

Rendiconto nivometrico 2022-2023 in Piemonte e Valle d'Aosta. Le evoluzioni previsionali e i dati raccolti in 40 anni di AINEVA

Il Documento Strategico di Comunicazione del rischio

SilviaMaria Venutti/ Regione Piemonte

Jean Pierre Fosson/ Fondazione Montagna Sicura



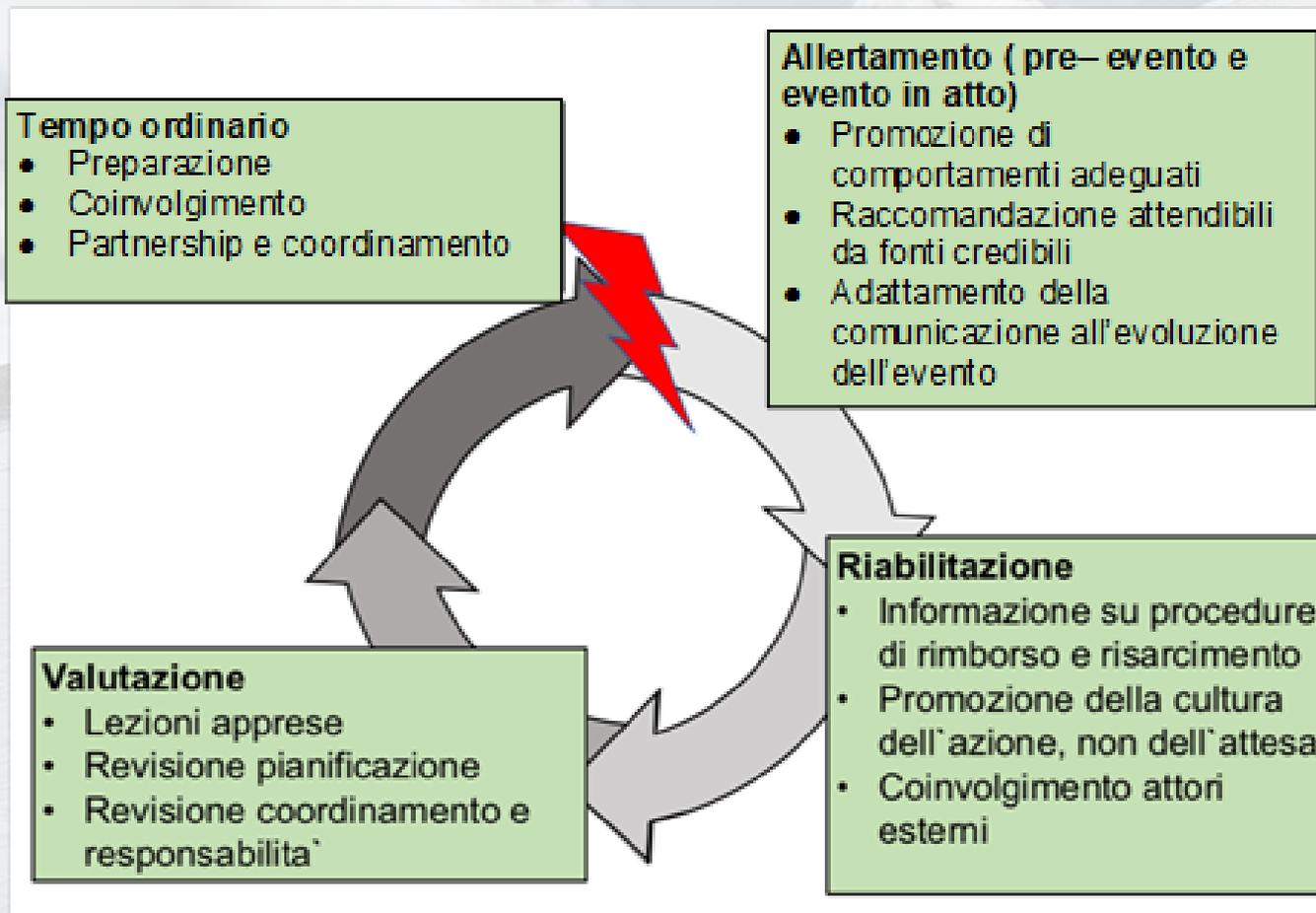
Torino, 17 novembre 2023

OBIETTIVI

Proporre soluzioni e strumenti condivisi per aumentare la resilienza della popolazione e migliorare la risposta nelle situazioni i crisi

