e 2 si basano su uno studio bibliografico complementare che ha contribuito ad arricchire il lavoro di analisi commissionato per questa ricognizione dello stato dell'arte. La ricerca bibliografica non ha permesso di trovare riferimenti e studi incentrati sul rapporto con il rischio incendi boschivi equivalenti per la Francia e l'Italia¹. Con nostro grande rincrescimento, i dati bibliografici disponibili per la redazione del presente rapporto riguardano prevalentemente la regione mediterranea francese.

La Parte 1 è stata completata (§1-2) con i risultati dell'analisi di una serie di colloqui (n=12) realizzati con i rappresentanti degli organismi impegnati nella comunicazione sul territorio del progetto Marittimo:

- i partner del progetto Med PSS: l'Entente pour la forêt méditerranéenne, 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 CNR IBE e la Regione Toscana;
- un partner di MedCoopFire: il Servizio Provinciale di incendio e soccorso del Var;
- un organismo esterno al progetto: il Parco Naturale Regionale delle Alpilles.

La Parte 3 si basa sull'analisi di questi colloqui integrati da un colloquio informale telefonico con l'unione APARE-CME-CPIE (Associazione per l'educazione ambientale) e un colloquio collettivo (n = 5) i cui partecipanti sono stati: i comuni forestali del Var, il dipartimento del Var, il Comitato comunale incendi boschivi delle Bocche del Rodano e il Parco Nazionale di Port-Cros, che non fanno parte dei due progetti Marittimo, e la Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra.

Con "soggetti intervistati" si intendono le persone che hanno partecipato ai colloqui nell'ambito di questa ricognizione dello stato dell'arte.

La guida ai colloqui verteva sulle pratiche e le strategie di comunicazione, sulla descrizione dei target e in particolare dei gruppi target prioritari, sulla valutazione delle loro conoscenze e della consapevolezza del rischio incendi boschivi, sul ritorno di esperienza delle azioni e terminava con la richiesta di elaborazione di uno scenario utopistico. Ogni colloquio ha avuto una durata di un'ora e mezza/due ore, mentre il colloquio collettivo è durato due ore e mezza. L'analisi è stata realizzata sulla base degli appunti presi durante il colloquio (da tre persone diverse) con delle registrazioni fatte per "controllo" durante i colloqui (realizzati tutti in videoconferenza per via delle misure sanitarie relative al COVID-19). Una parte dei colloqui realizzati con i soggetti intervistati di lingua italiana è stata realizzata con l'ausilio di un interprete.

.....
1 - Approfittiamo dell'occasione per ringraziare tutte le persone che ci hanno aiutato a raccogliere i riferimenti bibliografici per l'Italia.

Foresta mediterranea: pericolo o in pericolo?



**Comunicazione sul tema della foresta e del fuoco:
ambiguità da eliminare**

1 - Rischio e cultura del rischio incendi boschivi

1-1 Definizioni e concetti in ambito accademico

Capire bene di cosa si parla: il concetto di rischio

Per capire i diversi aspetti della cultura del rischio, è opportuno definire in primo luogo il concetto di rischio con le sue componenti. Il rischio viene definito come la probabilità di un evento dalle conseguenze negative.

Riprendendo il quadro concettuale del Gruppo inter-governativo di esperti sul cambiamento climatico (IPCC), sviluppato sui rischi di origine climatica, con rischio si intende l'interazione tra pericolosità, vulnerabilità ed elementi esposti (IPCC 2014).

Adattandolo al contesto degli incendi boschivi, il rischio risulta dalla combinazione tra:

- **pericolosità**, caratterizzata dalla frequenza e dall'intensità dell'incendio,
- **elementi esposti** a tale pericolosità: la foresta e i suoi servizi ecosistemici, ma anche le infrastrutture, le case e le persone,

– aventi ciascuno diversi gradi di **vulnerabilità** che determinano perdite di valore più o meno importanti (cfr. Figura 1).

Seguendo questo schema, occorre distinguere le fasi di valutazione da quelle di gestione del rischio. L'insieme centrale raggruppa le componenti della valutazione del rischio. Le frecce laterali rappresentano le pressioni esterne (climatiche, biologiche o socio-economiche) che fanno evolvere il rischio e le misure di gestione del rischio, globali o per singola componente. La freccia "Impatti" rappresenta le conseguenze di un incendio boschivo sull'oggetto dell'analisi (beni o persone) e sulle pressioni esterne. Infine, viene rappresentato un anello di retroazione del processo socioeconomico verso i processi climatici o biotici.

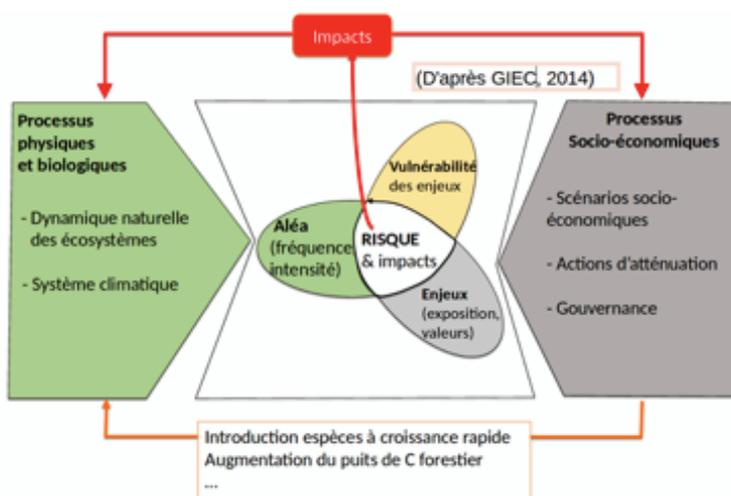


Figura 1: Quadro concettuale del rischio adattato da IPCC (2014)²

2 - Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), 2014. Climate Change 2014: Synthesis Report Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, R.K. Pachauri and L.A. Meyer (eds.)]. IPCC, Ginevra, Svizzera, 151 pp.

Nell'ambito degli incendi boschivi, la lista delle azioni messe in atto per la gestione del rischio può essere declinata rispetto a ciascuna delle componenti del rischio, ma anche in modo sequenziale per ciascuna **fase del ciclo di gestione della crisi**. Convenzionalmente, questo ciclo comprende quattro fasi:

- la fase di prevenzione (evitare e attenuare);
- la fase di allerta (preparare l'intervento per eventi che sfuggono alla prevenzione);
- la fase di emergenza (intervento);
- la fase di ricostruzione (ristabilire, ricostituire).

In riferimento a questo quadro concettuale, la cultura del rischio agisce sulla pericolosità limitando le fonti di innesco di origine umana, sulla vulnerabilità dei beni e delle persone tramite la giusta preparazione che li rende più resistenti e resilienti, e limitando il numero e il valore degli elementi in gioco esposti al rischio.

“Cultura del rischio” o “Convivere con l'incendio”

Dalla semplice conoscenza della pericolosità a un'appropriazione culturale e identitaria

Partendo da un'inchiesta realizzata presso operatori francesi e quebecchesi, Jean-Christophe Blesius³ si è interessato a questo concetto di “cultura del rischio” e al modo in cui veniva percepito dagli attori coinvolti nella prevenzione e nella gestione dei rischi (Blesius, 2013).

A suo parere, l'espressione “cultura del rischio” può prestarsi a confusione perché troppo ampia: dalla semplice conoscenza acquisita della pericolosità di un fenomeno (in questo caso l'incendio boschivo), a una condizione di preparazione al rischio fino a una vera e propria appropriazione culturale e identitaria.

Espressioni come “cultura della prevenzione”, “cultura della sicurezza civile”, “cultura della gestione del rischio incendi boschivi” o ancora “imparare a convivere con l'incendio” evidenziano l'indefinitezza che si cela dietro questo concetto, in termini sia di contenuto sia di ambito di riferimento.

È ampiamente riconosciuto che le catastrofi possono essere in gran parte evitate attraverso la corretta informazione delle popolazioni e la loro acquisizione di

una cultura della prevenzione, ma arrivare a una situazione in cui “il cittadino [sia il] primo attore della sicurezza civile” resta ancora un miraggio: la strada verso l'appropriazione della consapevolezza e della responsabilità da parte delle persone è ancora lunga.

In questo processo di acquisizione di una cultura del rischio, un ruolo chiave viene riconosciuto a quattro elementi (Blesius, 2013): la memoria, l'acquisizione di automatismi, l'educazione (ancor più dell'informazione) e la fiducia.

Per ciascuna di queste dimensioni, possono essere tratteggiate alcune proposte di sviluppo (Blesius, 2013).

La memoria

Le catastrofi possono contribuire a quel “cambiamento culturale” in una società che ne facilita il superamento: conservare la memoria degli incendi passati sembra essenziale nella promozione della cultura del rischio incendi boschivi.

Il pubblico accetta più facilmente un rischio se gli è familiare, vale a dire se è radicato nel territorio da molto tempo.

È proprio in tal senso che la conoscenza degli eventi passati del luogo in cui si vive⁴ e dei comportamenti da tenere nella prevenzione degli incendi e in caso di emergenza costituisce una forma di “convivenza” con il rischio incendi boschivi. La questione sta proprio nel trovare i fattori su cui fare leva per favorire questa “convivenza”.

Appropriarsi degli automatismi

Conservare la memoria degli eventi passati è solo un prerequisito, occorre poi fare in modo che i cittadini si appropriino di certi automatismi attuando le giuste azioni per la prevenzione degli incendi, proteggendo così l'ambiente in cui vivono nelle stagioni ad alto rischio, evitando le azioni suscettibili di provocare gli inneschi di incendi e adottando comportamenti appropriati nelle fasi di emergenza quando si ritrovano direttamente minacciati da un incendio.

Occorre sviluppare tali automatismi con pratiche di gestione, misure, informazioni ripetute, aggiornamenti, esercitazioni da attuare nell'ambito delle iniziative di partecipazione.

Il contenuto delle informazioni, nel momento in cui ci si rivolge alle popolazioni, deve però rimanere semplice e non essere né troppo tecnico né troppo catastrofista.

Dall'informazione all'educazione

Per conservare la memoria e far prendere coscienza dei rischi, ma anche per stimolare i buoni comportamenti in caso di emergenza, il ruolo dell'educazione risulta essenziale.

“La costruzione di una cultura di sicurezza civile è un obiettivo di lungo termine che presuppone tanto l'educazione quanto un inquadramento” (Blesius, 2013). Si

3 - Jean-Christophe Blesius, « Discours sur la culture du risque, entre approches négative et positive. Vers une éducation aux risques ? », Géographie et cultures [Online], 88 | 2013, pubblicato online il 10 luglio 2015, consultato il 19 aprile 2019. URL: <http://journals.openedition.org/gc/3141>; DOI: 10.4000/gc.3141

4 - Per esempio, il ricordo di un'inondazione acquista spesso concretezza nelle tracce rimaste su un edificio o sulla pila di un ponte al livello dell'ultima piena.

tratta di un processo di costruzione lento, che può servirsi di azioni pedagogiche soprattutto in un contesto scolastico.

L'educazione al rischio incendi boschivi può perfettamente essere inserita nei programmi scolastici: non deve necessariamente diventare materia di studio ma è possibile affrontare il tema degli incendi boschivi all'interno di lezioni che trattano di foreste, biodiversità, geografia o storia.

Si potrebbero prevedere programmi di formazione destinati ai professionisti per sensibilizzarli al tema o per accrescerne le competenze in materia di gestione dei rischi.

Bisogna fare attenzione a trasmettere in modo equilibrato il "pensiero tecnico" o "operativo" e i saperi tradizionali delle popolazioni locali, poiché una cultura troppo tecnica, che prende una piega scolastica quando si rivolge alle popolazioni, risulta poco efficace.

Competenza...e fiducia

Su chi ricade la trasmissione dei messaggi? Anche questa è una questione chiave. Il credito viene accordato allo stesso modo se questo ruolo viene affidato sull'insegnante, su un privato cittadino, su un pompiere, su un amministratore o su una guardia forestale? Anche la prossimità geografica (amministratori locali rispetto ad istanze europee) o sociale (pompieri rispetto a tecnici) ha un ruolo importante. Il concetto di fiducia è essenziale, ma come crearla?

Fare una distinzione tra "culture" diverse

Sempre secondo Blesius, occorre fare una distinzione tra "culture del rischio" diverse: da una parte vi è quella delle popolazioni (locali, residenti o di passaggio) e dall'altra quella degli "operatori" o "tecnici", e queste due culture possono differire per pratiche, rappresentazioni e valori relativi ai fenomeni considerati come rischiosi.

Nelle nostre società sempre più urbanizzate, è anche possibile fare una distinzione tra le popolazioni tradizionalmente rurali e quelle che vivono in città o che sono ritornate solo di recente in campagna.

Un altro fattore da tenere in considerazione è che anche le risposte al rischio potrebbero non essere le stesse nelle popolazioni non residenti o non locali. È possibile fare acquisire una vera e propria cultura del rischio a una popolazione non locale? O sarebbe forse meglio limitarsi a informare sui gesti efficaci in materia di prevenzione, di comportamento e di allerta?

Sarebbe possibile fare appello a una cultura eventualmente acquisita su altri rischi naturali (oppure tec-



nologici) per facilitarne la trasposizione più o meno spontanea al rischio incendi boschivi?

L'espressione "cultura del rischio", che per le autorità indica "l'insieme delle misure da comunicare alle popolazioni per mitigare i rischi di catastrofi naturali" (Bier, 2019), potrebbe designare più in generale l'insieme dei comportamenti assunti davanti a un rischio, anche quelli qualificati come irrazionali, ignorati o giudicati non conformi alle buone pratiche e alle norme da seguire.

Affrontando il fenomeno degli "incendi" attraverso il concetto di "rischio" è possibile prevederlo e mitigarlo attraverso gli opportuni strumenti tecnico-scientifici, proprio perché "ciò che caratterizza il "rischio" è chiaramente la sua natura incerta che rende necessario un ricorso sempre crescente a strumenti scientifici per poterlo cogliere, anticipare, misurare, evitare, domare e, infine, costruire dandogli un nome" (Aspé e Jacqué, 2012). Proprio per questo, la cultura del "rischio incendi boschivi" viene spesso confusa con una cultura strettamente "tecnica", poiché la valutazione, l'anticipazione e la gestione del rischio incendi boschivi tendono a restare riservati alla competenza esclusiva degli esperti.

Per quanto i rischi siano chiaramente caratterizzati dall'incertezza - il rischio è tale proprio perché non si è ancora verificato - (Aspé e Jacqué, 2012), riuscire a definirli consente di avvalorare le necessarie azioni di anticipazione, prevenzione o lotta attiva: un tale approccio al rischio si traduce, per esempio, nella razionalizzazione e pianificazione del territorio.

Tuttavia, questo modo di considerare e gestire il territorio rischia di non essere condiviso da tutti gli attori che vivono e appartengono a uno stesso territorio.

"La costruzione di un processo flessibile di gestione del rischio e di sicurezza civile a livello locale coinvolge le autorità, i potenziali generatori di rischi e i cittadini che collaborano al medesimo obiettivo di protezione delle comunità" (Fratolilo, 2001, citato da Blesius, 2013).

Criteria della cultura del rischio

Pertanto, oltre al livello di informazione (conoscenza del rischio e della relativa minaccia) delle diverse categorie di attori (popolazioni locali o non locali, operatori o tecnici), occorre trovare il modo di misurare le diverse capacità di azione di ciascun attore (risposte attuate in ognuna delle fasi di prevenzione, allerta ed emergenza) e la permanenza degli “automatismi” necessari.

1-2 Come vengono percepite queste definizioni dai partner del progetto e negli organismi impegnati nella comunicazione?

Una cultura del rischio intesa nei termini di cui sopra appare plausibile per tutti i rappresentanti degli organismi impegnati nella comunicazione sul rischio incendi boschivi che sono stati intervistati nell’ambito del progetto: l’Entente pour la forêt méditerranéenne, la Collettività territoriale della Corsica, la Regione Sardegna, l’ANCI Toscana, la Provincia di Lucca, il CNR IBE, la Regione Toscana, l’ANCI Liguria, la Regione Liguria, la Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra e il Parco Naturale Regionale delle Alpilles.

Dall’analisi dei colloqui condotti con questi attori risulta che la cornice d’interpretazione tecnico-scientifica del rischio in termini di pericolosità, elementi esposti e vulnerabilità risulta essenzialmente acquisita dai soggetti intervistati (sebbene non espressa con le stesse parole) ma in forme e gradi diversi⁵.

Risultano infatti presenti tutte e tre le dimensioni della cultura del rischio (“agire sulla pericolosità”, “ridurre la vulnerabilità dei beni e delle persone”, “limitare il numero e il valore degli elementi esposti al rischio”): i messaggi diffusi dagli organismi intervistati mirano a ridurre le fonti di innesco incendio (“agire

sulla pericolosità”), a rendere più resistenti gli insediamenti umani e ad agevolare la lotta attiva (“riduzione della vulnerabilità”), mentre il concetto di “far rispettare le norme” risulta invece ancora incerto e può rimandare a tutte e tre le dimensioni della cultura del rischio incendio.

Anche i concetti di “memoria”, “automatismo” e “fiducia nelle istituzioni” risultano presenti sebbene declinati in modo diverso. Tra i soggetti intervistati molti sono quelli che hanno elaborato delle categorizzazioni che oppongono quanti hanno acquisito una certa cultura del rischio a quanti ne risultano privi⁶. **Generalmente, i soggetti che sembrano avere una certa conoscenza e consapevolezza del rischio incendio sono proprio quelli che hanno avuto esperienza diretta degli incendi boschivi e che hanno una certa abitudine agli spazi forestali e/o al rischio incendio** (soggetti che frequentano regolarmente gli spazi forestali, residenti abituati agli incendi, al rischio incendio e ai discorsi sul rischio), il che si avvicina molto all’idea di “memoria”.

Per esempio: *“Nella regione Vaucluse gli incendi si verificano raramente quindi vi è una scarsa memoria del rischio. Le persone non conoscono le regole da rispettare, i numeri telefonici da contattare per segnalare un incendio o per informarsi sull’apertura dei massicci. Non hanno consapevolezza del pericolo”.*

Viene affrontata anche la questione degli “automatismi”. Per esempio: *“L’obiettivo da raggiungere è che si impari a tenere in conto il rischio nel modo di pensare e agire, in qualunque ambito e in qualunque attività”.*

Ma più che l’acquisizione degli automatismi, sono in molti a menzionare la necessità che gli individui diventino più autonomi, vale a dire che cerchino spontaneamente di informarsi sul rischio e di impegnarsi in prima persona nell’autoprotezione.

Infine, per quanto marginale, un ultimo elemento che emerge dai colloqui è il **“sentimento di appartenenza”**, vale a dire l’idea di essere **coinvolti in quanto collettività**. Questo aspetto rimanda in particolare alla questione della solidarietà sociale o collettiva di fronte al rischio e al pericolo.

La questione della “fiducia” è stata trattata poco in questi termini, mentre invece la presenza dei pompieri a riunioni pubbliche, incontri di formazione o simulazioni organizzate da sindaci è stata spesso considerata come un vero punto di forza. Forse più che di “fiducia” in questo caso si tratta di **riconoscere la “legittimità” di chi chiama al rispetto di quelle stesse regole che lui stesso si impone.** Per esempio: *“Le pattuglie giurate e i pompieri sono un vettore più convincente. È la forza della comunicazione degli uomini del mestiere che agiscono in prima persona davanti agli eventi”.* Secondo altri, potrebbe essere efficace l’intervento di soggetti di pari grado o scelti tra pari: *“Sembra che le testimonianze degli amministratori locali [durante le formazioni specificatamente rivolte a loro] funzionino bene: la condivisione da pari a pari gli conferisce legittimità d’ascolto”.*

5 - Alcuni elementi presentati in questa sezione verranno sviluppati ulteriormente nella parte successiva del rapporto.

6 - La distinzione tra quanti sono in possesso di una cultura del rischio e quanti ne sono privi o l’hanno persa emerge dall’analisi dei discorsi: “locali” o residenti permanenti versus “turisti” o “visitatori”, utilizzatori di lunga data, abituarini e/o specializzati versus utilizzatori occasionali o la cui pratica è recente, generazioni precedenti versus nuove generazioni, nuovi rurali o nuovi residenti, testimoni diretti di grandi incendi versus quanti non ne hanno mai fatto esperienza; e talvolta anche “giovani” (più aperti, consapevoli dell’ambivalenza del fuoco e per i quali risulta possibile l’apprendimento di una cultura del fuoco) versus “adulti” (più difficili da istruire e più restii a cambiare i propri comportamenti). In linea generale, sembra che la classificazione delle popolazioni tra aventi o non aventi una cultura del rischio incendio adottata dai soggetti intervistati si declini su due linee divisorie: geografica e generazionale.

La cultura del rischio incendi boschivi, così come risulta generalmente concepita dai soggetti intervistati, rimanda essenzialmente all'acquisizione da parte degli individui delle conoscenze scientifiche e tecniche necessarie a rendere "visibile" il rischio e ad agevolare l'accettazione delle misure di prevenzione e di sicurezza che consentono di anticipare e mitigare il rischio stesso⁷.

Le attuali pratiche di comunicazione sembrano complessivamente rispecchiare una rappresentazione (che non è né nuova né specifica ai soggetti intervistati (Lattour, 1983; Flanquart, 2016)), di un rapporto gerarchico tra "specialisti" e "profani". Tale rappresentazione, per via del carattere tecnico-scientifico dell'approccio basato sul rischio, appare in parte presente nelle informazioni destinate ad essere diffuse. Per esempio: "Vogliamo trasmettere ai cittadini un'informazione che verta su tre punti: la comprensione reale del pericolo, la conoscenza dell'organizzazione del sistema di protezione civile, di intervento e di lotta attiva e la conoscenza dei comportamenti da mettere in atto"; o ancora: "Che [le zone di interfaccia] siano una zona a rischio lo sanno solo gli specialisti, non i semplici cittadini. Loro non sanno neanche cosa sia un'interfaccia".

La comunicazione sul rischio incendi boschivi sembra vertere prevalentemente sulla tendenza a volgarizzare un sapere tecnico-scientifico da diffondere alla popolazione (cfr. §3-2). Ciò sottintende l'idea che le persone non agiscono in conformità con le norme o non adottano i "buoni" comportamenti solo per via della loro scarsa conoscenza del rischio "reale", laddove invece le persone ben informate terrebbero automaticamente in conto il rischio nel loro modo di agire e pensare adottando le misure e le norme di prevenzione e sicurezza appropriate. L'efficacia della comunicazione e l'acquisizione di una cultura del rischio vengono spesso commisurate all'accettabilità delle disposizioni e all'adozione di comportamenti conformi a regolamenti e/o norme di prevenzione e sicurezza. Per esempio: "Il nostro obiettivo è quello di accrescere la capacità dei cittadini di autoprotettersi e diventare quanto più possibile reattivi e collaborativi nel momento stesso del bisogno".

Una parte dei soggetti intervistati ha tuttavia fatto qualche distinguo, sottolineando che determinate categorie di persone in possesso di una certa cultura del rischio incendio potevano al contrario risultare "troppo sicure di sé", attribuendosi una certa padronanza del rischio o mostrandosi più critiche se non addirittura ostentando un'opposizione alle disposizioni e alle norme di prevenzione o lotta attiva. Per esempio: "La problematica che ci capita di riscontrare è quella delle persone che pensano "ho coscienza del rischio e quindi quello che faccio non può mettermi in pericolo. Sono gli altri che provocano gli incendi e che rischiano la loro vita". O ancora: "La cultura del rischio era presente nel territorio, più della cultura forestale. La comunicazione era più facile in passato e anche quando



c'erano dei lavori la gente lo capiva anche senza essere necessariamente d'accordo. Ma oggi possiamo osservare il riemergere di certe inquietudini, di certi interrogativi e un'opposizione delle persone (per esempio ai lavori o alle potature degli alberi). [...] Gli amministratori locali e i cittadini vogliono capire di più, partecipare di più alla difesa dei boschi contro gli incendi. Il lavoro che abbiamo fatto fino ad oggi, coinvolgendo tutti gli attori in presenza dei pompieri fa sì che le persone si pongano più domande e siano più attente. Le abbiamo in qualche modo "professionalizzate" e questo porta a una maggiore presa di coscienza ed espressione delle proprie opinioni".

Alcuni soggetti intervistati, per quanto rari, hanno anche fatto riferimento a persone in possesso di una buona cultura del rischio che si dichiaravano concordi con le politiche e le strategie di prevenzione e di lotta attiva contro gli incendi.

Pertanto, dall'analisi delle informazioni raccolte sembra che venga generalmente riconosciuta l'idea che la trasmissione di una conoscenza acquisita della pericolosità di un fenomeno non solo ne consentirebbe il contrasto ma favorirebbe le condizioni per una corretta preparazione al rischio, e proprio questo dovrebbe essere il compito della comunicazione ai fini di

7 - Sono questi gli elementi a cui più spesso mirano le strategie di comunicazione dei diversi organismi intervistati (cfr. § 3-2).

un'appropriazione culturale e identitaria nelle popolazioni coinvolte.

A nostro avviso, **questa strategia non solo sembra insufficiente ai fini di un'appropriazione culturale e identitaria ma non può neanche essere unilaterale, vale a dire vertere esclusivamente sulla acquisizione nelle popolazioni, che sembrano prive delle conoscenze necessarie o comunque non in grado di valutare correttamente il rischio, delle informazioni necessarie a rettificare le loro percezioni e i conseguenti comportamenti.** In effetti, da una parte, gli studi sul modo di rapportarsi ai vari tipi di rischio ne mettono in luce la grande complessità e l'incidenza di numerosi fattori talvolta in contraddizione tra loro nelle diverse situazioni e contesti d'azione⁸; d'altra parte, anche tra gli stessi operatori e soggetti impegnati nella comunicazione esiste una certa eterogeneità nel modo di rapportarsi al rischio, alla foresta e al fuoco. Questo aspetto verrà sviluppato nel prosieguo del rapporto (cfr. Parte 3), qui però occorre menzionare a titolo esemplificativo l'idea che certi soggetti intervistati parlino più volentieri di una cultura del "fuoco" sottolineandone il carattere "ambivalente", vale a dire suscettibile di essere al contempo utile e distruttore. Questa ambivalenza è stata tra l'altro oggetto di discussione e disaccordo in merito al contenuto dei messaggi da diffondere tra i diversi attori della comunicazione, della prevenzione e/o della lotta attiva: *"Ci siamo confrontati sui messaggi perché avevamo punti di vista divergenti. Per esempio, il fuoco è una cosa buona o cattiva? Ne abbiamo discusso con gli operatori e gli attori sul terreno"*.

