

SOLUZIONI TECNICHE E CONTRIBUTO DEL CITTADINO | il ruolo della comunicazione

Marco Ottolenghi | ART-ER



LA QUALITÀ DELL'ARIA IN ITALIA: RISCHI, SFIDE E SOLUZIONI Rimini 5 novembre 2024





Comunicare la qualità dell'aria - la nostra esperienza



ART-ER

- è partner responsabile della comunicazione nel progetto LIFE Prepair
- A supporto percorso per la redazione del recente Piano ARIA di Regione Emilia-Romagna "PAIR2030" ha prodotto un'indagine sui cittadini
- opera a supporto settore Sanità Regione Emilia-Romagna nel progetto "PNC ATLANTE ARIA OUTDOOR E SALUTE per mappare esigenze di comunicazione su aspetti correlazione tra qualità aria e aspetti sanitari





Indagini sulla percezione della qualità dell'aria



3 Indagini realizzate:

- 2 edizioni di Valutal'aria:
 - o 2019 e 2023
 - Area intero Bacino padano oltre 7000 cittadini intervistati
- **Indagine PAIR2030** (2022)
 - regione Emilia Romagna
 - 4200 intervistati

3 aspetti indagati:

- Percezione del tema,
- Consapevolezza del problema,
- Disponibilità al cambiamento.

Pur presentando alcune differenze le indagini sono coerenti in alcuni tratti salienti





PERCEZIONE - Indagine Valuta l'Aria 2023

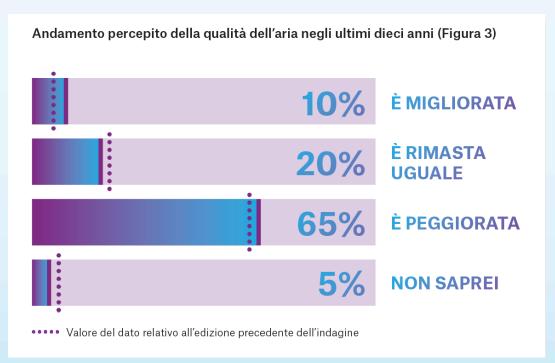


Cosa pensano i cittadini.....La qualità dell'aria è peggiorata.

65% la qualità dell'aria è peggiorata negli ultimi 10 anni.



In aumento rispetto all'edizione precedente





CONSAPEVOLEZZA - Indagine PAIR 2030

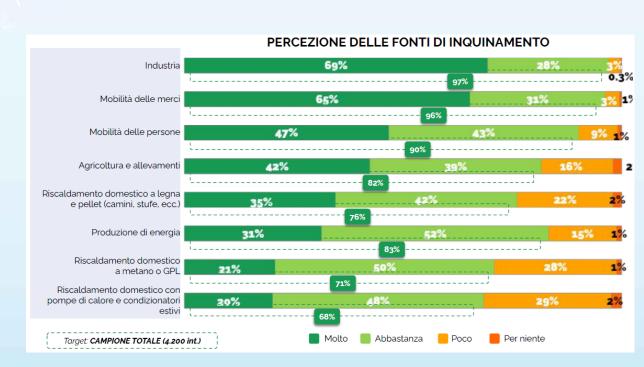


L'inquinamento è soprattutto colpa dell'industria.

L'impatto dell'industria è sovrastimato.

L'impatto di agricoltura/allevamento e biomasse è sottostimato.

Tutti sanno che il traffico inquina.







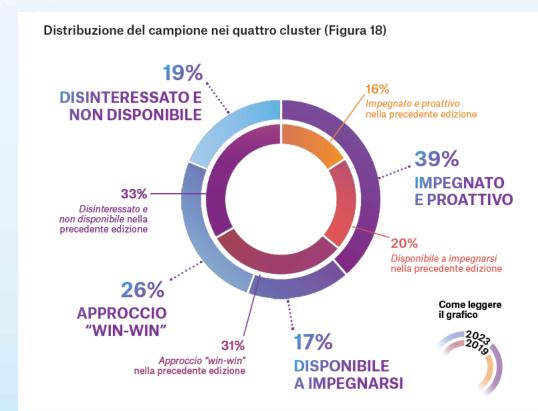
DISPONIBILITA' al CAMBIAMENTO - indagine 2023 vs 2019



Analisi cluster

Nel 2019 il gruppo più numeroso era quello dei **Disinteressati (33%)**

Nel 2023 al contrario il gruppo più rappresentato è quello degli **Impegnati e Proattivi** (39%).









Informare:

- La qualità dell'aria è un tema complesso
- Esiste un gap tra realtà e percezione della qualità dell'aria nel bacino padano
 (apptipue paggioremente apprendimentationalità dell'aria nel bacino padano
 - (continuo peggioramento, sovrastima impatti industria, sottostima impatti biomasse-agricoltura);
- La comunicazione istituzionale e dei media deve essere orientata a riempire questo gap.





La campagna "C'è aria per te!" prevista per il 2020 - è stata prima posticipata e poi ripensata integralmente per adeguarla alle limitazioni agli eventi in presenza ancora vigenti nel 2021-2022.