Progettare strumenti realmente efficaci di comunicazione

Supportare gli enti locali nella gestione del ciclo di comunicazione

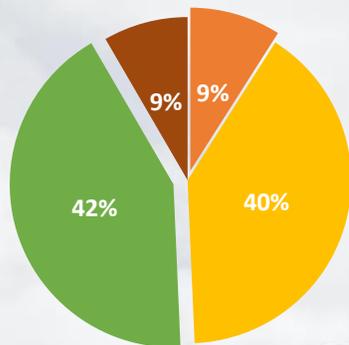


- 1.Motivare la popolazione alla preparazione identificando i motivi più validi per i vari target e affrontare i conflitti legati alla riduzione e gestione del rischio
- 2.Sviluppare metodologie di comunicazione innovative e multicanale
- 3.Comunicazione chiara circa la vulnerabilità sociale post-evento e la distribuzione dei risarcimenti
- 4.Valutazione dell'efficacia della comunicazione per perfezionarla

ANALISI DEL CONTESTO

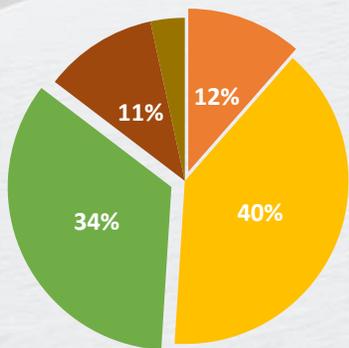
1. Principali rischi sul territorio es. alluvioni, frane, valanghe, ecc
2. Scenari di rischio correlati ai cambiamenti climatici
3. Analisi delle norme che regolano la comunicazione delle allerte
4. Analisi dei principali strumenti attualmente in uso es. sms, sirene, ecc
5. Esiti della ricerca in Piemonte e Valle d'Aosta: focus group con popolazione, sindaci, operatori delle emergenze, operatori di alta montagna, giornalisti

Quanto si sente informato sul rischio di frana, alluvione o altra tipologia di evento emergenziale nel suo territorio?