Infine, certi soggetti intervistati hanno collegato la "cultura del rischio incendi" alla questione della "cultura forestale" o ancora ai contesti sociali, economici, politici e normativi all'origine della problematica degli incendi boschivi e dell'inquadramento della loro gestione. Lungi dall'essere considerato come un fenomeno decontestualizzato, **il fuoco sembra pensato come elemento legato al contesto locale.** La comunicazione sui "buoni" comportamenti non appare per-

tanto come un elemento centrale nella lotta e nella prevenzione contro gli incendi, al contrario occorrerebbe sostenere la necessità di contrastare l'esodo rurale e favorire la permanenza (o il ritorno) delle popolazioni rurali e delle loro attività (pastorizia, agricoltura, eccetera). Per esempio: *"Il fuoco in passato era uno strumento, adesso questa cultura si sta perdendo. Bisognerebbe ritrovarla ma è difficile. Ci vorrebbe una presenza attiva nelle zone difficili, quelle meno produttive di ciascun territorio, perché questi territori forniscono servizi ecosistemici importanti. Il rischio incendio aumenta quando questi territori vengono abbandonati, come negli Stati Uniti o in Portogallo, dove l'assenza di gestione del territorio lascia campo libero all'incendio"*.

Da questo punto di vista⁹, la problematica degli incendi boschivi non può essere esclusivamente ridotta ai semplici comportamenti individuali, ma richiede una valutazione del contesto e della sua evoluzione. Questa problematica solleva inoltre la questione delle cause sociali ed economiche degli incendi, in particolare l'abbandono degli spazi agricoli e forestali e lo spopolamento delle zone rurali (Clément, 2005). **Si tratta quindi di rivedere la pianificazione territoriale e l'assetto del territorio** e di *"prevedere una migliore gestione complessiva dello spazio forestale mediterraneo in modo da mitigare o controllare il rischio incendio e migliorare l'equilibrio dell'ecosistema"* (Kalaora e Savoye, 1999).

8 - Nello specifico è possibile menzionare numerose determinanti sociologiche, psicologiche e culturali dei modi di rapportarsi al rischio in generale e all'incendio in particolare, alla esposizione a questi fenomeni, alle pratiche di prevenzione e alle norme di sicurezza (Douglas e Wildavsky, 1982; Ragot e Munduteguy, 2005; Peretti-Watel, 2005; Peretti-Watel e Constance, 2009; Maillot *et al.*, 2014) nonché agli elementi complessivamente in gioco nella pianificazione del territorio tra cui la prevenzione e la lotta attiva contro il rischio incendi boschivi su cui intervengono rapporti di forza e potere tra gli attori (Clément, 2005).

9 - Punto di vista concordante, tra l'altro, con i lavori di alcuni geografi che hanno studiato la questione dei rischi incendi boschivi e della loro gestione (Clément, 2005; Vilain-Carlotti, 2016).

1-3 Punti essenziali

- Una cornice di interpretazione tecnico-scientifica del rischio in termini di pericolosità/sfide, elementi esposti e vulnerabilità complessivamente condivisa sebbene non necessariamente negli stessi termini;
- La presenza di determinati elementi (memoria, automatismo, fiducia) della cultura del rischio con qualche variante (autonomia, legittimità) e una caratteristica supplementare (solidarietà);
- Una rappresentazione dominante di un rapporto gerarchizzato tra "esperti" e "profani";
- Una logica dominante di volgarizzazione delle informazioni tecnico-scientifiche e delle regole di buon comportamento individuale;
- La presenza di una concezione, per quanto minoritaria, che mette in primo piano i contesti e le evoluzioni sociali ed economiche legate agli incendi boschivi.

2 – I diversi rapporti con la foresta mediterranea e con il rischio incendio attraverso la bibliografia

Obiettivo di questa parte è approfondire le diverse rappresentazioni della foresta e del rischio incendi boschivi nei diversi target e fornire elementi utili a una comunicazione più mirata e adattata ai diversi gruppi target individuati nell'ambito di questo progetto (cfr. Parte 4).

Punto di partenza sono i risultati di numerose indagini quantitative (Cazaly, 2002; Loty, 2016)¹⁰ e qualitative

del (Bromberger *et al.* 1980; Kalaora e Savoye, 1999; Maillet *et al.*, 2014, Parès, 2018) condotte in Francia sul rapporto che utilizzatori, abitanti e proprietari di aree forestali hanno con la foresta mediterranea e con il rischio incendio boschivo: due elementi strettamente legati come si evince dalla stessa espressione “incendio boschivo”.

Non siamo riusciti a trovare indagini equivalenti per l'Italia, vale a dire indagini svolte su larga scala geografica e incentrate sulla foresta mediterranea in quanto entità. Tuttavia, abbiamo tratto elementi utili da alcuni studi (Betta *et al.*, 2009; Pastorella *et al.*, 2017; Carrus *et al.*, 2020) (cfr. § 2-2) che vertono però su campi più ristretti.

2-1 Le rappresentazioni della foresta mediterranea in Francia

In Francia sono state realizzate due indagini tramite sondaggio sulle rappresentazioni collettive della foresta mediterranea nel pubblico: la prima nel 2000 (Forêt

10 - L'indagine di Cazaly (2000) è stata commissionata nel 2000 dallo studio Ecomark su domanda dell'associazione Forêt Méditerranéenne e condotta in forma di sondaggio telefonico realizzato dal 12 al 15 dicembre 2000 presso un campione di 802 persone rappresentativo della popolazione maggiorenne nei 15 dipartimenti della Francia mediterranea (secondo il metodo delle quote [sesso e età incrociati] e la stratificazione per dipartimento e dimensione dell'unità urbana). L'indagine di Loty (2016) è stata realizzata nel 2016 dalla società Ethys su domanda dello studio Ohwwod. Si tratta di uno studio quantitativo online realizzato presso un panel di internauti. Il campione era composto da abitanti delle regioni Provenza-Alpi-Costa Azzurra, Corsica, Languedoc Roussillon (15 dipartimenti) ed era rappresentativo della popolazione residente nelle regioni osservate in termini di sesso, età, categoria socioprofessionale del capofamiglia e del dipartimento. Sono state realizzate 1000 interviste.

Méditerranéenne/Ecomark-Cazaly) e la seconda nel 2016 (Ohwwod/Ethys-Loty). I risultati forniscono elementi utili per comprendere le rappresentazioni della foresta mediterranea nel pubblico francese della foresta mediterranea e della sua fragilità rispetto agli incendi.

Una foresta mediterranea priva d'identità

Le due indagini evidenziano come il termine “foresta” sembra non conciliarsi con gli spazi naturali mediterranei. Nel 2000 ciò risulta vero per una persona su tre, mentre nel 2016 i termini “foresta” o “bosco” appaiono poco presenti nell’immaginario associato agli spazi naturali mediterranei.

Quanto all’associazione di parole “foresta mediterranea”, nel 2000 risulta sconosciuta al 50% degli intervistati.

Nel 2016, è invece riconosciuta dal 70% degli intervistati ma soltanto 1/3 riesce a immaginare ciò che designa mentre il restante 30% sostiene di non averne mai sentito parlare.

“Molti non si rendono conto durante le loro escursioni di muoversi in una foresta mediterranea” e “per almeno il 3% degli intervistati la foresta mediterranea non esiste” (Cazaly, 2002).

Questa negazione del carattere “forestale” di una parte degli spazi boschivi mediterranei, spesso estesa all’insieme delle foreste mediterranee, si ritrova nelle rappresentazioni di alcuni utilizzatori intervistati nel 2014 (Parès, 2018). Proprio perché non corrispondenti a quell’immagine di foresta soffocante, buia e umida che predomina nell’immaginario collettivo, gli spazi boschivi mediterranei rischiano di non essere considerati come vere e proprie foreste. Per una parte degli utilizzatori l’aspetto un po’ secco, arido, bruciato dal sole della vegetazione delle regioni mediterranee

contribuisce a dare un’impressione di fragilità, vulnerabilità e bisogno di protezione soprattutto di fronte allo spettro di un incendio ma d’altra parte attenua l’impressione che si tratti di natura, ancor meno di foresta.

B. Kalaora e A. Savoye (1999): “Gli studi sull’immagine della foresta mediterranea mostrano che per il pubblico esterno a questa regione la foresta mediterranea non suscita interesse perché troppo diradata, troppo rarefatta, troppo secca, troppo luminosa [...] percepita, in conclusione, come fragile, pericolosa, in una condizione di sopravvivenza e costantemente minacciata dagli incendi”.

Nel 2000 l’indagine di Cazaly ha mostrato che “gli abitanti delle zone mediterranee hanno difficoltà a chiamare per nome le loro foreste: parlano soprattutto di massicci montuosi e forestali [...] o usano l’espressione “entroterra di...” per definirle”.

Secondo Bromberger *et al.* (1980), non è tanto il termine di “foresta” quanto quello di “collina” o “bosco” che viene spesso impiegato “per indicare complessivamente lo spazio “selvaggio” nelle sue diverse forme” (Bromberger *et al.* 1980) dagli abitanti della regione del Var. Questi due concetti di “collina” e “bosco” indicano in modo interscambiabile tanto lo spazio della pastorizia quanto quello della foresta.

Il termine “foresta” può anche avere una connotazione peggiorativa rimandando a quegli spazi abbandonati dalle attività produttive rurali che in passato erano parte integrante dell’identità di un massiccio (Parès, 2018).

A seconda della sensibilità individuale, viene enfatizzata l’una o l’altra caratteristica positiva o negativa della foresta mediterranea assimilandola per esempio a “una donna miseramente vestita” o a “una gioia leggera che corre lungo la collina”¹¹.

Che cosa evoca la foresta mediterranea

Lo spazio naturale mediterraneo e la foresta mediterranea vengono descritti dal pubblico anche impiegando altri termini. Tra questi quelli di “litorale”, “pineta”, “gariga” e “collina” sono i quattro adottati quasi all’unanimità per indicare gli spazi naturali mediterranei, tanto nel 2000 quanto nel 2016.

Nel 2000 la foresta mediterranea viene associata in particolare:

- alla pineta e ai pini,
- alle attività ricreative (trekking, vacanze, relax...),
- all’estetica,



La foresta mediterranea: una foresta poco conforme all’immagine di foresta soffocante, buia e umida prevalente nell’immaginario collettivo.

11 - Citazioni tratte da un racconto non pubblicato di Edith Sachs (2019).

- alla fauna e alla diversità,
- al caldo e alla siccità,
- al fuoco (per il 16% delle persone intervistate e in modo più preponderante nell'immaginario dei Corsi).

Si osserva che l'indagine è stata realizzata nel mese di dicembre, quest'ultima cifra sarebbe stata probabilmente diversa in un periodo estivo e di grandi incendi.

A distanza di sedici anni alla "foresta mediterranea" vengono spontaneamente associati i termini e le espressioni seguenti:

- specie vegetali per il 71% (in prevalenza pini),
- foresta e mare,
- condizioni climatiche,
- usi e benefici,
- fauna,
- rilievo,
- incendi (per il 6%),
- luoghi.

Emergono disparità geografiche e sociali nelle varie rappresentazioni. Il termine "foresta" risulta più adatto per gli abitanti dell'area orientale della regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra e per quelli della Corsica (Cazaly, 2000 e Loty, 2016).

Dallo studio del 2016 emerge che gli uomini, gli over 50, gli utilizzatori regolari, gli appartenenti a categorie socioprofessionali superiori conoscono l'espressione e ne colgono perfettamente il significato. Quanti invece non ne hanno mai sentito parlare sono prevalentemente le donne, i più giovani (tra i 18 e i 34 anni), gli appartenenti a categorie socioprofessionali più basse e coloro che frequentano poco o per nulla la foresta.

Per completare, è stata posta anche la questione di ciò che la parola "natura" evoca a quanti frequentano la foresta mediterranea per attività ricreative (Parès, 2018). Il concetto di "foresta" è stato evocato con molta frequenza, in particolare come sinonimo di "natura" ed è stato spesso associato al relax e al ristoro con una rappresentazione costruita in opposizione a quella dello spazio urbano e della sua qualità di vita. Vengono pertanto impiegati termini e formule che rimandano alla "calma", alla "tranquillità", ai "momenti di riposo" come: "allontanamento dalla città, dal rumore", "meno città, meno persone", "qualità della vita e dell'ambiente circostante". L'altra categoria di associazione di parole maggiormente presente è quella che rimanda agli "esseri viventi" e addirittura alla "vita": "alberi", "animali", "scoiattoli", "cicale", "uccelli", "fauna"; "flora", "piante", perché "apparteniamo alla natura, siamo esseri viventi".



"Foresta" e "mare" sono associati all'espressione "foresta mediterranea"...



... tuttavia, in Francia i termini che esprimono meglio la "foresta mediterranea" sono soprattutto quelli di "pinete" e "pini".



"Foresta fragile prudenza"
Nel 2016 in Francia, le opinioni divergono sulla natura fragile (48%) o resistente (40%) della foresta.

La percezione della fragilità della foresta mediterranea

Nel 2000, molti degli intervistati esprimono preoccupazione per lo stato della foresta mediterranea e per il suo avvenire, menzionando in particolare gli incendi.

Nel 2016, vi sono opinioni contrastanti sulla natura fragile (48%) o resistente (40%) della foresta. Condivisa invece è la convinzione che la foresta si stia ritirando: solo il 17% concorda sul fatto che la foresta stia guadagnando terreno.

Alla domanda relativa alla manutenzione della foresta mediterranea, l'aumento dei dispositivi di contrasto agli incendi viene in seconda posizione tra le azioni prioritarie, dopo la manutenzione e la pulizia della foresta (escluso lo sfruttamento della foresta) (Loty, 2016).

I risultati dimostrano che i giovani prendono meno posizione sul tema della fragilità della foresta.

Pratiche e utilizzatori: chi frequenta la foresta mediterranea?

Nel 2000, in totale quasi tre quarti degli abitanti delle aree mediterranee frequentano almeno occasionalmente le loro foreste (soprattutto gli appartenenti alle categorie socioprofessionali superiori), mentre solo una persona su quattro (il 24%) afferma di non recarsi mai in foresta.

Nel 2016, la cifra è analoga: il 73% degli intervistati frequenta regolarmente o occasionalmente la foresta mediterranea, un quarto dei quali in modo assiduo (anche in questo caso appartenenti alle categorie socioprofessionali superiori e prevalentemente abitanti delle regioni Provenza-Alpi-Costa Azzurra e Corsica).

Nel 2016 viene fornito anche un altro dato: tra gli utilizzatori assidui, il 36% ha avuto esperienza diretta di un incendio (contro il 15% che non l'ha mai vissuto).

Quali sono le pratiche prevalenti e chi sono gli utilizzatori della foresta mediterranea?



La foresta mediterranea: una foresta frequentata per le attività ricreative. In questa foto, i cavalieri nel Parco della Maremma in Toscana.

Nel 2000 viene rilevato il 96% di utilizzatori per attività ricreative contro il 4% di utilizzatori per attività professionali (agricoltura, silvicoltura, educazione, sicurezza...).

Nel 2016, le tre attività ricreative più praticate dal grande pubblico nella foresta mediterranea sono:

- passeggiate, praticate da tutti,
- osservazione della flora e della fauna, in modo più occasionale,
- trekking (con il 31% di utilizzatori abituali).

Gli abitanti delle aree mediterranee frequentano i diversi siti e spazi forestali della loro regione (massicci o i siti forestali) localizzati generalmente nel territorio della propria provincia di residenza.

“Con ogni evidenza, la foresta mediterranea attira e continuerà ad attirare la gran parte dei visitatori da ambienti urbani”. Questa frequentazione avviene “in un contesto di svago da parte della popolazione urbana e periurbana, attiva e più istruita” (Cazaly, 2002).

Nel 2014 (Parès, 2018), le interviste realizzate in foresta a persone residenti non solo nella regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra e in altre regioni francesi, ma anche all'estero, evidenziano una sovrarappresentazione di quadri, professioni intellettuali di livello superiore, professioni intermedie e artigiani, commercianti e dirigenti d'impresa a discapito di operai e impiegati, anche se molto istruiti.

Le persone incontrate sono inoltre residenti essenzialmente in comuni di più di 2000 abitanti o in zone urbane (l'80% di persone intervistate).

Valori associati alla “foresta mediterranea”

Il tasso elevato di riconoscimento delle funzioni della foresta (qualità del paesaggio per il 99%, protezione della flora e della fauna per il 98%, ma anche protezione contro l'erosione, delle acque, dello sfruttamento del legname, eccetera) dimostra che *“l'attaccamento del pubblico alla foresta (alla “sua” foresta) si basa su elementi razionali e che l'interesse per la foresta non si limita alle popolazioni delle zone forestali o a chi la frequenta per una qualche attività ma è al contrario condiviso da tutti, sebbene con gradazioni diverse”* (Cazaly, 2002).

L'indagine condotta tra il 2014 e il 2015 presso coloro che utilizzano le foreste per attività ricreative (Parès, 2018) evidenzia l'emergere di un approccio più sensibile ed emotivo rispetto agli animali e alle piante, in particolare agli alberi. Questo approccio mette in risalto la relazione affettiva con gli ambienti e le entità naturali.

I diversi rapporti del pubblico con il rischio relativo agli incendi boschivi

Abbiamo visto che le foreste mediterranee tendono a non essere considerate come vere e proprie foreste, tuttavia sono presenti nelle rappresentazioni collettive proprio con un'associazione di idee che le lega agli incendi (Parès, 2018).

I mezzi di informazione, in particolare la stampa regionale (Collectif, 2014) o i servizi dei telegiornali (Boutefeu, 2008) contribuiscono a forgiare e diffondere tale rappresentazione poiché tendono a parlare degli spazi boschivi esclusivamente in occasione degli incendi. *“Il Mediterraneo non è la sola regione colpita dagli incendi. Eppure, quando la televisione tratta il tema degli incendi boschivi in Francia fa quasi sempre riferimento a questa regione (l'82% dei servizi sugli incendi). Parallelamente, quando si parla di foresta mediterranea francese in televisione, è quasi esclusivamente per problemi legati agli incendi (nel 97% dei temi trattati). In modo provocatorio, possiamo dedurre la seguente relazione mediatica: foresta mediterranea = incendio”.*

Cazaly scrive: *“La minaccia che rappresentano gli incendi boschivi viene presa molto seriamente dal pubblico, col rischio forse di occultare le altre: nel 2000, il 94% degli intervistati concorda sull'affermazione per cui “l'incendio è ad oggi la principale minaccia per la foresta mediterranea”. La sensazione di minaccia “è sentita ovunque, sicuramente più di quanto sia la natura esatta dei fattori di rischio o delle condotte di prevenzione”.*

“Dopo l'incendio la maggioranza degli abitanti del Mediterraneo considera necessario l'intervento dell'uomo: solo per il 28% “la foresta mediterranea non ha bisogno dell'uomo per rigenerarsi” a seguito di un incendio”.

“...l'aumento dei dispositivi di contrasto agli incendi rappresenta una priorità per il 97%”.

“Forse è proprio in nome di questa fragilità e delle diverse minacce percepite che il pubblico sembra disposto ad accettare eventuali restrizioni d'accesso per motivi di protezione in modo inequivocabile (più del 90%). Potrebbe essere uno dei segni del forte attaccamento della popolazione ai suoi spazi forestali, insieme alle numerose testimonianze della sincera relazione d'affetto registrata in questa indagine o agli alti livelli di frequentazione di questi spazi” (Cazaly, 2002).

Dall'indagine del 2016 risulta che solo l'1% del pubblico esprime fastidio per le barriere tagliafuoco.

Sempre nel 2016, un intervistato su due ha vissuto un incendio nella regione mediterranea (52%).

Le principali cause di incendio menzionate sono la negligenza (44%), il dolo (41%), il crimine (36%). In pochi menzionano la cattiva manutenzione della foresta (18%).



Si osserva l'emergere recente di un approccio sensibile ed emotivo rispetto agli animali e alla vegetazione...



...e in particolare rispetto agli alberi (in questa foto, un vecchio castagno in Corsica).

Le azioni di prevenzione che sembrano essere più interessanti sono:

- in primo luogo, il divieto di fumare e di accendere fuochi nelle foreste (72%),
- in secondo luogo, una migliore manutenzione della foresta (65%) e una maggiore sensibilizzazione del grande pubblico (65%),
- le limitazioni d'accesso a determinate aree nei periodi estivi (52%).

I giovani si esprimono meno sulle misure contro gli incendi nelle foreste mediterranee, mentre gli abitanti delle regioni Provenza-Alpi-Costa Azzurra e Corsica risultano essere maggiormente sensibili alla questione.

L'analisi dei colloqui effettuati con i proprietari forestali residenti nelle aree mediterranee del Vaucluse, del Var e delle Bocche del Rodano (Parès, 2018) evidenzia che la protezione dagli incendi boschivi rappresenta generalmente una preoccupazione condivisa all'interno del campione intervistato. Per esempio, alcuni dei proprietari intervistati si sono uniti a un'associazione sindacale indipendente di gestione forestale (su impulso degli operatori locali) indicando proprio nella protezione dagli incendi una delle motivazioni alla base della loro adesione. *“Volevo che il bosco fosse pulito, messo in sicurezza e protetto dagli incendi”;* *“...ho*



Nel 2016 in Francia, un soggetto intervistato su due ha vissuto un incendio nella regione mediterranea (Loty, 2016).

aderito all'associazione soprattutto per il rischio incendio, cioè per contribuire a ridurlo".

Negli stessi lavori, l'analisi dei colloqui realizzati con gli utilizzatori delle foreste mediterranee per attività ricreative rivela un'analogia rappresentazione sociale: anche se la guida ai colloqui non prevedeva domande su questioni specifiche alla questione degli incendi boschivi, le persone intervistate vi hanno spesso fatto riferimento. "[Bisogna proteggere le foreste] soprattutto dagli inneschi di incendi", "Qui, non fanno nessuna manutenzione. Basta guardare lungo l'autostrada, non fanno nessun decespugliamento e poi vengono a dirci: "Mi raccomando d'estate, attenzione a non bruciare niente"; "Penso che si dovrebbe tagliare un po' per far circolare l'aria, perché se l'aria non circola nella foresta, il rischio incendio è ancora più grande"; "Ci vuole una maggiore protezione dagli incendi, soprattutto d'estate quando fa caldo"; "Io penso che a volte bisognerebbe fare maggiore pulizia nei boschi"...

La conservazione e protezione delle foreste dagli incendi è anche uno degli argomenti più spesso menzionati per giustificare la necessità della manutenzione degli spazi boschivi, il che converge con i risultati delle indagini quantitative.

Ambivalenza delle rappresentazioni della foresta mediterranea rispetto al rischio incendio

Emerge da più di un lavoro (Boutefeu, 2008; Parès, 2018) che le foreste appaiono come fragili e minacciate, quindi da proteggere rispetto al rischio incendio ma vengono al contempo percepite come minacciose e dilaganti¹².

L'ambivalenza nelle rappresentazioni sociali dell'associazione tra foreste mediterranee e incendi boschivi è stata individuata da B.Boutefeu (2008) analizzando

l'immagine della foresta veicolata dai mezzi di informazione: "Limitandosi ad analizzare in senso stretto la foresta nell'ottica dell'incendio, si può constatare la presenza di rappresentazioni ambivalenti. In modo schematico, risultano le seguenti antinomie sulla foresta: minacciata e minacciosa, fragile e distruttrice o ancora vittima o boia" (Boutefeu, 2008).

Analogamente, l'analisi dei discorsi degli attori coinvolti nella gestione delle foreste mediterranee (Parès, 2018) rivela la medesima ambivalenza. Per esempio, nei documenti di pianificazione pubblicati dall'Office national des forêts, l'incendio occupa non soltanto un posto preponderante tra le preoccupazioni in materia di gestione delle foreste ma

viene anche presentato come una minaccia imminente sulle foreste fragili, "vulnerabili". "Gli incendi sono incontestabilmente il rischio principale che incombe sulla foresta comunale" (PA FC Collobrières, 2011); "L'incendio e i problemi fitosanitari sono le due principali minacce per la foresta demaniale" (PA FD Maures, 2011).

Da un altro punto di vista, invece, una parte dei proprietari privati intervistati, quasi tutti soggetti all'obbligo legale di decespugliamento e abituati a convivere con il rischio o il verificarsi degli incendi, considera le foreste soprattutto come dilaganti e minacciose. "È impressionante la velocità con cui ricrescono! I pini sono incredibili, vanno a una velocità!", "Ero felice [di questo progetto di gestione forestale] [...] perché c'erano troppi alberi, dappertutto. Ero proprio felice che li avessero finalmente tolti".

Analogamente, certi proprietari che hanno avuto esperienza diretta di un incendio (Gardanne, 2005) rappresentano la foresta come una minaccia che incombe sulle loro abitazioni: "Comunque so che prima o poi questa casa prenderà fuoco".

Risultati dell'indagine su residenti e proprietari forestali in aree mediterranee in merito al rischio incendi boschivi e alle norme di prevenzione e sicurezza

Nell'ambito di un programma di ricerca interdisciplinare¹³ (Maillet *et al.*, 2014), è stata condotta un'inda-

12 - Vedremo in seguito che questa rappresentazione sociale ambivalente si ritrova anche nei discorsi degli organismi che comunicano sul rischio incendio boschivo (cfr. § 3-3).

13 - Programma intitolato "Fattori antropici di vulnerabilità all'incendio nelle interfacce urbano-foresta mediterranee. Approccio interdisciplinare (FAVUL)".

gine sociologica su residenti e proprietari forestali di due terreni della regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra (Meyreuil-Gardanne e Lauris-Bonnieux). Trattandosi di un'indagine qualitativa su un campione non rappresentativo delle popolazioni interessate (né sui terreni in questione né a livello regionale), i risultati di questa indagine non possono essere generalizzati ma possono comunque fornire elementi di comprensione e contribuire a illustrare la complessità del rapporto con il rischio incendio boschivo.

I risultati evidenziano che le rappresentazioni del rischio incendio e della vulnerabilità sono socialmente differenziati, con una linea divisoria in termini di origine sociale e rapporto storico degli individui con il proprio luogo di residenza.

In primo luogo, l'appartenenza sociale degli individui intervistati sembra incidere sulle pratiche di prevenzione e sulle reazioni agli eventi. Per esempio, in occasione dell'incendio di Gardanne del 2005, un ex operaio ha raccontato di essere rimasto sul posto per "difendere la casa": *"Questa casa è tutto ciò che ho [...]. No no, io non me ne vado, resto a casa mia. È stato pulito tutto intorno alla casa, io resto qui"*, laddove un ex ingegnere è stato evacuato rapidamente in conformità con le procedure di evacuazione previste dalle autorità. *"Quando il fuoco ha oltrepassato la strada [...] mi sono sbrigato, ho preso i biglietti aerei, perché stavamo per andare ai Caraibi. Quindi abbiamo preso passaporti, biglietti e ce ne siamo andati"*.

Anche l'esperienza diretta o indiretta dell'incendio (storia familiare o racconto di una persona vicina) rappresenta una variabile che spiega in parte il modo in cui gli individui si tutelano dall'incendio e reagiscono quando si verifica. Sembra infatti che costituisca un elemento chiave nel modo in cui gli individui assimilano o meno un certo numero di norme di sicurezza e affrontano la catastrofe quando si manifesta perché si traduce in una lotta attiva al momento dell'incendio, in una maggiore manutenzione del terreno limitrofo all'abitazione e nella conoscenza delle condizioni climatiche favorevoli allo scoppio di un incendio.