Una pluralità di mezzi

- bilanciamento tra attività online e in presenza
- Strutturare le informazioni:
 - Social per attirare e veicolare messaggi
 - Sito web per approfondire
 - Video non solo per i social abbiamo prodotto un mediometraggio
 - Spettacolo teatrale per utilizzare forme diverse di linguaggio
 - Non sottovalutare i media tradizionali!
- Presidio spazi pubblici e luoghi fisici (bandiere, manifesti, adesione di cittadini)
- Coinvolgere diretto dei cittadini:
 - Concorsi a premipremialità con occasioni di protagonismo
 - invitare i cittadini a metterci la faccia









Promuovere il cambiamento - una questione di target

- Una comunicazione di massa deve essere orientata ai settori su cui i cittadini possono incidere:
 - Trasporti consolidato,
 - biomassa divisivo,
 - riscaldamento domestico questo sconosciuto.
- Data la pluralità delle fonti emissive, la possibilità dei cittadini di incidere sulla qualità dell'aria dell'area vasta della pianura con le proprie scelte è limitata
- Costruire parallelamente una comunicazione mirata verso le imprese per concatenare responsabilità (emissioni) e misure (limiti e incentivi):
 - Trasporti (mobility management e logistica),
 - Agricoltura e Allevamento (spandimento e stoccaggio liquami e composti azotati),
 - Industria (efficienza energetica e produzione).







C'è aria per te! | spettacolo teatrale



Il premio per le classi vincitrici di Air up In streaming e adattato in presenza

4 Repliche in streaming

2 Repliche in presenza

48 Classi

50 insegnanti

>1000Bambini









Target scuola

La scuola è spesso identificata come un luogo chiave per veicolare messaggi che arrivino alle famiglie attraverso gli alunni

MA

- alla scuola è continuamente richiesto di veicolare messaggi
- spesso gli insegnanti non sono competenti sul tema QA
- c'è una grande offerta di laboratori (anche gratuiti) e risorse limitate (tempo, insegnanti ed eventualmente fondi)

QUINDI

- definire bene il target. Il tema è complesso, mancano soluzioni facili da attuare: iniziare dalle medie in su.
- costruire formule accattivanti per ingaggiare i più piccoli: concorsi, spettacoli, laboratori-gioco;
- fornire approfondimenti per i più grandi con la partecipazione di esperti;
- programmare le attività per tempo







Conferenze tematiche



- I consumi di biomassa domestica nel bacino padano
 Regione e ARPA Veneto | 7 Ottobre 2021
- Agricoltura e qualità dell'aria nel bacino padano Regione Emilia-Romagna | 5 maggio 2022
- Efficienza energetica ed enti pubblici
 Provincia Autonoma di Trento | 9 giugno 2022
- Italian Ecosystem meeting Dialogo sull'efficienza energetica
 Provincia Autonoma di Trento | 13 febbraio 2023
- L'impatto del riscaldamento domestico sulla qualità dell'aria
 Regione Lombardia | 1 giugno 2023
- Qualità dell'aria ed efficienza energetica nell'industria
 Regione Emilia-Romagna e Provincia Autonoma di Trento | Key Energy 1 marzo
 2024





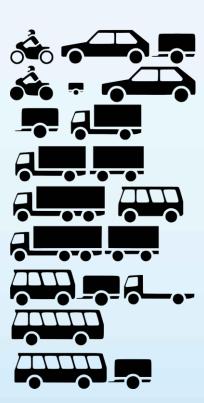
Trasporti.....due target con soluzioni diverse

<u>Cittadini:</u>

- **Tema consolidato:** tutti sanno che andare in macchina inquina
- Prossima trasformazione: l'elettrificazione dei trasporti ha le potenzialità per scollegare il rapporto tra mobilità privata e inquinamento atmosferico. Non conosciamo ancora l'aspetto definitivo della mobilità elettrica.
- Trasporto pubblico:
 - è una opzione per tutti?
 - come viene percepito dalle persone?
- elementi di attenzione: rapporto tra opzioni di mobilità e povertà (veicoli vecchi, accesso al TPL)

<u>Commercio/industria:</u>

- Quale Impatto hanno le limitazioni emergenziali al traffico alla distribuzione delle merci e al lavoro degli artigiani ? - Comunicare Incentivi alla sostituzione dei furgoni e relative agevolazioni
- Puntare Mobility management del personale









Riscaldamento domestico

L'impatto del riscaldamento domestico sulla qualità dell'aria sfugge ai più Dove vogliamo andare? (Elettrificazione del riscaldamento domestico?)

Biomasse

- Tema divisivo:
 - tradizionale (si è sempre fatto così!),
 - naturale (si sa che non inquina!),
 - economico (ci vogliono costringere a pagare di più!)
- Win/lose: potenzialmente carbon neutral / emissioni inquinanti
- Informare su:
 - Gap percettivo: emissioni di PM10 nettamente sottovalutate
 - Corretto utilizzo e corretta manutenzione degli impianti -> ruolo dello spazzacamino!
 - Incentivi per la sostituzione degli impianti obsoleti.







Agricoltura e Allevamento

Il target principale della comunicazione sono le aziende agricole

- Problema specifico: gestione di composti azotati (stoccaggio liquami e spandimento fertilizzanti)
- creare consapevolezza tra gli addetti ai lavori: l'agricoltura inquina l'aria
- Strumenti normativi: direttiva nitrati
- Creare le condizioni per agire:
 - diffondere le buone pratiche (ruolo dei consorzi agrari e dei consulenti)
 - incentivi





Comunicare la qualità dell'aria | Spunti finali



Formazione sulla qualità dell'aria verso soggetti intermedi:

- Giornalisti (assieme all'ordine dei giornalisti)
- Medici e pediatri (in collegamento al tema salute)
- Insegnanti di materie scientifiche

Campagna di comunicazione di area vasta (bacino padano):

- differenziata per target:
 - cittadini
 - PMI
 - studenti di scuole medie e superiori
- differenziata per temi:
- differenziata per obiettivi
 - chiudere il gap percettivo
 - promuovere il cambiamento

Importanza di progettualità su Connessione tra Qualità dell'aria e salute







Grazie dell'attenzione!

Marco Ottolenghi

ART-ER Responsabile Unità Ambiente

www.lifeprepair.eu – info@lifeprepair.eu





































