



# MED-PSS - Etat de l'art des pratiques de communication anti-incendies – Volet 1

## Synthèse globale des recensements des pratiques de communication anti-incendies

(sur la base des recensements réalisés par les partenaires du projet)

par

*forêt méditerranéenne*

*Dans le cadre du projet MED-PSS qui a pour objectif de développer la **culture du risque lié aux feux de forêt**, les partenaires du projet ont souhaité établir, dans un premier temps, un état des lieux des pratiques de communication en matière de risques liés aux feux de forêt développées sur leur territoire.*

*Les territoires concernés sont ceux du Programme Marittimo : la région Ligurie, la région Sardaigne, la région Toscane, la région Corse et celle de Provence-Alpes-Côte d'Azur.*

*A cette fin, un premier recensement de ces pratiques a été réalisé par la Région Sardaigne, la Région Ligurie et l'ANCI Liguria, l'ANCI Toscana et la Province de Lucca avec l'appui de la Région Toscane, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la Collectivité de Corse.*

*Une synthèse des résultats est proposée ci-dessous.*

### Une enquête préalable réalisée par chaque territoire

Cette synthèse s'appuie sur les résultats d'une enquête menée par les partenaires du projet. Cette enquête a consisté à diffuser un questionnaire auprès de différents organismes de chaque territoire, afin de recueillir des informations sur diverses initiatives de communication menées en matière de risque lié aux feux de forêt.

Les partenaires ont défini l'**initiative de communication** comme « *tout dispositif, outil ou support de communication qui vise à prévenir, sensibiliser, informer et alerter un public identifié* » sur les risques liés aux feux de forêt.

La rédaction du document qui suit s'appuie sur les synthèses des résultats de ces enquêtes.

Chaque partenaire a rédigé sa synthèse en suivant un guide de rédaction type. Ce même guide est suivi pour présenter cette « synthèse des synthèses ».



# 1. Introduction

## 1-1 Eléments de contexte et pertinence de la conduite de ce recensement pour chaque territoire

### Comment chaque territoire se situe-t-il au lancement de cette étude ?

Pour **Provence-Alpes-Côte d'Azur** la croissance du risque lié aux feux de forêt requiert une attention particulière pour la mise en place de mesures de prévention et de dispositifs d'alerte.

La « culture du risque » doit conduire à limiter les éclosions et protéger la forêt (résistance et résilience). Les notions d'automatismes et de bons comportements à acquérir dans la durée par la population sont essentielles (appropriation). Il faut « les bons messages au bon public ».

Le recensement sera utile pour comprendre comment s'opère la communication, pour agir efficacement sur les sources anthropiques du risque et l'atténuer.

La **Ligurie** souligne tout particulièrement l'intérêt du recensement pour proposer de nouvelles actions utiles et efficaces.

Pour la **Sardaigne**, il est important à la fois de bien connaître l'organisation du système de protection civile et de diffuser les bons comportements à avoir auprès de la population.

La Région Sardaigne travaille dans ce sens en collaboration avec plusieurs structures (Agence Forestas, associations, Corps forestier...), écoles (élèves et enseignants), citoyens, usagers du territoire (forestiers, touristes, agriculteurs)...

L'intérêt du recensement est de mieux analyser ces différentes approches.

Pour la **Toscane**, l'augmentation du risque lié aux feux de forêt et une dynamique des incendies plus dangereuse (phénomènes extrêmes), notamment pour la population, laissent présager que les services de lutte ne seront plus en mesure de lutter efficacement. Il est nécessaire d'élargir le champ d'intervention en matière de lutte et de prévention, notamment à travers une responsabilisation et autonomisation des citoyens.

Il faut renforcer la « culture de la protection civile » pour une meilleure résilience des populations et de la forêt. Il faut passer à une autre échelle également dans la communication sur les incendies de forêt, avec la diffusion d'images chocs : une communication à faire perdurer toute l'année, même en dehors des périodes de feu. Les zones d'interfaces forêt-habitat sont à privilégier.

Le recensement et, plus largement le projet, permettra d'identifier les marges de progression possibles et les nouvelles actions à mettre en place.

### Premiers éléments de synthèse

Si chaque territoire s'accorde sur l'intérêt du recensement pour :

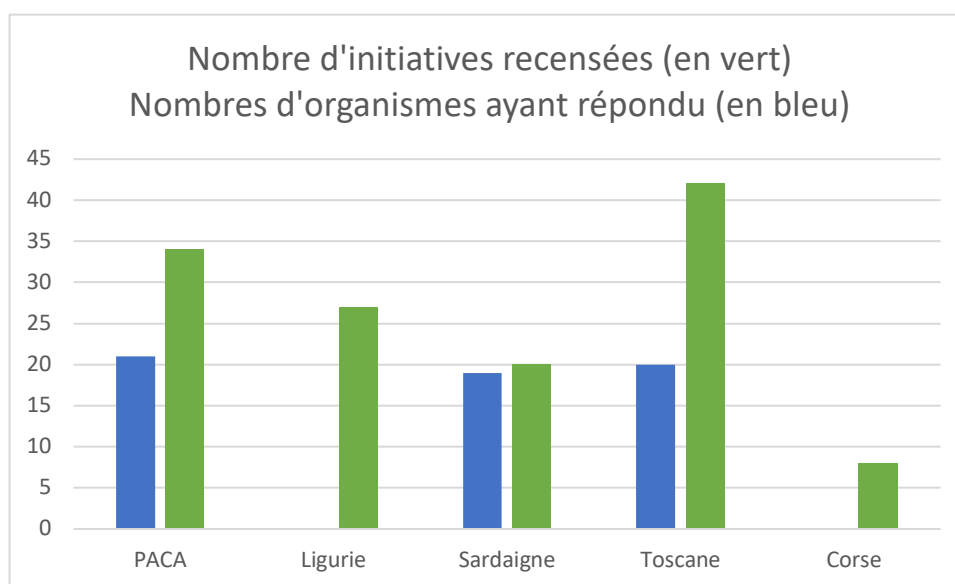
- mieux comprendre et analyser l'organisation de la communication actuelle en matière de risque lié aux feux de forêt,
- proposer de nouvelles actions de communication plus adaptées et efficaces,
- et donc améliorer la prise en compte du risque lié aux feux de forêt ;

le contexte n'est pas (du moins tel que cela ressort des synthèses recueillies) perçu de manière homogène par les partenaires du projet. En effet, ne sont pas définis et/ou évoqués avec la même sensibilité et à la même hauteur :

- la notion de culture du risque,
- l'augmentation du risque, notamment avec des feux de plus en plus dangereux (feux tueurs et méga-feux).

## 1-2 Organismes sondés et nombre d'initiatives recensées pour chaque territoire

Territoire :	Provence-Alpes-Côte d'Azur (Région)	Ligurie (Regione + ANCI)	Sardaigne (Regione)	Toscane (Province de Lucca, ANCI + Regione)	Corse (Collectivité de Corse)
Nombre d'organismes sondés	50	Niveau régional : (Corps des pompiers, CIMA, Regione) Niveau local : (234 communes, coordination provinciale de PC, associations) <i>Chiffre global non fourni</i>	Niveau régional : Regione, Forestas Associations, centres d'éducation à l'environnement ; Legambiente, expert 158	Niveau régional : Regione Niveau local : communes de toutes les provinces, unions et syndicats de communes, associations 360	Niveau régional
Nombre d'organismes ayant répondu	21	<i>Chiffre non fourni</i>	19	20	<i>Chiffre non fourni</i>
<b>Nombre d'initiatives recensées</b>	<b>34</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>8</b>
<i>Supports de com. fournis</i>	<i>Oui, la majorité</i>		6		



## 2. Vision d'ensemble

Ce paragraphe s'appuie sur les critères choisis par les partenaires du projet pour analyser les initiatives recensées :

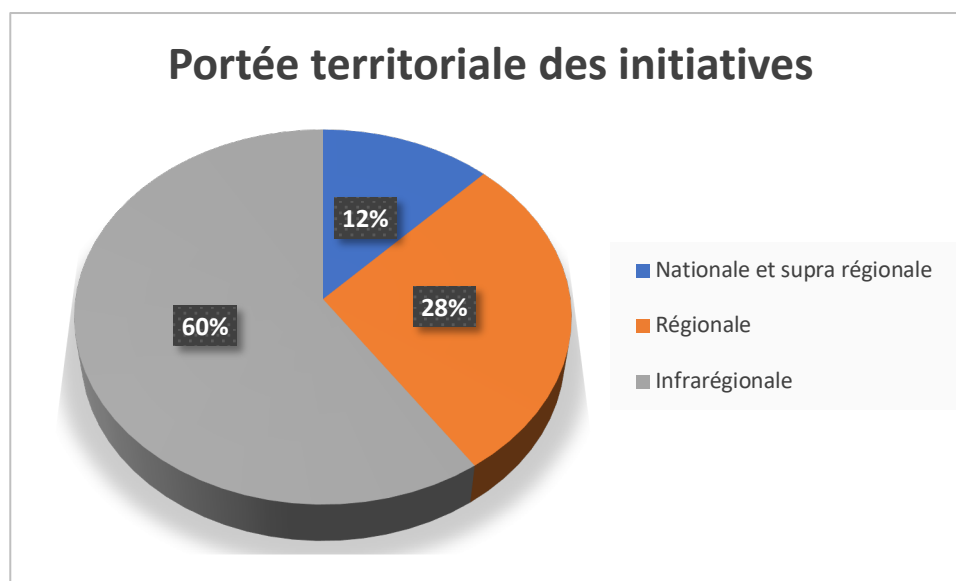
- La portée territoriale des initiatives
- La phase du cycle de gestion du risque visée par les initiatives
- Les publics-cibles visés par les initiatives
- Les supports de communication utilisés

## 2-1 La portée territoriale des initiatives

Trois échelles ont été envisagées :

- Nationale ou suprarégionale
- Régionale
- Infrarégionale (communale, intercommunale, départementale)

Portée des initiatives :	Nombre d'initiatives recensées s					
	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Ligurie	Sardaigne	Toscane	Corse	Total
Nationale et supra régionale	7	3	2 + 1 déclinée aux autres niveaux	3		16
Régionale	11	7	1	10	8	37
Communale et intercommunale Départementale (Provinciale)	16	17 (+ 3 déclinées à partir du niveau national)	16	29		78
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>131</b>



### Premiers éléments de synthèse

Quels que soient les territoires du projet, la majorité des initiatives sont de portée infrarégionale (communales et intercommunales essentiellement).

Les initiatives nationales (moins nombreuses) sont, quant à elle, souvent relayées aux niveaux locaux, ce qui montre bien le fort caractère territorialisé de cette communication, mais aussi l'importance des relais mis en place pour passer d'une échelle à l'autre.

Cela pose en revanche la question de la cohérence et de la lisibilité de messages provenant de sources variées.

## 2-2 La phase du cycle de gestion du risque visée par les initiatives

Deux phases sont considérées :

- La phase de prévention (hors période de feu) : l'objectif des initiatives lors de cette phase est de limiter les imprudences et donc les éclosions.
- La phase d'alerte (à l'éclosion du feu) : il s'agit ici de communication de crise (savoir donner l'alerte, avoir les bons comportements en cas d'incendie).

Des initiatives peuvent concerner les deux phases.

Phases du cycle de gestion du risque :	Nombre d'initiatives par région					Total
	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Ligurie	Sardaigne	Toscane	Corse Détail non communiqué	
Prévention	26	21	9	33		89
Alerte	1	1	1	4		7
Prévention et alerte	7	6	10	5		28
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>42</b>		

Pour la région **Provence-Alpes-Côte d'Azur**, les actions de communication se situent essentiellement en phase de prévention, elles sont à l'initiative d'acteurs très variés et peuvent prendre des formes également très diverses.

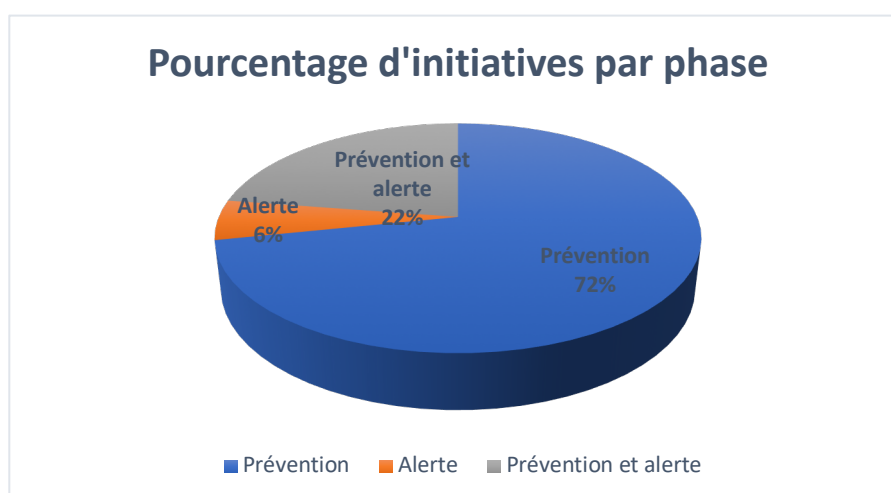
Les quelques initiatives en phase d'alerte utilisent les applications mobiles et la médiation. Elles se font au niveau infra-régional (ce qui est logique étant donnée la localisation des feux) et régional.