L'esperienza dell'incendio tende però anche a limitare il credito dato alle norme di sicurezza e di evacuazione delle autorità. Le conoscenze derivanti dall'esperienza diretta e dalla trasmissione di un sapere familiare sembrano determinare le pratiche di protezione adottate dagli individui.

L'altra variabile che consente di capire il rapporto con il rischio incendio e con le norme di prevenzione e sicurezza è il legame con l'ambiente agricolo. L'attenzione alla manutenzione del terreno e delle zone boschive si ritrova prevalentemente negli agricoltori e in quanti hanno un legame familiare con l'ambiente agricolo. *"Da noi era tutto pulito. A casa nostra avevamo tolto tutto, non ha preso fuoco niente. Mentre da loro [dai vicini] si sono incendiati degli ulivi. E tutto questo solo perché non avevano pulito correttamente"* (Agricoltore di Gardanne).



"Attenzione al fuoco"

Un pubblico consapevole della fragilità della foresta rispetto al rischio incendio boschivo ma che segue una gerarchizzazione errata delle cause degli incendi e non ha correttamente assimilato i fattori di rischio e le condotte da adottare.

A Bonnieux/Lauris, dove l'ultimo incendio si è verificato nel 1973, l'origine rurale o urbana degli individui risulta essere un elemento determinante nel rapporto con la prevenzione. Le due persone incontrate che non avevano origini rurali erano particolarmente sensibili al discorso sul rischio incendio e avevano realizzato i propri impianti seguendo le norme di sicurezza, lasciando liberi gli accessi di soccorso e mettendo cartelli di allerta sul rischio incendio.

In conclusione, una delle ipotesi che emerge da questo lavoro è il ruolo centrale della strutturazione delle reti informali di vicinato nella diffusione dell'informazione, nell'assistenza reciproca e nella manutenzione dei terreni. È proprio in queste reti di vicinato che vengono elaborati i discorsi e le pratiche che possono corroborare i discorsi istituzionali e ufficiali oppure opporvisi.

A Meyreuil-Gardanne, in seguito all'incendio del 2005 è nato un collettivo di sinistrati fondato su relazioni di vicinato esistenti. All'interno di questo collettivo sono nati, da una parte, un discorso di accusa e critica alle autorità ma, dall'altra, un insieme di relazioni di mutua assistenza e diffusione dell'informazione sulla conoscenza del rischio incendio e delle misure di prevenzione. L'assistenza consiste in particolare nella manutenzione dei giardini e nella vigilanza contro il pericolo.

Questa constatazione porta a riflettere sul ruolo che le reti di vicinato potrebbero avere all'interno di una politica più complessiva di prevenzione e comunicazione sul rischio incendio.

2-2 Le rappresentazioni della foresta in Italia

Tra le diverse indagini a cui abbiamo avuto accesso, ve ne sono tre che ci hanno fornito dei dati sulle rappresentazioni della foresta nella popolazione italiana più o meno legate alla questione degli incendi boschivi (Betta *et al.*, 2009; Pastorella *et al.*, 2017; Carrus *et al.*, 2020). Due di queste indagini sono circoscritte nello spazio, mentre la terza riguarda cinque regioni dal nord al sud del paese (Trentino Alto Adige, Piemonte, Lazio, Molise e Puglia). Non abbiamo trovato indagini relative al territorio italiano nel suo insieme.

In generale, la popolazione italiana è consapevole del valore ecologico e sociale della foresta nella società contemporanea e riconosce un valore cruciale alle foreste. La conservazione della biodiversità è una questione fondamentale e il cambiamento climatico viene percepito come un problema grave (Carrus, *et al.*, 2020).



Foresta tra mare, pineta e acqua nel Parco della Maremma in Toscana.

Nel Sud Italia, in Calabria, un'indagine ha rilevato che i principali valori associati ai servizi ecosistemici forniti dalle foreste sono la biodiversità, il paesaggio e la protezione dall'erosione. Il paesaggio risulta particolarmente importante per la popolazione poiché strettamente legato al valore culturale e all'identità del territorio, per cui è necessario tenere in conto le particolarità locali.

Nelle zone di studio caratterizzate da un elevato valore naturale, la massima importanza viene attribuita agli elementi naturali del paesaggio (foreste e corpi d'acqua), mentre nella zona di studio più urbanizzata sono gli elementi antropici e culturali a rivestire un'importanza capitale.

Gli incendi boschivi e gli abbattimenti illegali sono considerati da tutti i gruppi intervistati (amministrazioni pubbliche, ONG, organismi di ricerca e associazioni di professionisti) come le principali minacce per la biodiversità forestale e la protezione contro l'erosione. In Calabria, gli incendi sono molto frequenti e le superfici incendiate risultano ogni anno tra le più elevate d'Italia. Questo fattore sembra incidere molto sul modo in cui la popolazione locale percepisce questo tipo di minaccia per l'ecosistema forestale (Pastorella *et al.*, 2017).

Nella Regione Trentino Alto Adige emerge un legame molto forte tra i nativi della provincia e il territorio a cui appartengono: "è il luogo in cui sono nato", "sono le mie origini", "è la mia terra". L'indagine testimonia di un'intensa frequentazione della foresta da parte degli abitanti del luogo (provenienti non solo da zone rurali, ma anche da centri urbani), di una buona conoscenza della foresta e del desiderio di approfondirla (Betta *et al.*, 2009).

2-3 Punti essenziali

Qual è la rappresentazione della foresta che danno i vari gruppi destinatari della comunicazione e il rischio incendi che vi è associato?

In Francia e in Italia...:

- La foresta mediterranea è percepita come un luogo di svago, relax e ristoro ampiamente frequentato dal grande pubblico (prevalentemente urbano).
- La popolazione risulta per la maggior parte molto legata ai suoi spazi forestali e accetta gli interventi e le azioni di prevenzione.

... e più specificatamente in Francia:

- L'espressione "foresta mediterranea" risulta poco conosciuta e poco compresa dal pubblico.
- Gli spazi naturali vengono associati dal pubblico a contenuti un po' pittoreschi: litorali, pinete, garighe..., o a valori quali l'estetica, l'ecologia, la ricerca del piacere.
- Il recente emergere di un approccio sensibile ed emotivo agli animali e alle piante, in particolare agli alberi.
- Un pubblico consapevole della fragilità della foresta rispetto al rischio incendio boschivo ma anche talvolta una cattiva gerarchizzazione delle cause degli incendi e una scarsa assimilazione dei fattori di rischio e dei comportamenti da tenere.
- Un'ambivalenza delle rappresentazioni della foresta in relazione agli incendi: "foresta fragile e minacciata" versus "foresta minacciosa e dilagante".

3 – Le strategie di comunicazione degli organismi intervistati

In questa parte vengono presentati i risultati dell'analisi dei colloqui¹⁴ condotti con gli organismi impegnati nella comunicazione sul rischio incendi boschivi sul territorio del progetto Marittimo. Dall'analisi emerge una grande diversità delle pratiche e delle rappresentazioni nelle strategie di comunicazione dei diversi soggetti intervistati¹⁵.

3-1 Tipi di comunicazione adottati dagli organismi intervistati

Dall'analisi dei colloqui risulta che vengono adottati tipi diversi di comunicazione che possono essere classificati in base alla relazione con il pubblico consentita dai vettori e dai supporti impiegati, ma anche in base alle modalità di costruzione del contenuto delle diverse azioni.

Tipi di pratiche di comunicazione in base alla relazione con il pubblico consentita dai supporti impiegati

Abbiamo identificato tre tipi di pratiche di comunicazione in base alla relazione con il pubblico consentita dai supporti impiegati e li abbiamo denominati "comunicazione unilaterale", "comunicazione interattiva" e

"comunicazione di prossimità". Uno stesso soggetto intervistato può menzionare azioni di comunicazione afferenti ad uno o più di questi tipi.

a.– Con **comunicazione unilaterale** vengono designate le campagne di comunicazione che trasmettono messaggi a target (più o meno specifici) senza **che questi abbiano possibilità di risposta**.

Dai ritorni di esperienza risulta che i supporti generalmente utilizzati sono:

– **cartelli, segnaletica**: di cui spesso però si dibatte la necessità di migliorarli (con codici QR o rendendo i supporti non visibili per una parte dell'anno). *"L'azione consisterebbe nel realizzare una segnaletica con un messaggio diretto, breve come un messaggio pubblicitario e con un'immagine che consenta di visualizzarlo. I codici QR sui cartelli (che sollevano però il problema delle zone senza copertura internet) potrebbero fornire approfondimenti sulla memoria degli incendi passati nella regione o spiegare quanti soldi sono stati risparmiati dalla regione grazie alle azioni antincendio (...). Inoltre, i codici QR consentono lo scambio di informazioni, gli aggiornamenti e le notizie in tempo reale evitando quindi cartelli fissi con informazioni non aggiornate, messaggi vecchi ai quali siamo già abituati e non vediamo più"*. Dove posizionarli affinché siano il

14 - Cfr. riquadro metodologico a pagina 5.

15 - In annesso vengono presentate tabelle di sintesi delle diverse azioni di comunicazione menzionate e descritte dai soggetti intervistati durante i colloqui (cfr. Annesso 3).



più possibile efficaci, tenendo conto di eventuali impedimenti esistenti, rischia tuttavia di non essere facile da stabilire.

– **volantini, brochure e documenti cartacei:** questo tipo di supporto sembra essere abbastanza efficace per una parte dei soggetti intervistati, soprattutto dato il successo che riscontra in termini di quantità distribuite. Tuttavia, non solo l'utilizzo della carta rischia di urtare la sensibilità del pubblico ma una parte dei soggetti intervistati considera questo modo di comunicare meno efficace dell'incontro diretto con i vari target. In un certo senso, questo metodo sembra adatto a fornire le informazioni a quanti desiderano riceverle ma non ad attirare nuove adesioni.

La valutazione dell'impatto della comunicazione unilaterale può essere più o meno difficile in funzione dei supporti impiegati. Se è possibile valutare il numero di

persone che consultano, ad esempio, un sito internet oppure il numero di brochure distribuite, ciò non fornisce alcuna informazione sul modo in cui le persone hanno reagito ai messaggi consultati: potrebbero non averli interiorizzati o aver gettato il supporto senza neanche leggerlo.

b.– Con **comunicazione interattiva** ci si riferisce invece, a modalità di comunicazione mediatizzate tramite supporti generalmente frutto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione NTIC (messaggi sui social network, feedback e consigli per via telefonica) e che, a differenza di quanto avviene nella comunicazione unilaterale, consentono di ottenere un certo feedback da parte dei target. Il canale privilegiato è generalmente quello dei social network che usano una varietà di supporti come ad esempio video o post. **Questo feedback non è necessariamente atteso** ed è generalmente poco accurato ("cattivo tweet", "sfogo", richieste che esulano dalle competenze dell'organismo). Tuttavia, alcuni soggetti intervistati lo considerano come segnale di un interesse via via crescente su questi temi che può essere misurato, per quanto in modo non sistematico e non a fini di valutazione, proprio con il numero crescente di chiamate, di tweet, eccetera.



c.– Con **comunicazione di prossimità** ci si riferisce invece a modalità di comunicazione che si fondano sulla **volontà di andare incontro ai vari pubblici** (abitanti, amministratori locali, utilizzatori per attività ricreative, bambini, eccetera) con un contatto diretto: il supporto utilizzato in questo caso è l'**interazione umana**. Questo tipo di comunicazione può essere fatta da intermediari (gli insegnanti nel caso delle scolaresche, il Corpo Forestale regionale nel caso degli utilizzatori per attività ricreative, eccetera) e non necessariamente dall'organismo intervistato da cui origina la strategia di comunicazione.

Quest'ultimo tipo di comunicazione appare per la metà dei soggetti intervistati come il più efficace, poiché molto radicato nel territorio, interconnesso e soprattutto in grado di fornire una maggiore



Iniziativa di prossimità con dei bambini in Liguria.

Si è osservata una certa varietà nei supporti utilizzati dai organismi. La scelta di questi supporti implica una diversa relazione con i target a cui ci si rivolge. Certi supporti sembrano favorire la prossimità, l'avvicinamento ai target ma risultano anche più costosi.

intercomprensione, sebbene però sia anche il più costoso (in termini di tempo, energia, mezzi finanziari e prestazioni "pedagogiche") e sollevi il problema dei pubblici che non si conoscono, con i quali è difficile interagire (il "cittadino" in generale).

L'altro vantaggio della comunicazione di prossimità, secondo i soggetti intervistati, sta nel fatto che può consentire di affrontare la questione del rischio incendi boschivi da una parte adattandola dinamicamente durante lo svolgersi dell'interazione con il pubblico, dall'altra trattandola nella sua complessità e nel suo intrecciarsi con altre tematiche (la pastorizia, il paesaggio, la pianificazione del territorio, la biodiversità, eccetera). Gli altri tipi di comunicazione, proprio per i vettori impiegati, si servono invece della diffusione di messaggi brevi e precisi che tendono a una specializzazione del discorso, specializzazione che può essere percepita come riduttiva o troppo generalista, e non sufficientemente adatta agli individui a cui si rivolge (cfr. § 3-2).



La comunicazione di prossimità risponde alla volontà di andare incontro al pubblico. In questa foto, il corpo regionale forestale nelle Alpi.

Tipi di comunicazione in base al processo di ideazione delle azioni

Le pratiche di comunicazione possono essere classificate anche secondo le modalità del processo di elaborazione delle azioni. I due tipi di processo più diffusi sono quelli che abbiamo definito come "comunicazione discendente" e "comunicazione di partenariato".

La **comunicazione di partenariato** raggruppa le azioni di comunicazione la cui ideazione viene realizzata **in partenariato stretto con gli intermediari**. Può considerarsi realizzata solo quando gli intermediari sono ben identificati e/o quando i pubblici target beneficiano di strutture di inquadramento o rappresentazione all'interno di associazioni o sindacati (per esempio gli insegnanti, la federazione dei tabaccaia, gli amministratori locali, le associazioni agricole, eccetera).

La **comunicazione discendente** indica invece l'insieme delle azioni e degli strumenti di comunicazione che, da una parte, vengono **elaborati da un organismo che ha scarsi legami con gli intermediari** (i quali possono eventualmente intervenire a posteriori per motivi di "controllo" o "validazione") o con i gruppi target e/o i loro rappresentanti e, dall'altra, vengono successivamente **diffusi in modo più o meno personalizzato** da chi li utilizza.

I soggetti intervistati hanno menzionato anche altri tipi di processi di elaborazione delle azioni di comunicazione, per quanto minoritari: l'ideazione delle azioni in collaborazione (non sempre facile) con l'insieme o con un'ampia parte degli attori che intervengono nella prevenzione e nella lotta attiva contro gli incendi boschivi, e il caso di organismi che finanziano l'elaborazione di azioni di comunicazione di altri organismi senza essere realmente parte integrante della loro ideazione.

3-2 Una logica di comunicazione basata sulla trasmissione delle informazioni

L'analisi dei colloqui evidenzia come **la logica che domina le strategie di comunicazione sul rischio incendi boschivi sia quella della trasmissione di informazioni**.

Questa trasmissione di informazioni ha come obiettivo principale la diffusione di “buoni comportamenti” e di “buone pratiche” da adottare per prevenire gli incendi (decespugliamenti, abbruciamenti, debbi, smaltimento dei mozziconi di sigaretta, eccetera) e/o in caso di allerta o sinistro (norme di sicurezza: confinamenti, evacuazioni, eccetera).

In modo più marginale possono essere diffuse anche informazioni di altro tipo: conoscenze relative al territorio, e al sistema di lotta attiva e prevenzione (in particolare per quanto riguarda gli organismi italiani che sono stati intervistati), informazioni finalizzate a organizzare la lotta attiva, informazioni sul livello di rischio (bollettino meteo, carta del rischio...) o ancora per correggere convinzioni erroneamente sostenute dai pubblici target.

Questa logica di trasmissione delle informazioni e diffusione dei “buoni comportamenti” appare complessivamente condivisa **ma segue obiettivi diversi**: ridurre il numero di inneschi di incendi, rendere più resistenti le strutture costruite dall’uomo in particolare nelle zone di interfaccia, facilitare la lotta attiva o ancora far rispettare le norme.

Anche la scelta dei gruppi a cui si rivolge la comunicazione risulta diversificata. Alcuni cercano di arrivare al maggior numero possibile di persone (metodo ad “annaffiatoio”: moltiplicando i messaggi, i vettori e gli intermediari). Altri preferiscono concentrarsi su gruppi target precisi, specifici e questo per motivi diversi: per esempio gruppi che corrispondono alle competenze dell’organismo e che vengono identificati come una delle principali cause degli incendi (fumatori...) o





LE 10 REGOLE

PER NON PROVOCARE UN INCENDIO BOSCHIVO



| | |
|------------------|---|
| NON | <ul style="list-style-type: none"> → gettare mozziconi accesi nell'erba e tra le foglie secche del sottobosco do not discard cigarette ends into any grass and dry leaf area → parcheggiare l'auto fuori dalla strada, perché la marmitta calda (superi i 300°) può appiccicare il fuoco all'erba secca do not park your car off the road because the hot exhaust pipe (over 300°) can start a fire on dry grass → abbandonare i rifiuti nei boschi, gettati negli appositi contenitori o portali a casa con te: carta e plastica sono combustibili e facilmente infiammabili do not leave any rubbish in the woods, throw it away in the appropriate rubbish bins or take it home with you: paper and plastic are flammable and will catch fire easily → accendere fuochi nel bosco oppure accendersi solo nelle apposite aree picnic never light a fire in the woods or only light a fire in a designated picnic area → accendere mai un fuoco quando c'è vento never light a fire when it is windy → lasciare braci o tizzoni accesi never leave embers alight |
| PRIMA | → di accendere il fuoco elimina le foglie secche tutto intorno before lighting a fire clean up away the dry leaves in the area |
| SPEGNI | → completamente il fuoco con acqua o terra extinguish the fire completely with water or earth |
| RICORDA | → che provocare un incendio boschivo è un illecito penale! remember that cause a forest fire is a penal crime! |
| CONDIVIDI | → con gli amici queste regole share these rules with friends |

IN CASO DI INCENDIO BOSCHIVO CHIAMA SUBITO
IN CASE OF A FIRE CALL IMMEDIATELY

NUMERO UNICO EMERGENZA
112

**DURANTE IL PERIODO DI GRAVE PERICOLOSITA' PER GLI INCENDI BOSCHIVI
E' VIETATA LA COMBUSTIONE DEI RESIDUI VEGETALI AGRICOLI E FORESTALI**

Art. 42 della L. n. 22/01/1999 n. 4 "Norme in materia di foreste e di assetto idrogeologico"

E' VIETATO → ACCENDERE FUOCHI, FAR BRILLARE MINE, USARE APPARECCHI A FIAMMA O ELETTRICI PER TAGLIARE METALLI, USARE FORNELLI, INCENERITORI O MOTORI CHE PRODUCANO FAVILLE O BRACE, FUMARE O COMPIERE OGNI ALTRA OPERAZIONE CHE POSSA CREARE COMUNQUE PERICOLO DI INCENDIO

PER I TRASGRESSORI SONO PREVISTE, AI TERMINI DI LEGGE, SANZIONI AMMINISTRATIVE PECUNIARIE E PENALI

gruppi che racchiudono in sé le principali questioni di gestione (zone di interfaccia...) oppure gruppi considerati come intermediari particolarmente efficaci (amministratori locali, scolaresche...), oppure in complementarità con la scelta di gruppi target da parte di altri organismi impegnati nella comunicazione. Un altro argomento a favore della scelta di gruppi target specifici è quello della possibilità di elaborare messaggi più chiari, meno generalisti e più facili da assimilare. Gli organismi intervistati tendono a optare tanto per la prima quanto per la seconda strategia¹⁶.

Infine, anche il contenuto e la formulazione dei messaggi risultano diversificati, per quanto predominano soprattutto i messaggi di tipo tecnico e normativo, elaborati in modo più o meno divulgativo. La tabella che segue presenta la nostra classificazione dei registri utilizzati e il numero di soggetti intervistati che li hanno menzionati durante i colloqui (“occorrenze”).

Sui diversi registri e contenuti dei messaggi vi sono opinioni divergenti. In effetti, nel corso dei colloqui, certi soggetti intervistati non sono sembrati sempre condividere il registro o il contenuto dei messaggi diffusi da altri organismi, a volte addirittura dal proprio organismo, auspicando un’evoluzione di tali messaggi. È il caso in particolare del registro “tecnico/normativo” che per alcuni soggetti intervistati dovrebbe essere maggiormente divulgativo e personalizzato per

16 - Per un’analisi dettagliata dei gruppi target menzionati dai soggetti intervistati e dei diversi modi in cui sono stati descritti, cfr. § 3-4.

essere compreso e meglio accettato. Per esempio: *“Questi messaggi vengono dalle istituzioni supreme che si esprimono con: Visto l’articolo...visto l’articolo... visto l’articolo... viene sciorinata una lista di regole e la povera vecchietta non ci capisce più niente! Così tra la volontà di spiegare in modo eccessivamente dettagliato e il pubblico capace di ricevere tutte queste informazioni si crea un divario”*.

Questa tipologia di messaggio può anche essere percepita come “negativa”, fatta di divieti, e certi soggetti intervistati vorrebbero piuttosto farla evolvere facendole assumere una connotazione più “positiva” e “valorizzante”: *“Partendo da una dottrina nazionale, certi messaggi si possono adattare a livello territoriale, indirizzarli ai giovani, rendendoli più “simpatici”, meno tecnici, aggressivi o colpevolizzanti”*.

Al contrario, altri soggetti intervistati hanno tenuto a “indurire” i propri messaggi rendendoli meno “simpatici”. Per esempio: *“Abbiamo completamente rivisto la nostra segnaletica, perché era cortese, simpatica ma la gente non la leggeva. Abbiamo preferito optare per qualcosa di più normativo, più “rosso” mettendo anche l’ammontare della multa”*.

Infine (e ciò riguarda sia il registro di tipo “tecnico/normativo”, sia quello “neutro”), **alcuni hanno sostenuto la necessità di trasmettere delle informazioni più precise e adatte a un livello territoriale più circoscritto, poiché le considerano più efficaci**. Per esempio: *“Il flyer che entra in una tasca, che dice che c’è un rischio, cosa fare in caso di incendio (con i numeri di telefono del comune dell’Entente, eccetera) e le zone in cui cercare riparo è un flyer locale e per questo funziona meglio del flyer generico della Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra a cui le persone sono poco interessate, o almeno i visitatori che si trovano in quei posti”*.



MÉGOT JETÉ, FORÊT EN DANGER



Il est interdit de jeter des objets incandescents sur les voies et leurs abords
prevention-incendie-foret.com

CONFÉDÉRATION
DES BURALISTES
COMMERCANTS
D'UTILITÉ LOCALE

L'altro registro che ha sollevato un po' di riserve è quello a tendenza “moralizzatrice” su cui non vi è consenso. Per esempio, alcuni sostengono *“che si debba insistere sul senso di colpa”*, altri invece ritengono che *“l’approccio ultra colpevolizzante e catastrofista sia già stato testato” e vorrebbero “adottarne un altro”*.

A questa diversità di obiettivi, di scelte dei gruppi target e di registri adottati per veicolare i messaggi si aggiunge l'**eterogeneità delle rappresentazioni del rischio incendio e della foresta**.

| Registro del discorso | Esempi di tipi di contenuto dei messaggi | Occorrenze |
|--|---|------------|
| Tecnico/normativo più o meno divulgativo | Spiegare / informare sulle norme o sulle disposizioni tecniche (cosa fare o non fare) | 10 |
| Valorizzante | Sottolineare il valore dei “buoni gesti” (decespugliamento,...), delle azioni da intraprendere | 4 |
| Moralizzatore | Colpevolizzare per i “cattivi gesti”, mostrare le conseguenze degli incendi (vite umane in pericolo, distruzione di beni, perdita di spazi forestali,...), sollecitare il sostegno della popolazione... | 4 |
| Culturale | Rivalorizzare lo spazio forestale nelle rappresentazioni, rievocare la storia degli incendi, ricordare il carattere “fragile” della foresta e delle zone di interfaccia | 3 |
| Neutro | Informare sulle condizioni metereologiche e sul livello di pericolo | 3 |
| Utilitaristico | Mostrare i benefici economici che si avrebbero evitando gli inneschi di incendi, veicolare l’idea che la foresta sia utile e quindi da proteggere, <i>“mostrare il valore di quanto salvato”</i> . | 3 |

3-3 Rappresentazioni eterogenee del rischio incendio boschivo

In linea generale, fatta eccezione per qualche soggetto intervistato che non ha menzionato il carattere ambivalente, nei messaggi destinati al pubblico il fuoco viene considerato e/o presentato come pericoloso. Eppure, il rapporto con il rischio incendio non sembra omogeneo: per alcuni soggetti intervistati da una parte si può/deve agire (soprattutto) sulle cause per evitare gli inneschi di incendi, dall'altra si può/deve agire (soprattutto) a monte per controllare gli effetti degli incendi, vale a dire la perdita di vite umane e la distruzione di beni.

L'eterogeneità del rapporto con il rischio incendio può essere illustrata anche attraverso l'ambivalenza delle rappresentazioni dell'incendio boschivo.

Da una parte, l'incendio può essere considerato come un fenomeno di origine umana e non naturale e pertanto evitabile. Per esempio: *“La questione degli incendi è legata alla gestione forestale e non al pericolo. A differenza di quanto avviene negli Stati Uniti o in Canada, l'incendio può essere previsto ed evitato con le opportune misure. Le inondazioni invece sono imprevedibili. Con le inondazioni non si può fare niente ma con gli incendi non è così”*.

Dall'altra parte, vi è chi pensa che il “rischio zero” non esista, perché il fuoco fa o ha fatto parte delle pratiche agricole e pastorali o chi relativizza l'importanza degli incendi boschivi rispetto alla foresta stessa, sia perché la foresta incendiata non ha più molto valore, sia perché il fuoco fa parte del normale funzionamento dell'ecosistema. Quando un incendio sfugge al controllo, occorre gestirne gli effetti sugli “elementi esposti”, vale a dire evitare i morti e la distruzione dei beni. Per esempio: *“Sul litorale si ha consapevolezza dei limiti delle costruzioni e dell'importanza di essere preparati all'incendio. Nell'entroterra no, non si convive con il fuoco”*. O ancora: *“Qui ci sono soprattutto incendi di macchia, sono rari gli incendi maggiori. Quindi non abbiamo una reale politica di ripristino post-incendio dei terreni. Le condizioni naturali fanno sì che tutto ricresca facilmente, non ci sono zone troppo rovinare o degradate”*; *“Secondo me la questione non è se il fuoco è una cosa buona o no”, ma è il fatto che in certe situazioni può diventare incontrollabile con conseguenze molto serie in termini umani ed economici. Il messaggio è che può succedere anche a noi: quegli incendi che vediamo in California possono verificarsi anche da noi perché abbiamo gli stessi territori. Il cittadino deve saper proteggere la casa e i beni”*; o ancora: *“[La foresta] è un sistema vivo, il fuoco passa ma la vita ricomincia...dopo l'incendio c'è una naturale rigenerazione”*.