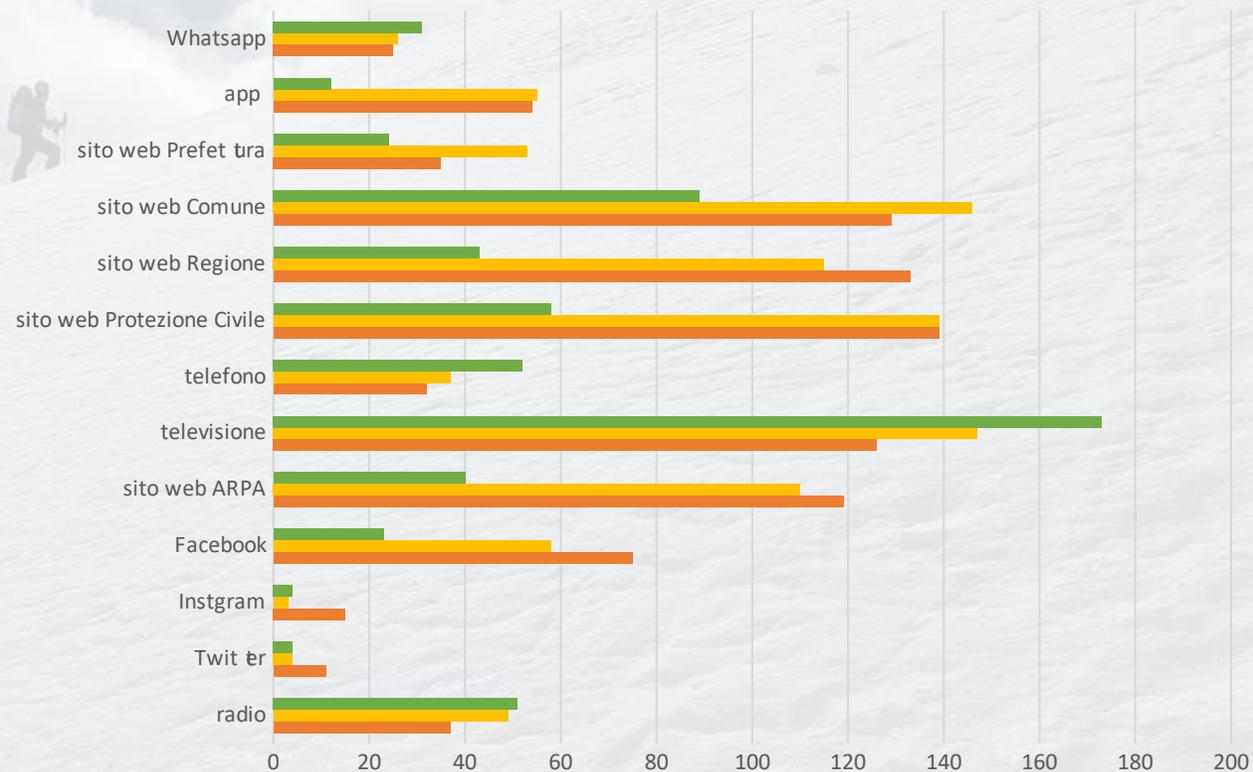


- per niente informato
- poco informato
- abbastanza informato
- molto informato

Quanto ritiene probabile che una frana o un'alluvione o un altro tipo di emergenza possano interessare il territorio dove risiede?



- per niente probabile
- poco probabile
- abbastanza probabile
- molto probabile
- Non so



>65 anni; 45-65 anni 18-44 anni

CRITICITA'

Difficoltà da parte degli enti locali nella gestione della comunicazione dei rischi dovuta anche a mancanza di risorse umane professionali
Di conseguenza i cittadini lamentano scarsa informazione mancato aggiornamento
Generale sottovalutazione dei rischi e scarsa conoscenza del territorio

NECESSITA'

Esigenza di conoscere meglio il proprio territorio con linguaggio semplice e avere dei riferimenti cui rivolgersi durante le emergenze
Migliorare la cultura civica della popolazione, compreso il tema dell'incertezza, e dell'importanza dell'autoprotezione
Necessità di avere un unico portale/piattaforma informativa dove trovare tutte le informazioni in caso di evento calamitoso

SUGGERIMENTI

Dare informazioni attendibili

Creare fiducia nelle fonti

Utilizzare molteplici canali di comunicazione differenziati per target

Valorizzare i saperi del territorio

Aumentare la consapevolezza tramite vari strumenti informativi (video, depliant, display, web, social) che contengano informazioni sui piani comunali di protezione civile, storytelling sulle emergenze, organizzazione di incontri ed esercitazioni

Coinvolgere la popolazione alla co-progettazione dei piani

Per le 4 fasi della comunicazione (pre-evento, allertamento, evento in atto, post-evento) sono stati individuati: obiettivi, criteri generali, strumenti, messaggi, canali, fattori che facilitano il successo della comunicazione

Per ogni profilo di rischio sono stati definiti potenziali strumenti di comunicazione e i relativi contenuti: mareggiate, vento forte, incendi boschivi, frane/colate di fango/crolli/smottamenti, alluvioni, temporali, valanghe, esondazioni torrentizie

VALANGHE

Fattori che facilitano il successo della comunicazione: monitoraggio aggiornato e preciso, tener presente le caratteristiche dei destinatari (piccoli nuclei abitativi, sciatori, turisti, gestori di impianti di risalita), coinvolgere i residenti per le informazioni in tempo reale

Tempo ordinario: promuovere la conoscenza del territorio e dei versanti oggetto di precedenti eventi, del bollettino valanghe, dei bollettini meteo, illustrare i metodi per la rilevazione e la commissione valanghe

Pre-evento: promuovere la consultazione del bollettino, informare sulla chiusura di strade, su possibili evacuazioni, su scenari di rischio nei vari bacini e del piano di attività

Evento in atto: seguire le valutazioni delle commissioni valanghe, segnalare alle autorità eventuali criticità o fenomeni di cui si è stati testimoni, chiamare i soccorsi in caso di coinvolgimento di persone

Post-evento: mettere a disposizione i rapporti di evento, analizzare il rapporto costi/perdite subite, analizzare il rischio residuo

rischi in montagna inverno

fonti di informazione

Il documento strategico è disponibile al link
<https://www.pitem-risk.eu/progetti/risk-com/prodotti/documento-strategico-di-comunicazione-dei-rischi>

La ricerca è disponibile al link
<https://www.pitem-risk.eu/progetti/risk-com/prodotti/ricerca-sulla-conoscenza-e-percezione-del-rischio>

GRAZIE PER L'ATTENZIONE
silviamaria.venutti@regione.piemonte.it

Strategie e iniziative di comunicazione del rischio montano

La comunicazione del rischio è un **processo**, non un prodotto.

Nel **tempo ordinario** la strategia deve perseguire l'obiettivo generale di identificare i destinatari e analizzarne conoscenze, percezioni e bisogni, puntando ad un'informazione targhettizzata, che tenga in conto diversi fattori tra cui gli "*Overconfident*"; deve distinguere tra strumenti, canali e messaggi per la comunicazione nelle diverse fasi; deve scegliere canali e strumenti, valutando anche un piano finanziario complessivo.