En **Corse**, la communication est essentiellement orientée vers la prévention.

En **Ligurie** les initiatives concernent, ici aussi, essentiellement la phase de prévention (promotion de l'éducation à l'environnement et de la prévention des risques, informations générales sur les risques et les moyens de prévention...). Une seule concerne exclusivement la phase d'alerte (présentation du plan d'urgence communal et son application pratique).

Proportionnellement, la **Sardaigne** compte plus d'actions de communication en phase d'alerte que les autres régions.

En **Toscane**, les actions de communication visent ici aussi majoritairement la phase de prévention.



## Premiers éléments de synthèse

La majorité des initiatives recensées concerne la phase de prévention. Cette phase est très vaste et rassemble des initiatives très variées, elle demanderait à être mieux identifiée et cernée.

Le peu d'initiatives de communication recensées en phase d'alerte révèle une plus grande difficulté de communiquer pendant la gestion de la crise : quels outils ? quels messages ? quelles méthodes lorsque l'on est confronté à l'urgence ?

On pourra étudier de manière plus détaillée les initiatives en phase d'alerte de la région Sardaigne pour en tirer plus d'informations.

### **2-3 Les publics-cibles visés par les initiatives**

Six catégories ont été prédéterminées par les partenaires du projet mais, à l'issue de l'analyse, les groupes cibles ont été complétés par plusieurs partenaires.

Publics-cible :	Nombre d'initiatives par région					
	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Ligurie	Sardaigne	Toscane	Corse	Total
Citoyens en général	24	7	17	31	4	83
Scolaires et jeunes	16	12	11	21		60
Associations apparentées	10		10	9		29
Secteur rural	8		4	6	2	20
Elus et fonctionnaires	12	3	9	6	1	30
Entreprises	8			3	1	12
Publics mixtes		5				5
<b>Total</b>	<b>34</b> (une initiative peut s'adresser à plusieurs cibles)	<b>27</b>	<b>20</b> (une initiative peut s'adresser à plusieurs cibles)	<b>42</b> (Dont 23 : 1 public cible 19 : plusieurs groupes cibles)	<b>8</b>	

Attention, chaque partenaire n'a pas utilisé la typologie prédéfinie. Certains ont utilisé une ligne « publics cibles mixtes », d'autres ont affecté une initiative à plusieurs publics cibles.

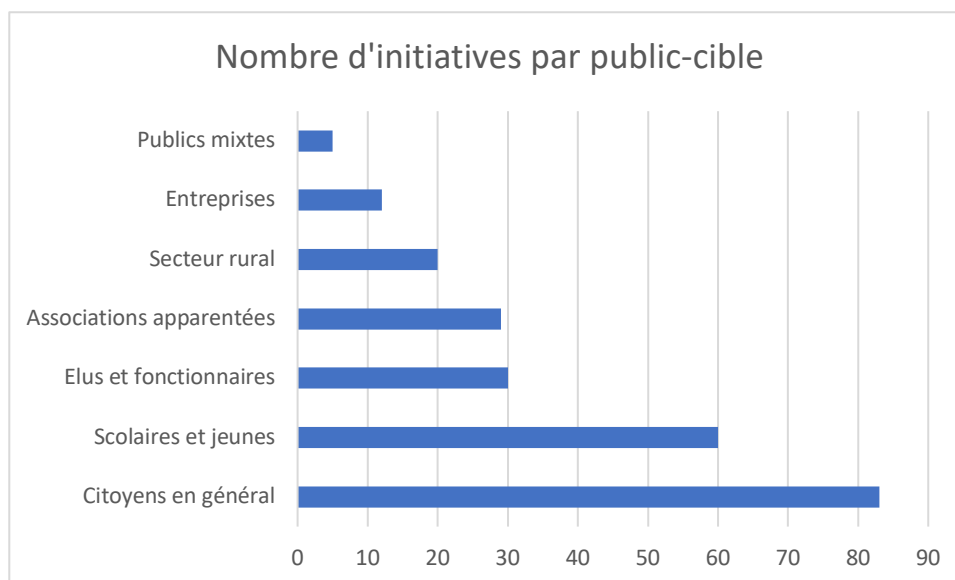
En **Provence-Alpes-Côte d'Azur**, la majorité des initiatives recensées s'adressent au « citoyen en général » ; le second public visé est celui des scolaires (éducation aux risques) ; le 3<sup>e</sup> public cible est celui des élus et fonctionnaires territoriaux.

En **Ligurie**, la majorité des initiatives sont destinées aux scolaires et aux jeunes, puis aux citoyens en général et en 3<sup>e</sup> position aux élus et fonctionnaires.

En **Sardaigne**, les initiatives recensées s'adressent au citoyen en général, aux scolaires et aux jeunes, aux associations (notamment celles dédiées à la DFCI / AIB), puis aux élus et fonctionnaires.

En **Toscane** il a été distingué et détaillé plusieurs groupes cibles. Les deux cibles les plus fréquemment visées par les campagnes sont les citoyens en général et les scolaires.

En **Corse**, c'est aussi le grand public qui est essentiellement visé. Une action vers les propriétaires concernés par le débroussaillage est néanmoins à souligner.



### Premiers éléments de synthèse

Toutes régions confondues, l'essentiel des initiatives recensées s'adressent aux « citoyens en général » et aux « scolaires et jeunes », puis vient la catégorie « élus / fonctionnaires ».

Il apparaît néanmoins impératif de distinguer plus finement les publics-cible pour mieux adapter le message, les outils et les périodes de communication. Il existe une réelle difficulté à bien caractériser les groupes-cibles.

## 2-4 Les supports de communication utilisés

Supports utilisés :	Nombre d'initiatives par région					Total
	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Ligurie	Sardaigne	Toscane	Corse	
Support papier : flyer, brochures, plans, livrets, affiches	16	16	Non communiqué	16	2	50
Site internet, video, réseaux sociaux, appli, CD	13	10		49	3	75
Médiation (rencontre directe sur le terrain, activités pratiques)	11	8				19
Panneaux	1				1	2
Boite à outil et kit pédagogique	3	10				13
Formation / Conférences	5	9			2	16
Exposition	1					1
Enquête / sondage	1					1
Presse		1				1
<b>Total</b>	<b>34</b> (une initiative peut utiliser plusieurs supports)	<b>27</b> (une initiative peut utiliser plusieurs supports)	<b>20</b>	<b>42</b> (une initiative peut utiliser plusieurs supports)	<b>8</b>	

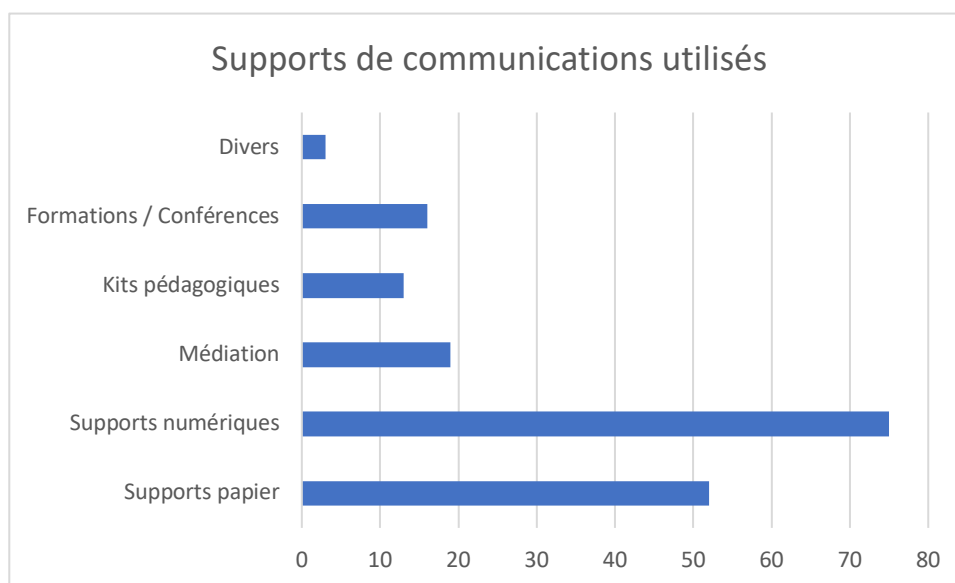
En **Provence-Alpes-Côte d’Azur**, les supports utilisés pour porter les messages sont assez variés, le support papier reste très prisé, suivi par les supports numériques, la « médiation » est également très utilisée en Provence-Alpes-Côte d’Azur (contacts directs auprès de la population, des habitants, des touristes... par les patrouilles de surveillance ou les équipes d’écogardes).

En phase d’alerte, les réseaux sociaux et la médiation sont privilégiés.

En **Ligurie**, les supports papiers sont aussi très utilisés, suivis par les outils numériques. On peut noter une grande diversité des supports destinés aux jeunes et aux écoles.

En **Toscane** : sites web, outils numériques et supports papier sont privilégiés.

En **Corse** les supports sont aussi très traditionnels (papier, audio ou vidéo), seule une carte du risque journalier utilise les nouvelles technologies.



### Premiers éléments de synthèse

Les supports utilisés par les initiatives sont assez variés, le papier et les outils numériques restent majoritairement utilisés.

La grande diversité et l’hétérogénéité des supports utilisés rend cependant difficile l’analyse de l’adéquation entre cibles, messages et supports. L’étude attentive de cette meilleure adéquation devra se faire, non pas de manière globale, mais lors de l’examen plus précis des besoins lors de la phase d’entretiens, étape par étape.

## 3. Analyse des initiatives par échelle territoriale

Dans ce paragraphe, pour éviter les répétitions, l’accent est mis sur les particularités et les points saillants de chaque cas (à l’échelle considérée et pour chaque territoire du projet) sans reprendre les informations d’ordre général données dans la vision d’ensemble et détaillées dans le paragraphe précédent (phases du cycle de gestion du risque visée par les initiatives ; publics-cibles visés par les initiatives ; supports de communication utilisés), la plupart des informations d’ordre général s’appliquant aux cas ci-dessous.



## **Rappel : Grille d'analyse utilisée par les partenaires**

### *Qui communique ?*

- Le maître d'ouvrage
- Ses compétences en matière de communication anti-incendies : initiatives mises en œuvre dans le cadre de missions inscrites dans les compétences de l'organisation ou initiatives volontaristes (sur une base volontariste, sans que cela ne relève forcément de sa compétence) =TYPOLOGIE d'ACTEURS
- La portée des initiatives (la couverture, la dimension, la déclinaison des initiatives au niveau infra)
- Le RESEAU et PARTENARIAT construit (traiter ici des RELAIS : entités publiques/privées associées qui relayent l'initiative, comment se l'ont-ils appropriée ?)

### *Les thèmes traités ? (Sur quoi communique l'initiateur ?)*

- Typologie d'information : préventive, alerte, les 2 ?
- Traiter ici des thématiques (précises ? larges ?) / Des objectifs / Des activités et outils développés

### *A qui s'adresse l'initiative ?*

- Traiter les publics-cible : voir découpage proposé (pop. en général/ puis par public identifié)

### *Comment ? (Comment communique l'initiateur ?)*

- Traiter ici les stratégies et plans de communication et le déploiement de l'initiative
- Les coûts et moyens engagés
- Les évaluations éventuelles des initiatives

### *Points forts et faiblesses*

#### *Conclusion*

- Faire ressortir ici les spécificités de votre territoire
- Que disent les recensements de votre territoire sur la culture du risque incendie ?
- Points forts et d'importance relevés qui contribuent au développement de la culture du risque ?
- Limites et freins identifiés relatifs à la diffusion d'une culture du risque incendie dans les initiatives ou leur évaluation ?

*Remarque : tous les critères ci-dessus n'ont pas été renseignés pour chacune des initiatives recensées.*

### **3-1 Les initiatives à portée régionale**

Il faut souligner l'existence en **France** d'une structure interdépartementale spécialement dédiée à la communication sur les feux de forêt vers le grand public : l'Entente pour la forêt méditerranéenne. Son aire d'action couvre l'ensemble du territoire méditerranéen français. Elle développe une grande part des outils de communication sur les risques liés aux feux de forêt. En plus des actions de communication d'ordre général et destinées à l'ensemble de la population, il est à noter une campagne visant exclusivement les fumeurs.

La Région **Provence-Alpes-Côte d'Azur** n'a pas de compétence obligatoire en matière de DFCI, elle est volontaire.