Risulta pertanto evidente che la pericolosità dell'elemento “fuoco” non viene percepita allo stesso modo dai diversi soggetti intervistati.

Oltre alla pericolosità, c'è una divergenza anche nelle rappresentazioni degli “elementi esposti” al rischio e soprattutto nella loro gerarchizzazione.

Se alcuni soggetti intervistati mettono l'accento, nei discorsi o nei messaggi che destinano al pubblico, sulla protezione dei beni e delle persone altri lo fanno sulla foresta stessa come elemento che merita protezione.

In questo contesto, la foresta appare ambivalente¹⁷: da una parte appare minacciosa (nei confronti dei beni e delle persone) – per esempio: *“Nel 2003 c'è stata una presa di coscienza generale dopo un vasto incendio in cui hanno preso fuoco alcuni campeggi. Si è capito che nessuno era al sicuro, soprattutto le strutture e gli habitat più leggeri”* – e dall'altra viene presentata come una ricchezza, fragile e minacciata che richiede protezione. Per esempio: *“Nella fase di allerta la priorità è proteggere le foreste, fare in modo che i pompieri non debbano essere mobilitati sui punti sensibili. È fondamentale che i giardini siano a norma e le case resistenti. Una casa si può ricostruire, per la foresta il discorso è più complicato. Nello spirito della gente invece è il contrario: è meno grave perdere una foresta che una casa”*.

In una stessa intervista è possibile ritrovare entrambi gli aspetti di questa rappresentazione ambivalente della foresta, ma in gradi diversi. Per esempio: *“Il messaggio essenziale da far passare è “la foresta è pericolosa” ma cercando di far capire che si tratta di un ambiente fragile e pericoloso”*.

L'eterogeneità di questo rapporto con il rischio incendio boschivo può essere messa in prospettiva con un'altra ambivalenza presente nelle rappresentazioni relative a certi “gruppi target” scelti.

3-4 Scelta dei gruppi target: tra considerazioni strategiche e ambivalenze sul loro ruolo rispetto al rischio incendio e alla sua gestione

Scelta dei gruppi target e prioritizzazione

Le tabelle che seguono illustrano i diversi gruppi target scelti dai soggetti intervistati e la loro prioritizzazione, come risulta sia dal questionario inviato via mail a monte della realizzazione dei colloqui (cfr. Tabella 1) sia da quanto riportato durante i colloqui al momento di descrivere le azioni di comunicazione (cfr. Tabelle 2, 3 e 4).

17 - Ambivalenza concordante con quella rilevata dai risultati di altri lavori (cfr. Parte 2).

| Gruppi target prioritari | Occorrenze |
|--------------------------------------|------------|
| Cittadini / Grande pubblico | 6 |
| Scolaresche / Giovani | 5 |
| Amministratori locali | 3 |
| Professioni agricole e agroforestali | 2 |
| Residenti in zone forestali | 1 |
| Fumatori | 1 |
| Utilizzatori dei massicci | 1 |
| Associazioni di volontariato | 1 |

Tabella 1: Classificazione dei gruppi target indicati come prioritari dai soggetti intervistati durante il questionario di preparazione inviato via mail¹⁸.

| Gruppi target prioritari destinatari delle azioni di comunicazione | Occorrenze |
|--|------------|
| Abitanti / Residenti | 5 |
| Scolaresche / Giovani tra cui il Corpo Forestale Regionale (GRF) ¹⁹ | 5 |
| Utilizzatori / Visitatori | 4 |
| Professionisti (settore turistico e agricolo, aziende paesaggistiche, ecc.) | 4 |
| Amministratori locali | 3 |
| Cittadini | 3 |
| Turisti | 2 |
| Fumatori | 1 |
| Stampa | 1 |

Tabella 2: Classificazione dei gruppi target indicati come prioritari al momento dei colloqui (durante la descrizione delle azioni).

Emerge una differenza relativa tra gli ordini di priorità dei gruppi target comunicati a monte dei colloqui e quelli indicati al momento dei colloqui. Per esempio, **durante i colloqui sono stati menzionati utilizzatori/visitatori, professionisti e abitanti, tutte categorie non menzionate nei questionari di preparazione.** Per capire questa differenza relativa abbiamo avanzato due ipotesi: 1) la comunicazione si basa sull'informazione relativa alle norme e pertanto riguarda in modo privilegiato i residenti (norme di decespugliamento), gli utilizzatori (norme di accesso ai massicci) e il mondo agricolo (decreti sugli abbruciamenti, eccetera); 2) i professionisti sono più facilmente accessibili perché possono essere agevolmente indentificati attraverso le loro reti.

| Altri gruppi target destinatari delle azioni di comunicazione | Occorrenze |
|---|------------|
| Scolaresche / Giovani utilizzatori tra cui Corpi Forestali regionali (GRF) | 6 |
| Professionisti (settore turistico e agricolo, pompieri, aziende paesaggistiche, eccetera) | 5 |
| Amministratori locali / Servizi tecnici | 4 |
| Abitanti / Residenti | 4 |
| Cittadini | 4 |
| Volontari | 2 |
| Stampa | 1 |
| Turisti | 1 |
| Personale interno ²⁰ | 1 |

Tabella 3: Classificazione degli altri gruppi target (oltre a quelli menzionati come prioritari dai soggetti intervistati) durante i colloqui.

Anche tra i gruppi target non indicati come prioritari vengono menzionate per lo più sempre le stesse categorie: scolaresche/giovani, professionisti, amministratori locali, residenti e cittadini.

| Insieme | Occorrenze |
|---|------------|
| Scolaresche / Giovani tra cui Corpi Forestali regionali | 10 |
| Professionisti | 9 |
| Amministratori locali / Servizi tecnici | 7 |
| Abitanti / Residenti | 7 |
| Cittadini | 7 |
| Utilizzatori / Visitatori | 4 |
| Stampa | 2 |
| Volontari | 2 |
| Personale interno ²⁰ | 1 |
| Fumatori | 1 |

Tabella 4: Classificazione dell'insieme dei gruppi target (prioritari e non prioritari) destinatari delle azioni di comunicazione descritte durante i colloqui.

18 - Ad eccezione della Provincia di Lucca e dell'ANCI Toscana che sono state invitate a scegliere i loro gruppi target prioritari nel corso del colloquio e dei partecipanti del focus-group.

19 - Generalmente reclutati tra i "giovani" (18 - 25 anni) e considerati al contempo target e intermediari.

20 - Comunicazione al personale interno di un'istituzione.

Tra i gruppi target a cui più spesso si rivolgono le azioni di comunicazione si ritrovano gli stessi indicati come prioritari nel questionario di preparazione, vale a dire **cittadini, giovani e amministratori locali** (cfr. Tabella 1) ma anche **professionisti e residenti**. In definitiva, **gli organismi intervistati comunicano complessivamente verso i gruppi target considerati come prioritari**.

Logica della scelta dei gruppi destinatari delle azioni di comunicazione

Come dimostra la tabella 5, **alcuni gruppi target vengono descritti e/o scelti perché considerati come strategici**: possono fare da tramite presso altri gruppi target²¹ e/o essere considerati come importanti ai fini

21 - Occorre inoltre notare che il discrimine tra “gruppo target” e “intermediario” non è sempre evidente dall’analisi dei colloqui. Molto spesso, e ciò si verifica soprattutto con gli amministratori locali o le scolaresche, possono essere considerati allo stesso tempo “gruppi target” e “intermediari”.

della missione dell’organismo e/o come attori senza i quali non è possibile agire (per esempio i sindaci, i volontari, eccetera).

Possiamo osservare come la stampa, poco menzionata tra i gruppi target prioritari (cfr. Tabelle 1 e 2) sia tuttavia considerata come strategica (cfr. Tabella 5). A nostro avviso, sarebbe utile rivolgere un numero maggiore di azioni di comunicazione alla stampa, così come del resto ai servizi interni dell’organizzazione, non menzionati tra i gruppi target prioritari, cfr. Parte 4.

Gli altri gruppi target vengono di volta in volta presentati, da una parte, come **fattori di rischio** perché coinvolti in attività o luoghi suscettibili di essere fonte potenziale di inneschi di incendi, dall’altra, come po-

22 - Gruppi target che per via del comportamento, dell’attività o del luogo in cui si trovano vengono descritti come suscettibili di essere un fattore di rischio e/o che possono incidere sulla pericolosità (riducendo il numero di inneschi di incendi).

23 - Gruppi target che per via del comportamento, dell’attività o del luogo in cui si trovano vengono descritti come popolazioni vulnerabili e/o in grado di facilitare la lotta attiva o aiutare a controllare a monte gli effetti degli incendi.

24 - Vale a dire scelti perché intermediari o perché considerati come importanti ai fini della missione dell’organismo o come attori senza i quali non è possibile agire (cfr. § 3-4).

| Gruppi target | Fattori di rischio o che incidono sugli inneschi ²² | Vulnerabili o che facilitano a monte la lotta attiva ²³ | Strategici ²⁴ |
|---|--|--|--------------------------|
| Scolaresche / Giovani / Corpi forestali regionali | 1 | 1 | 9 |
| Tra cui - Scout | 1 | 1 | |
| Professionisti | 8 | 6 | 3 |
| Tra cui | | | |
| - agricoltura / allevamento / silvicoltura | 8 | 2 | 1 |
| - turismo | - | 1 | - |
| - edilizia | - | 1 | - |
| - pianificazione del territorio | - | 1 | - |
| - pompieri | - | 1 | 1 |
| Amministratori locali / Servizi tecnici | - | 2 | 9 |
| Abitanti / Residenti | 6 | 7 | - |
| Cittadini | 8 | 9 | - |
| Utilizzatori di attività all’aria aperta | 5 | 6 | 1 |
| Turisti | 2 | 5 | - |
| Stampa / Mezzi di comunicazione | - | - | 2 |
| Volontari | - | - | 2 |
| Personale interno all’organizzazione | - | - | 1 |
| Fumatori | 1 | - | - |

Tabella 5: Analisi delle descrizioni dei diversi gruppi target fatte dai soggetti intervistati sul loro ruolo rispetto alla comunicazione, alla prevenzione e alla lotta attiva.

polazioni a rischio o vulnerabili o coinvolti in attività o luoghi che consentono di facilitare la lotta attiva o di agire a monte sui potenziali effetti degli incendi.

Alcuni gruppi target racchiudono in sé l'insieme delle questioni in gioco, come nel caso specifico delle "scolaresche": sono considerate come gruppi target strategici perché rappresentano una forma di investimento nel futuro, perché consentono di trasmettere le conoscenze alla famiglia ma anche perché godono di un'evidente facilità di apprendimento. Allo stesso tempo questi bambini/giovani diventeranno da adulti agricoltori, forestali, utilizzatori di spazi forestali ma anche potenzialmente persone vulnerabili e/o popolazioni a rischio e potranno anche agire sugli incendi, sulla loro occorrenza e sulla loro intensità oppure potranno partecipare alla lotta attiva (diventando pompieri volontari, imparando ad "auto-protegersi", eccetera). Per esempio: [La nostra comunicazione è orientata] verso un pubblico di bambini/giovani che saranno i futuri volontari (...). Vogliamo che queste informazioni arrivino agli adulti attraverso i bambini. Ci sembra più efficace, più facile rendere i giovani consapevoli di queste questioni e vogliamo accompagnarli nel loro sviluppo".

La tabella 5 presenta la nostra analisi delle descrizioni delle diverse categorie di popolazione fornite dai soggetti intervistati durante i colloqui. Dalla tabella si evince che tra i gruppi target scelti dai soggetti intervistati:

– le scolaresche o i giovani, gli amministratori locali, le associazioni di volontariato, i mezzi di comunicazione o ancora i gruppi target destinatari della comunicazione interna a un organismo sono essenzialmente considerati come di tipo "strategico";

– gli agricoltori/olivicoltori, menzionati di frequente, vengono piuttosto considerati come categorie di popolazione che per via del comportamento, dell'attività o del luogo in cui si trovano possono rappresentare un fattore di rischio e/o permettere di ridurre gli inneschi di incendi. Per esempio: "Lavoriamo molto con gli olivicoltori. Un gran parte delle colture della regione sono ulivi. Approfittiamo del contatto già esistente con gli olivicoltori per parlare anche del rischio incendio, perché l'olivicoltura rappresenta un notevole fattore di rischio incendio nella regione. È anche una questione fisica: gli ulivi si trovano nelle zone di interfaccia con i massici forestali del territorio. Cattive pratiche quali tagli, debbi, abbandono degli ulivi che si ricoprono di sterpaglia possono provocare incendi nelle foreste adiacenti", o ancora: "L'Alta Corsica è agricola, molti allevatori sono all'origine di incendi dovuti



ad abbruciamenti per pastorizia e rappresentano quindi un elemento chiave nella riduzione degli incendi legati a questa attività";

– i professionisti di altri settori di attività (turismo, edilizia, pianificazione del territorio) sembrano essere considerati soprattutto come coinvolti in attività che consentono di incidere a monte sugli effetti degli incendi boschivi;

– i "turisti" vengono spesso descritti come categorie che per via del comportamento, dell'attività o del luogo in cui si trovano vanno considerate come popolazione vulnerabile. Per esempio: "Abbiamo una zona di accoglienza che permette la visita della cascata nella foresta lungo un itinerario nei giorni di rischio elevato. Quello che temiamo non è lo sviluppo di un focolaio quanto l'esposizione ad eventuali incendi di questi visitatori che potrebbero disperdersi in modo disordinato".

– gli abitanti, la cittadinanza in generale e gli utilizzatori delle foreste per attività ricreative vengono descritti come popolazioni che per via del comportamento, dell'attività o del luogo in cui si trovano possono costituire fattori di rischio e/o permettere la riduzione degli inneschi di incendi o costituire categorie di popolazione vulnerabile e/o suscettibile di facilitare la lotta attiva, o ancora di permettere di ridurre a monte i danni provocati dagli incendi.

Tutte queste ambivalenze testimoniano della complessità della comunicazione sul rischio incendio boschivo e mettono anche in evidenza la diversità delle rappresentazioni in atto, diversità che sembra essere presente anche all'interno della società stessa. È quanto sembrano suggerire gli elementi di indagine di cui disponiamo e che abbiamo presentato nella seconda parte.

3-5 Altre questioni connesse alla logica della trasmissione di informazioni

Al di là della semplice logica della trasmissione di informazioni destinate alle popolazioni, nella scelta e nelle pratiche di comunicazione possono intervenire anche altre questioni che definiremo di ordine “strategico”.

I soggetti intervistati hanno menzionato nello specifico:

- **La necessità di migliorare l'accettabilità dei lavori e delle pratiche di prevenzione e di lotta attiva** (nello specifico quando si scontrano con altre questioni, come in particolare le questioni ambientali e paesaggistiche e/o l'emergere di una certa “sensibilità” delle popolazioni all'abbattimento degli alberi).

- **La necessità di controllare e sviluppare la propria immagine:** rendersi maggiormente visibili in quanto istituzione che comunica e/o agisce sul territorio in termini di lotta attiva e prevenzione o ancora non perdere il sostegno della popolazione e delle autorità locali.

- **La necessità, essenzialmente in Italia, di reclutare futuri volontari necessari alla lotta attiva.**

Queste questioni di ordine strategico mettono in discussione la configurazione del sistema di attori che agiscono nella prevenzione e nella lotta agli incendi boschivi e ancor più in generale nella pianificazione del territorio, un sistema di attori che non sembra privo di rapporti di forza e di potere. È quanto suggerisce in particolare il nesso che alcuni soggetti intervistati hanno fatto tra il miglioramento della comunicazione verso le diverse categorie di popola-

zione e quello del coordinamento complessivo degli attori della prevenzione e della lotta attiva. Allo stesso modo, si sono spesso ripresentate l'idea di controllare e monitorare i messaggi diffusi sui diversi territori, la paura dei messaggi incoerenti o contraddittori diffusi da altri attori o ancora il timore che la prevenzione sia subordinata alla lotta attiva o che la tematica degli incendi lo sia rispetto ad altre tematiche (ambientale, paesaggistica, eccetera...).

Per esempio: *“Vogliamo avere un sistema in grado di verificare che tutte le informazioni siano affidabili, verificate e che passino da noi. Vogliamo filtrare i messaggi “parassiti”. Durante un incendio bisogna fare attenzione ai messaggi, alle informazioni che possono creare problemi (...). Facciamo anche attenzione alle fonti delle informazioni. Devono essere gendarmi autorizzati dai pompieri e non l'associazione di residenti che dà ad esempio l'annuncio di un'evacuazione”.*

O ancora: *“[La questione sta nel] lottare contro la politica del ricatto: “se non decespugliate gratuitamente, appicco il fuoco!”.*

“La prevenzione non deve essere il fratello povero della lotta attiva”.

Si può pertanto ipotizzare che **l'obiettivo della comunicazione sul rischio incendi boschivi non si limiti alla semplice trasmissione di un'informazione finalizzata a migliorare la prevenzione e/o facilitare la lotta attiva.** Ci sono anche altre questioni che intervengono nelle strategie di comunicazione dei diversi organismi e che puntano alla legittimità o alla visibilità sociale e politica delle loro azioni (accettabilità sociale dei lavori e delle disposizioni, immagine delle istituzioni presso le comunità amministrative e le autorità/i finanziatori), o ancora il rinnovamento o la modifica del sistema di intervento o di comunicazione in modo da mantenere o migliorare la posizione di ciascuno degli attori all'interno del sistema.

3-6 Punti essenziali

- Una diversità di pratiche di comunicazione, più o meno direttamente correlate ai gruppi target e più o meno elaborate collettivamente.
- Una varietà di supporti impiegati dai partner, la scelta dei supporti implica una diversa relazione con i gruppi target a cui ci si rivolge. Certi supporti sembrano favorire la prossimità, l'avvicinamento ai target ma risultano anche più costosi.
- Una logica dominante di trasmissione delle informazioni che si declina però in una diversità di obiettivi, di strategie di scelta dei gruppi target e di registri dei messaggi, su cui il consenso non è unanime.
- Una certa eterogeneità, se non addirittura ambivalenza, nel rapporto con il fuoco e la foresta.
- Una diversità di rappresentazioni delle categorie di popolazione a cui si rivolge la comunicazione.
- L'intervento di questioni che esulano dalla semplice trasmissione di informazioni finalizzata a prevenire e lottare contro gli incendi boschivi.

Qualche ipotesi di azione tratta dai nostri insegnamenti

Questa parte vuole sintetizzare i principali insegnamenti dello stato dell'arte (§ 4-1), fornire elementi di metodo che siano d'aiuto nell'ideazione di campagne di comunicazione e nel fare emergere una cultura del rischio incendio boschivo e formulare delle proposte di azione (§ 4-2 e 4-3). Queste proposte saranno complete e daranno luogo, in un secondo momento del progetto – fase 3: "Guida delle buone pratiche" – a delle schede pratiche dettagliate dedicate all'individuazione delle buone pratiche di comunicazione relative al rischio incendio boschivo.

4-1 Principali insegnamenti dello stato dell'arte

Un pubblico ampiamente sensibilizzato al rischio incendio boschivo ma una varietà di rapporti con il rischio

Le due indagini quantitative realizzate in Francia convergono sul fatto che il pubblico sia ben consapevole della fragilità della foresta rispetto al rischio incendio boschivo. Inoltre, lo studio bibliografico testimonia quanto sia in Francia sia in Italia il pubblico sia estremamente attaccato agli spazi forestali e per la maggior parte accetti gli interventi e le azioni di prevenzione.

Tuttavia, è possibile constatare un'errata assimilazione dei fattori di rischio e dei comportamenti da adottare. La realtà del rischio può risultare astratta per alcuni e perfettamente compresa da altri senza che ciò porti ad adottare o a rispettare le norme di prevenzione e di sicurezza (buoni gesti e comportamenti).

La conoscenza di un rischio non è quindi condizione sufficiente alla percezione del pericolo e all'adozione di gesti e comportamenti corretti.

Una pluralità di pratiche di comunicazione che toccano l'insieme della popolazione

La nostra analisi delle interviste ha dimostrato l'esistenza di una grande diversità di pratiche di comunicazione che consente di arrivare all'insieme dei gruppi target attraverso una varietà di vettori e messaggi che differiscono per il tono impiegato. **Questa diversità è tuttavia il riflesso di numerose ambivalenze legate a rappresentazioni estremamente varie della foresta e del rischio** tanto nei diversi gruppi target quanto negli organismi intervistati.

Pratiche che vertono essenzialmente sulla trasmissione delle informazioni

La comunicazione attuale è costruita prevalentemente con l'obiettivo di trasmettere conoscenze e informazioni allo scopo di far adottare i buoni gesti e comportamenti corretti ai diversi gruppi target a cui ci si rivolge. Per quanto indispensabile, la sola trasmissione delle conoscenze non è sufficiente perché una cultura del rischio si costruisce in modo collettivo e condiviso attraverso **un'opera di co-costruzione**.

Questi insegnamenti ci portano a formulare qualche ipotesi di azione nella prospettiva di migliorare la coe-

renza della comunicazione e far emergere una cultura del rischio incendio boschivo:

- proponendo di approfondire la conoscenza delle rappresentazioni del rischio incendio boschivo e più in generale dei valori associati alla foresta (al fine di adattarvi i messaggi);
- classificando le diverse modalità di azione precisando a quali gruppi target possono essere destinate.

La **tabella** che segue schematizza e sintetizza le modalità di azione individuate nella ricognizione dello stato dell'arte.

Ciascun punto della tabella viene sviluppato nel prosieguo:

- fornendo elementi di metodo che contribuiscono a migliorare la coerenza delle campagne di comunicazione;
- proponendo strumenti che contribuiscono più particolarmente a far emergere una cultura del rischio incendio boschivo.

Per illustrare alcuni di questi punti, forniremo qualche esempio di azioni già intraprese da sviluppare e di nuove da testare, in funzione dei gruppi target individuati.

Alla fine della Parte 4 sarà presentata una tabella sintetica (cfr. pag. 41-43) che raggruppa gli ostacoli e le **leve da azionare** per migliorare la comunicazione sul rischio incendi boschivi, **le azioni che possono rispondere** e **i gruppi target destinatari** delle azioni.

In un'altra tabella (cfr. pag. 44-45) vengono presentate più in dettaglio **le azioni suggerite, i gruppi target che ne sono destinatari e i partner del progetto** che possono promuovere questo tipo di iniziativa o accompagnare queste azioni.

Prerequisito: scegliere le parole giuste e fare leva sui valori che hanno senso per i gruppi target

Azioni da implementare:

Condurre indagini e pre-test prima di ogni campagna destinata ai gruppi target:

- indagini quantitative per il cittadino / grande pubblico e su larga scala
- indagini qualitative per un dato settore geografico o per una categoria specifica di popolazione (gruppi target).

Si potranno in questo modo scegliere le parole, i valori e il tono del messaggio.

Due modalità d'azione

Trasmettere informazioni e conoscenze (comunicazione "discendente")

Obiettivo: diffondere "buoni comportamenti" e "buone pratiche" da adottare per prevenire gli incendi.

Comunicazione "inglobante"
Rivolta al "pubblico in generale" e, di conseguenza, a tutte le categorie di gruppi target, tramite campagne di comunicazione.

Comunicazione mirata
Rivolta a gruppi specifici, tramite campagne di comunicazione e simulazioni pratiche.

Far emergere una cultura del rischio incendio boschivo

Obiettivo: consentire le reciproche acculturazioni, che includano saperi, pratiche e rappresentazioni delle popolazioni.

Rivolta a gruppi specifici tramite azioni di sostegno e accompagnamento, tramite reti o gruppi più o meno formali, in modo intersettoriale e con una molteplicità di attori.

Tabella di riepilogo e sintesi delle due modalità di azione individuate per condurre all'emergere di una cultura condivisa del rischio incendio boschivo.

4-2 Proposte per la formulazione dei messaggi: adattare vocabolario, valori e tono

Dallo studio bibliografico si evince che, almeno in Francia, la foresta mediterranea e il rischio incendio boschivo sono due elementi fortemente legati, all'interno della stessa espressione ma anche nelle rappresentazioni collettive in cui la foresta mediterranea e gli incendi vengono molto spesso associati. **È per questo che risulta essenziale sapere qual è la rappresentazione che i gruppi a cui ci si vuole rivolgere fanno della foresta mediterranea e del rischio incendio boschivo ad essa associato.**

Le due indagini quantitative realizzate nella Francia mediterranea forniscono dei risultati molto simili a distanza di 16 anni (Cazaly, 2000 e Loty, 2016). La loro analisi, integrata dallo studio bibliografico, fornisce degli elementi utili sulle rappresentazioni sia della foresta mediterranea nel grande pubblico sia del rischio incendio boschivo; e fornisce anche dati sulle caratterizzazioni dei gruppi (origine geografica, socio-demografica e socio-professionale). Tutti questi elementi consentono di caratterizzarli meglio per adattarvi i relativi messaggi (cfr. §2 "Punti essenziali"). Se il metodo proposto si adatta all'insieme delle strategie di comunicazione in Francia e in Italia, la mancanza di informazioni sulle rappresentazioni del rischio incendio boschivo in Italia ci ha portati a prendere come riferimento i valori e le parole evocate nelle indagini francesi.

Prerequisito: scegliere le parole giuste e fare leva sui valori che hanno senso per i gruppi target

Quanto segue si applica a tutti i gruppi e deve, a nostro avviso, essere un prerequisito per tutte le campagne di comunicazione a qualunque scala.

Per elaborare una campagna di comunicazione efficace, è necessario basarsi su parole e valori propri dei gruppi target.

In funzione del contesto e del territorio, in Francia e in Italia, si potrebbe considerare di realizzare uno studio preventivo sui termini che possono avere un senso per i vari gruppi in modo da fornire elementi per la scelta dei termini più adatti alla comunicazione.

Nel caso vi siano studi (recenti) già esistenti, questo tipo di indagine non risulta necessaria.

Per esempio:

I risultati delle due indagini quantitative in Francia lo dimostrano: l'espressione "foresta mediterranea" risulta poco conosciuta e poco compresa dal pubblico e non sembra essere adatta agli spazi naturali mediter-



ranei. Il pubblico vi associa piuttosto un contenuto figurato dominato dalla vegetazione e dal paesaggio (litorale, pineta, gariga, eccetera). Localmente il pubblico si riferisce piuttosto ai massicci, all'entroterra, vale a dire alle identità naturali dei diversi territori.