Esempi: promuovere la conoscenza del territorio e dei versanti esposti, promuovere la consultazione del Bollettino, promuovere la conoscenza e la lettura del Bollettino e del Bollettino meteo, valorizzare l'attività svolta dalle Commissioni locali valanghe, promuovere esercitazioni (ad esempio con le Guide alpine per la ricerca sul campo con ARTVA, pala e sonda).

Strategie e iniziative di comunicazione del rischio montano

Nella **fase di allertamento** la comunicazione deve informare circa la previsione di fenomeni avversi e della relativa valutazione in termini di impatto, deve essere circostanziata in relazione ai piani di protezione civile, deve comunicare i comportamenti corretti da tenere, senza generare confusione.

Promuovere la consultazione del bollettino, informare sulla chiusura di strade, su possibili evacuazioni, su scenari di rischio nei vari bacini e del piano di attività.

Evento in atto: seguire le valutazioni delle Commissioni valanghe, segnalare eventuali criticità, amplificare il messaggio degli Amministratori locali, sino al supporto del Soccorso alpino.

Post evento è fondamentale mettere a disposizione i rapporti di evento, informare sulle condizioni di rischio residuo, informare sulle condizioni di rientro alle condizioni precedenti, informare sugli interventi per la ricostruzione e sulle azioni messe in atto per ridurre il rischio.

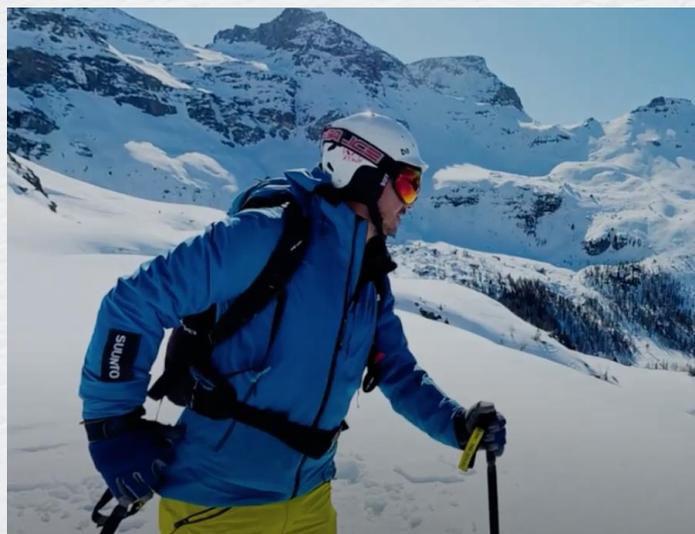
Strategie e iniziative di comunicazione del rischio montano

Per quanto attiene agli strumenti, il Report analizza il ruolo del messaggio istituzionale, sempre di competenza delle Autorità proposte. In tal senso il messaggio viene replicato dagli Organi di stampa e televisivi e costituisce sempre un eccezionale vettore informativo.

Sui **social network**, che rivestono un ruolo sempre più rilevante, sono prevalentemente consultate le informazioni, con attenzione posta alle opinioni discordanti o che creano “casse di risonanza”, su cui è importante agire tempestivamente per evitare messaggi distorti. I social comunque offrono notevoli opportunità che è opportuno sfruttare: vettori per approfondimenti scientifici, informazioni di dettaglio, cultura del rischio.

Strategie e iniziative di comunicazione del rischio montano

Tra i prodotti utili in tempo ordinario per promuovere comportamenti corretti da tenere in caso di incidente in valanga, nell'ambito del PITEM RISK, Fondazione Montagna sicura ha realizzato il 3D immersivo **VR avalanche**, utile strumento per la formazione all'autosoccorso con l'utilizzo della tecnologia immersiva. Lo strumento è stato utilizzato con un corposo percorso formativo con le scuole e con i turisti ed è disponibile facendone richiesta (formazione@fondms.org).



Strategie e iniziative di comunicazione del rischio montano

“La strada da percorrere è legata alla contaminazione e alla compartecipazione. Serve una comunicazione capace di intercettare la comunità e tutto si deve basare su presupposti scientifici forti, solidi ma contemporaneamente serve una narrazione diversa che convinca le persone che c’è un modo, c’è un futuro possibile infondendo speranza e facendo sentire tutti attori del cambiamento. È necessario raccontare quello che accade attraverso storie di impatto, incentrate sulle persone e sulle comunità” Titti Postiglione, Vice Capo Dipartimento PC nazionale

GRAZIE PER L’ATTENZIONE
jpfosson@fondms.org