Un point sensible en région Provence-Alpes-Côte d'Azur est celui de l'application des Obligations légales de débroussaillage par les particuliers autour de leur habitation. Des initiatives s'adressent spécifiquement aux élus locaux en charge de faire respecter cette obligation. Cette action est assurée par l'Association régionale des communes forestières qui s'appuie sur les associations départementales pour l'organiser à l'échelon adéquate.

La question des relais entre institutions / organismes pour une diffusion des initiatives à l'échelon local est cruciale. Ainsi la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur s'appuie sur les Parcs naturels régionaux pour déployer la Garde régionale forestière au niveau local.

Les supports de communication de l'Entente pour la forêt méditerranéenne sont également relayés par plusieurs acteurs locaux.

On note également la plus grande efficacité des opérations de médiation (contact direct avec les publics cibles sur le terrain) pour faire passer et faire comprendre les messages, et ainsi mieux impliquer le public.

En **Corse**, depuis 2018, les compétences relatives à l'incendie sont partagées entre l'Etat et la Collectivité de Corse. Un organe de gouvernance commun a été institué (Groupe technique permanent – GTP DFCI) en charge de la coordination du travail des deux entités. Il regroupe tous les services compétents et donc susceptibles d'être à l'origine des pratiques de communication sur les incendies.

En **Italie**, il est important de noter que ce sont les Régions qui détiennent les compétences de DFCI / AIB et de protection civile.

En phase d'urgence, ce sont les communes qui doivent relayer les informations auprès de leur population.

La région **Ligurie** travaille en relation avec le Corps national des pompiers et Cima Fondation, organisme de recherche, qui l'appuie pour la mise en place d'outils de communication.

Un des points forts de la région Ligurie est la mise en place du Service prévisionnel d'Incendies de forêt qui fournit un bulletin quotidien sur les risques, à la population et aux administrations.

Le matériel de communication à destination de la population a été conçu pour être adaptable par les utilisateurs tout en gardant une unité visuelle avec le personnage type « Le *Salvaboschi* ».

La **Sardaigne** met l'accent sur deux initiatives de portée régionale. Une première est initiée par une association de bénévoles qui diffuse des informations via les réseaux sociaux notamment sur les données météorologiques. Une seconde est portée par la Région : le projet PRONTI, vaste projet d'éducation qui vise à diffuser la culture de la protection civile (ce projet est intéressant à analyser à la fois pour la méthode d'organisation que pour les messages transmis).

En **Toscane**, c'est la Région qui porte les initiatives de dimension régionale. Elle s'appuie très fortement sur un réseau de volontaires aussi bien de la DFCI / AIB que de la protection civile ; et également sur les collectivités locales.

Quelques initiatives visent des publics spécifiques (agriculteurs, professionnels...).

Un des points forts relevés par le partenaire Toscan est l'efficacité des actions sur le terrain au contact direct du public. En revanche une des principales difficultés est d'assurer la pérennisation de ces actions et de recruter de nouveaux bénévoles pour renforcer le volontariat.

### **3-2 Les initiatives infra-régionales**

En **Provence-Alpes-Côte d'Azur** : Historiquement l'échelle départementale est en France l'échelle de la mise en œuvre de la DFCI. Les campagnes estivales de prévention nationales se font au niveau départemental, avec de nombreuses disparités entre départements.

De nombreux acteurs interviennent à ce niveau (institutions et associations).

Bien que la communication en phase d'alerte se fasse à ce niveau, au plus proche des personnes, on constate qu'ici aussi la communication porte essentiellement sur la phase de prévention.

On y trouve plus spécifiquement l'information sur la réglementation d'accès aux massifs et sur les Obligations légales de débroussaillage (OLD). Rappelons l'effort mis à cet échelon pour la communication sur les OLD.

Il est intéressant de noter que les structures d'éducation environnementale abordent des thèmes tels que la mémoire du risque. Leur rôle dans la construction d'une communication basée sur la connaissance (du fonctionnement de l'incendie et du territoire) et la responsabilisation du citoyen avec un objectif recherché d'accompagner les habitants à « mieux vivre avec le risque incendies » est à souligner.

Une tendance (non encore concrétisée par des actions) est de vouloir mieux cerner les groupes-cibles (résidents *versus* touristes ; professionnels du tourisme, de la forêt et de l'agriculture, associations...).

La grande diversité d'acteurs et de supports utilisés, relayés pour certains par d'autres organismes partenaires (ce que la communication digitale favorise encore plus), rend difficile l'identification des sources et peut conduire à une certaine confusion, un manque de lisibilité, voire à une concurrence de certains messages.

En **Ligurie**, au niveau territorial infrarégional, les initiatives sont portées par les communes et les associations (volontaires ou société civile).

Les actions vers les scolaires sont majoritaires et concernent tous les plans de la DFCI / AIB et peuvent aller jusqu'à des exercices pratiques sur le terrain, dont des camps d'une semaine « *Moi aussi je suis la protection civile* » destinés aux jeunes.

Les activités destinées aux scolaires sont détaillées, notamment en fonction du degré (maternel, primaire, secondaire, etc.). Il existe également des formations destinées aux enseignants.

Un des objectifs est, à long terme, de susciter un engagement bénévole.

Les communes sont actives dans la communication : création d'une Appli pour diffuser des messages de prévention et d'alerte ; organisation d'un exercice pratique impliquant 300 personnes dans le cadre de la présentation d'un plan d'urgence communal...

La communication est axée sur la protection civile et non sur le feu.

Un travail sur l'identité visuelle de la protection civile a été menée par la ville de Gênes.

En **Sardaigne**, les actions sont portées essentiellement par les associations de bénévoles, un centre d'éducation à l'environnement et un groupement de propriétaires. Ce dernier a organisé une action à l'adresse des propriétaires de maisons situées à une interface forêt-habitat pour appeler à leur responsabilité individuelle et collective.

La région Sardaigne fournit quelques informations sur les coûts de ces actions.

En **Toscane**, au niveau infrarégional, la communication est assurée essentiellement par les communes, aussi bien en phase de prévention que d'alerte (compétence des communes).

Les informations diffusées en phase d'alerte le sont exclusivement via les outils numériques (sites web, appli, réseaux sociaux).

On dénombre trop peu d'initiatives adressées à des publics-cibles « spécialisés », tels que les agriculteurs etc.

### ***3-3 Les initiatives supra-régionales déclinées aux niveaux régional et infrarégional***

En **Provence-Alpes-Côte d'Azur** : Chaque année les ministères français, de l'Ecologie, de l'Agriculture et de l'Intérieur lancent une campagne conjointe de communication sur les feux de forêt (videos, kit de communication, dossier de presse type, kit réseau sociaux...) disponible en accès libre.

Le module IMPACT « Immédiat Management Planification ACTION » est un module de sensibilisation à la conscience du risque et la gestion de crise, initié à l'échelle nationale, il a été développé par les Services d'incendies du Département des Alpes Maritimes.

On recense un seul dispositif en phase d'alerte : l'Application « Prévention incendie » de l'Entente.

En **Sardaigne**, deux campagnes de prévention des risques sont relayées au niveau régional par des associations environnementales et de bénévoles, elles sont destinées au jeune public. Le camp de jeune « *Je suis la protection civile* » est aussi organisé dans ce cadre-là.

En **Toscane**, la brochure « La protection civile dans la famille » réalisée au niveau national a été diffusée au niveau local. De même, la campagne nationale « Je ne prends aucun risque », qui vise à diffuser les bons comportements, est conçue pour s'adapter au niveau des territoires.

### 3-4 Points forts et points faibles relevés par les partenaires

Le tableau ci-dessous reprend les points forts et points faibles relevés par chaque partenaire du projet.

	<b>Points forts</b>	<b>Points faibles</b>
<b>Provence-Alpes-Côte d'Azur</b>	Efficacité des initiatives de communication au contact direct des cibles (médiation)	Manque une stratégie régionale globale adaptable
		Manque une identité visuelle commune
		La communication vers le citoyen en général doit être plus visible
		Manque de moyens
		Manque d'infos sur la perception du risque par la population
	De nombreuses initiatives au niveau infrarégional avec collaboration entre les partenaires	Multiplicité et variété des messages peuvent conduire à des messages brouillés, voire contradictoires
	Public scolaire bien informé	Peu de connaissances de fond sur la forêt par la population adulte
		Besoin d'une stratégie de communication partagée, cohérente et lisible
		Manque d'évaluation des initiatives
<b>Ligurie</b>	Baisse des incendies (nombre et surface incendiée)	Manque de feed-back
	Efficacité du bulletin d'information quotidien émis par le SPIRL (au VVF et services)	
	Adaptabilité des vecteurs (supports) d'information par les acteurs	
	Efficacité des campagnes : diminution des brûlages illégaux, sensibilisation aux bonnes pratiques et aux gestes d'autoprotection et dans la résilience du territoire	
	Intérêt pour le volontariat de la part des jeunes	Moins d'intérêt pour la population en général à se lancer dans le volontariat. Or ce secteur est primordial dans la DFCI /AIB en Italie
	Actions efficaces vers les jeunes, motivation	Problème de calendrier pour les activités vers les scolaires. Difficulté à pérenniser les actions
		Peu d'évaluation des initiatives or ce retour est important pour améliorer les actions de communication
<b>Sardaigne</b>	Communication en temps réel des conditions météo	
	Collaboration efficace des différentes institutions entre elles.	Manque de moyens financiers et humains, de temps

	Intégration des actions dans les plans et programmes de la Région Sardaigne	
	Intérêt et implication des jeunes et scolaire	Manque de prise de conscience « culturelle » du risque. Manque d'acceptation de certains travaux DFCI / AIB
	Adaptation des vecteurs de communication aux jeunes générations. Efficacité du jeu pour les plus petits.	Problème de planification des activités avec les écoles, de travail avec les enseignants.
<b>Toscane</b>	Efficacité du « Apprendre en faisant » plutôt que « Apprendre en écoutant » (médiation)	Manque de moyens financiers et humains pour pérenniser les actions.
		Recruter plus de volontaires
	Implication des communes	
	Efficacité des outils d'informations de masse en phase d'urgence	Limite des outils d'informations de masse : confusion liée aux messages et à la multiplicité des sources. Risque de messages incorrects. Multiplication des plateformes d'information.
		Difficulté dans la mise à jour des supports. Besoin de supports homogènes et modernes.
<b>Corse</b>	Efficacité des campagnes (baisse du nombre d'incendies et des surfaces incendiées)	Manque de ciblage du public cible
		Obsolescence rapide des supports papier

**Les points forts** identifiés par les enquêtes peuvent se résumer ainsi :

- le rôle positif de la prévention sur la diminution du nombre d'incendie et des surfaces incendiées (grâce à un public mieux sensibilisé et sans oublier les autres actions de DFCI/AIB : guet, lutte, infrastructures...),
- une collaboration efficace entre les acteurs de la communication sur la DFCI/AIB et entre les échelles territoriales (mais à développer et améliorer),
- de nombreuses actions vers les scolaires et les jeunes qui ont prouvé leur efficacité,
- l'efficacité de actions pratiques, sur le terrain, au contact direct des publics-cibles,
- l'importance de la communication en temps réel (conditions météo, niveau de risque...) et de la communication de masse en phase de période à risque sévère.

**Les points faibles :**

- manque d'une stratégie globale de communication partagée, lisible et adaptable (identité visuelle comprise),
- manque de suivi et d'évaluation des initiatives, ainsi que de connaissances sur la perception du risque par la population,
- manque de moyens financiers et humains, avec une difficulté pour le recrutement de volontaires en Italie, et donc difficulté à pérenniser les actions,
- un manque de connaissances sur la forêt en général et une faible culture du risque des populations, et aussi un besoin de formation des personnes en charge de la communication,
- une multiplicité et variétés de messages et des sources, des publics-cibles pas assez catégorisés, une information de masse... conduisent à des messages brouillés et peu lisibles.

## 4. Synthèse générale – Points à améliorer – Propositions méthodologiques

Les enquêtes réalisées par les partenaires du projet ne sont pas exhaustives mais permettent de tracer quelques tendances sur les pratiques de communication en matière de risques liés aux feux de forêt. La synthèse permet de pointer les forces et les faiblesses afin de proposer des pistes d'amélioration. Les propositions sont, à ce stade, de l'ordre de la méthode.

### 4-1 Contexte, définitions et notions

Il y a un constat partagé de la part des partenaires du projet sur l'augmentation du risque lié aux feux de forêt et de celui de l'importance de bien communiquer sur ce risque. Cependant la notion d'un danger plus grand lié à des feux qui échapperont de plus en plus aux services de lutte (grand feu « tueur » ou « méga-feu ») n'est pas évoquée avec la même sensibilité par tous.

De plus la notion de « culture du risque » ne semble pas perçue de la même façon par tous les porteurs de projet. Cette notion n'est donc pas forcément appréhendée dans toutes ses dimensions par tous les acteurs communiquant sur le risque lié au feu de forêt.