Emerge anche che alcuni valori vi sono fortemente associati: l'estetica, l'ecologia, la ricerca del piacere (paesaggio, flora, fauna, spazi per lo svago) e più di recente si vede l'emergere di un approccio sensibile ed emotivo nei confronti degli animali e delle piante, in particolare degli alberi.

❏ Questi elementi portano a interrogarsi sull'uso dell'espressione "foresta mediterranea" nelle diverse campagne di comunicazione, così come sull'associazione delle espressioni "rischio incendio boschivo" e "foresta mediterranea".

Ci sembra che siano possibili due approcci, che rispondono a due questioni diverse: un approccio pragmatico "chiamare la foresta come farebbe il pubblico" che punterebbe alla sola efficacia del messaggio, oppure un approccio culturale in cui si precisa "vi trovate in una foresta mediterranea" puntando quindi a informare del pericolo ma rendendo al contempo visibile la foresta di modo che la popolazione possa riconoscerla.

❏ Questi risultati mostrano anche che **comunicare facendo riferimento agli elementi**, per esempio: **paesaggio, flora, fauna, spazi per lo svago, e ai valori: estetica, ecologia, ricerca del piacere, associati a questi spazi renderebbe possibile arrivare più efficacemente al pubblico.** Sensibili a queste questioni e a questi valori, i diversi pubblici sarebbero più recettivi ai messaggi che gli sono rivolti.

❏ I risultati delle due indagini quantitative francesi rivelano anche una **disparità tra le rappresentazioni della foresta in funzione del sesso, dell'età e della categoria socio-professionale.** Ciò può anche orientare le campagne di comunicazione in funzione dei target, per esempio verso i **giovani**, meno consapevoli della fragilità della foresta e dei rischi o ancora verso le **categorie socioprofessionali più basse** che frequentano meno la foresta.

☛ L'ambivalenza delle rappresentazioni della foresta rispetto al fuoco, "foresta fragile e minacciata" versus "foresta minacciosa e dilagante" pone il problema dell'asse su cui verte la comunicazione e del tenore dei messaggi. **Possono essere considerate due opzioni: allinearsi alla rappresentazione dominante del tipo di pubblico a cui ci si rivolge oppure diffondere la rappresentazione che si desidera favorire, ma è anche possibile combinare i due approcci in un messaggio più articolato** (l'orientamento dipende in questo caso da una scelta valoriale).

Proposte:

☛ Fare delle **indagini** per conoscere meglio il vocabolario e i valori associati alla foresta dai diversi gruppi target, nonché il loro livello di conoscenza del rischio. Queste indagini possono essere generali o mirate. Le squadre di prossimità (per esempio il corpo forestale regionale o altre organizzazioni simili) possono essere coinvolte nella realizzazione rapida di queste indagini presso i gruppi target (utilizzatori dei massicci).

Occorre, però, che le indagini siano ideate a monte, orientate dall'inizio nell'ottica di raccogliere le parole "giuste" da utilizzare e i valori sui quali basarsi per definire i messaggi della campagna. Potranno essere ripetute con intervalli di qualche anno per misurare l'evoluzione delle rappresentazioni e dei valori (cfr. Allegato 1).

☛ Fare dei **pre-test** per verificare la comprensione delle parole utilizzate nelle campagne, il tono (emozioni positive o negative del messaggio, cfr. riquadro di seguito), l'adeguatezza delle rappresentazioni (del fuoco, della foresta, dei target) scelte rispetto alla sensibilità e ai valori dei gruppi target (cfr. Allegato 2). Questa proposta sarà ripresa in seguito perché risponde a molte questioni legate alla comunicazione.

Due vie per "convincere" le persone ad agire

Le emozioni sono un motore che spinge le persone ad agire. Ogni messaggio, qualunque sia il tono impiegato (cfr. §3-2) suscita emozioni con intensità diversa:

- paura, vergogna, senso di colpa, con conseguente interiorizzazione dei messaggi sotto forma di emozione negativa,
- empatia, gusti, con conseguente interiorizzazione dei messaggi sotto forma di emozione positiva.

Fonte: "La scienza delle emozioni", seria documentaria, 2020, coproduzione Effervescence et BrickLane.

25 - Ricordiamo che nelle scelte e nelle pratiche di comunicazione, oltre alla semplice logica della trasmissione delle informazioni legate al rischio incendio boschivo possono intervenire altre questioni di ordine "strategico" (cfr. § 3-5).

4-3 Proposte in funzione delle diverse modalità di azione

Possiamo distinguere due modalità d'azione che hanno come obiettivo principale²⁵ quello di condurre i diversi gruppi ad accettare e adottare i buoni gesti e comportamenti corretti in un contesto di prevenzione del rischio incendio boschivo (cfr. Tabella pag. 32):

- trasmettere informazioni e conoscenze,
- favorire l'emergere di una cultura del rischio incendio boschivo.

4-3-1 Trasmettere conoscenze e informazioni (comunicazione "discendente")

L'analisi delle interviste dimostra che la logica dominante nelle strategie di comunicazione dei soggetti intervistati è quella della trasmissione delle informazioni. Questa trasmissione ha come obiettivo principale la diffusione dei "buoni comportamenti" e di "buone pratiche" da adottare per prevenire gli incendi (decespugliamenti, abbruciamenti, debbi, smaltimento dei mozziconi di sigaretta, eccetera) e/o in caso di allerta o di sinistro (norme di sicurezza: confinamento, evacuazione, eccetera).

Rientra nella comunicazione sociale di interesse generale (cfr. riquadro qui di seguito).

Definizione: la comunicazione sociale di interesse generale (Cazaly, 1997)

Le attuali campagne di comunicazione sul rischio incendio boschivo sembrano avvicinarsi alla comunicazione sociale di interesse generale (informazione, sensibilizzazione, prevenzione) che si trova anche in altri ambiti come quello della sicurezza stradale, dell'ambiente in generale o della salute. Si tratta di campagne in cui *"più emittenti di messaggi intervengono in uno stesso ambito, in modo congiunto o successivo e con obiettivi identici"*.

Queste campagne di comunicazione *"si propongono di modificare a più o meno breve termine gli atteggiamenti e più spesso i comportamenti di una parte del pubblico (i target a cui si rivolgono)"*.

Si possono distinguere due categorie:

- La comunicazione "inglobante"

Consente di rivolgersi al "pubblico in generale", il famoso "cittadino x" e di conseguenza a tutte le categorie di popolazione (gruppi target). Questa comunicazione tocca anche persone esterne alla regione mediterranea che abitano in zone non interessate dagli incendi boschivi e che quindi risultano essere un pubblico più difficile da raggiungere tramite altre vie di comunicazione.

I principali vettori utilizzati in questo caso sono la stampa/i mezzi di comunicazione, i manifesti e i depliant, i social network e il web.

- La comunicazione mirata

Si rivolge a pubblici specifici preventivamente individuati.

I vettori utilizzati sono gli stessi dell'altro tipo di comunicazione ma integrati con azioni di prossimità adattate per ciascun gruppo target.

★ Puntare a un'armonizzazione delle campagne di comunicazione

Dall'analisi delle interviste e dei ritorni di esperienza dei soggetti intervistati, sembra che l'insieme delle azioni condotte nell'ambito di questa comunicazione siano pertinenti e consentano nella loro pluralità di arrivare a pubblici estremamente vari. Anche se non sempre è stata effettuata la relativa valutazione, i soggetti intervistati concordano sulla relativa efficacia di queste azioni di comunicazione, al punto tale da voler moltiplicare e sviluppare queste azioni per garantire una continuità e una coerenza nelle loro pratiche e strategie.

Se è vero che questa pluralità di azioni che si rivolge a una varietà di gruppi target secondo modalità di

azione diversificate (per messaggi e vettori) consente di arrivare a un gran numero di persone e sarebbe logico che venisse proseguita e incoraggiata, risulterebbe forse maggiormente efficace se si procedesse a un'armonizzazione degli elementi visivi e dei contenuti (al meno per quanto riguarda i valori) (cfr. riquadro di seguito). Si tratterebbe pertanto di elaborare un sistema di identità visiva e lessicale comune, che preveda degli spazi di personalizzazione ma che affermi al contempo un'unità immediatamente riconoscibile sia sul contenuto sia sulla fonte.

Nell'ambito di una campagna di comunicazione comune all'insieme dei partner (come desiderano i partner del progetto Med PSS), sarebbe auspicabile migliorare la coerenza della comunicazione.

In quest'ottica, *"dalla diversità degli emittenti può derivare una maggiore vitalità della comunicazione pubblica e uno slancio interessante che stimola nuovi input di informazione o persuasione"* (Cazaly, 1997) a condizione che si stringa intorno a valori comuni e si traduca in un asse comune e forte.

"Una centralizzazione delle competenze e delle responsabilità o l'istituzione di una specie di "alta autorità" settoriale non è la soluzione. Ma il dovere di efficacia raccomanda l'instaurazione di scambi di informazione tra emittenti (esperienze di campagne, risultati di studi, analisi critiche di successi e fallimenti) e riflessioni in comune, che riuniscano le diverse fonti coinvolte in uno stesso campo della comunicazione sociale e i professionisti della comunicazione" (Cazaly, 1997).

A monte di qualsiasi campagna, vi è pertanto bisogno di un dibattito per conoscere gli approcci di ciascuno, di un confronto per condividere i diversi punti di vista, di modifiche successive a scambi e accordi su punti di vista condivisi (cfr. riquadro sulla co-costruzione qui di seguito).

Ciò che frena una campagna di comunicazione efficace

(Cazaly, 1997)

Una pluralità di emittenti (media) può tradursi in un'accumulazione e una sovrabbondanza di segni che nuociono alla corretta percezione (lettura) del messaggio; nelle campagne in cui le interazioni tra il tema stesso della campagna e l'identità e il numero dei aderenti può nuocere alla sua credibilità. *"Più che interessi comuni, è fondamentale che tra i aderenti vi siano valori comuni rispetto all'oggetto in questione: la partecipazione alla campagna deve testimoniare di un impegno che va oltre il semplice contributo materiale o finanziario"*.

Una molteplicità di campagne diverse, per quanto legittima per ogni organismo, spesso non fa altro che *"aggiungersi al "rumore" di fondo"*. Campagne che non hanno *"tra di loro alcuna unità di forma o di contenuto quando invece vertono su obiettivi comuni"* possono fare da freno a una buona comunicazione. Campagne con *"poca continuità discorsiva, grafica e stilistica [...] si privano di qualunque prospettiva di capitalizzare i propri effetti (livello di notorietà dell'emittente o di un tema della campagna, memorizzazione dei messaggi)"*. Un mosaico di azioni differenti, sia per la volontà di rivolgersi a tutti i target possibili sia perché vengono troppo spesso modificati gli stessi target o gli assi della comunicazione nuoce all'efficacia delle campagne di comunicazione (Brochand e Lendrevie in Cazaly, 1997).

Il peso di altre questioni connesse (cfr. § 3-5) sottolinea l'interesse di estendere i partenariati ad attori interessati che vengono coinvolti raramente, o comunque non in modo sistematico (associazioni ambientaliste, residenti, aziende paesaggistiche, volontari, eccetera) se non addirittura agli stessi gruppi target.

D'altra parte, una *"comunicazione efficace si disegna e si costruisce sulla durata"* (Cazaly, 1997). *"Una prima regola universale è quella della ripetizione e della continuità dello sforzo di persuasione [...] Una volta scelto un asse di comunicazione, bisogna mantenerlo nel tempo facendo però variare l'espressione pubblicitaria per evitare la monotonia"* (Lendrevie in Cazaly, 1997).

Le campagne non vanno interrotte nel tempo (e devono essere ripetute ogni anno).

👉 Qualche ipotesi per ideare una campagna "comune"

A prescindere dal carattere "inglobante" o mirato, una campagna "comune" può essere ideata come segue:

- Riunire l'insieme delle istituzioni e dei partner prima di lanciare una campagna: *"Prima ancora di costruire una qualsiasi campagna è auspicabile coordinare le diverse azioni e i diversi mezzi a valle per ottenere la massima efficacia sul lungo termine"* (Bonnier e Breul, 1997).
- Accettare di rinunciare ai loghi sui manifesti destinati al grande pubblico (è possibile apporli nei documenti più tecnici destinati a gruppi target quali gli amministratori locali, gli insegnanti eccetera) per comunicare l'essenziale evitando in questo modo che l'abbondanza di messaggi ed emittenti crei confusione.
- Concepire una impostazione grafica unica che con-

sentia di riconoscere immediatamente il contesto della campagna.

- Esprimere i messaggi in un linguaggio chiaro, semplice e comprensibile a tutti e intorno a un unico asse di comunicazione (scelta del tono del messaggio) (si veda § 4-2 "messaggio" e proposta di indagine e pre-test).
- Definire l'asse della comunicazione basandosi su elementi di interesse e valori propri al gruppo target (per esempio, per la Francia: paesaggio, flora, fauna, luoghi di svago per il pubblico in generale; pulizia, manutenzione per gli agricoltori; estetica, ambiente di vita per le classi socioprofessionali superiori; "giardino mediterraneo" per i residenti in zone forestali e di interfaccia, eccetera; mentre per l'Italia: elementi antropici e culturali, biodiversità, ma anche valori identitari).
- Discutere collettivamente i punti in cui si impone una scelta di valori.
- Impiegare le parole giuste (per esempio "foresta mediterranea" in Francia non significa niente per i 2/3 della popolazione mediterranea) e adattarsi al contesto locale (per esempio per la Francia mediterranea impiegare termini quali pineta, macchia, eccetera) (si veda § 4-2).
- Effettuare dei pre-test (per testare il messaggio ed evitare messaggi controproducenti) e se necessario rettificare prima della campagna (cfr. Allegato 2).
- Variare da un anno all'altro la formulazione del messaggio ma non l'asse della comunicazione.
- Ripetere ogni anno la campagna con gli stessi elementi visivi.
- Programmare e prevedere a monte la valutazione: pre-test, test d'impatto e bilancio della campagna (cfr. Allegato 2).
- Organizzare un ritorno di esperienze ogni anno con l'insieme dei partner.

La co-costruzione

Secondo Michel Foudriat, la co-costruzione è un processo per il quale i diversi attori si confrontano sui loro diversi punti di vista, si impegnano a modificarli attraverso lo scambio e si accordano sulle traduzioni. In questo modo trasformano il proprio punto di vista per ottenere un punto di vista condiviso sul quale si possano accordare. La co-costruzione è diversa dalla consultazione, nella quale la decisione ricade solo sui vertici/dirigenti.

Attraverso la possibilità di esprimersi, confrontarsi, cercare un accordo con la co-costruzione è possibile approcciarsi alla complessità attraverso la pluralità.

Metodologia:

- 1 – Espressione dei punti di vista (tutte le opinioni hanno lo stesso valore)
- 2 – Intercomprensione attraverso scambi, domande-risposte
- 3 – Convergenza
- 4 – Accordo sulle espressioni.

La co-costruzione deve avvenire in uno spazio di dialogo appositamente dedicato e nel tempo (lungo termine). Occorre garantire condizioni di partecipazione che permettano l'impegno di tutti gli attori.

Per saperne di più:

Conferenza di M.Foudriat, Sociologia delle organizzazioni. Conferenza del Collectif National des Pass.

<http://www.collectifpass.org> oppure <https://youtu.be/pc630tb62kA>

📌 E perché no?

Se viene approvata la scelta di elementi visivi comuni, è possibile prevedere una pre-campagna (visiva, magari anche televisiva) per presentare il partenariato, i valori su cui si sono accordati i diversi partner (in un messaggio chiaro e semplice) e gli elementi visivi che si è deciso di condividere e che da quel momento verranno diffusi (per esempio durante una campagna estiva). Tale uniformità consentirà l'immediato riconoscimento del contesto della campagna, delle finalità e dei committenti.

Un partenariato così organizzato presenta numerosi interessi: 1) uscire dal recinto delle competenze e delle aree di azione di ciascuna istituzione con un maggiore adattamento della campagna; 2) integrare altre eventuali questioni connesse; 3) agevolare la scelta degli intermediari.

✳ Elementi complementari per campagne destinate a gruppi target specifici

Le campagne di comunicazione destinate a gruppi target specifici consentiranno di trasmettere un messaggio più specialistico, più tecnico, a un target ben individuato.

Per chi è coinvolto nella comunicazione, i gruppi target potrebbero in questo caso fare da tramite per altri gruppi (per esempio gli amministratori locali per la cittadinanza, gli insegnanti per le scolaresche, eccetera).

Tali campagne potrebbero riguardare: gli obblighi legali di decespugliamento (OLD), i regolamenti nell'edilizia, le norme di sicurezza nei campeggi, eccetera.

I gruppi target a cui rivolgersi sarebbero i seguenti:

- professionisti (del mondo agricolo, forestale, del paesaggio e della manutenzione degli spazi naturali, del turismo e dell'edilizia),
- residenti in zone forestali/di interfaccia,
- turisti,
- utilizzatori delle aree boschive,

- amministratori locali (e servizi tecnici),
- stampa,
- scolaresche e giovani, tramite gli insegnanti o gli animatori giovanili,
- fumatori.

La scelta dell'intermediario dipenderà dalla sua vicinanza al target.

📌 Qualche ipotesi per migliorare la comunicazione rivolta a gruppi target specifici

- Individuare all'interno di un gruppo di lavoro collaborativo il soggetto che gode della **fiducia** e dell'ascolto del gruppo target a cui ci si rivolge e sceglierlo come intermediario/vettore dopo aver definito insieme il messaggio, per esempio **gli insegnanti per le scolaresche, i pompieri per i residenti, i funzionari di pari grado per gli amministratori locali**, eccetera.

- Definire l'asse di comunicazione basandosi sui valori del gruppo target. Si ricorda, per esempio, **che si farà riferimento alle idee di "pulizia" e di manutenzione dello spazio per gli agricoltori francesi e ai valori identitari e legati alla biodiversità nel contesto italiano** (si veda pagina 32).

📌 Un'idea nuova di azione

Organizzare visite guidate nella foresta sul tema del "Patrimonio del fuoco nella foresta" alla scoperta dei forni da calce, dei forni in pietra, delle carbonaie (ed eventualmente dei punti fuoco,...) inquadrandole nel loro contesto storico e socio-economico e spiegando la preparazione e la messa in sicurezza di quanto si trova nei dintorni dal fuoco. Queste visite consentirebbero di abordare la questione del fuoco in una prospettiva positiva, di fuoco "amico", approfittandone per divulgare dei messaggi di prevenzione e "responsabilizzando" i partecipanti. Sarà anche possibile realizzare delle animazioni per attività scolastiche ed extrascolastiche.

📌 Un'idea di azione "culturale"

L'organizzazione di eventi culturali destinati al "grande pubblico", come ad esempio uno spettacolo teatrale (itinerante o meno, al chiuso o all'aperto, magari proprio in foresta) consentirebbe di arrivare al pubblico attraverso un approccio sensibile. Si potrebbe proporre un argomento quale "il fuoco utile versus il fuoco dilagante che brucia la foresta". Questo progetto potrebbe essere ideato in collaborazione con diversi partner del mondo artistico: un autore drammatico, un centro nazionale di scrittura per lo spettacolo, una compagnia teatrale (sono numerose le compagnie che hanno già ideato progetti di questo tipo) e portato avanti dai servizi dell'istituzione stessa (foresta, cultura, eccetera).



La cultura può essere un mezzo di acculturazione del pubblico. In questa foto, una rappresentazione teatrale in uno spazio naturale.

✳ Il caso della trasmissione attraverso le simulazioni pratiche

La complessità del processo di apprendimento di norme e comportamenti da adottare può essere affrontata tramite simulazioni pratiche che agevolano l'adozione di tali norme e comportamenti.

Proprio perché favoriscono azioni di comunicazione "di prossimità", le simulazioni pratiche possono anche agevolare un forte radicamento nel territorio ma anche un'interconoscenza e intercomprensione maggiori, come è emerso dall'analisi delle interviste. Attraverso le simulazioni è possibile abordare la questione del rischio incendi boschivi da una parte adattandola dinamicamente durante lo svolgersi dell'interazione con il pubblico, e dall'altra osservandola nella sua complessità e nelle sue interazioni con altre tematiche (la pastorizia, il paesaggio, la pianificazione del territorio, la biodiversità, eccetera).

Infine, con le simulazioni si evita quel carattere spesso percepito come "riduttivo" o troppo "generalista" di altre forme di comunicazione precedenti.

Le simulazioni pratiche possono essere un prerequisito nella costruzione di una cultura del rischio (si veda il paragrafo seguente).

I gruppi target che potrebbero essere destinatari privilegiati di questa modalità di azione di comunicazione sono i seguenti:

- professionisti (del mondo agricolo e forestale, del paesaggio e della manutenzione degli spazi naturali, del turismo e dell'edilizia),
 - residenti nelle zone forestali/di interfaccia,
 - amministratori locali (e servizi tecnici),
 - scolaresche e giovani, tramite gli insegnanti o gli animatori giovanili.
- Eventualmente:
- turisti,
 - utilizzatori.

✦ Alcune idee di azione (da rinforzare o inventare)

- Operazioni equivalenti a quelle della pulizia delle spiagge da adattare alla foresta, per qualsiasi tipo di pubblico.
- Formazioni per i residenti: "Spegnerle le faville" dopo un incendio.
- Formazioni per i giovani (scout, eccetera), i residenti, gli utilizzatori di campeggi "saper padroneggiare il fuoco domestico e ciò che lo circonda" (trasposizione dell'azione della Regione Toscana "il fuoco e la protezione dei campeggi").
- Formazioni per i residenti francesi soggetti a OLD: "Realizzare un giardino mediterraneo idoneo al fuoco".
- Incontri tra operatori del rischio, paesaggisti e ditte di manutenzione.
- Formazioni per i residenti in zone di interfaccia: "Abitazioni-costruzioni resistenti al fuoco", in partenariato con le insegne di bricolage.
- Iniziative partecipative di monitoraggio del ripri-

stino della vegetazione arborea e arbustiva e della fauna dopo un incendio.

- Campi di bonifica dei terreni incendiati con giovani o residenti.
- Esercitazioni di evacuazione per gli utilizzatori dei campeggi e della foresta.
- Organizzazione con i sindaci e la popolazione di esercitazioni pratiche di allerta, informazione, protezione e sostegno alle popolazioni.

4-3-2 Contribuire a far emergere una cultura condivisa del rischio incendio boschivo

Come osservato in precedenza, la questione non risiede esclusivamente nella conoscenza del rischio ma nelle risposte che possono essere adottate per favorire l'adozione di gesti e comportamenti corretti: si può ad esempio conoscere il rischio ma non sapere come comportarsi. Le simulazioni pratiche (si veda il § precedente) possono contribuire a far assimilare i gesti appropriati attraverso la "pratica" ma rimane plausibile domandarsi se sono sufficienti, se rispondono ai criteri di automatismo, autonomia, legittimità e solidarietà che definiscono la cultura del rischio (cfr. Parte 1).

Come eliminare gli ostacoli che frenano il passaggio all'azione?

Eliminare gli ostacoli che frenano l'assimilazione del rischio a livello individuale

Dal rapporto dell'*École nationale supérieure des officiers de sapeurs-pompiers* (ENSOSP) (SDIS06, 2018) emergono delle risposte a proposito tratte da studi sociologici. Gli ostacoli sono generalmente indicati con l'espressione "strategia di evitamento" e più di recente con "convinzioni limitanti". Ognuna di queste strategie (esattamente tre) si applica a una componente del rischio:

- "L'ottimismo comparativo" rispetto elementi esposti al rischio: "succede solo agli altri",
- "La minimizzazione" della vulnerabilità: "non è niente di grave",
- "Il rifiuto" della pericolosità: "va tutto bene".

Questi convincimenti limitanti, pur necessari a una sensazione di sicurezza, allontanano pericolosamente le persone dalla consapevolezza del rischio e dallo sforzo di preparazione ai rischi potenziali.

Vi sono però due casi in cui vengono meno:

- quando si viene colpiti direttamente o indirettamente da un dramma o un pericolo,
- quando si immagina di essere realmente confrontati a un pericolo e ci si prepara.

Il rapporto raccomanda quindi di coinvolgere il pubblico e gli attori della prevenzione in situazioni di ur-

genza e nella pianificazione e previsione di un pericolo.

La trasmissione di informazioni attraverso le simulazioni pratiche (cfr. sopra) può infatti contribuire a ridurre in parte questi ostacoli a livello individuale. Ma a livello collettivo? In effetti, il rischio incendio boschivo non può essere ridotto a un rischio preso a titolo personale o comunque subito a livello individuale. Al contrario, si tratta di un fenomeno che tocca una porzione più o meno ampia di un territorio e la collettività nel suo insieme. La semplice diffusione di raccomandazioni su buone pratiche e norme di sicurezza a categorie di individui ci sembra pertanto solo coprire una parte di quella che potrebbe diventare una cultura del rischio

incendio boschivo, poiché paradossalmente, mirando a rendere l'individuo "primo attore della sua sicurezza" questo approccio rischia di privarlo del processo di definizione del problema e delle scelte dei mezzi per prevenirlo (cfr. di seguito). La costruzione e l'elaborazione di una cultura del rischio incendio boschivo può passare per l'assimilazione delle diverse rappresentazioni del rischio, dei saperi e del know-how derivanti anche dall'esperienza o dall'eredità familiare/collettiva.

Eliminare gli ostacoli che frenano l'appropriazione del rischio a livello collettivo

Come già visto nell'analisi, le pratiche di comunicazione attuali sembrano complessivamente vertere su un rapporto gerarchizzato tra "esperti" e "profani". Sembra assodato che l'appropriazione culturale e identitaria del rischio da parte delle popolazioni si possa ottenere solo attraverso la trasmissione della conoscenza di un pericolo.

Ci sembra, tuttavia, che questa strategia non sia sufficiente per consentire questa appropriazione culturale e identitaria e che quest'ultima non possa neanche essere unilaterale, vale a dire limitarsi a far acquisire le necessarie informazioni a quelle popolazioni considerate come prive delle giuste conoscenze o incapaci di valutare il rischio al fine di rettificarne le percezioni e quindi i comportamenti.

Béatrice Gisclard (Gisclard, 2020) ha lavorato sull'appropriazione delle politiche pubbliche nella popolazione e, in quest'ottica, sullo sviluppo della cultura del rischio presso le popolazioni. A suo avviso, il cittadino in generale o cittadino X (target privilegiato delle campagne di comunicazione sul rischio e spesso considerato come "anello debole" della catena, visto come vittima passiva o accusato di comportamenti non conformi) è anche quello che non viene consultato, so-

L'appropriazione attraverso le simulazioni pratiche favorisce l'adozione dei buoni gesti.



prattutto quando le disposizioni pubbliche vengono implementate a monte. Questa separazione a monte tra gli operatori del rischio e i cittadini (abitanti) impedisce di creare le condizioni di una presa di coscienza del rischio nelle popolazioni e quindi di sviluppare una cultura del rischio.

D'altronde, la percezione del rischio varia con il tempo e nei diversi contesti. La politica di prevenzione dei rischi viene solitamente decisa a livello nazionale o regionale, e questo al momento della prevenzione; l'abitante, invece, si confronta con il rischio al momento del verificarsi dell'evento. Risulta pertanto uno squilibrio tra le preoccupazioni spazio-temporali di ciascuno: per l'abitante non fa parte del suo quotidiano, contrariamente a quanto avviene per l'operatore. Ciò porta a una reciproca incomprensione: l'operatore non riesce a raggiungere il cittadino al momento opportuno.

Secondo B. Gisclard, per sviluppare una cultura del rischio risulta necessario un lavoro di acculturazione reciproca. Maggiore sarà la fiducia reciproca, più agevole sarà la trasmissione dei messaggi, per quanto questo non eliminerà il problema di quanti corrono comunque dei rischi.

I risultati dei diversi studi hanno confermato il potenziale insito nell'appropriazione del rischio da parte degli abitanti che potrebbe tradursi in un loro coinvolgimento in iniziative di co-costruzione a monte (Gisclard, 2017; Ballart *et al.*, 2016).

I gruppi target coinvolti

Come già osservato, non esiste un'unica cultura del rischio perché ciascuno ha una propria rappresentazione del rischio. È plausibile porsi il problema dei gruppi estranei alla zona soggetta al rischio incendio boschivo, domandarsi se hanno una cultura del rischio incendio boschivo, se possono svilupparla e, in particolare come considerare un turista straniero che viene ogni estate nella regione mediterranea.

La costruzione di una cultura del rischio incendio boschivo solleva in effetti la questione di quanti, oltre ai

gruppi e alle categorie cui già si rivolgono le raccomandazioni relative alle buone pratiche, le normative e le norme di sicurezza, possono esserne coinvolti. Spontaneamente si potrebbe pensare che questa cultura riguardi in modo preferenziale gli abitanti delle zone soggette al rischio, eppure i residenti di seconde case o i vacanzieri regolari possono rendere difficile circoscrivere i gruppi coinvolti.

Un approccio possibile potrebbe essere quello di non limitarsi a circoscrivere la categoria “dall’alto” e a monte, ma di considerare che chiunque sia e/o si senta coinvolto da questa problematica possa partecipare all’elaborazione di una cultura collettiva e condivisa del rischio.

Come?

Trasmettere le conoscenze scientifiche, tecniche e normative alle popolazioni è essenziale. Le proposte che seguono mirano però a non ridurre la cultura del rischio incendio boschivo a questa cultura tecnica (già presente nelle istituzioni) ma a includere anche saperi, pratiche e rappresentazioni delle popolazioni favorendo la reciproca acculturazione.

Questa reciproca acculturazione avverrà attraverso incontri tra più attori, condividendo gli approcci tecnici e operativi e alimentandoli con quelli legati all’esperienza diretta o alla trasmissione familiare.

Una cultura del rischio potrà affermarsi solo quando gli attori si renderanno conto di condividere e approvare valori simili e un’idea comune del rischio o di appartenere a una collettività o a un territorio soggetto alla stessa problematica.

Occorre andare incontro al cittadino, parlargli, ascoltarlo, conoscerne i bisogni, le preoccupazioni, con un approccio di ascolto reciproco, ma anche di fiducia e responsabilizzazione.

I promotori di questi incontri possono essere gli stessi cittadini, e in questo caso le istituzioni potranno accompagnarli e dovranno accettare (vale a dire ri-

schiare) di confrontarsi con reazioni forti, se non addirittura con le accuse, soprattutto nel caso di collettivi nati in seguito a un incendio. Questi collettivi, tuttavia, diventeranno a loro volta attori della prevenzione e questo passaggio, dal momento della ricostruzione al momento della prevenzione contribuisce alla costruzione della cultura del rischio.

I promotori di questi collettivi possono anche essere le istituzioni. Anche in questo caso, la fiducia reciproca è un criterio essenziale per la riuscita. Non bisogna avere “paura di far paura” (Gisclard) e di responsabilizzare i cittadini che accettano, partecipando, di parlare del rischio. A tal proposito, **ci sembra auspicabile che gli amministratori locali, e ancor più i sindaci o i presidenti di associazioni di comuni o di ANCI, si associno a queste iniziative e ne siano coinvolti.**

☛ **Qualche ipotesi per contribuire a fare emergere una cultura del rischio (azioni da rinforzare o sviluppare)**

- Agevolare la strutturazione di reti informali di vicinato (per consentire la diffusione dell’informazione all’interno dei gruppi e la mutua assistenza per la manutenzione dei terreni).

- Favorire la formazione di gruppi di residenti e/o utilizzatori.

- Organizzare riunioni locali, inter-settoriali e con una molteplicità di attori (per esempio: residenti in una zona di interfaccia, amministratori locali, pompieri, rappresentanti dello Stato, della Regione, delle Province/dei Dipartimenti, associazioni, eccetera).

- Dopo l’incendio: creare gruppi di sostegno o associazioni di sinistrati, far partecipare vittime di eventi passati (dimensione della memoria).

- Condividere le esperienze sul campo: da territorio a territorio, per categorie di attori (per esempio pompieri/forestali, attori coinvolti dell’educazione ambientale/associazioni di volontariato) con l’insieme delle categorie di attori.

- Organizzare mostre fotografiche aperte alla partecipazione delle popolazioni: prima e dopo l’incendio.

- Pubblicare atlanti geografici con la partecipazione della popolazione.

- Strutturare un approccio basato su cartografie collaborative²⁶, secondo il principio di Wikipedia, che consentano di condividere informazioni relative al rischio (in particolare nella fase di emergenza: strade sbarrate, abitazioni in fiamme, eccetera).

- Appoggiarsi ai social network sfruttando strumenti già presenti nella società civile come gli hashtag.



L’emergere di una cultura del rischio passa anche dallo scambio di esperienze tra i diversi attori.

26 - Per un’illustrazione del principio <https://patrimoine-garriguescostieres.gogocarto.fr/> oppure <https://fr.wikivoyage.org/wiki/Ligurie>

| Problematica (ostacoli, ambiguità...) o leve da azionare | Ipotesi proposte ed esempi di azioni da implementare o sviluppare | Principali gruppi target destinatari |
|---|---|---|
| Dimensioni della cultura del rischio | | |
| Memoria / Solidarietà di fronte al rischio Fase post-incendio finora poco considerata | <p>Conservare la memoria degli eventi passati per favorire la “convivenza” con il rischio incendio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mostre fotografiche. - Pubblicazione di atlanti fotografici con la partecipazione della popolazione. - Incontri con vittime di incendi passati. - Manifestazioni sulla storia degli incendi. - Condivisione delle esperienze sul campo: da territorio a territorio, per categorie di attori o con l’insieme delle categorie di attori. <p>Favorire la nascita di collettivi e condivisioni di esperienze:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Favorire la nascita e l’accompagnamento di collettivi di sinistrati dopo un incendio. - Incontri e scambi all’interno delle comunità dopo un incendio. - Iniziative partecipative di monitoraggio del ripristino della vegetazione e della fauna dopo un incendio. - Campi di bonifica dei terreni incendiati con giovani o residenti. | Residenti Cittadini Amministratori locali Giovani Scolaresche Professionisti (AIB, forestali, ambientalisti, paesaggisti, eccetera) |
| Fiducia / riconoscimento / legittimità | <p>Creare e rinforzare la fiducia tra popolazioni e istituzioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuare all’interno di un gruppo di lavoro collaborativo il soggetto che gode della fiducia e dell’ascolto del gruppo target a cui ci si rivolge e sceglierlo come intermediario/vettore (per esempio pompieri, guardie forestali, amministratori locali, insegnanti, funzionari di pari grado...). - Rinunciare ai loghi delle singole organizzazioni e scegliere elementi visivi e messaggi comuni. - Pre-campagne di presentazione di un partenariato tra più attori fondato su valori comuni. - Andare incontro al cittadino, parlargli, ascoltarlo, conoscerne i bisogni, le preoccupazioni, con un approccio di ascolto reciproco. | Residenti Amministratori Scolaresche Amministratori locali |
| Cultura del rischio troppo tecnica (esperti vs profani) | <p>Mettere a confronto i punti di vista e le pratiche tra tecnici, operatori e popolazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incontri e scambi tra “esperti” e “residenti”. - Incontri allargati ad altre categorie di persone coinvolte e/o interessate. | Residenti Tecnici Professionisti Cittadini Amministratori locali |
| Permanenza degli automatismi | <p>Facilitare l’acquisizione di automatismi mediante simulazioni pratiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formazione (residenti, professionisti del paesaggio...). - Iniziative partecipative di monitoraggio del ripristino della vegetazione e della fauna dopo un incendio. - Campi di bonifica dei terreni incendiati con giovani o residenti. - Esercitazioni di evacuazione (ospiti di campeggi, utilizzatori della foresta, residenti in zone boscate o in zone di interfaccia...). - Esercitazioni pratiche di allerta, informazione, protezione e di sostegno alle popolazioni con sindaci e amministratori. | Residenti in foresta / in zone di interfaccia Amministratori locali e servizi tecnici Scolaresche, giovani Turisti Utilizzatori Professionisti |
| Ideazione e formulazione dei messaggi | | |
| Ambivalenze Fuoco utile / fuoco pericoloso; Foresta fragile / minacciosa; protezione della foresta / protezione dei beni e delle persone | <p>Approfondire la conoscenza dei vari rapporti con il rischio, il fuoco e la foresta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Effettuare dei pre-test e scegliere un asse di comunicazione in funzione dei risultati per ogni gruppo target. - Servirsi di altre indagini (già realizzate o da realizzare) per scegliere le parole giuste. - Allinearsi alla rappresentazione dominante dei gruppi ai quali ci si rivolge, oppure. - Diffondere quella che si desidera favorire, oppure. - Combinare i due approcci in un messaggio più articolato (l’orientamento dipende da una scelta di valori). | Utilizzatori Cittadini Scolaresche Professionisti (agricoltori, AIB, forestali, ambientalisti, eccetera) |

| Ideazione e formulazione dei messaggi (seguito) | | |
|--|--|---|
| | <p>Conservare la memoria degli usi del fuoco nella foresta tramite un approccio culturale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eventi culturali sul tema degli antichi usi del fuoco: visite guidate nella foresta sul tema del "Patrimonio del fuoco nella foresta" alla scoperta dei forni da calce, dei forni in pietra, delle carbonaie inquadrando nel loro contesto storico e socio-economico; preparazione e messa in sicurezza di quanto si trova nei dintorni del fuoco. <p>Mettere a confronto i punti di vista, le pratiche, i valori degli operatori della comunicazione e non solo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incontri multi-attori che consentano di condividere gli approcci tecnici e operazionali e quelli legati all'esperienza delle popolazioni. - Co-costruzione delle campagne di comunicazione intorno a un asse comune e forte. | <p>Utilizzatori Cittadini Scolaresche Professionisti (agricoltori, AIB, forestali, ambientalisti, eccetera)</p> |
| Gruppi pericolosi / gruppi in pericolo Gruppi "collaborativi" / Gruppi "resilienti" | <p>Scegliere un asse di comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co-costruzione delle campagne di comunicazione intorno a un asse comune e forte. - Basarsi su parole e valori condivisi dai gruppi target. | <p>Partner e attori della gestione del rischio</p> |
| Espressione "Foresta mediterranea" poco conosciuta | <p>Scegliere un asse di comunicazione:</p> <p>Sono possibili due approcci che rispondono a due questioni diverse:</p> <ul style="list-style-type: none"> - un approccio pragmatico "chiamare la foresta come farebbe il pubblico" che punterebbe alla sola efficacia del messaggio, oppure. - un approccio culturale in cui si precisa "vi trovate in una foresta mediterranea" puntando quindi a informare del pericolo ma rendendo al contempo visibile la foresta di modo che la popolazione possa riconoscerla. | <p>Tutti i target Cittadini</p> |
| <p>Immagini associate: litorale, pineta, gariga...</p> <p>Valori associati: estetica, ecologia, ricerca del piacere, pulizia, affetto, eccetera.</p> | <p>Impiegare i termini e le immagini adatte nelle campagne di comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fare dei pre-test per assicurarsi che le parole utilizzate siano comprese e che i messaggi siano adeguati. - Fare delle indagini per conoscere meglio il vocabolario e i valori associati alla foresta dei diversi gruppi target (indagini generali o mirate per pubblico o per area). - Valorizzare questi approcci nelle campagne di comunicazione (per esempio: pulizia e manutenzione per gli agricoltori, concetto di manutenzione del proprio giardino per i residenti in zone di interfaccia...). | <p>Tutti i target Agricoltori Residenti</p> |
| <p>Errata conoscenza del livello di rischio, dei comportamenti da tenere e errata gerarchizzazione delle cause di incendio</p> | <p>Trasmettere le informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicare sulle condizioni meteorologiche (bollettini meteo tramite siti web, mezzi di comunicazione/stampa, social network, cartelli autostradali). - Diffondere la carta del rischio. - Comunicare sulle condizioni di accesso ai massicci/alla foresta (informazioni tramite siti web, mezzi di comunicazione/stampa, social network, cartelli). - Comunicare sulle cause degli incendi. - Comunicare sui buoni comportamenti nei periodi di emergenza (tramite siti web, mezzi di comunicazione). <p>Facilitare l'adozione dei buoni comportamenti nella fase di emergenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione insieme ai sindaci e alla popolazione di esercitazioni pratiche di allerta, informazione, prevenzione e sostegno alle popolazioni. - Formazioni per i residenti: "Spegnere le faville" dopo un incendio. - Esercitazioni di evacuazione per gli utilizzatori dei campeggi e della foresta. <p>Coinvolgere la popolazione nella fase di emergenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approccio basato su cartografie collaborative, secondo il principio di Wikipedia, che consentano di condividere informazioni relative al rischio (in particolare nella fase di emergenza: strade sbarrate, abitazioni in fiamme, eccetera). | <p>Utilizzatori dei massicci Residenti in foresta Stampa Social network Cittadini Professionisti</p> |

| | | |
|---|--|---|
| Tenere in conto la resilienza | Favorire la resilienza mediante esercitazioni pratiche di autoprotezione: - Formazione (per i residenti francesi) soggetti agli OLD "Realizzare un giardino mediterraneo idoneo al fuoco". - Formazione per i residenti in zone di interfaccia: "Abitazioni-costruzioni resistenti al fuoco", in partenariato con i marchi di prodotti per il bricolage. - Iniziative partecipative di monitoraggio del ripristino della vegetazione e della fauna dopo un incendio. | Residenti in foresta o in zone di interfaccia |
| Scelta dei gruppi target | | |
| Comunicazione verso la stampa finora poco coinvolta | Appoggiarsi maggiormente alla stampa in quanto gruppo target strategico per le campagne di comunicazione: - Comunicazione da sviluppare: Accompagnamento dei giornalisti sul campo. Cartelle e comunicati stampa preparati in concertazione. | Stampa |
| Comunicazione verso i servizi interni delle istituzioni finora poco coinvolti | Sviluppare la comunicazione interna alle istituzioni (interna ai diversi servizi e interservizi): - Riunioni interne, pubblicazioni interne, visite sul campo, conferenze. | Personale delle istituzioni (servizi tecnici) |
| Peso delle altre questioni connesse | | |
| Questioni connesse (accettabilità dei lavori, questioni legate all'ambiente e al paesaggio, immagine dell'istituzione, reclutamento di volontari) | Estendere i partenariati ad attori interessati che vengono coinvolti raramente o comunque non in modo sistematico (associazioni ambientaliste, residenti, aziende paesaggistiche, volontari, eccetera): - Incontri multi-attori sul tema della prevenzione e della lotta attiva contro gli incendi boschivi, a monte delle campagne di comunicazione. | Tutti i target Associazioni ambientaliste Residenti Professionisti Volontari Giovani Amministratori locali... |
| Timore di messaggi contraddittori | Mettere a confronto i punti di vista e i valori degli operatori della comunicazione e degli intermediari: - Incontri multi-attori e multi-partner (con gli intermediari) finalizzati all'elaborazione di una base comune (messaggio). | Intermediari Professionisti AIB |
| Facilitare le appropriazioni individuali e collettive del rischio | | |
| Ostacoli che frenano l'appropriazione del rischio a livello individuale | Facilitare l'apprendimento di condotte da tenere nei periodi di emergenza: - Esercitazioni nelle situazioni di rischio. - Esercitazioni di pianificazione. | Residenti Utilizzatori della foresta Servizi interni Amministratori locali |
| Ostacoli che frenano l'appropriazione del rischio a livello collettivo | Avvicinare operatori del rischio e popolazione: - Incontri e scambi tra "esperti" e residenti. Sviluppare iniziative di co-costruzione: - Incontri multi-attori e multi-partner. Facilitare o accompagnare la nascita di collettivi: - Agevolare la strutturazione di reti informali di vicinato (per consentire la diffusione dell'informazione all'interno dei gruppi e la mutua assistenza per la manutenzione dei terreni). - Favorire la formazione di gruppi di residenti e/o utilizzatori. - Organizzare riunioni locali, inter-settoriali e con una molteplicità di attori (per esempio: residenti in una zona di interfaccia, amministratori locali, pompieri, rappresentanti dello Stato, della Regione, delle Province/dei Dipartimenti, associazioni, eccetera). - Dopo l'incendio: creare gruppi di sostegno o associazioni di sinistrati, far partecipare vittime di eventi passati (dimensione della memoria). - Condividere le esperienze sul campo: da territorio a territorio, per categorie di attori (per esempio pompieri/forestali, attori coinvolti nell'educazione all'ambiente, associazioni di volontariato...) o con l'insieme delle categorie di attori. | Tutti i target Cittadini Residenti |

| Azioni proposte o da sviluppare | Principali gruppi target destinatari | Partner del progetto proposti * Principali gruppi target destinatari |
|--|--|---|
| Incontri multi-attori e multi-partner sulla difesa dei boschi dagli incendi, a monte delle campagne di comunicazione per l'elaborazione di una base comune (messaggio). | Professionisti della difesa dei boschi dagli incendi/AIB Forestali Pompieri / Volontari Amministratori locali Rappresentanti della Regione e dello Stato | Tutti i partner in collaborazione con gli attori dell'AIB. |
| Coinvolgimento delle squadre di prossimità (corpo forestale regionale, pompieri volontari...) nella realizzazione di indagini o pre-test presso i gruppi target, direttamente sul terreno. | Tutti i target | Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Collettività della Corsica, SDIS |
| Formazione per i residenti in zone boscate e in zone di interfaccia "Realizzare un giardino mediterraneo idoneo al fuoco". | Residenti Professionisti del paesaggio | Collettività della Corsica, Provincia di Lucca, Regione Toscana, Entente Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, ANCI Toscana, ANCI Liguria |
| Campi sperimentali e partecipativi sul decespugliamento in collaborazione con giovani in formazione (Gestione degli spazi naturali e dell'ambiente, paesaggio...). | Residenti Giovani / Studenti | Entente, Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Collettività della Corsica, ANCI Liguria ANCI Toscana |
| Formazione per i residenti in zone di interfaccia: "Abitazioni-costruzioni resistenti al fuoco" (in partenariato con le insegne di bricolage). | Residenti Professionisti dell'edilizia | Regione Toscana, Collettività della Corsica, Provincia di Lucca, Entente Regione Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, SDIS |
| Esercitazioni pratiche di allerta, informazione, protezione e sostegno alle popolazioni con sindaci e amministrati. | Amministratori locali Residenti / Persone del posto | Regione Toscana, Regione Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Collettività della Corsica, Provincia di Lucca, ANCI Toscana, ANCI Liguria, SDIS |
| Organizzazione di esercitazioni di evacuazione. | Ospiti di campeggi Residenti | Regione Toscana, ANCI Liguria, ANCI Toscana, SDIS |
| Realizzazione di una cartografia collaborativa che consenta di condividere informazioni relative al rischio (in particolare nella fase di emergenza: strade sbarrate, abitazioni in fiamme, eccetera). | Tutti i target | SDIS, Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Provincia di Lucca, ANCI Liguria, Entente, ANCI Toscana Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur |
| Mostre fotografiche (prima e dopo l'incendio), creazione di atlanti fotografici... con la partecipazione delle popolazioni. | Residenti / Persone del posto Giovani | ANCI Toscana, ANCI Liguria, Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Entente |
| Incontri con vittime di incendi passati. Eventi sulla storia degli incendi. | Residenti / Persone del posto Cittadini in generale | Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Collettività della Corsica, ANCI Toscana, ANCI Liguria |
| Condivisione delle esperienze sul campo: da territorio a territorio, per categorie di attori o con l'insieme delle categorie di attori. | Residenti / Persone del posto Agricoltori Professionisti della difesa dei boschi dagli incendi/AIB Forestali Pompieri / Volontari | Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Collettività della Corsica, Provincia di Lucca, ANCI Liguria, SDIS ANCI Toscana |

Tabella con le azioni consigliate, i gruppi target destinatari e i partner del progetto che possono assumere l'iniziativa di queste azioni o accompagnarle.

* Rispetto alle competenze e alle priorità menzionate dai servizi intervistati.

| ... seguito | | |
|---|--|---|
| Favorire la nascita e l'accompagnamento di collettivi di sinistrati dopo l'incendio. | Residenti / Persone del posto | Regione Toscana, Collettività della Corsica, Provincia di Lucca, SDIS, Entente Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, ANCI Tabealu, ANCI Liguria |
| Iniziative partecipative di monitoraggio del ripristino della vegetazione e della fauna dopo un incendio. | Forestali e operatori Associazioni ambientaliste Giovani / Scolaresche | Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, Collettività della Corsica, Entente, ANCI Liguria ANCI Toscana |
| Campi di restauro dei terreni incendiati. | Giovani Residenti Cittadini Amministratori locali | Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, ANCI Liguria ANCI Toscana, Collettività della Corsica |
| Formazione: "Spegnere le faville" dopo un incendio. | Residenti / Persone del posto Agricoltori | Collettività della Corsica, Provincia di Lucca, Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria, SDIS Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur |
| Accompagnamento di giornalisti sul campo Distribuzione di cartelle e comunicati stampa. | Stampa / Mezzi di comunicazione | SDIS, Regione Toscana, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Liguria |
| Riunioni interne, pubblicazioni interne, visite sul campo, conferenze. | Personale interno / Dipendenti / Volontari interni alle organizzazioni dei partner e altri attori della difesa dei boschi dagli incendi/ AIB | Tutti i partner del progetto MED PSS |

Tabella (seguito) con le azioni consigliate, i gruppi target destinatari e i partner del progetto che possono assumere l'iniziativa di queste azioni o accompagnarle.



4-4 Le nostre raccomandazioni

Alla luce degli insegnamenti tratti dalla ricognizione dello stato dell'arte sui rischi incendi boschivi, le azioni che a nostro avviso contribuiscono maggiormente a rinforzare le attuali campagne di comunicazione e a sviluppare una cultura del rischio devono essere intraprese come segue:

- preparare l'azione realizzando i **pre-test** e le **indagini preliminari**, come raccomandato in questo rapporto,
- organizzare la **concertazione, a monte di qualsiasi campagna di comunicazione**, tra l'insieme dei partner coinvolti (se possibile: aprire la concertazione a partner afferenti a sfere diverse) con l'obiettivo di definire un asse di comunicazione comune e di armonizzare il contenuto e la forma dei messaggi,
- sviluppare le azioni di comunicazione verso i gruppi target "strategici", 1) quelli a cui già puntano le campagne di comunicazione: **i giovani/le scolaresche** ma anche gli **amministratori locali** che fungono da tramite essenziale per arrivare ai cittadini, e 2) quelli a cui invece le iniziative si rivolgono raramente: la **stampa**, il **personale interno delle istituzioni**.

Non avendo a disposizione i risultati di pre-test e indagini preliminari, e non conoscendo la scelta dei valori adottati dai partner, a questo stadio del progetto non ci è possibile presentare delle proposte complete, con i relativi messaggi, contenuti e supporti.

Tuttavia, è possibile fin da ora suggerire di:

- appoggiarsi a target/intermediari già coinvolti – come, ad esempio, il **corpo forestale nella regione** Provenza-Alpi-Costa Azzurra o i **volontari** nelle regioni italiane – per elaborare con loro delle modalità di indagine che consentano di entrare in contatto con gli utilizzatori della foresta, e raccogliere i primi elementi di conoscenza relativi alle parole e ai valori che hanno senso per il pubblico,
- realizzare insieme agli **amministratori locali** delle iniziative sperimentali di esercitazioni pratiche destinate alla popolazione: allerta, informazione, protezione...
- sviluppare la comunicazione con la **stampa**, più in particolare nella fase di prevenzione e in quella post-incendio (invitandola a partecipare a visite sul campo, preparando cartelle e comunicati stampa),
- organizzare, in ogni organismo una comunicazione interna ai **servizi e interservizi** sulla questione della cultura del rischio (conferenze, webinar, visite sul campo, articoli nelle pubblicazioni interne degli organismi...).

Per ottenere la massima efficacia nello sviluppo della cultura del rischio, si ritiene indispensabile anche:

- definire un asse e un'identità comuni in concertazione con tutti i soggetti coinvolti nella comunicazione sul rischio incendi boschivi,
- favorire tutte le azioni che possano contribuire alla reciproca acculturazione tra popolazioni e operatori (appoggiandosi o accompagnandosi a reti o gruppi multi-attori e intersettoriali) in un'ottica di lungo termine,
- investire nella fase del post-incendio per permettere alle popolazioni di passare dal momento della ricostruzione a quello della prevenzione.

Conclusioni e prospettive

Questa prima fase di analisi vuole essere uno strumento che consenta a ciascun partner o soggetto coinvolto nella comunicazione sul rischio incendi boschivi di collocare le proprie azioni rispetto alle diverse tipologie di comunicazione ricostruite dall'analisi delle interviste. Il suo scopo è quello di stimolare in una riflessione che aiuti ogni organizzazione a definire meglio la propria posizione rispetto alle sfide e agli obiettivi della comunicazione in materia di rischio incendio boschivo, senza dimenticare l'individuazione e il peso di altri elementi ad essa connessi. Si tratta di un prerequisito per poter scegliere e strutturare le pratiche di comunicazione.

Vengono fornite delle ipotesi metodologiche per avviare iniziative di comunicazione:

- definire le proprie questioni chiave e i propri obiettivi (le tipologie proposte possono fornire elementi per definire le proprie azioni ma senza con ciò costringerle in una categoria),
- realizzare un partenariato all'interno di un'iniziativa di co-costruzione, a monte del progetto (data l'importanza delle questioni connesse (cfr. § 3-5), potrà essere interessante includervi gli attori di altri campi di intervento: associazioni ambientaliste, rappresentanti di utilizzatori della foresta, eccetera),
- servirsi di pre-test (eventualmente indagini mirate) per approfondire le rappresentazioni (qualora non si conoscessero già) dei gruppi target a cui ci si vuole rivolgere, per conoscere i valori che per loro hanno senso e il tono dei messaggi a cui sono sensibili, agevolando in questo modo la formulazione dei messaggi,
- sulla base di questi elementi: elaborare i messaggi, definire i vettori, scegliere gli intermediari più adatti, prevedere gli elementi necessari al monitoraggio, alla valutazione e al ritorno di esperienze.