De la même façon, pour le public, cette culture est loin d'être acquise, on note même une « résistance culturelle à l'appréciation du danger » et une réticence vis-à-vis des travaux à réaliser dans le cadre de la DFCI / AIB pour les résidents.

En revanche, tous, partenaires du projet et acteurs de la communication s'accordent sur l'efficacité des campagnes de prévention contre les incendies, qui se traduit par une diminution du nombre de départs de feux et de surfaces incendiées (*nota* : mais quelle part est liée à la communication et quelle part à l'efficacité de la lutte ?).

### Points à améliorer ou à développer

Il est indispensable de : mieux expliquer ce qu'est la culture du risque et toutes ses composantes aux acteurs de la communication ; sensibiliser à la notion de « méga-feux » ou, pour éviter des comparaisons avec les feux d'Australie ou de Californie, de « grand feu tueur » ; communiquer sur le nouveau danger afin de responsabiliser les publics-cibles.

On peut se poser la question suivante : cette notion de culture du risque lié au feu de forêt peut-elle être déconnectée d'une culture de la forêt dont la présente synthèse montre qu'elle est globalement très faible ?

#### Proposition

Il est proposé de s'accorder sur la notion de culture du risque. En effet la culture du risque est une expression qui prête à discussion : de la simple connaissance acquise d'un aléa (ici le feu de forêt), en passant par un état de préparation au risque et jusqu'à une véritable appropriation culturelle et identitaire.

*(Voir note ci-jointe sur la « culture du risque » soumise aux partenaires du projet, à partager et à discuter).*

### 4-2 Les phases du cycle de gestion du risque

Deux phases ont été retenues : la prévention et l'alerte. La très grande majorité des initiatives recensées dans les enquêtes se font lors de la phase de prévention (sauf en Sardaigne où l'on constate une répartition équilibrée des initiatives en phase de prévention et en phase d'alerte).

La communication en phase d'alerte est plus difficile à réaliser, c'est une communication de crise qui demande à s'appuyer sur des acteurs institutionnels et des données issues de sources fiables.

### Points à améliorer ou à développer

Les deux phases retenues sont essentielles mais insuffisantes dans la perspective d'une vision globale de la situation et pour pouvoir jouer sur tous les leviers favorisant le développement d'une culture du risque. Avoir une vision complète du cycle de gestion de crise est indispensable pour développer une stratégie politique globale en matière de risques liées aux feux de forêt.

#### Proposition

Il est proposé de poursuivre l'étude en intégrant deux autres phases afin d'avoir une vision globale du cycle de gestion du risque lié aux feux de forêt (*voir tableau croisé proposé ci-joint*), même si, par la suite, tous les cas de figure ne seront pas développés (cela dépendra des compétences et priorités de chaque partenaire du projet).

Le cycle de gestion des risques comprend classiquement quatre étapes :

- la prévention (éviter + atténuer) hors saison de feux ;
- l'alerte (éviter et préparer l'intervention sur les événements qui échapperont à la prévention) en période de risque sévère ;
- l'intervention (urgence) au moment du feu;
- la reconstruction (réhabilitation, reconstitution) dès le lendemain du feu.

### 4-3 La portée territoriale des initiatives

La majorité des initiatives recensées se font au niveau local (majoritairement infrarégional), c'est là aussi que se fait la communication « d'urgence ».

Si l'on note quelques différences sur les priorités de communication (publics-cibles, phases, messages, vecteurs) entre les initiatives de communication suprarégionale, régionale et infra régionale, l'ensemble des acteurs de la communication développe des actions à destination de tous les publics. Ces initiatives issues d'une pluralité d'acteurs et adressées à du « tout-public » peuvent conduire à un manque de lisibilité, voire à des messages discordants.

Malgré une collaboration entre les différents acteurs de la communication et l'existence de relais entre les différents niveaux (supra régional, régional et infra régional), il manque un niveau permettant de définir une stratégie globale à décliner par la suite (y compris une unité graphique et visuelle [A noter cependant quelques éléments de recherche d'unité graphique dans plusieurs initiatives]).

### Points à améliorer ou à développer

Il apparaît la nécessité de définir au préalable une stratégie globale et la co-construire avec l'ensemble des acteurs concernés, puis envisager les différents relais possibles (conforter ceux qui existent, en inventer d'autres) et les modes de sa déclinaison à l'échelle locale. Cela pose les questions suivantes :

- Qui sera (seront) le(s) porteur(s) de cette stratégie ?
- Comment assurer une cohérence des messages et une identité visuelle commune tout en étant adaptable par chaque acteur de la communication ?

#### Proposition

L'étude de l'échelle territoriale des initiatives de communication et des réseau-relais entre les différents acteurs de la communication sera approfondie après avoir défini les priorités des partenaires (phase d'entretiens avec les partenaires).



Elle est étroitement liée aux modalités de mise en place d'une stratégie globale et donc aux compétences de chaque institution et / ou acteur de la communication sur les risques.

#### 4-4 Les publics-cibles

La communication sur les risques se fait majoritairement vers le « tout public », le citoyen en général, sans trop de distinction de différentes catégories.

Une exception notable : le public bien distinct des scolaires et jeunes, pour qui les associations d'éducation à l'environnement ou de bénévoles (voire des institutions) réalisent de nombreuses actions ciblées et ont des programmes d'éducation adaptés qui incluent en outre des notions générales sur la forêt et le « vivre avec le feu », participant ainsi à une appropriation du sujet par les plus jeunes. On note ainsi beaucoup d'exemples dans les régions italiennes avec des campagnes à destination du jeune public à tous les niveaux (national et régional) avec plusieurs actions sur le terrain.

Le second public-cible bien identifié est celui des élus locaux, de leurs associations représentatives (ANCI) et des agents des collectivités, essentiellement sur le sujet sensible des OLD en ce qui concerne la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

#### Points à améliorer ou développer

Une distinction encore plus fine des catégories de publics-cible permettra d'avoir une meilleure adéquation entre messages, vecteurs et cibles.

Les publics-cibles peuvent être complétés par exemple par la presse, les professionnels (du monde agricole, forestier ou du tourisme). On distinguera également le public local et résident du public de passage.

En ce qui concerne le public des scolaires, concernés par de nombreuses initiatives, les actions restent à consolider et à maintenir dans la durée.

#### Proposition

De nouvelles catégories de publics-cibles sont proposées dans le *tableau croisé* que nous soumettons aux partenaires du projet.

Décliner et distinguer plus précisément les différentes catégories de publics-cibles permettra de mieux adapter les actions de communication à chacun.

#### 4-5 Les supports de communication (vecteurs)

Les supports utilisés sont variés et nombreux, et restent dans leur majorité très classiques : essentiellement papier (affiche, brochure, flyer...) ou numérique (sites web, vidéos, quelques appli...).

Etant donné le nombre important d'initiatives vers les scolaires et les jeunes, les outils pédagogiques sont de fait plus développés.

L'efficacité de la médiation, c'est-à-dire des actions sur le terrain au plus près des gens (exercices pratiques, rencontres avec les acteurs et experts, jeux pour les enfants...) a été à plusieurs reprises soulignée.

Le besoin de projets pilotes avec des supports standard, homogènes, modernes et innovants, adaptables à différents contextes et types de messages a été mis en avant. Ils doivent être accompagnés d'une méthodologie d'application.



## Points à améliorer ou à développer

Tous ces vecteurs sont à mieux adapter en fonction des publics-cibles (voir *tableau croisé*). Les actions de médiation sont à encourager et à appuyer, mais cela pose la question des moyens financiers et humains pour pouvoir multiplier ces activités et les faire perdurer dans le temps, ce qui est indispensable pour inculquer une véritable culture du risque. Beaucoup de vecteurs sont à moderniser et à rendre adaptables et reproductibles.

### Proposition

Les vecteurs pourront être étudiés plus précisément dans une phase ultérieure du projet [entretiens avec les partenaires du projet]. Le *tableau croisé* permettra de mieux les envisager en fonction des publics-cibles et des messages à transmettre.

## 4-6 Autres points

Quatre autres points à améliorer ont été relevés dans les synthèses :

### **Le suivi et l'évaluation des initiatives**

Il y a un manque d'évaluation des différentes actions de communication mises en œuvre. Les moyens du suivi des actions et de leur évaluation sont à envisager, mais il faut noter la difficulté de l'exercice : multiplicité des cibles, des messages, du contexte, de l'évolution du risque, des différences de perceptions des publics... mais également du coût de cette évaluation.

Ces évaluations permettraient d'avoir un retour (feed-back) et d'améliorer l'efficacité des campagnes de communication.

### Proposition

Cet aspect sera évoqué, pour partie, dans la phase « reconstruction » du cycle de gestion du risque (voir *tableau croisé*).

### **La place cruciale du volontariat en Italie**

A la fois force et faiblesse : les initiatives sont très fortement basées sur le volontariat en Italie. Il faut le maintenir (avec entre autres des moyens financiers) et encourager les vocations et les adhésions.

### Proposition

Cet aspect pourra être approfondi avec nos partenaires italiens.

### **Les ressources financières**

Trouver les ressources financières pour assurer la pérennité et la reproduction des initiatives, tout en étant conscient des limites budgétaires des acteurs.

### **Les messages**

Le contenu des messages n'est pas évoqué dans les synthèses.

### Proposition

Trouver des acteurs et partenaires qui pourront participer à l'élaboration des messages. La fiabilité et légitimité des sources de données est primordiale.

## 5. Méthode de travail pour la suite de l'état de l'art

Cette synthèse doit contribuer à la réalisation d'un Etat de l'art qui permettra aux partenaires de Med-PSS de mieux définir la culture du risque incendie et d'identifier, par territoire, des publics à informer prioritairement et les messages et vecteurs à développer.

A cet effet, un travail en trois étapes est proposé :

### **Partager les définitions et avoir un langage commun : la notion de culture du risque**

Un document présentant les différents éléments participant à développer une culture du risque lié aux feux de forêt sera partagé avec les partenaires du projet.

### **Cibler les priorités des territoires en matière de communication**

Afin de partager et construire une vision d'ensemble des éléments qui participent à la gestion du risque (phases, publics-cibles, vecteurs, messages) le *tableau croisé* ci-joint est proposé.

Il permettra aux partenaires du projet de construire ensemble cette vision globale, puis, par la suite, à chacun d'exprimer ses priorités après avoir pris la mesure de la « totalité du système » : par exemple, quels publics-cible souhaitent-ils privilégier ? Quels sont leur domaine de compétence ? Qui peut être le porteur du projet ? ... et ce dans un objectif opérationnel.

Le volet 2 de l'Etat de l'art permettra de proposer à chaque partenaire de travailler sur deux groupes-cible par territoire de projet, en fonction de leurs priorités et de leurs compétences.

### **Elargir l'enquête pour aller plus loin dans l'état de l'art**

- Avec un entretien dirigé avec les partenaires du projet [guide d'entretien en préparation], cet entretien permettra d'analyser plus précisément les initiatives mises en place pour les 2 groupes-cibles choisis, et également de mieux connaître les compétences et le rôle de chaque institution dans la communication sur le risque.

- Et bn=N : un Conseil départemental et un SDIS (Service départemental d'incendie et de secours) en France, une Province en Italie, une commune française et une italienne, et un exemple dans un autre pays méditerranéen.

# MED-PSS – Stato dell’arte delle pratiche di comunicazione antincendio – Prima parte

## Sintesi complessiva dei censimenti delle buone pratiche di comunicazione antincendio

(sulla base dei censimenti realizzati dai partner del progetto)

elaborata da

*forêt méditerranéenne*

*Nell’ambito del progetto MED-PSS che ha come obiettivo lo sviluppo della **cultura del rischio incendi boschivi**, i partner del progetto hanno voluto, in primo luogo, stabilire lo stato dell’arte delle pratiche di comunicazione in materia di rischio incendi boschivi sviluppate sul loro territorio.*

*I territori interessati sono quelli del Programma Marittimo: la Regione Liguria, la Regione Sardegna, la Regione Toscana, la Regione Corsica e la Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra.*

*Un primo censimento di tali pratiche è stato realizzato a tal fine dalla Regione Sardegna, dalla Regione Liguria e dall’ANCI Liguria, dall’ANCI Toscana e dalla Provincia di Lucca con il sostegno della Regione Toscana, della Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra e della Collettività territoriale della Corsica.*

*A seguire viene proposta una sintesi dei risultati.*

### **Indagine preliminare realizzata per ogni territorio**

La presente relazione di sintesi si basa sui risultati di un’indagine condotta dai partner del progetto. Tale indagine è stata realizzata distribuendo un questionario ai vari organismi di ciascun territorio, al fine di raccogliere informazioni relative alle diverse iniziative svolte in tema di comunicazione sul rischio incendi boschivi.