Grazie a indagini recenti, possiamo conoscere i valori di certi gruppi target ed elaborare così più facilmente le azioni a loro destinate. L'area geografica su cui si svolgerà la comunicazione sarà adattata al gruppo target che ne è destinatario. In questo rapporto sono state proposte alcune azioni, in parte già realizzate e in parte nuove. L'attenzione è stata posta sulle azioni che consentono di far emergere una cultura del rischio, perché si tratta ad oggi di una strada ancora poco battuta. Tuttavia, la scelta dei gruppi target e dei messaggi che si desidera trasmettere nonché la volontà di sviluppare una cultura del rischio attraverso iniziative partecipative rientrano in questa strategia di riflessione preventiva e dipendono dalla scelta dei valori dei partner.

È per questo motivo che invitiamo i partner del progetto a comunicarci quali sono i percorsi che desiderano approfondire alla luce dei risultati di questa prima fase dello studio.

Solo così la guida delle buone pratiche potrà rispondere in modo più preciso alle diverse aspettative.

Bibliografia

- ASPE C., JACQUE M., 2012. *Environnement et société : une analyse sociologique de la question environnementale*, Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, Versailles, Editions Quae, 279 p.
- 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), Editions CTFC, 30 p.
- BETTA A., CANTIANI M.G., DE MEO I., MAINO F., 2009. « La percezione del bosco da parte delle comunità locali: un caso di studio nel Comune di Trento », *Forest - Rivista di Selvicoltura ed Ecologia Forestale*, vol. 6, pp. 320-332.
DOI : <https://doi.org/10.3832/efor0594-006>
- BIER S., 2019, *Pour une approche territoriale de la culture du risque : application au risque inondation dans le bassin français de la Meuse*, thèse de géographie, Université de Lorraine, 398 p.
- BLESUS J.C., 2013. « Discours sur la culture du risque, entre approches négative et positive. Vers une éducation aux risques ? », *Géographie et cultures* [En ligne], n°88. DOI : 10.4000/gc.3141
- BONNIER J., BREUL N., 1997. Communication et forêt méditerranéenne. *Forêt Méditerranéenne*, T. XVIII, n°2, 1997, p. 174.
- BOUTEFU B., 2008. « Les incendies de forêt : une actualité brûlante à traitement médiatique à "show" », *Forêt Méditerranéenne*, T. XXIX, n°3, 2008, pp. 297-308.
- BROMBERGER C., DUFOR A.H., GONTIER C., MALIFAUD R., 1980. « Les paysans varois et leurs collines, les enjeux symboliques d'une « passion ». 1^{re} partie », *Forêt Méditerranéenne*, T. II, n°2, 1980, pp. 193-200.
- CARRUS G., PANNO A., ARAGONES JI, MARCHETTI M., MOTTA R., TONON G., SANESI G., 2020. « Public perceptions of forests across Italy: an exploratory national survey » *Biogeosciences and Forestry*, Vol. 13, n° 4, pp. 323-328. DOI: <https://doi.org/10.3832/ifor3394-013>
- CAZALY M., 1997. « A propos de l'efficacité des campagnes de communication publique », *Forêt Méditerranéenne*, T. XVIII, n°2, 1997, pp. 167-175.
- CAZALY M., 2002. « La forêt méditerranéenne française et son public. Résultats d'une enquête par sondage », *Forêt Méditerranéenne*, T. XXIII, n°3, 2002, pp. 173-184.
- CLEMENT V., 2005. « Les feux de forêt en Méditerranée : un faux procès contre nature », *L'Espace géographique*, t. 34, n°4, pp. 289-304.
- COLLECTIF, 2004. « La presse et les feux de forêt (1979) », *Forêt Méditerranéenne*, T. XXV, n°4, p. 375-388.
- DOUGLAS M., WILDAVSKY A., 1982. *Risk and culture. An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*, London, University of California Press, p. 224.
- FLANQUART H., 2016. *Des risques et des hommes*, Paris, Presses Universitaires de France, 346 p.
- FOUDRIAT M., Sociologie des organisations. Conférence du Collectif National des Pass. 21 février 2020, <http://www.collectifpass.org> ou <https://youtu.be/pc630tb62kA>
- GISCLARD B., 2020. « Le citoyen acteur de sa sécurité ? Formes et expression de cette implication », communication au webinaire « Culture du risque, le citoyen premier acteur de sa sécurité », Cerema, 1^{er} décembre 2020. <https://www.cerema.fr/fr/actualites/culture-du-risque-citoyen-premier-acteur-sa-securite-replay>
- GISCLARD B., 2017. L'innovation sociale territorialisée : un levier de réappropriation du risque inondation par les habitants L'exemple des crues rapides dans les territoires ruraux du Gard et du Vaucluse (France), Thèse de géographie. Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse, 418 p.
- IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), 2014. *Climate Change 2014: Synthesis Report Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* [Core Writing Team, R.K. Pachauri and L.A. Meyer(eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, 151 p.
- KALAORA B., SAVOYE A., 1999. « On a incendié la forêt », *Forêt Méditerranéenne*, t. XX, n° 1, pp. 25-32.
- LATOURE B., 1983. « Comment redistribuer le grand partage ? », *Revue de synthèse*, III^e S., n° 110, pp. 203-236.
- LOTY F. (Cabinet Ethys), 2016. *Etude sur la forêt méditerranéenne, volet grand public*, Rapport des résultats 8 avril 2016. Ohwood.
- MAILLET E., JACQUE M., MORGE D., PUGNET L., ASPE C., PARES N., BELLET A., 2014. « Facteurs anthropiques de vulnérabilité au feu de forêt dans les interfaces forêt-urbain méditerranéennes. Approche inter-disciplinaire », Le Tholonet, Marseille, IRSTEA, LPED, IMBE, 65 p.
- PA FC COLLOBRIERES (Plan d'aménagement forestier de la forêt communale de Collobrières), 2011. « Forêt communale de Collobrières (2011-2030) », Aménagement forestier - Office national des forêts, 24 p.
- PA FD MAURES (Plan d'aménagement de la forêt domaniale des Maures), 2011. « Forêt Domaniale des Maures (2011-2030) », Aménagement forestier – Office national des forêts, 118 p.
- PARES N., 2018. De la forêt-productive à la forêt-système-vivant : analyse des transformations des représentations et normes des modes de gestion forestière. L'exemple des forêts méditerranéennes françaises, Thèse de sociologie, Aix-Marseille Université, 630 p.
- PASTORELLA F., MAESANO M., PALETTO A., GIACOVELLI G., VIVONA S., VELTRI A., GAETANO PELLICONE G., GIORGIO MATTEUCCI G., SCARASCIA MUGNOZZA G., 2017. « Servizi ecosistemi delle foreste calabresi: la percezione degli stakeholders », *Rivista di Selvicoltura ed Ecologia Forestale*, vol. 14, pp. 143-161. DOI : <https://doi.org/10.3832/efor2219-014>
- PERETTI-WATEL P., 2005. « La culture du risque, ses marqueurs sociaux et ses paradoxes », *Revue économique*, vol. 56, n°2, pp. 371-392.
- PERETTI-WATEL P., CONSTANCE J., 2009. « Comment les fumeurs pauvres justifient-ils leur pratique et jugent-ils la prévention ? » *Médecine & Hygiène*, vol. 33, n°2, pp. 205-219.
- RAGOT I. ET MUNDUTGUY C., 2005. « Etude des déterminants psychologiques du risque routier des deux-roues à moteur : une approche interactive entre conducteurs de deux-roues et automobilistes », INRETS-Fondation MAIF, 122 p.
- SDIS06, 2018. Module Impact. Immédiat management planification Action. Séquence de sensibilisation à la conscience du risque et la gestion de crise, Prix de l'innovation de l'ENSOSP 2018 - Dossier du Service départemental d'Incendie et de Secours des Alpes- Maritimes, 19 p.
- VILAIN-CARLOTTI P., 2016. « Le risque d'incendie de forêt en Corse : de l'approche globale par l'aléa à une approche locale des vulnérabilités », *Espace, populations, sociétés* [En ligne], n°3, URL : <http://journals.openedition.org/eps/6658>.

Allegato 1

Elementi per strutturare un'indagine

Un'indagine deve sempre essere realizzata guardando ad obiettivi (ciò che vogliamo sapere e a che scopo) chiaramente definiti a monte¹. È proprio la definizione degli obiettivi che consente di fare le scelte necessarie a costruire opportunamente un'indagine (oltre ai vincoli materiali e finanziari) e orientare l'analisi dei risultati, altrimenti si rischierebbe di non sapersi districare nella vasta quantità e ricchezza di informazioni ottenute. Per quanto sarebbe più opportuno affidarsi a professionisti (studi di consulenza, universitari eccetera), è possibile individuare degli elementi che guidano il processo di strutturazione di un'indagine.

Che tipo di indagine scegliere?

- Indagine tramite **questionario**: consente di raccogliere più facilmente le informazioni di un numero considerevole di soggetti intervistati (processo che rischia comunque di essere impegnativo).
- Indagine tramite **intervista**: consente di avere un accesso più diretto al discorso dei soggetti intervistati perché ognuno di loro potrà scegliere liberamente le parole da impiegare per affrontare il tema in questione, ma risulta più impegnativa da trattare rispetto a un questionario (quando è fatto bene) e impossibile da fare con molti partecipanti.

Chi intervistare?

- Circoscrivere la popolazione dell'indagine in funzione degli obiettivi prefissati: residenti di quartieri in zone di interfaccia, utilizzatori di aree boscate, agricoltori di una provincia o di una regione, eccetera.
- Data l'impossibilità di intervistare l'insieme della popolazione (come spesso accade), è necessario selezionare delle persone da intervistare scegliendole in funzione degli obiettivi prefissati.

La scelta delle persone da intervistare può essere fatta secondo più criteri possibili.

Vi sono degli elementi che possono variare in funzione degli obiettivi dell'indagine: è possibile ricercare la rappresentatività del campione o la diversità delle rappresentazioni e dei valori in funzione degli obiettivi dell'indagine (quali sono i valori dominanti? Chi rappresenta questi valori? In quanti e quali modi vengono concepiti l'incendio e la foresta?).

- **La ricerca della rappresentatività**: punta a generalizzare i risultati all'insieme di una popolazione di riferimento. Sono possibili metodi diversi, tra i quali:
 - Estrarre a sorte le persone da intervistare: occorre conoscere l'insieme dei membri di una popolazione e assicurarsi che ciascuno abbia la stessa possibilità di essere estratto a sorte;
 - Procedere per quote: selezionare dei criteri pertinenti (per esempio: il sesso, la categoria socioprofessionale; il luogo di residenza urbano/rurale, la fascia di età, eccetera; con la possibilità di combinarli tra loro) in modo da ottenere un campione che presenti le stesse caratteristiche della popolazione di riferi-

mento (per esempio, il campione dei soggetti intervistati deve presentare la stessa percentuale di residenti urbani/rurali della popolazione di una data regione amministrativa), il che richiede la conoscenza delle caratteristiche sociodemografiche della popolazione di riferimento.

– **Costituire un corpus diversificato:** mira a ritrarre il panorama della diversità delle opinioni, delle rappresentazioni e dei valori. La selezione dei soggetti intervistati deve rispondere a una logica di diversificazione in base a criteri pertinenti per ipotesi (per esempio, residenti urbani/rurali) con un numero di persone da intervistare che aumenta con il moltiplicarsi dei criteri scelti.

I due approcci possono anche coesistere: un'indagine tramite intervista su un campione ridotto può consentire di raccogliere le informazioni necessarie alla realizzazione di un questionario che sarà in seguito distribuito su larga scala.

Come raccogliere le informazioni?

Il contenuto del questionario e della guida ai colloqui dipende dagli obiettivi dell'indagine. Di seguito alcune idee per raccogliere le informazioni sulle parole impiegate e sui valori relativi alla foresta mediterranea e al rischio incendio boschivo.

– Le possibili evocazioni: “L’espressione “foresta mediterranea” a cosa vi fa pensare? E “incendio boschivo” quali parole o espressioni vi fa venire in mente?”

– Il posizionamento dei soggetti intervistati rispetto ad espressioni ambivalenti: “Il fuoco in foresta può essere al contempo positivo (perché contribuisce alla rigenerazione delle foreste) e negativo (perché ne provoca la distruzione)”.

L’analisi delle argomentazioni consente di individuare i valori di riferimento dei soggetti intervistati.

Per saperne di più:

Berthier N. (2010), *Les techniques d’enquête en sciences sociales. Méthodes et exercices corrigés*, Paris, Armand Colin, 352 p.

Blanchet *et al.* (1985), *L’entretien dans les sciences sociales*, Dunod, Paris, 128 p.



1 - Per questo motivo, anche se è possibile appoggiarsi ai risultati di indagini realizzate in altri ambiti e con altri obiettivi, per definire meglio certi elementi che ci interessano più particolarmente risulta comunque necessario effettuare la propria indagine specifica.



Allegato 2

Elementi per valutare le campagne di comunicazione

Contribuito tratto da CAZALY M, a proposito dell'efficacia delle campagne di comunicazione pubblica. *Forêt Méditerranéenne*, T. XVIII, n°2, 1997, pp. 167-175.

Risulta necessario valutare la comunicazione in sé, piuttosto che un cambiamento nei comportamenti la cui valutazione rischia di essere aleatoria.

In effetti, i metodi di valutazione che prendono come criterio di efficacia il raggiungimento di obiettivi concreti, fisici o economici possono essere influenzati da fattori esterni.

Per esempio, un tale metodo applicato all'efficacia delle campagne che incitano al decespugliamento può portare a sottovalutare l'influenza di fattori esterni alla comunicazione (il ruolo dei diversi attori socioeconomici, le variabili climatiche, eventuali altre operazioni di comunicazione o di promozione, o ancora in altri campi, l'intensità dei controlli e della repressione quando una regola è accompagnata da sanzioni, eccetera).

Questo primo approccio può essere adottato solo nei rari casi in cui esistono criteri osservabili, misurabili e significativi, ed è possibile isolarne le cause.

Altri metodi si interessano alla comunicazione stessa, ai suoi destinatari, ai suoi contenuti, alle condizioni psicologiche della sua ricezione (spesso anche al solo messaggio e alle condizioni della sua ricezione: è stato percepito, compreso, valutato?). Questi metodi si basano su un'idea all'apparenza molto semplice: un'operazione di comunicazione può avere degli effetti sui comportamenti solo se il suo messaggio arriva al destinatario e viene da questi più o meno compreso (sapere come viene valutato solleva altre questioni). Ovviamente questa condizione, per quanto sia necessaria a ottenere l'efficacia auspicata, non è sempre sufficiente.

La loro applicazione copre tutte le fasi del processo di comunicazione: da quelle a monte (la creazione dei messaggi per i "pre-test") a quelle a valle (il bilancio finale delle campagne per valutare se vi sono stati effettivi cambiamenti nei comportamenti)".

Studi preliminari

Ogni campagna di informazione necessita di una buona conoscenza delle opinioni esistenti (atteggiamenti, comportamenti). Pertanto, è auspicabile effettuare degli studi preventivi (quantitativi o qualitativi), sia perché consentono di fotografare la situazione prima della campagna ("punto zero"), sia perché sono uno strumento indispensabile alla corretta formulazione dei problemi di comunicazione.

Pre-test di creazione

Se vi è un'esitazione tra più proposte o la necessità di valutarne la comprensione per i gruppi target occorre effettuare un pre-test dei progetti. Questo studio deve essere realizzato da un organismo indipendente, previa definizione dei tempi e del budget necessario.

Questi test devono essere concepiti come un ausilio alla creazione, alla definizione e alla validazione dei concetti o delle espressioni, ma anche come una guida nella scelta tra diverse ipotesi creative [...] Possono risultare estremamente utili rilevando, per esempio, il rischio di una cattiva interpretazione dei messaggi.

Post-test e bilancio della campagna

I test di impatto (o post-test) della campagna sono essenziali, per questo nel budget della campagna deve essere sempre prevista una parte destinata a questo tipo di studio. Questo bilancio risulterà ancora più pertinente e fruttuoso se sarà preceduto da un test preliminare. Questi test consistono nel misurare in un dato campione di qualche centinaio di soggetti (rappresentativo della popolazione target più ampia possibile o di un target in particolare) variabili quali il tasso di riconoscimento della campagna (o di ricordi spontanei o indotti, a seconda dei mezzi impiegati), il contenuto del ricordo o ancora il livello di approvazione. L'efficacia dei risultati di questi test dipende dalla possibilità di confrontarli con valori di riferimento.

I bilanci delle campagne si servono degli stessi indicatori dei test di impatto, aggiungendovi però un certo numero di elementi specifici direttamente correlati al tema trattato: comprensione del messaggio, atteggiamenti rispetto al tema della campagna e del modo in cui è stato trattato, dichiarazione dell'intenzione di assumere o meno un comportamento, livello di conoscenze nel campo in questione, livello di coinvolgimento personale, eccetera.

Questo bilancio rientra in un'ottica costruttiva: al di là della semplice misurazione dell'efficacia, serve a effettuare una disamina dei contenuti di comunicazione che alimenterà in seguito la riflessione per ulteriori operazioni future.

Allegato 3

Tabelle incrociate

In questo allegato vengono presentate tabelle incrociate elaborate a partire da elementi raccolti durante le interviste con otto partner del Progetto Med PSS, due partner dei Progetti Med STAR e MedCoopFire e un partner test (il Parco Naturale Regionale delle Alpi).

Queste tabelle possono consentire di classificare le azioni incrociando i gruppi target (indicati come prioritari o meno dai soggetti intervistati) con le fasi del ciclo di gestione del rischio (prevenzione, allerta, intervento, ricostruzione). Queste tabelle (non esaustive) vogliono fornire esempio di un utilizzo di questo tipo.

Ogni tabella fornisce elementi descrittivi sulle azioni (obiettivi, vettori, messaggi, supporti, intermediari) ed elementi di valutazione, laddove forniti dai soggetti intervistati.

Queste tabelle, che restano evolutive, possono essere utilizzate come guida ed essere via via completate. Possono pertanto consentire a ciascun soggetto di collocare le proprie azioni nell'insieme dei campi possibili, nel punto di intersezione tra i gruppi target e nelle diverse fasi di gestione del rischio.

Di seguito le tabelle incrociate secondo l'ordine cronologico delle interviste:

- Parco Naturale Regionale delle Alpi (esterno al partenariato)
- Entente pour la forêt méditerranéenne (Med PSS)
- SDIS 83 (MedCoopFire)
- Collettività della Corsica (Med PSS)
- ANCI Liguria (Med PSS)
- Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra (Med PSS)
- Regione Toscana (Med STAR)
- Regione Liguria (Med PSS)
- Regione Autonoma della Sardegna (Med PSS)
- Provincia di Lucca e ANCI Toscana (Med PSS)

Parc naturel régional des Alpilles (*Parco Naturale Regionale delle Alpilles*)

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 16/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|--|--|---|--|---|---|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Sindaci <i>Target in quanto futuri intermediari</i> | <p>Obiettivi: informare sui lavori previsti nell'ambito del PIDAF ¹, sugli obblighi legali di decespugliamento (OLD), sui decreti prefettizi in materia di abbruciamenti e sulla Carta Forestale del territorio.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - obiettivi e utilità delle opere previste dal PIDAF, mappa dei lavori, durata dei lavori, imprese affidatarie dei lavori, importo dei lavori, - accompagnamento dei sindaci nella realizzazione e nell'applicazione delle strategie in materia di OLD - spiegazioni sul decespugliamento, - spiegazioni sui decreti prefettizi in materia di abbruciamenti, - spiegazioni sulla strategia forestale. <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - modelli dimostrativi dei lavori esposti nei locali del comune, - schede tecniche sul decespugliamento, - pagina internet dedicata agli OLD sul sito del Parco. <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comitati per il monitoraggio settimanale dei lavori con i partner tecnici, - formazioni. | | | | |
| Professionisti <i>Associazioni, servizi tecnici...</i> | <p>Obiettivi: informare sui lavori previsti nell'ambito del PIDAF.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obiettivi e utilità delle opere previste dal PIDAF, mappa dei lavori, durata dei lavori, imprese affidatarie dei lavori, importo dei lavori. <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mail ai professionisti prima del lancio dell'operazione, - comitati per il monitoraggio settimanale con i partner tecnici. | | | | |
| Utilizzatori per attività ricreative | <p>Obiettivi: informare sui lavori previsti nell'ambito del PIDAF, sensibilizzare al rischio incendio boschivo.</p> | | | | La cartellonistica non è più sufficiente. |

| | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| Residenti, persone del posto e visitatori | Supporti: - cartelli (120 x 80) contenenti spiegazioni dettagliate sulle opere e sui lavori nel territorio del Parco, - materiale informativo distribuito dal Corpo Forestale Regionale (GRF) nelle aree di mercato sul rischio nella regione mediterranea. Vettori: - visite informative effettuate dal Corpo Forestale Regionale (GRF) nei campeggi o nei centri ricreativi, - informazioni fornite dal GRF sulla biodiversità, la difesa dei boschi dagli incendi/AIB e altro, durante le passeggiate nelle zone boschive, - escursioni pluritematiche sulle conseguenze degli incendi sul paesaggio e la biodiversità. | | | | |
| Residenti | Obiettivi: informare sui decreti prefettizi in materia di abbruciamenti e OLD. Vettori: - risposte alle informazioni direttamente richieste da residenti e proprietari. | | | | Talvolta le informazioni richieste esulano dalle loro competenze e devono essere rivolte ai sindaci. |
| Scolaresche / Bambini / Giovani | Obiettivi: sensibilizzare al rischio incendio boschivo e alle sfide poste dalla gestione forestale. Vettori / Intermediari: - semplici attività ludiche per i più giovani, giochi di ruolo con il Corpo Forestale Regionale (GRF) per i più grandi, - progetti pedagogici pluritematici organizzati nelle scuole in cui si associano silvicoltura, foresta, pastorizia, Carta forestale del territorio e rischio incendio boschivo, - coinvolgimento dei giovani (scuole elementari, medie e superiori) nella revisione della Carta, - realizzazione di partenariati con associazioni per organizzare escursioni tematiche che affrontano la sensibilizzazione al rischio incendio boschivo. | | | | |

Entente pour la forêt méditerranéenne

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 17/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Fumatori | <p>Obiettivo: ridurre il numero di inneschi attraverso l'eliminazione dei mozziconi di sigaretta gettati lungo la strada.</p> <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - manifesti e depliant, - video, - post su Facebook, - cartellonistica. <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - "stigmatizzare il gesto del fumatore" ma non il fumatore stesso, - smentire l'idea che il fuoco venga provocato solo da piromani. <p>Intermediario: federazione dei tabaccai (1700 tabaccai).</p> <p>Progetto: mozzicone di sigaretta gigante trasportato da un veicolo lungo la rete autostradale del gestore Vinci con fermate sulle aree di sosta e distribuzione di volantini.</p> | | | | Azioni giudicate efficaci sulla base dei feedback degli intermediari e del numero di depliant e brochure distribuiti. |
| Residenti Proprietari | <p>Obiettivi: favorire la comprensione degli OLD e della necessità delle norme, incentivare l'autoprotezione</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni sulle norme e spiegazioni finalizzate a una migliore comprensione, - spiegazione delle cause degli incendi, - spiegazione della necessità di avere giardini a norma e abitazioni resistenti e del concetto che in fase di allerta la priorità sia proteggere la foresta e non i "punti sensibili", - messaggi finalizzati a contrastare l'idea che sia meno grave perdere una foresta che una casa. <p>Supporti: video, guida per i residenti.</p> | | | | |

| | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| Turisti | <p>Obiettivi: approfondire la conoscenza del rischio e delle norme, ridurre le cause di inneschi.</p> <p>Supporti: Depliant disponibili in self-service presso gli uffici informazioni turistiche.</p> | | | | Secondo un'indagine realizzata all'uscita degli uffici informazioni, la modalità in self-service è meno efficace della distribuzione tramite personale: i depliant sugli espositori sono stati consultati dal 40% dei turisti. |
| Utilizzatori per attività ricreative | <p>Obiettivi: approfondire la conoscenza del rischio e delle norme, ridurre le cause di inneschi, incentivare l'autoprotezione.</p> <p>Vettore: link ipertestuale sul sito di Météo France che rimanda al sito di prevenzione dell'Entente (<i>azione già realizzata</i>).</p> | | | | |
| Azioni presentate destinate ad altri gruppi target | | | | | |
| Corpo Forestale Regionale (GRF) <i>Target in quanto futuro intermediario</i> | <p>Obiettivo: sensibilizzare alla foresta e alla difesa dei boschi dagli incendi/AIB.</p> <p>Vettore: formazione.</p> <p>Contenuto e messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - obiettivo della prevenzione: la foresta è un bene prezioso e non vogliamo che venga bruciata, - prevenzione: che cos'è? - comunicazione interpersonale negli scambi con il pubblico, - conoscenze generali in materia di difesa dei boschi dagli incendi/AIB: previsione, pianificazione delle aree boscate, lotta attiva e ricostruzione. | | | | Feedback positivi di formatori e organizzatori. Efficacia riscontrata dai Parchi. |
| Professionisti <i>Agricoltura, paesaggio, eccetera</i> | <p>Obiettivo: ridurre i rischi durante le operazioni di abbruciamento.</p> <p>Vettori: specifiche campagne informative.</p> | | | | |
| Popolazione generale | <p>Obiettivo: informare sulla necessità di preservare le foreste, agire sulle cause degli incendi.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sito web, - comunicati stampa all'inizio della stagione estiva, - link ipertestuale sul sito di Météo France che rimanda al sito di prevenzione dell'Entente (<i>azione già realizzata</i>), - trasmissioni sui mezzi di comunicazione. | | | | |

Altri gruppi target ai quali il partner vorrebbe rivolgersi

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| Scolaresche / Bambini / Giovani | Azioni non precisate (i gruppi target vengono scelti in correlazione alle principali cause di inneschi, questa strategia non include pertanto i bambini). | | | | |
| Sindaci <i>Target in quanto futuri intermediari</i> | Invio della guida per i residenti ai sindaci con una lettera di accompagnamento a loro indirizzata. Nessuna comunicazione specifica (tale comunicazione è affidata ai Comuni forestali, COFOR). | | | | |

Service départemental d'incendie et de secours du Var (Servizio Provinciale di incendio e soccorso del Var)

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 18/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|--|---|--|--|---|--|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Residenti | <p>Obiettivo: sensibilizzare al tema della manutenzione dei giardini e al rispetto degli OLD.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - appello al decespugliamento in primavera, - prova dell'efficacia del decespugliamento. <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - video post-incendio, <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sito web, - social network. | | | | |
| <p>Abitanti occasionali e turisti</p> <p><i>Personne che si trovano sul territorio nella stagione a rischio (in campeggi, case vacanza, eccetera)</i></p> | | <p>Obiettivi: favorire l'assimilazione dei comportamenti corretti per evitare gli incendi e incentivare l'autoprotezione, far diffondere i messaggi sul rischio incendio anche nelle zone di entroterra.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comportamenti adeguati e abitudini da evitare nel quotidiano (sigarette, barbecue, eccetera.), - conseguenze dell'incendio (aree bruciate), - informazioni generali sulla preparazione alla lotta attiva (ad eccezione del posizionamento esatto dei mezzi di lotta attiva). <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - social network, - sito web - sorveglianza sulle spiagge. <p>Supporti:</p> | <p>Obiettivo: informare sui dispositivi di lotta attiva.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - numero di camion e pompieri, - dettagli sui mezzi impiegati nella lotta attiva. | <p>Obiettivi: informare sui dispositivi di lotta attiva, sensibilizzare per evitare che succeda di nuovo.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - valore di quanto viene salvato, - difficoltà della lotta attiva (caldo intenso, stress, lavoro difficile), - comportamenti delle persone che possono mettere in pericolo la vita dei pompieri, - informazioni sui mezzi di lotta attiva (numero di persone coinvolte, canadair e camion impiegati). <p>Vettori:</p> <p>Immagini di abitazioni incendiate o di una bella foresta andata in fumo in 24 ore e che impiegherà anni per ricrescere...</p> | |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - video, - depliant, - materiale illustrativo, - carta del rischio dell'Entente. <p>Progetto: mettere a disposizione in self-service un documento informativo con un codice QR che rimanda a un sito internet e ai social network.</p> | | | |
| Azioni presentate destinate ad altri gruppi target | | | | | |
| Tutti i target | <p>Obiettivi: sensibilizzare al rischio incendio, favorire l'assimilazione dei comportamenti corretti per evitare gli inneschi, far comprendere il lavoro dei pompieri.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - spiegazioni su che cos'è un incendio boschivo, - informazioni generali, - funzionamento dei camion, - interventi dei pompieri. <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - azioni sulle aree di sosta autostradali in coordinazione interservizi (Ufficio Nazionale delle Foreste (ONF), Comitati Comunali Incendi Boschivi (CCFF) Comitato di Dipartimento (CD), eccetera, - partecipazione dei pompieri alle riunioni comunali aperte al pubblico, - reportage sulla prevenzione (clip di 2 minuti). | | | | |
| Stampa <i>Stampa locale, riviste a diffusione provinciale, eccetera</i> | <p>Obiettivi: rendere la stampa intermediario verso il grande pubblico, per sensibilizzare all'aumento del rischio e valorizzare il lavoro dei pompieri.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - immagini messe a disposizione per moltiplicare la diffusione dei messaggi, - operazioni giornalistiche di immersione nella vita delle caserme. | <p>Obiettivi: rendere la stampa intermediario verso il grande pubblico, per sensibilizzare all'aumento del rischio e valorizzare il lavoro dei pompieri.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni generali sui dispositivi (vedette, videocamere di sorveglianza, senza però fornirne il posizionamento esatto), - video di inneschi di incendi ripresi da videocamere posizionate nelle aree boscate. | | | |
| Scolaresche | Vettori: Visite nelle scuole. | | | | |
| Amministratori locali e servizi tecnici | Vettore: Partecipazione dei pompieri alle riunioni comunali annuali. | | | | |
| Personale interno all'organizzazione | Vettore: Piattaforma informativa interna destinata ai pompieri affinché ricevano le stesse informazioni della popolazione generale. | | | | |

Collectivité de Corse (Collettività della Corsica)

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 23/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Abitanti <i>Residenti permanenti o occasionali in zone di interfaccia, residenti in zone boschive dell'entroterra.</i> | <p>Obiettivi: far rispettare gli OLD, evitare pratiche erronee nelle attività di debbio.</p> <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - depliant sugli OLD inviati per essere esposti nei comuni, - depliant con consigli sugli utilizzi del fuoco. <p>Vettore:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lavoro delle squadre di "decespugliamento" dell'Ufficio dell'ambiente a contatto con la popolazione. | <p>Progetto:</p> <p>Sviluppare nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (NTIC) adatte al funzionamento delle istituzioni.</p> | | | Il lavoro a contatto con la popolazione risulta molto efficace: tasso di decespugliamento aumentato fino al 70/80 %. |
| Professionisti <i>Allevamento</i> | <p>Obiettivo: evitare pratiche erronee nell'accensione di fuochi per pastorizia.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - decespugliamenti preventivi gratuiti, - formazioni destinate agli attori dell'agricoltura, - operazioni di sensibilizzazione negli Istituti Professionali a indirizzo agricolo, - requisiti più stringenti per l'installazione di impianti agricoli (autorizzazioni vincolate alla proprietà del terreno, stanziamento di fondi vincolati alla pulizia del terreno, eccetera) - consulenze amministrative e tecniche: incoraggiare a fare meglio, - consigli sul ricorso alle specie foraggere adatte alle condizioni ecologiche (leguminose, graminacee, eccetera). | | | | |
| Sindaci <i>Target in quanto futuri intermediari</i> | <p>Obiettivi: far comprendere e rispettare gli OLD, investirli del ruolo da intermediari verso le comunità amministrative.</p> <p>Vettore:</p> <ul style="list-style-type: none"> - formazione dei sindaci in materia di OLD. <p>Supporto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - depliant sugli OLD e sulle pratiche di debbio. | | | | |

Azioni presentate destinate ad altri gruppi target

| | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| <p>Professionisti <i>Manutenzione degli spazi naturali</i></p> | <p>Obiettivi: evitare pratiche erranee nelle attività di debbio. Supporto: Depliant con consigli sugli utilizzi del fuoco.</p> | <p>Obiettivi: aumentare la consapevolezza del rischio quotidiano, evitare pratiche erranee nelle attività di debbio. Messaggi: - informazioni sui pericoli legati al meteo (bollettino quotidiano del rischio) - consigli sulle buone pratiche. Vettore: Sito internet. Progetto: Diffusione tramite smartphone</p> | | | |
| <p>Professionisti <i>Attività all'aria aperta</i> <i>Target in quanto futuri intermediari</i></p> | <p>Obiettivi: aumentare la consapevolezza del rischio quotidiano, coinvolgimento come intermediari verso i turisti. Messaggi: - informazioni sui pericoli legati al meteo (bollettino quotidiano del rischio), - consigli sulle buone pratiche. Vettore: - sito web Progetto: Diffusione tramite smartphone.</p> | | | | <p>Il bollettino quotidiano del rischio non risulta molto efficace perché la sua diffusione è troppo generica.</p> |
| <p>Cittadinanza in generale</p> | <p>Obiettivi: favorire l'assimilazione dei comportamenti corretti. Messaggi: Informazioni di carattere generale (smaltimento dei mozziconi di sigaretta, eccetera). Intermediario: associazione <i>Isula Verde</i>, Corsica Ferries. Supporti: - spot pubblicitari audio e video, - cartellonistica stradale.</p> | <p>Obiettivi: aumentare la consapevolezza del rischio quotidiano. Messaggi: informazioni sui pericoli legati al meteo (bollettino quotidiano del rischio) - consigli sulle buone pratiche. Vettore: sito web. Progetto: diffusione tramite smartphone</p> | | | <p>Il bollettino quotidiano del rischio non risulta molto efficace perché la sua diffusione è troppo generica. Gli spot pubblicitari audio e video risultano poco efficaci e molto costosi.</p> |

| Altri gruppi target ai quali il partner vorrebbe rivolgersi | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| Turisti <i>Francesi o stranieri.</i> <i>Tipo di sistemazione (campeggio, AirBnB, eccetera).</i> | Obiettivi: aumentare la consapevolezza del rischio quotidiano, incentivare l'autoprotezione. Intermediario: Professionisti del turismo, Corsica Ferries. Supporto: Manifesti sui gesti corretti. | Obiettivi: aumentare la consapevolezza del rischio quotidiano, incentivare l'autoprotezione Progetto: dotare i siti di codici QR che rimandano al bollettino quotidiano del rischio. | | | |
| Stampa / Mezzi di comunicazione <i>a livello nazionale e locale, giornali, radio, tv, social network.</i> <i>Target in quanto futuri intermediari</i> | Obiettivi: trasmettere informazioni preventive da far diffondere. | | | | |

ANCI Liguria

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 24/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| GRUPPI TARGET | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | Valutazione Efficacia delle azioni |
|---|--|---|--|---|--|
| | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Scolaresche / Bambini (dai 4 ai 14 anni) <i>Attraverso insegnanti e volontari</i> | <p>Obiettivi: sensibilizzare, educare alle buone abitudini, far comprendere il valore della foresta; informare su cosa fare e come reagire in caso di incendio.</p> <p>Progetto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - strumento informatico interattivo, - assegnazione del label "scuola amica del bosco" - "serious game". <p>Intermediari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - insegnanti, - volontari. <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - conoscenze generali sul bosco e sulle pratiche di prevenzione prima di un incendio. - simulazioni pratiche di situazioni di incendi tramite realtà aumentata. | | | | |
| Utilizzatori di aree boschive <i>Attività all'aria aperta</i> | <p>Obiettivi: informare sui comportamenti corretti da adottare per evitare l'innesco di incendi.</p> <p>Progetto:</p> <p>Realizzare una segnaletica con codici QR sui cartelli all'ingresso e all'interno delle aree boschive, nelle zone destinate ai picnic, nelle aree di assembramento (per esempio, nei punti di iscrizione per la raccolta di funghi), nelle stazioni degli autobus, eccetera.</p> | | | | |
| Altri gruppi target ai quali il partner vorrebbe rivolgersi | | | | | |
| Volontari | <p>Obiettivi: coinvolgerli nella comunicazione in quanto intermediari e coordinare la comunicazione già esistente.</p> <p>Progetto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coinvolgimento nello sviluppo di strumenti destinati ai bambini, - formazione per l'utilizzo di strumenti e del "serious game". | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <p>Sindaci e servizi tecnici dei comuni</p> | <p>Obiettivi: coinvolgerli nella comunicazione, accompagnarli nella protezione dei comuni.</p> <p>Vettori: operazioni di informazione, sensibilizzazione e sostegno ai sindaci (direttamente correlate alle azioni previste per la popolazione).</p> | <p>Obiettivi: coinvolgerli nella comunicazione, accompagnarli nella protezione dei comuni.</p> <p>Vettori: operazioni di informazione, sensibilizzazione e sostegno ai sindaci (direttamente correlate alle azioni previste per la popolazione).</p> | | | |
|--|--|--|--|--|--|

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur (Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra)

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 26/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Cittadinanza in generale <i>Abitanti della regione</i> | <p>Obiettivi: sensibilizzare coloro che conoscono meno la foresta, sensibilizzare al rischio incendio in relazione ad altri elementi della foresta (fragilità, composizione, tipo di suolo), favorire la comprensione delle misure e degli interventi, valorizzare il lavoro della Regione.</p> <p>Canale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunicazione istituzionale tramite il dispositivo "La guerra all'incendio" (« <i>La guerre du feu</i> »), - comunicazione tramite finanziamento dei partner. <p>Intermediario / partner:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entente pour la forêt méditerranéenne, - Comitati Comunali Incendi Boschivi (CCFF). <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corpo Forestale Regionale (GRF), - sito web. <p>Supporto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - depliant <p>Progetto: testare la comunicazione all'avvio del progetto, trovare un accordo sui messaggi relativi al rischio incendio e avere una linea di condotta più chiara in coordinazione con l'ufficio comunicazione della Regione.</p> | | | | |
| Utilizzatori per attività ricreative <i>Residenti, persone del posto e visitatori, turisti</i> | <p>Obiettivi: sensibilizzare al tema della foresta e al rischio incendio, favorire la comprensione delle misure e degli interventi, valorizzare il lavoro della Regione.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni sulle norme, - informazioni sulla biodiversità, - spiegazione della difesa dei boschi dagli incendi/AIB. <p>Vettore:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corpo Forestale Regionale. | <p>Obiettivi: informare sul rischio quotidiano e spiegare i comportamenti corretti in materia di autoprotezione, favorire la comprensione delle misure.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni sulle norme, - informazioni sulla biodiversità, - spiegazione della difesa dei boschi dagli incendi/AIB. | | | I Parchi considerano già da diversi anni il Corpo Forestale Regionale come efficace. |

| | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|
| | <p>Supporto: - depliant.</p> <p>Intermediario: - Entente, CCFF.</p> <p>Progetto: - sviluppare l'asse "comunicazione" nell'ambito del PIDAF, - migliorare la segnaletica, - sviluppare le operazioni a contatto diretto con le persone, - impiegare messaggi positivi e meno normativi.</p> | <p>Vettore: - Corpo Forestale Regionale.</p> | | | |
| <p>Giovani <i>Liceali e giovani adulti</i></p> | <p>Obiettivi: sensibilizzare al rischio incendio, migliorare la conoscenza della foresta e la comprensione della fragilità del sistema, renderli intermediari verso la popolazione e gli utilizzatori delle aree boschive.</p> <p>Vettori: - formazione delle giovani guardie del Corpo Forestale Regionale (affidata all'Entente), - animazioni nelle scuole (tramite Entente-Institut pour la forêt).</p> | | | | |
| <p>Altri gruppi target importanti menzionati durante l'intervista</p> | | | | | |
| <p>Agricoltori</p> | <p>Pubblico importante ma già destinatario di altre campagne di comunicazione.</p> | | | | |
| <p>Forestali</p> | <p>Pubblico importante ma già destinatario privilegiato di altre campagne di comunicazione.</p> | | | | |

Regione Toscana

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 30/11/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|---|---|---|--|---|---|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Abitanti <i>In zone di interfaccia</i> Cittadinanza in generale della Regione | Obiettivi: stimolare la partecipazione attiva dei cittadini al lavoro di prevenzione degli incendi, favorire la condivisione del rischio e l'adozione delle buone pratiche. Messaggi: - informazioni sui rischi potenziali, sulle buone pratiche e sull'autoprotezione, - presentazione del piano regionale di prevenzione, - informazioni sulle buone pratiche (decespugliamento, pulizia, eccetera), - promozione e aiuto alla creazione di comunità sul modello "firewise". Vettori: - interventi dei servizi forestali, - riunioni tra tecnici e abitanti, - sito web, Supporti: - brochure. Intermediari: - associazioni di giardinieri amatoriali... Progetto: moltiplicare le riunioni comunali con abitanti, forestali, pompieri, e tecnici per illustrare le operazioni di pianificazione della Regione. | | | | La creazione della comunità "firewise" è stata un successo. |
| Professionisti <i>Agricoltura</i> | Obiettivi: promuovere la condivisione del rischio tra Regione e agricoltori, e la comprensione dei gesti corretti e delle norme. Vettori: - riunioni con le associazioni di agricoltori, | | | | Efficacia valutata in termini di: - aumento del numero di persone che manifestano interesse e rispettano le norme, - riduzione degli incendi legati ad attività agricole. |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| | <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - brochure diffuse tramite le associazioni di agricoltori, - riviste pubblicate da organizzazioni di agricoltori. <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni tecniche sulle buone pratiche, - spiegazioni / informazioni sulle norme. | | | | |
| <p>Scolaresche <i>Attraverso insegnanti e volontari</i></p> | <p>Obiettivi: far conoscere le azioni della Regione in materia di prevenzione, favorire l'assimilazione dei gesti corretti e promuoverne la trasmissione alle famiglie, reclutare volontari.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - progetti sul tema del rischio (disegni, film, eventi sul rischio incendio), - manifestazioni / concorsi (grande meeting a livello regionale) organizzati 2 o 3 volte all'anno, - riproduzioni di aree boscate gestite e non gestite per far sperimentare gli effetti dell'incendio, - strumenti pedagogici e giochi elettronici interattivi sviluppati dal Centro di Formazione regionale, - incontri con piloti, pompieri, eccetera. <p>Intermediari: lezioni gestite da insegnanti e volontari seguendo una guida elaborata per lo sviluppo del corso.</p> | | | | <p>Le riproduzioni hanno avuto successo e sono stati richieste da numerose scuole.</p> |
| <p>Azioni presentate destinate ad altri gruppi target</p> | | | | | |
| <p>Volontari Target in quanto futuri intermediari</p> | <p>Obiettivi: coordinare le azioni di comunicazione, preparare alla lotta attiva in caso di incendio.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - partecipazione alla preparazione delle lezioni per le scolaresche; - partenariati in occasione delle manifestazioni dei volontari, - materiale informativo della Regione messo a disposizione per la diffusione a livello locale, - distribuzione di pubblicazioni realizzate dalle associazioni di agricoltori, - formazione pratica alla lotta attiva nel Centro di Formazione regionale dedicato alla formazione in materia di incendi boschivi. | | | | |
| <p>Bambini / Giovani in quanto utilizzatori delle aree boschive <i>Scout</i></p> | <p>Obiettivi: approfondire la conoscenza del rischio, favorire l'adozione di buone pratiche e le misure di autoprotezione.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - allestimento di campi, "cucine", eccetera... | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| | - corsi sul tema della protezione in materia di campeggi e fuochi nelle aree boschive. | | | | |
| <p>Stampa / Mezzi di comunicazione a livello nazionale e locale, giornali, radio, tv, social network.</p> <p><i>Target in quanto futuri intermediari</i></p> | <p>Obiettivi: comunicare sulle azioni della Regione e spiegare che le azioni della Regione differiscono da quelle dei pompieri.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - quanto viene fatto per evitare gli incendi, - descrizione delle azioni di lotta attiva (azioni diverse e complesse). <p>Vettori: riunioni con i giornalisti portati a seguire gli incendi (80 persone afferenti a periodici, quotidiani, trasmissioni televisive).</p> | | <p>Obiettivi: informare sugli incendi in corso.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni fattuali in tempo reale (luogo e gravità dell'incendio, località coinvolte, eccetera), - sito web, - gruppo WhatsApp (180 contatti). <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - video, foto. | <p>Obiettivi: comunicare sull'incendio concluso e sulla sua gestione.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - riunioni giornalistiche: spiegazione delle misure adottate per mettere in sicurezza il territorio. | |

Regione Liguria

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 1/12/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|---|---|--|--|---|--|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Cittadinanza in generale | <p>Obiettivi: informare sui comportamenti corretti da adottare per evitare l'innesco e la propagazione degli incendi.</p> <p>Messaggio: <u>le 10 regole di prevenzione</u> (buoni gesti, corretto utilizzo del fuoco, smaltimento dei mozziconi di sigaretta, numero di emergenza 112 in caso di incendio, eccetera).</p> <p>Vettori: - sito web e social network.</p> <p>Progetti: - evoluzione del bollettino quotidiano di previsione del pericolo (SPIRL) per il grande pubblico, - cartellonistica di informazione modulabile (telecomandata), - lavoro in collaborazione con le ANCI.</p> | <p>Obiettivi: informare sui comportamenti corretti da adottare per evitare l'innesco e la propagazione degli incendi.</p> <p>Progetti: - evoluzione del bollettino quotidiano di previsione del pericolo (SPIRL) per il grande pubblico, - cartellonistica di informazione modulabile (telecomandata).</p> | | | |
| Professionisti Agricoltura (in particolare olivicoltura) Aree boschive | <p>Progetto: "Guida delle buone pratiche per gli abbruciamenti"</p> | <p>Obiettivi: informare all'inizio e alla fine dei periodi di grave pericolosità.</p> <p>Supporto: Bollettino informativo.</p> <p>Vettori: - Sito web, - email (nel caso degli olivicoltori 3500 contatti), - WhatsApp, - Facebook, - applicazione "Telegram", https://t.me/CAARserviziBot.</p> | | | |

| Azioni presentate destinate ad altri gruppi target | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <p>Scolaresche / Bambini <i>Direttamente e tramite gli insegnanti</i></p> | <p>Obiettivi: comunicare sui buoni comportamenti, incitare la trasmissione ai genitori e reclutare futuri volontari.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - giochi e aree interattive ludiche, - informazioni sui giochi prodotti dalla Regione (per gli insegnanti) e supporti digitalizzati. - sito web Agriligurianet.it <p>Progetto: lavoro in collaborazione con le ANCI su azioni destinate al pubblico in questione.</p> | | | | |
| <p>Sindaci e operatori dei Parchi Target in quanto futuri intermediari</p> | <p>Obiettivi: informare sui comportamenti corretti da adottare per evitare l'innesco e la propagazione degli incendi.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le 10 regole di prevenzione, - informazioni generali su rischi e buone pratiche. <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sito web Agriligurianet.it, - social network. <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - depliant da distribuire al pubblico, - supporti digitalizzati. | <p>Obiettivi: informare all'inizio e alla fine dei periodi di grave pericolosità per evitare l'innesco e la propagazione degli incendi.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le 10 regole di prevenzione, - informazioni generali su rischi e buone pratiche. <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sito web Agriligurianet.it, - social network. <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - depliant da distribuire al pubblico, - supporti digitalizzati. | | | |
| <p>Volontari</p> | <p>Obiettivi: informarli sui comportamenti corretti da adottare per evitare l'innesco e la propagazione degli incendi affinché fungano da intermediari verso la popolazione.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le 10 regole di prevenzione, - informazioni generali su rischi e buone pratiche. <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - depliant da distribuire al pubblico, - supporti digitalizzati. | <p>Obiettivi: informare sul livello di rischio incendio, pianificare e organizzare la lotta attiva.</p> <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - trasmissione del bollettino quotidiano di previsione del pericolo (SPIRL) sul sito della Regione (consultazione limitata riservata ai professionisti con codice di accesso) - email. | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| <p>Pompieri professionisti</p> | | <p>Obiettivi: informare sul livello di rischio incendio, pianificare e organizzare la lotta attiva.</p> <p>Vettore: - trasmissione del bollettino quotidiano di previsione del pericolo (SPIRL) sul sito della Regione (consultazione limitata riservata ai professionisti con codice di accesso),</p> | | | |
|---|--|--|--|--|--|

Regione Autonoma della Sardegna

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 2/12/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|--|--|---|--|---|--|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Scolaresche / Bambini <i>Direttamente e tramite gli insegnanti</i> | <p>Obiettivi: favorire l'assimilazione dei comportamenti corretti per evitare gli incendi e dei comportamenti adatti durante l'incendio, partecipare a una migliore conoscenza del sistema di protezione civile.</p> <p>Vettori: Programma PRONTI su una molteplicità di rischi tra i quali il rischio relativo all'incendio, - presentazione del sistema di protezione civile, - attività varie e modulabili durante tutto l'anno: formazioni dirette, attività educative, giochi, foto, esposizione dei mezzi, - collegamento tra rischi e difesa dei boschi dagli incendi/AIB e le altre materie.</p> | | | | |
| Cittadinanza in generale | <p>Obiettivo: Partecipare a una migliore conoscenza dei rischi e del territorio, responsabilizzare il pubblico (renderlo capace di autoprotezione).</p> <p>Messaggi: - Informazioni di carattere generale (per esempio il numero di emergenza 112 in caso di incendio), - Informazioni sui piani di prevenzione.</p> <p>Vettori: - sito web, - social network generalisti della Regione, - altri social network, - campagna nazionale "Io non rischio...", - piani antincendio.</p> <p>Progetto: - volgarizzazione dei documenti tecnici di difesa dei boschi dagli incendi/AIB, - maggiore presenza sui social network, - relazione con l'Ufficio comunicazione della Presidenza.</p> | | | | |

Altri gruppi target ai quali il partner vorrebbe rivolgersi

Professionisti
*Aicoltori, forestali
e del turismo
(tramite il
Corpo
Forestale).*

Obiettivi: Essere maggiormente vicini agli attori sul campo e ridurre il rischio di inneschi provocati dai lavori agricoli.

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

Provincia di Lucca e ANCI Toscana

Elementi raccolti durante l'intervista realizzata il 9/12/2020 nell'ambito del presente studio.

| | FASI DEL CICLO DI GESTIONE DEL RISCHIO | | | | |
|--|--|---|--|---|--|
| GRUPPI TARGET | Prevenzione Attenuare, evitare agendo sulle cause strutturali (nei periodi di calma) | Allerta Evitare, preparare l'intervento (nei periodi ad alto rischio) | Intervento Emergenza (durante l'incendio) | Ricostruzione Ristabilire, ricostituire (all'indomani dell'incendio) | Valutazione Efficacia delle azioni |
| Azioni presentate destinate ai gruppi target indicati come prioritari | | | | | |
| Scolaresche | <p>Obiettivi: sensibilizzare a monte sul rischio incendio una vasta porzione della popolazione, aiutarla ad assimilare i comportamenti corretti.</p> <p>Messaggi: informazioni sulla foresta e sul rischio incendio.</p> <p>Vettore: formazione dei docenti sull'elaborazione dei contenuti del corso in materia di incendi boschivi.</p> <p>Progetto: allestimento di uno stand sul posto con personale e materiale informativo da distribuire ai bambini.</p> | | | | |
| Abitanti <i>Comunità in zone forestali</i> | <p>Obiettivi: far rispettare il decespugliamento.</p> <p>Vettori: sessioni dimostrative pratiche sul decespugliamento.</p> | | | | |
| Professionisti <i>Agricoltori (in particolare olivicoltori)</i> | <p>Obiettivo: informare per ridurre gli inneschi di incendi.</p> <p>Messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - non accendere fuochi nei giorni a rischio (vento), - non accendere fuochi in cataste di grandi dimensioni, distribuire la biomassa da far bruciare, - sorvegliare il fuoco. <p>Vettori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - social network, - sito web, - distribuzione con personale (negli stand). <p>Supporti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - brochure, - avvisi digitali, - cartellonistica e sessioni informative. | | | | |
| Professionisti <i>Turismo</i> | <p>Obiettivi: sensibilizzare alle buone pratiche e renderli intermediari nella protezione dei turisti.</p> | | | | |

| | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|
| <i>(per esempio operatori dei campeggi)</i> | Messaggi: <ul style="list-style-type: none"> - misure di protezione di tende e camper, - misure di protezione delle bombole a gas, - pulizia e protezione delle aree intorno al campeggio, - accesso ai mezzi di evacuazione (parcheggi, eccetera). | | | | |
| Cittadinanza in generale | Obiettivo: promuovere l'adozione dei comportamenti corretti per evitare gli incendi. Messaggi: <ul style="list-style-type: none"> - informazioni generali sul rischio incendio boschivo. Vettori: <ul style="list-style-type: none"> - stand, - social network. Supporti: <ul style="list-style-type: none"> - video, - brochure digitali e cartacee. Progetto: <p>Inserimento del rischio incendio nell'applicazione digitale della protezione civile.</p> | Obiettivo: promuovere la consapevolezza del rischio quotidiano e il comportamento corretto in caso di incendio. Messaggi: <ul style="list-style-type: none"> - informazioni sui pericoli legati al meteo, - consigli sulle buone pratiche. Vettori: <ul style="list-style-type: none"> - bollettino meteo, - avviso dei divieti imposti dalla Regione, - Smartphone (per esempio WhatsApp). Progetto: <p>Inserimento del rischio incendio nell'applicazione digitale della protezione civile.</p> | | | |