Con **iniziativa in tema di comunicazione** è stato definito dai partner “*ciascun dispositivo, strumento o supporto di comunicazione finalizzato a prevenire, sensibilizzare, informare e allertare un determinato target*” sul rischio incendi boschivi.

La redazione del documento qui presentato si basa sulle sintesi dei risultati di queste indagini.

Ogni partner ha redatto la propria sintesi seguendo un modello di redazione predefinito. Tale modello è stato seguito anche per la presente relazione di “sintesi delle sintesi”.

# 1. Introduzione

## 1-1 Elementi di contesto e rilevanza del censimento per ogni territorio

### Posizione di ciascun territorio al momento di lancio dello studio

Per la Regione **Provenza-Alpi-Costa Azzurra** l'aumento del rischio incendi boschivi richiede un'attenzione maggiore nella realizzazione di misure di prevenzione e di dispositivi di allerta.

La "cultura del rischio" deve portare a limitare gli inneschi di incendi proteggendo così la foresta (resistenza e resilienza). Occorre che la popolazione acquisisca in modo permanente automatismi e comportamenti corretti (appropriazione). Bisogna rivolgere il "giusto messaggio al giusto target".

Il censimento sarà utile per capire i meccanismi della comunicazione, per agire efficacemente sulle cause antropiche del rischio incendio e per ridurlo.

La **Liguria** sottolinea in particolare l'utilità del censimento per proporre nuove azioni, che possano essere utili ed efficaci.

Per la **Sardegna**, è importante non solo conoscere l'organizzazione del sistema della protezione civile ma anche diffondere nella popolazione i comportamenti corretti da tenere.

Per questo la Regione Sardegna lavora in collaborazione con diverse strutture (Agenzie Forestas, associazioni, corpi forestali, eccetera), scuole (alunni e insegnanti), cittadini, utenti del territorio (guardie forestali, turisti, agricoltori).

L'utilità del censimento sta proprio nel poter analizzare i diversi approcci in modo più preciso.

Per la **Toscana**, l'aumento del rischio incendi boschivi e la dinamica degli incendi sempre più pericolosa, soprattutto per la popolazione (fenomeni estremi), lasciano presagire che i servizi di lotta attiva non saranno più in grado di contrastare efficacemente il fenomeno. Risulta necessario estendere il campo di intervento in materia di lotta attiva e prevenzione, soprattutto coinvolgendo la cittadinanza e rendendola maggiormente responsabile e autonoma.

Occorre accrescere la "cultura della protezione civile" in modo tale da incrementare la resilienza delle comunità e della foresta. E occorre anche cambiare marcia nella comunicazione sugli incendi boschivi, diffondendo immagini shock con una strategia di comunicazione continua, in tutti i periodi dell'anno, non solo in quelli ad alto rischio e in particolare nelle zone di interfaccia urbano-foresta.

Il censimento, e più in generale il progetto, consentirà di individuare i possibili margini di miglioramento e le nuove strategie da attuare.

### Primi elementi di sintesi

Se è vero che tutti i territori concordano sull'utilità del censimento al fine di:

- migliorare le conoscenze e analizzare l'organizzazione dell'attuale comunicazione in materia di rischio incendi boschivi,
- proporre nuove azioni di comunicazione più mirate ed efficaci, e pertanto
- fronteggiare meglio il rischio incendi boschivi,

il contesto (almeno da quanto emerge dalle sintesi raccolte) non sembra essere percepito in modo omogeneo dai partner del progetto. Non vengono, infatti, definiti e/o menzionati con lo stesso livello di percezione e coinvolgimento:

- il concetto di cultura del rischio,
- l'aumento del rischio, soprattutto nel caso di incendi sempre più pericolosi ("*incendi killer*" e "*mega fire*").

## 1-2 Organizzazioni contattate e numero di iniziative censite per ogni territorio

<b>Territorio:</b>	<b>Provenza-Alpi-Costa Azzurra (Regione)</b>	<b>Liguria (Regione + ANCI)</b>	<b>Sardegna (Regione)</b>	<b>Toscana (Provincia di Lucca, ANCI + Regione)</b>	<b>Corsica (Collettività della Corsica)</b>
Numero di organizzazioni contattate	50	Livello regionale: (Corpi dei pompieri, CIMA, Regione) Livello locale: (234 comuni, coordinamento provinciale della PC, associazioni)  <i>Cifra complessiva non fornita</i>	Livello regionale: Regione, Forestas, associazioni, centri di educazione ambientale, Legambiente, esperti di settore  158	Livello regionale: Regione Livello locale: comuni di tutte le province, unioni e sindacati di comuni, associazioni  360	Livello regionale
Numero di organizzazioni che hanno risposto	21	<i>Cifra non fornita</i>	19	20	<i>Cifra non fornita</i>
<b>Numero di iniziative censite</b>	<b>34</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>8</b>
<i>Supporti di comunicazione forniti</i>	<i>Sì, la maggior parte</i>		6		



## 2. Visione d'insieme

Il seguente paragrafo si basa sui criteri scelti dai partner del progetto per analizzare le iniziative censite:

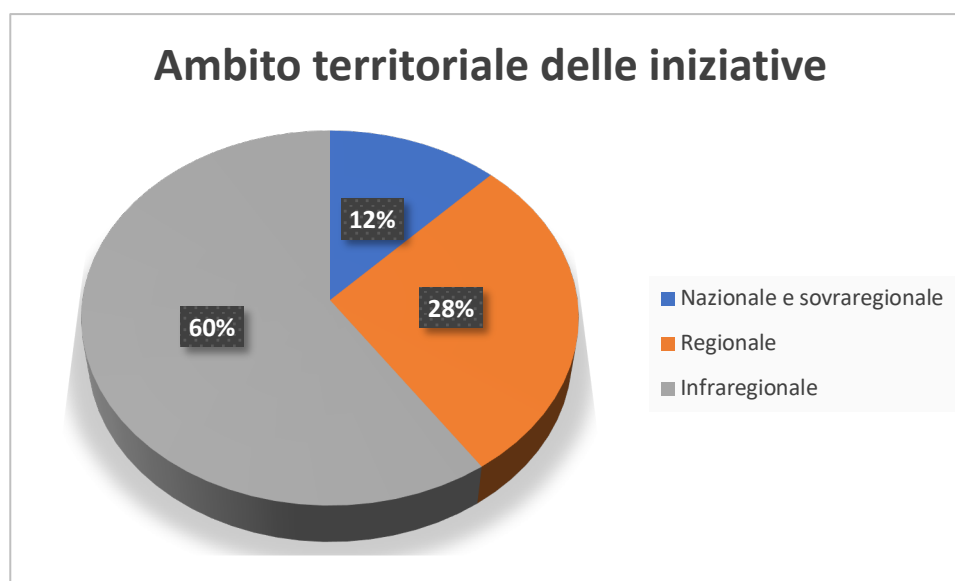
- Ambito territoriale delle iniziative
- Fase del ciclo di gestione del rischio obiettivo delle iniziative
- Gruppi target interessati dalle iniziative
- Supporti di comunicazione utilizzati

## 2-1 Ambito territoriale delle iniziative

Sono stati presi in considerazione tre livelli:

- Nazionale o sovraregionale
- Regionale
- Infraregionale (comunale, intercomunale, provinciale)

Ambito territoriale di svolgimento delle iniziative:	Numero di iniziative censite					
	Provenza-Alpi-Costa Azzurra	Liguria	Sardegna	Toscana	Corsica	Totale
Nazionale e sovraregionale	7	3	2 + 1 declinata ad altri livelli	3		16
Regionale	11	7	1	10	8	37
Comunale e intercomunale Provinciale	16	17 (+ 3 declinate a partire dal livello nazionale)	16	29		78
<b>Totale</b>	<b>34</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>131</b>



### Primi elementi di sintesi

In tutti i territori del progetto, la maggior parte delle iniziative ha un'attuazione a livello infraregionale (essenzialmente comunale e intercomunale).

Le iniziative nazionali (meno numerose) vengono spesso attuate a livello locale, a dimostrazione del forte carattere territoriale di questo tipo di comunicazione nonché della necessità di garantire una continuità operativa tra un livello e l'altro.

Quest'ultimo punto pone tuttavia il problema della coerenza e della chiarezza di messaggi provenienti da fonti diverse.

## 2-2 Fase del ciclo di gestione del rischio obiettivo delle iniziative

Sono state prese in considerazione due fasi:

- La fase di prevenzione (nei periodi non a rischio): in questa fase l'obiettivo delle iniziative è di limitare le imprudenze e di conseguenza gli inneschi degli incendi.
- La fase di allerta/emergenza (all'innesco dell'incendio): si tratta in questo caso della comunicazione di crisi (dare l'allerta, attuare le buone prassi in caso di incendio).

Alcune iniziative possono riguardare entrambe le fasi.

Fasi del ciclo di gestione del rischio:	Numero di iniziative per regione					Totale
	Provenza-Alpi-Costa Azzurra	Liguria	Sardegna	Toscana	Corsica Dettaglio non comunicato	
Prevenzione	26	21	9	33		89
Allerta/emergenza	1	1	1	4		7
Entrambe	7	6	10	5		28
<b>Totale</b>	<b>34</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>42</b>		

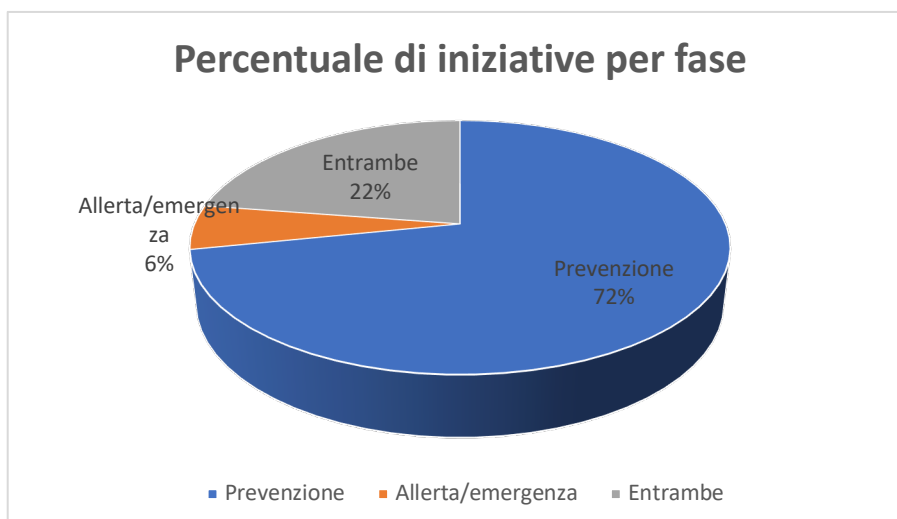
Per la regione **Provenza-Alpi-Costa Azzurra**, le azioni di comunicazione si concentrano essenzialmente nella fase di prevenzione, su iniziativa di attori diversi e in forme altrettanto diverse. Le poche iniziative in fase di allerta/emergenza vengono effettuate tramite applicazioni mobili e esperienze sul campo e avvengono a livello infraregionale (data la localizzazione degli incendi) e regionale.

In **Corsica**, la comunicazione è essenzialmente orientata alla prevenzione.

Anche in **Liguria** le iniziative riguardano essenzialmente la fase di prevenzione (promozione dell'educazione ambientale e della prevenzione dei rischi, informazioni generali su rischi e mezzi di prevenzione, eccetera). Una sola iniziativa riguarda esclusivamente la fase di allerta/emergenza (presentazione del piano comunale di emergenza e relativa applicazione pratica).

La **Sardegna**, rispetto alle altre regioni, conta in proporzione un numero maggiore di strategie di comunicazione di fase di allerta/emergenza.

Anche in **Toscana**, le azioni di comunicazione mirano prevalentemente alla fase di prevenzione.



## Primi elementi di sintesi

La maggior parte delle iniziative censite riguarda la fase di prevenzione. Si tratta di una fase molto ampia che raggruppa iniziative di varia natura e che sarebbe pertanto opportuno individuare e delineare in modo più approfondito.

Le poche iniziative di comunicazione censite in fase di allerta/emergenza rivelano una certa difficoltà nella comunicazione durante la gestione della crisi. Con quali strumenti? Con quali messaggi? Con quali metodi comunicare quando si è confrontati all'emergenza?

Sarebbe possibile studiare in modo più dettagliato le iniziative in fase di allerta/emergenza della Regione Toscana per trarne maggiori informazioni.

### **2-3 Gruppi target interessati dalle iniziative**

Le categorie predefinite dai partner di progetto erano inizialmente sei ma al termine dell'analisi, i gruppi target sono stati completati da ulteriori partner.

Gruppi target:	Numero di iniziative per regione					
	Provenza-Alpi-Costa Azzurra	Liguria	Sardegna	Toscana	Corsica	Totale
Cittadinanza in generale	24	7	17	31	4	83
Scolaresche e giovani	16	12	11	21		60
Associazioni di categoria	10		10	9		29
Comunità rurali	8		4	6	2	20
Amministratori e funzionari	12	3	9	6	1	30
Aziende	8			3	1	12
Gruppi misti		5				5
<b>Totale</b>	<b>34</b> (una stessa iniziativa può essere rivolta a multitarget)	<b>27</b>	<b>20</b> (una stessa iniziativa può essere rivolta a multitarget)	<b>42</b> (Di cui 23 a 1 solo gruppo target 19 a multitarget)	<b>8</b>	

Non tutti i partner hanno utilizzato le tipologie predefinite. Alcuni hanno utilizzato la voce "gruppi misti", altri hanno attribuito una medesima iniziativa a più gruppi target.

In **Provenza-Alpi-Costa Azzurra**, la maggior parte delle iniziative censite si rivolge alla "cittadinanza in generale"; il secondo gruppo interessato è quello delle scolaresche (educazione ai rischi); il 3° gruppo target è quello degli amministratori e funzionari del territorio.

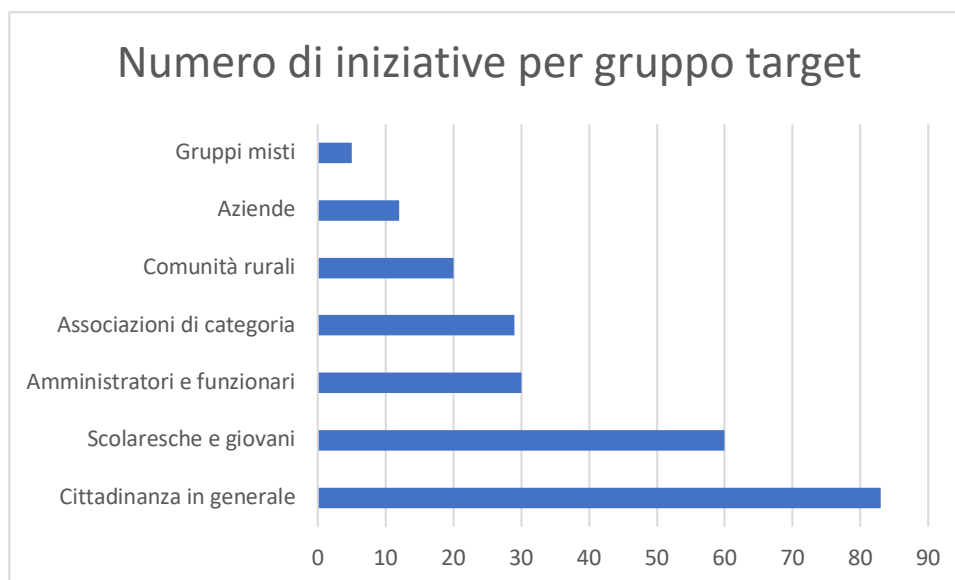
In **Liguria**, la maggior parte delle iniziative è destinata in primo luogo a scolaresche e giovani, in secondo luogo alla cittadinanza in generale e in 3ª posizione agli amministratori e funzionari.

In **Sardegna**, le iniziative censite si rivolgono alla cittadinanza in generale, a scolaresche e giovani, ad associazioni (nello specifico a quelle dedicate alla difesa dei boschi dagli incendi/AIB), ad amministratori e funzionari.

In **Toscana** i diversi gruppi target sono stati distinti e dettagliati. I due gruppi target a cui si rivolgono più frequentemente le campagne sono quelli della cittadinanza in generale e delle scolaresche.

Anche in **Corsica**, le campagne si rivolgono essenzialmente al grande pubblico. Va però sottolineata un'iniziativa rivolta ai proprietari in materia di decespugliamento.





#### Primi elementi di sintesi

Nella totalità delle regioni, le iniziative censite si rivolgono essenzialmente alla “cittadinanza in generale”, a “scolaresche e giovani” e infine alla categoria “amministratori/funzionari”.

Sembrerebbe tuttavia indispensabile distinguere in modo più dettagliato i gruppi target per poter personalizzare più efficacemente messaggi, strumenti e periodi di comunicazione. Emerge una concreta difficoltà nel caratterizzare opportunamente i gruppi target.

## 2-4 Supporti di comunicazione utilizzati

Tipi di supporto:	Numero di iniziative per regione					Totale
	Provenza-Alpi-Costa Azzurra	Liguria	Sardegna	Toscana	Corsica	
Materiale cartaceo: flyer, brochure, cartine, libretti informativi, locandine	16	16	Non comunicato	16	2	50
Siti internet, video, social media, applicazioni, CD	13	10		49	3	75
Esperienze sul campo (incontri, esercitazioni pratiche)	11	8				19
Cartellonistica	1				1	2
Risorse e kit pedagogici	3	10				13
Formazioni /conferenze	5	9			2	16
Esposizioni	1					1
Indagini / sondaggi	1					1
Stampa		1				1
<b>Totale</b>	<b>34</b> (possono essere utilizzati più supporti per una stessa iniziativa)	<b>27</b> (possono essere utilizzati più supporti per una stessa iniziativa)	<b>20</b>	<b>42</b> (possono essere utilizzati più supporti per una stessa iniziativa)	<b>8</b>	

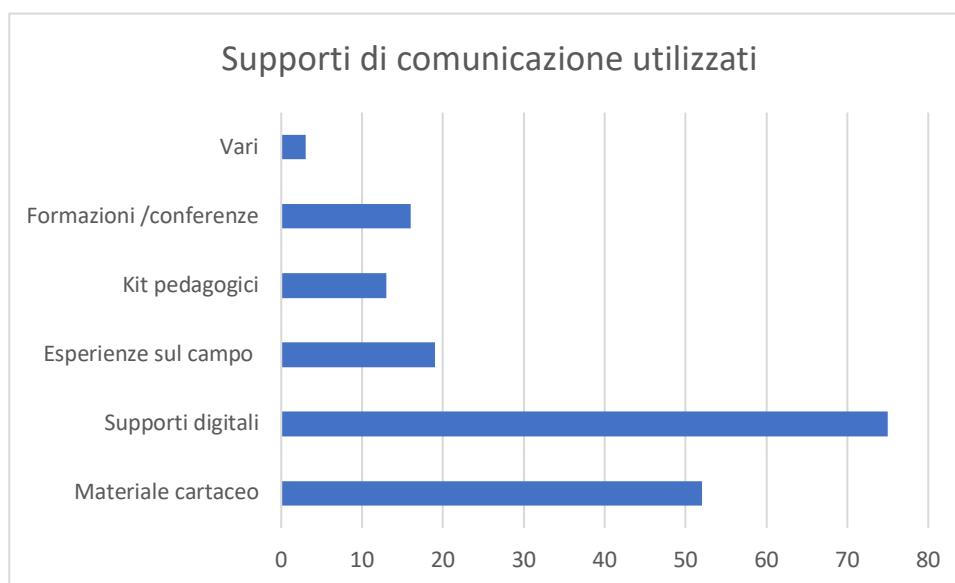
In **Provenza-Alpi-Costa Azzurra**, i supporti utilizzati per veicolare i messaggi sono molto vari, con un'evidente predominanza del materiale cartaceo, seguito da quello multimediale, e facendo spesso ricorso alle esperienze sul campo (contatti diretti con comunità, abitanti, turisti realizzati dalle pattuglie di sorveglianza o dalle Ecoguardie).

In fase di allerta/emergenza, vengono privilegiati i social media e gli scambi diretti.

Anche in **Liguria**, viene notevolmente utilizzato il materiale cartaceo, seguito dagli strumenti digitali. Si osserva una grande varietà di supporti destinati ai giovani e alle scuole.

In **Toscana**: vengono privilegiati siti web, strumenti digitali e materiale cartaceo.

Anche in **Corsica** i supporti sono piuttosto tradizionali (carta, audio o video) con la sola eccezione della carta del rischio con informazioni quotidiane realizzata tramite le nuove tecnologie.



### Primi elementi di sintesi

I supporti utilizzati nelle diverse iniziative sono di varia natura, con una netta predominanza del materiale cartaceo e dai supporti digitali.

La grande varietà ed eterogeneità dei supporti utilizzati rende tuttavia difficile valutare l'adeguamento tra target, messaggi e supporti. Uno studio più dettagliato di tale adeguamento, dovrà essere realizzato non tanto in modo complessivo quanto nell'ambito dell'esame più preciso dei bisogni durante la fase dei colloqui, punto per punto.

## 3. *Analisi delle iniziative per scala territoriale*

In questo paragrafo, per evitare ripetizioni, verrà messo l'accento sulle peculiarità e i punti salienti di ciascun caso (per ogni scala in esame e per ogni territorio del progetto) senza riprendere le informazioni di carattere generale fornite nella visione d'insieme e dettagliate nel paragrafo precedente (fasi del ciclo di gestione del rischio obiettivo delle iniziative; gruppi target interessati dalle iniziative; supporti di comunicazione utilizzati) poiché la maggior parte delle informazioni di carattere generale restano valide per i casi riportati a seguire.

## **Richiamo: Griglia di analisi utilizzata dai partner**

### *Chi comunica?*

- Committente
- Competenze dello stesso in materia di comunicazione antincendio: iniziative attuate nell'ambito delle missioni di competenza dell'organizzazione o iniziative a carattere volontario (realizzate su base volontaria, senza che rientrino obbligatoriamente tra le sue competenze) = TIPOLOGIE DI ATTORI
- Ambito delle iniziative (copertura, dimensione, declinazione delle iniziative a livello successivo)
- RETE e PARTENARIATI realizzati (trattare in questo punto l'AVVICENDAMENTO nelle iniziative: enti pubblici/privati associati che riprendono l'iniziativa, come se ne sono appropriati?)

### *Quali temi vengono trattati (cosa vuole comunicare il promotore)?*

- Tipologia di informazione: preventiva, di allerta/emergenza, entrambe?
- Trattare in questo punto tematiche (in dettaglio o in generale?)/obiettivi/attività e strumenti sviluppati

### *A chi si rivolge l'iniziativa?*

- Trattare i gruppi target: vedere la suddivisione proposta (popolazione in generale/poi per gruppi specifici)

### *Come (come comunica il promotore)?*

- Trattare in questo punto strategie e piani di comunicazione e implementazione dell'iniziativa
- Costi e mezzi impiegati
- Eventuali valutazioni delle iniziative

### *Punti di forza e debolezza*

#### *Conclusione*

- Far emergere in questo punto le specificità del vostro territorio
- Cosa emerge dai censimenti del vostro territorio sulla cultura del rischio incendi?
- Quali sono i punti di forza e di interesse che contribuiscono allo sviluppo della cultura del rischio?
- Quali sono i limiti emergenti dalle iniziative che frenano la diffusione di una cultura del rischio incendi e come valutarli?

*Si prega di notare che in alcune iniziative non sono stati riempiti tutti i criteri di cui sopra*

## **3-1 Iniziative a livello regionale**

In **Francia** esiste una struttura che opera a livello interprovinciale sulla comunicazione al grande pubblico in materia di incendi boschivi denominata "*Entente pour la forêt méditerranéenne*". Il suo raggio d'azione ricopre l'insieme del territorio mediterraneo francese e si serve della gran parte degli strumenti di comunicazione esistenti in materia di rischio incendi boschivi. Oltre alle azioni di comunicazione a carattere generale rivolte alla popolazione nel suo insieme, degna di nota è una campagna esclusivamente destinata ai fumatori.

La Regione **Provenza-Alpi-Costa Azzurra** ha competenza volontaria e non obbligatoria in materia di difesa dei boschi dagli incendi.

Un punto delicato nella Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra è quello dell'applicazione degli obblighi legali di decespugliamento da parte dei privati cittadini intorno alle loro abitazioni. Vi sono iniziative specificatamente rivolte agli amministratori locali responsabili dell'adempimento di tale obbligo. Questa azione è garantita dall'Associazione regionale dei comuni in aree forestali che si appoggia alle associazioni provinciali nell'implementarla su scala opportuna.

La collaborazione tra istituzioni e organizzazioni nella diffusione delle iniziative a livello locale è cruciale. La Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra si serve così dei Parchi naturali regionali per dispiegare la guardia regionale forestale a livello locale.

Anche i supporti di comunicazione dell'*Entente pour la forêt méditerranéenne* vengono ridiffusi da una varietà di attori locali.

Particolarmente efficaci risultano le esperienze sul campo (contatti diretti con i gruppi target sul territorio) per veicolare e far acquisire i messaggi chiave, coinvolgendo così maggiormente il pubblico.

In **Corsica**, dal 2018, le competenze in materia di incendio sono condivise tra lo Stato e la Collettività territoriale della Corsica. A tal fine, è stato istituito un organo di *governance* comune

(chiamato “*Groupe technique permanent*” – GTP DFCI) con compiti di coordinamento del lavoro di entrambe le istituzioni e che raggruppa tutti i servizi competenti che possono, quindi, essere all’origine delle strategie di comunicazione antincendio.

In **Italia**, occorre osservare che le competenze in materia di difesa dei boschi dagli incendi/AIB e di protezione civile afferiscono alle Regioni.

Nelle fasi di emergenza, sono i comuni a dover trasmettere le informazioni alle popolazioni.

La regione **Liguria** lavora con il Corpo Nazionale dei pompieri e la Fondazione Cima, un organismo di ricerca che fornisce ausilio nell’implementazione degli strumenti di comunicazione.

Uno dei punti di forza della Regione Liguria è la realizzazione del Servizio Previsione Incendi che fornisce alla popolazione e alle amministrazioni un bollettino quotidiano sui rischi.

Il materiale informativo destinato alla popolazione è stato ideato per essere di volta in volta adattato dai vari utilizzatori mantenendo però un’omogeneità visiva grazie a un personaggio protagonista chiamato “*Salvaboschi*”.

La **Sardegna** mette l’accento su due iniziative a livello regionale. La prima è stata avviata da un’associazione di volontariato che diffonde informazioni tramite i social media in particolare sui dati meteorologici. La seconda è della Regione: si tratta del progetto PRONTI, un vasto progetto di educazione che punta a diffondere la cultura della protezione civile (l’analisi di questo progetto risulta interessante tanto per il metodo di organizzazione quanto per i messaggi veicolati).

In **Toscana**, è la Regione che guida le iniziative di dimensione regionale. Nel farlo, si appoggia molto su una rete di volontari della difesa dei boschi dagli incendi/AIB e della protezione civile, nonché sulle collettività locali.

Alcune di queste iniziative si rivolgono a gruppi specifici (agricoltori, professionisti, eccetera).

Uno dei punti di forza del partner Toscana sta nell’efficacia delle sue azioni sul campo a contatto diretto con il pubblico. Al contrario, una delle principali difficoltà risiede nella capacità di garantire la durata di queste azioni e di reclutare nuovo personale per rinforzare la rete di volontariato.

### **3-2 Iniziative infraregionali**

In **Provenza-Alpi-Costa Azzurra**: storicamente in Francia la difesa dei boschi dagli incendi viene applicata su scala provinciale. Le campagne estive di prevenzione nazionale si fanno a livello provinciale, con numerose disparità tra una provincia e l’altra.

Gli attori che intervengono a questo livello (istituzioni e associazioni) sono numerosi.

Nonostante la comunicazione in fase di allerta/emergenza si faccia proprio a questo livello, a contatto ravvicinato con il pubblico, qui la comunicazione verte essenzialmente sulla fase di prevenzione.

Vi è in particolare un’attività di informazione relativa alla regolamentazione dell’accesso ai massicci e agli Obblighi Legali di Decespugliamento (OLD). L’impegno dedicato alla comunicazione concernente gli OLD, a questo livello, è degno di nota.

È interessante notare che le strutture di educazione all’ambiente toccano temi quali la memoria del rischio. Occorre sottolinearne il ruolo nella costruzione di una comunicazione basata sulla conoscenza (degli incendi e del territorio) e nella responsabilizzazione del cittadino con l’obiettivo di accompagnare gli abitanti a “convivere meglio con il rischio incendi”.

Vi è inoltre la tendenza (che non si è ancora tradotta in azioni concrete) a circoscrivere meglio i gruppi target (residenti rispetto a turisti; professionisti del settore turistico, del settore forestale e agricolo, associazioni, eccetera).

La grande diversità di attori e supporti impiegati, in alcuni casi ridiffusi da altre organizzazioni partner (grazie soprattutto alla comunicazione digitale), rende difficile risalire alle fonti e rischia di generare confusione, incomprendibilità, se non addirittura contraddizione tra i messaggi.

In **Liguria** a livello territoriale infraregionale, le iniziative vengono condotte dai comuni e dalle associazioni (di volontariato o della società civile).

Prevalgono le azioni rivolte alle scolaresche che riguardano tutti gli aspetti della difesa dei boschi dagli incendi/AIB, fino a delle vere e proprie esercitazioni pratiche sul campo come ad esempio i campi scuola di una settimana chiamati *“Anch’io sono la protezione civile”* destinati ai più giovani.

Le attività destinate alle scuole sono dettagliate, in particolare secondo il grado di istruzione (materna, elementare, superiore, eccetera), ed esistono anche formazioni destinate agli insegnanti.

Tra gli obiettivi di lungo termine vi è quello di stimolare il coinvolgimento a carattere volontario.

Anche i comuni sono attivi nella comunicazione: dalla creazione di un’applicazione mobile per la diffusione dell’informazione preventiva e di allerta/emergenza all’organizzazione di un’esercitazione pratica con 300 persone nell’ambito della presentazione di un piano di emergenza comunale.

La comunicazione verte sulla protezione civile e non sugli incendi.

La città di Genova ha portato avanti un lavoro sull’identità visiva della protezione civile.

In **Sardegna**, le azioni vengono svolte essenzialmente dalle associazioni di volontariato, da un ente di educazione ambientale e da un consorzio di proprietari. Quest’ultimo ha organizzato un’azione rivolta ai proprietari di case situate nell’interfaccia urbano-foresta per richiamarne la responsabilità individuale e collettiva.

La regione Sardegna fornisce anche delle informazioni sui costi di tali azioni.

In **Toscana**, la comunicazione a livello infraregionale è garantita essenzialmente dai comuni, sia in fase preventiva sia in fase di allerta/emergenza (competenza dei comuni).

In fase di allerta/emergenza le informazioni vengono diffuse esclusivamente tramite supporti digitali (siti web, applicazioni e social media).

Scarseggiano le iniziative rivolte a gruppi target *“specializzati”*, come agricoltori e altri.

### ***3-3 Iniziative sovraregionali declinate a livello regionale e infraregionale***

In **Provenza-Alpi-Costa Azzurra**: ogni anno, i ministeri francesi dell’Ecologia, dell’Agricoltura e dell’Interno lanciano congiuntamente una campagna sugli incendi boschivi (video, kit di comunicazione, modelli di cartelle stampa, kit di social media, eccetera) disponibili in libero accesso.

Il modulo di formazione IMPACT *“Immediat Management Planification ACTION”* è un progetto di sensibilizzazione alla coscienza del rischio e alla gestione della crisi, avviato su scala nazionale e sviluppato dai Servizi antincendio della Provincia delle Alpi Marittime.

In fase di allerta vi è un solo dispositivo, vale a dire l’applicazione mobile *“Prevenzione incendi”* dell’Entente.

In **Sardegna**, esistono due campagne di prevenzione dei rischi diffuse a livello regionale da associazioni ambientaliste e di volontariato e destinate al pubblico più giovane. Anche il campo scuola *“Io sono la protezione civile”* rientra in questo contesto.

In **Toscana**, la brochure “*Protezione civile in famiglia*” realizzata a livello nazionale è stata diffusa a livello locale. Analogamente, la campagna nazionale “*Io non rischio*”, per la diffusione delle buone prassi è stata ideata per essere adattata a livello territoriale.

### 3-4 Punti di forza e debolezza rilevati dai partner

La tabella presentata di seguito riprende i punti di forza e debolezza rilevati da ogni partner del progetto.

	<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
<b>Provenza-Alpi-Costa Azzurra</b>	Efficacia delle iniziative di comunicazione a contatto diretto con i target (esperienze sul campo)	Mancanza di una strategia regionale complessiva adattabile
		Mancanza di un’identità viva comune
		Necessità di rendere più visibile la comunicazione con la cittadinanza in generale
		Mancanza di mezzi
		Mancanza di informazioni sulla percezione del rischio nella popolazione
	Numero elevato di iniziative a livello infraregionale frutto di collaborazione tra i partner	Molteplicità e varietà dei messaggi suscettibili di creare confusione se non addirittura contraddittorietà tra gli stessi
	Scolaresche ben informate	Scarsa conoscenza di fondo sulla foresta nella popolazione adulta
		Necessità di una strategia di comunicazione condivisa, coerente e comprensibile
		Mancanza di valutazione delle iniziative
<b>Liguria</b>	Riduzione degli incendi (per numero e superficie coinvolta)	Mancanza di feed-back
	Efficacia del bollettino quotidiano d’informazione emesso dallo SPIRL (ai vigili del fuoco e ai servizi competenti)	
	Adattabilità dei vettori (supporti) di informazione da parte degli attori	
	Efficacia delle campagne: diminuzione dei roghi illegali, sensibilizzazione alle buone pratiche e ai gesti di autoprotezione e maggiore resilienza del territorio	
	Coinvolgimento dei giovani nel volontariato	Minore coinvolgimento della popolazione in generale nel volontariato, settore primordiale nella difesa dei boschi dagli incendi/AIB in Italia
	Azioni efficaci verso i giovani, motivazione	Problemi di calendario per le attività rivolte alle scuole. Difficoltà a reiterare le azioni nel tempo
		Scarsa valutazione delle iniziative, nonostante il riscontro risulti essenziale nel miglioramento delle azioni di comunicazione
<b>Sardegna</b>	Comunicazione in tempo reale delle condizioni meteo	



	Collaborazione efficace tra le varie istituzioni. Inserimento delle azioni nei piani e programmi della Regione Sardegna	Mancanza di mezzi finanziari e umani, nonché di tempo
	Interesse e coinvolgimento dei giovani e delle scolaresche	Mancanza di consapevolezza "culturale" del rischio. Non accettazione di certi lavori di difesa dei boschi dagli incendi/AIB
	Adattamento dei vettori di comunicazione alle generazioni più giovani. Efficacia del gioco per i più piccoli.	Problema di pianificazione delle attività con le scuole e di lavoro con i docenti
<b>Toscana</b>	Efficacia del programma " <i>Imparare facendo</i> " piuttosto che " <i>Imparare ascoltando</i> " (esperienze sul campo)	Mancanza di mezzi finanziari e umani per reiterare le azioni nel tempo
		Necessità di un maggiore reclutamento di volontari
	Coinvolgimento dei comuni	
	Efficacia degli strumenti di informazione di massa nella fase di emergenza	Limite degli strumenti di informazione di massa: messaggi confusi a causa della molteplicità delle fonti. Rischio di messaggi sbagliati. Moltiplicazione delle piattaforme di informazione
		Difficoltà nell'aggiornamento dei supporti. Necessità di supporti omogenei e moderni.
<b>Corsica</b>	Efficacia delle campagne (riduzione del numero di incendi e delle superfici coinvolte)	Mancanza di individuazione dei gruppi target
		Rapida obsolescenza dei supporti cartacei

**Punti di forza** rilevati dalle indagini riassumibili come segue:

- ruolo positivo della prevenzione nella diminuzione del numero di incendi e delle superfici coinvolte (grazie a una maggior sensibilizzazione del pubblico nonché alle altre azioni di difesa dei boschi dagli incendi/AIB: sorveglianza, lotta attiva, infrastrutture, eccetera),
- collaborazione efficace tra gli attori della comunicazione sulla difesa dei boschi dagli incendi/AIB e tra i vari livelli territoriali (con ancora margini di sviluppo e miglioramento),
- efficacia dimostrata di numerose azioni destinate a scolaresche e giovani,
- efficacia delle esercitazioni pratiche, sul campo, a contatto diretto con i gruppi target,
- importanza della comunicazione in tempo reale (condizioni meteo, livelli di rischio, eccetera) e della comunicazione di massa nei periodi ad alto rischio.

**Punti di debolezza:**

- mancanza di una strategia globale di comunicazione condivisa, comprensibile e adattabile (identità visiva compresa),
- mancanza di monitoraggio e valutazione delle iniziative, nonché di conoscenza della percezione del rischio da parte della popolazione,
- mancanza di mezzi finanziari e umani, e difficoltà nel reclutamento di volontari in Italia con conseguente difficoltà a reiterare le azioni nel tempo,

- mancanza di conoscenza della foresta in generale e scarsa cultura del rischio da parte delle popolazioni nonché necessità di formazione del personale addetto alla comunicazione,
- molteplicità e varietà di messaggi e fonti, gruppi target non sufficientemente circoscritti, comunicazione generalista con conseguente confusione e incomprendibilità dei messaggi

## 4. Sintesi generale – Punti da migliorare – Proposte metodologiche

Le indagini realizzate dai partner del progetto non sono esaustive ma consentono di tracciare determinate tendenze sulle pratiche di comunicazione in materia di rischio incendi boschivi.

La sintesi consente di individuare i punti di forza e debolezza e di proporre delle possibilità di miglioramento.

Tali proposte sono, a questo stadio, di carattere metodologico.

### 4-1 Contesto, definizioni e concetti

I partner del progetto concordano sull'aumento del rischio di incendi boschivi e sull'importanza di una corretta comunicazione su tale rischio. Tuttavia, non tutti menzionano con la stessa rilevanza il pericolo ancora maggiore legato a quegli incendi destinati a sfuggire sempre più di frequente ai servizi di lotta attiva (grandi "incendi killer" o "mega fire").

Inoltre, il concetto di "cultura del rischio" non sembra essere percepito allo stesso modo da tutti i partecipanti al progetto. Questo concetto non sembra essere compreso in tutte le sue sfaccettature dai vari attori protagonisti della comunicazione sul rischio incendi boschivi.

Analogamente, questa cultura rimane di gran lunga estranea al grande pubblico. Si osserva, anzi, una certa "resistenza culturale alla valutazione del pericolo" e una reticenza riguardo ai lavori da realizzare nell'ambito della difesa dei boschi dagli incendi/AIB da parte dei residenti.

Al contrario, i partner del progetto e gli attori della comunicazione concordano tutti sull'efficacia delle campagne di prevenzione contro gli incendi, cosa che si traduce in una diminuzione del numero di focolai e di superfici coinvolte (quanto si può, però, attribuire alla comunicazione e quanto all'efficacia della lotta attiva?).

### Punti da migliorare e da sviluppare

Risulta indispensabile: chiarire a tutti gli attori della comunicazione in che cosa consiste la cultura del rischio con tutte le sue componenti; sensibilizzare al concetto di "mega fire" o, per evitare confronti con gli incendi in Australia o California, di "grandi incendi killer"; comunicare meglio su questo nuovo pericolo al fine di responsabilizzare i gruppi target.

Si pone una questione: la cultura del rischio incendi boschivi può essere scissa da una più ampia cultura della foresta di cui, come emerge dalla presente sintesi, si è rivelata la complessiva debolezza?

#### Proposta

Viene pertanto proposto di trovare un accordo sul concetto di cultura del rischio. In effetti, quella di "cultura del rischio" è un'espressione che può prestarsi a discussione: dalla semplice conoscenza acquisita della pericolosità di un fenomeno (in questo caso l'incendio boschivo) a una fase di preparazione al rischio, fino a una vera e propria appropriazione culturale e identitaria.

*(In allegato una nota sulla "cultura del rischio" presentata ai partner del progetto, per condivisione e discussione)*



## 4-2 Fasi del ciclo di gestione del rischio

Sono state scelte due fasi: la fase della prevenzione e quella dell'allerta/emergenza. La maggior parte delle iniziative censite nelle indagini riguarda la fase di prevenzione (ad eccezione della Sardegna dove si può constatare una distribuzione equilibrata delle iniziative nella fase di prevenzione e in quella di allerta/emergenza).

La comunicazione nella fase di allerta/emergenza è più difficile da realizzare, è una comunicazione di crisi che deve appoggiarsi su attori istituzionali e su dati provenienti da fonti attendibili.

### Punti da migliorare e da sviluppare

Le due fasi scelte sono essenziali ma risultano insufficienti se si vuole avere una visione complessiva della situazione e se si vuole agire su tutte le leve della promozione della cultura del rischio e del suo sviluppo. Per sviluppare una strategia politica globale in materia di rischio incendi boschivi è indispensabile avere una visione completa del ciclo di gestione della crisi.

### Proposta

Viene pertanto proposto di proseguire questo studio completandolo con altre due fasi per avere una visione complessiva del ciclo di gestione del rischio incendi boschivi (*si osservi la tabella incrociata in allegato*), anche se, nel prosieguo, non verranno sviluppati tutti gli scenari possibili (poiché dipenderà dalle competenze e priorità di ciascun partner del progetto).

Convenzionalmente, il ciclo di gestione dei rischi comprende quattro fasi:

- la fase di prevenzione (evitare e attenuare) nei periodi non a rischio;
- la fase di allerta (evitare e preparare l'intervento per eventi che sfuggono alla prevenzione) nei periodi ad alto rischio;
- la fase di intervento (agire in emergenza) al momento dell'incendio;
- la fase di ricostruzione (ripristinare, ricostituire) successivamente all'incendio.

## 4-3 Ambito territoriale delle iniziative

La maggior parte delle iniziative censite avvengono a livello locale (prevalentemente infraregionale) ed è a questo livello che avviene la comunicazione "di emergenza".

Se è vero che vi sono differenze sulle priorità di comunicazione (gruppi target, fasi, messaggi, vettori) tra le varie iniziative di comunicazione a livello sovregionale, regionale e infraregionale, l'insieme degli attori della comunicazione sviluppa delle azioni destinate ai vari target. Queste iniziative realizzate da attori diversi e rivolte a target misti possono risultare non sempre comprensibili, e veicolare addirittura messaggi discordanti.

Nonostante la collaborazione tra i diversi attori della comunicazione e l'avvicendamento dei vari livelli (sovregionale, regionale e infraregionale) nella sua attuazione, permane l'assenza di un livello che consenta di definire una strategia complessiva da declinarsi successivamente (ivi compresa un'omogeneità grafica e visiva [si osservi tuttavia che in numerose iniziative emergono elementi di ricerca di tale omogeneità grafica]).

### Punti da migliorare e da sviluppare

Emerge la necessità di definire in modo preventivo una strategia complessiva che venga costruita collettivamente dall'insieme degli attori interessati, per poi prendere in considerazione, in un

secondo tempo, i suoi possibili snodi (rinforzando quelli già esistenti e inventandone di nuovi) e le modalità di declinazione di tale strategia a livello locale. Ciò solleva le seguenti questioni:

- Chi sarà il protagonista, o i protagonisti, di questa strategia?
- Come garantire la coerenza dei messaggi e un'identità visiva comune ma che resti adattabile da parte dei vari attori della comunicazione?

### Proposta

Lo studio della scala territoriale delle iniziative di comunicazione e della rete di snodi costituita dai diversi attori della comunicazione sarà approfondita dopo aver definito le priorità dei partner (fase di colloqui con i partner).

Ciò è strettamente legato alle modalità di realizzazione di una strategia complessiva e pertanto alle competenze di ciascun ente e/o attore della comunicazione sui rischi.

## 4-4 Gruppi target

La comunicazione sui rischi è rivolta generalmente al “pubblico generalista”, alla cittadinanza in generale, senza grosse distinzioni tra le varie categorie.

Vi è però un'eccezione considerevole, ed è il target ben preciso delle scolaresche e dei giovani, per i quali le associazioni di educazione ambientale o di volontariato (se non addirittura le stesse istituzioni) realizzano numerose azioni mirate e presentano specifici programmi di educazione comprendenti, inoltre, nozioni generali sulla foresta e la “convivenza con gli incendi”, contribuendo in questo modo a un'appropriazione del tema da parte dei più giovani. Vi sono in tal senso numerosi esempi nelle regioni italiane che propongono campagne destinate ai più giovani a tutti i livelli (nazionale e regionale) con diverse operazioni sul campo.

Il secondo gruppo target ben individuato è quello degli amministratori locali, delle loro associazioni rappresentative (ANCI) e degli agenti delle collettività, essenzialmente su temi sensibili quali gli OLD nel caso della Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra.

### Punti da migliorare e da sviluppare

Una distinzione ancora più sottile tra le categorie di gruppi target consentirà di adeguare messaggi, vettori e target.

Ai gruppi target già esistenti potrebbero aggiungersi per esempio la stampa, i professionisti (del mondo agricolo, forestale o del turismo). Un'altra distinzione potrebbe essere fatta tra il pubblico locale e residente e quello di passaggio.

Per quanto riguarda le scolaresche, oggetto di numerose iniziative, le azioni devono solo essere consolidate e mantenute nel tempo.

### Proposta

Nella *tabella incrociata* presentata ai partner del progetto vengono proposte nuove categorie di gruppi target.

Declinare e distinguere con più precisione le diverse categorie di gruppi target consentirà di adattare in modo più adeguato le azioni di comunicazione a ciascun destinatario.

## 4-5 Supporti di comunicazione (vettori)

I supporti utilizzati sono diversi e numerosi, ma restano per la maggior parte molto convenzionali: essenzialmente cartacei (locandine, brochure, flyer, eccetera) o digitali (siti web, video, qualche applicazione mobile, eccetera).

Dato il numero considerevole di iniziative destinate alle scolaresche e ai giovani, tra gli strumenti più sviluppati vi sono quelli pedagogici.

È stata ripetutamente sottolineata l'efficacia delle esperienze sul campo, vale a dire delle azioni a contatto ravvicinato con le persone (esercitazioni pratiche, incontri con gli attori e gli esperti del settore, giochi per bambini, eccetera).

Ed è stata evidenziata la necessità di progetti pilota con supporti standard, omogenei, moderni e innovativi, adattabili ai diversi contesti e tipi di messaggi. Questi progetti devono essere accompagnati da una metodologia di applicazione.

### Punti da migliorare e da sviluppare

Tutti questi vettori dovrebbero essere adattati ai gruppi target in modo più efficace (si osservi la *tabella incrociata*).

Vanno incoraggiate e sostenute le esperienze sul campo ma ciò solleva la questione dei mezzi finanziari e umani per poter moltiplicare tali attività e farle perdurare nel tempo, elemento indispensabile per infondere e radicare una vera cultura del rischio.

Molti di questi strumenti dovrebbero essere modernizzati e resi adattabili e riproducibili.

### Proposta

I vettori potranno essere studiati con più precisione in una fase successiva del progetto [colloqui con i partner del progetto]. La *tabella incrociata* consentirà di valutarli tenendo in considerazione i gruppi target e i messaggi da trasmettere.

## 4-6 Altri punti

Dalle sintesi risultano altri quattro punti da migliorare:

### Monitoraggio e valutazione delle iniziative

Vi è una mancanza di valutazione delle diverse azioni di comunicazione attuate. Occorre prevedere mezzi di monitoraggio e valutazione delle azioni, ma le difficoltà sono evidenti: molteplicità di target, messaggi, contesti, evoluzione del rischio e percezioni diverse tra i vari gruppi, nonché costo di tale valutazione.

Queste valutazioni consentirebbero di avere un riscontro (feed-back) e di migliorare l'efficacia delle campagne di comunicazione.

### Proposte

Questo aspetto verrà trattato, parzialmente, nella fase di "ricostruzione" del ciclo di gestione del rischio (si veda la *tabella incrociata*).

### Ruolo cruciale del volontariato in Italia

In Italia le iniziative si basano considerevolmente sul volontariato, punto di forza ma al contempo di debolezza. Occorre mantenerlo (con mezzi finanziari ma non solo) incoraggiandone vocazioni e adesioni.

### Proposte

Questo aspetto potrà essere approfondito con i nostri partner italiani.

## Risorse finanziarie

Nonostante gli evidenti limiti di budget dei vari attori, risulta necessario trovare le risorse finanziarie per garantire il mantenimento e la ripetizione delle iniziative.

## Messaggi

Nelle sintesi non vengono menzionati i contenuti dei messaggi.

### Proposta

Trovare attori e partner che possano partecipare all'elaborazione dei messaggi. L'affidabilità e la legittimità delle fonti di dati risultano primordiali.

## 5. Metodo di lavoro per il seguito dello stato dell'arte

Questa sintesi vuole contribuire alla realizzazione di uno stato dell'arte che consenta ai partner di Med-PSS di definire meglio la cultura del rischio incendio e di individuare, per ogni territorio, i gruppi target da informare in modo prioritario e i messaggi e i vettori da sviluppare.

A questo scopo, viene proposto un lavoro in tre step:

### **Condividere le definizioni e parlare una lingua comune: il concetto di cultura del rischio**

Verrà condiviso con i partner del progetto un documento che presenta i diversi elementi che contribuiscono allo sviluppo di una cultura del rischio incendi boschivi.

### **Circoscrivere le priorità dei territori in materia di comunicazione**

Per condividere e costruire una visione di insieme degli elementi che partecipano alla gestione del rischio (fasi, gruppi target, vettori, messaggi) viene proposta in allegato una *tabella incrociata*.

Questa tabella consentirà ai partner del progetto di costruire insieme tale visione complessiva, dopodiché, in un secondo momento ciascuno potrà esprimere le proprie priorità dopo avere considerato la "totalità del sistema". A titolo esemplificativo: quali gruppi target privilegiare? Quali sono i loro settori di competenza? Chi sarà promotore del progetto? Il tutto a fini operativi.

La seconda parte dello Stato dell'arte consentirà di proporre ai partner di lavorare su due gruppi target per ciascun territorio del progetto in funzione delle loro priorità e competenze.

### **Estendere l'indagine per approfondire ulteriormente lo stato dell'arte**

- Con un colloquio strutturato con i partner del progetto [linee guida del colloquio in preparazione]. Questo colloquio consentirà di analizzare con più precisione le iniziative attuate per i due gruppi target scelti, nonché di comprendere meglio le competenze e il ruolo di ciascuna istituzione nella comunicazione sul rischio.

- E con un'indagine complementare realizzata con attori esterni al progetto: il Consiglio provinciale e un SDIS (Servizio provinciale antincendio e di soccorso) in Francia, una provincia in Italia, un comune francese e uno italiano, e un esempio preso da un altro paese mediterraneo.