

## Capitolo 7

# Comunicazione del Rischio



*Foto scattata il 20 gennaio 2023 durante un rilievo nivologico itinerante al Col Fetita (La Salle).  
L'immagine evidenzia gli effetti del vento sul manto nevoso, con formazione di cornici lungo le creste e accumuli  
sui versanti sottovento. Gennaio è caratterizzato dal problema valanghivo della neve ventata accompagnato da  
quello degli strati deboli persistenti.*

## 7. COMUNICAZIONE DEL RISCHIO

---

### IL PROGETTO

In oltre trent'anni di cooperazione transfrontaliera, penso ai Programmi cofinanziati UE Interreg Alcotra e Italia-Svizzera, il focus principale è stato quello degli approfondimenti scientifici, della ricerca, degli studi, degli scambi di pratiche e della definizione di metodologie condivise: questo percorso, fondamentale, ha portato i Servizi tecnici transfrontalieri a livelli scientificamente elevati, tuttavia tralasciando talvolta l'aspetto centrale del come arrivare al cittadino - residente, abitante nelle comunità di montagna, giovane o turista - rendendolo sempre partecipe, direi protagonista.

Questa logica è stata capovolta con il PITEM RISK, Piano strategico portato dalle Regioni italiane transfrontaliere dalla Valle d'Aosta (Capofila del Piano), Piemonte e Liguria, con diversi Servizi operativi d'Oltralpe francesi coinvolti: nei cinque anni di durata del macro progetto (concluso a marzo 2023), focus centrale del percorso è stata la comunicazione del rischio, declinata sotto diversi aspetti che hanno spaziato dalle azioni partecipative, ai prodotti multimediali, alle APP, ai 3D immersivi, ai supporti formativi.

### RISK-COM

Nell'ambito del PITEM RISK, in particolare del progetto RISK-COM, la Regione Piemonte, con i diversi partner (e con il supporto tecnico di Fondazione Montagna sicura), ha coordinato la redazione di un Documento strategico per la comunicazione dei rischi, con il supporto scientifico di Anna Scolobig, Senior Research Associate all'Institute for Environmental Sciences dell'Università di Ginevra.

### IL REPORT

Il Report (reperibile sul sito web del PITEM RISK) parte da una constatazione fondamentale: la comunicazione del rischio è un processo, non un prodotto. Il ciclo di vita della comunicazione del rischio rispecchia le fasi degli eventi, ed è essenziale prima, durante e dopo.

In fase di prevenzione, il cosiddetto periodo di pace, l'attenzione va focalizzata sulla

consapevolezza, sulla preparazione, sul coinvolgimento della popolazione. È il momento quindi dei video, dell'informazione sui social, delle iniziative con le scuole, delle attività sul campo per giovani e turisti. Prima o durante ogni evento è il momento della diffusione degli allertamenti e delle raccomandazioni per la promozione di comportamenti adeguati: in questa fase è fondamentale il coordinamento delle Autorità responsabili. Nel post evento è fondamentale promuovere una cultura dell'azione e fondamentale è la valutazione delle campagne intraprese, puntando su messaggi di apprendimento dell'esperienza.

### LE STRATEGIE

Il territorio di cooperazione Alcotra (confine Italia Francia Alpi) è impattato da diverse tipologie di rischi. Nell'attuale contesto di cambiamento climatico è attesa una possibile un'intensificazione dei fenomeni con diversi scenari anche per il rischio valanghivo. In tale contesto, molto sensibile, è fondamentale accompagnare le azioni di ricerca con azioni mirate verso la popolazione.

Da cui fondamentale è l'approccio strategico alla dimensione, incoraggiando lo sviluppo di capacità individuali ed istituzionali, puntando in primis alle capacità dei Comuni, e favorendo l'adozione di comportamenti efficaci aumentando il livello di preparazione dei cittadini.

### FASE ORDINARIA

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.

In questa fase la comunicazione deve essere ripetuta e continuativa, deve spiegare l'incertezza scientifica, deve essere partecipata, tenendo in conto i problemi locali e fornendo possibili soluzioni.

### FASE DI ALLERTAMENTO

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.

### FASE POST EVENTO

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, deve informare sugli interventi per la ricostruzione e sulle azioni messe in atto per ridurre il rischio.

### VALANGHE

Nel capitolo valanghe del Report, i fattori che facilitano il successo della comunicazione sono: monitoraggio aggiornato e preciso, tener presenti le caratteristiche dei diversi destinatari: piccoli nuclei abitativi, sciatori, scialpinisti, freeriders, turisti. In tempo ordinario è fondamentale: 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).

Pre-evento è fondamentale promuovere la consultazione del Bollettino neve e valanghe, informare sulle chiusure e viabilità, informare su eventuali interventi di evacuazione, informare correttamente sui possibili scenari.

Nel clou degli eventi è fondamentale informare sull'attività delle Commissioni locali valanghe, amplificare il messaggio degli Amministratori locali, sino al supporto del Soccorso alpino.

Post evento è fondamentale mettere a disposizione rapporti di evento, analizzare il rapporto costi/perdite subite, analizzare il rischio residuo.

### GLI STRUMENTI

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. Relativamente alle principali fonti di informazione consultate dal cittadino durante un'emergenza troviamo al primo posto la TV, seguita dai siti web.

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.

### MESSAGGI E CONTENUTI

Infine, per quanto attiene ai messaggi e ai contenuti, la Ricerca individua l'importanza della formulazione e dello stile del messaggio, che influenzano i comportamenti. Il messaggio di allertamento influenza direttamente la risposta delle persone; per essere autorevole deve contenere cinque elementi essenziali: pericolo (natura ed entità), luogo, tempo, raccomandazione di azione, fonte dell'informazione. Tuttavia, le informazioni sul rischio contengono sempre incertezze: l'uso di informazioni probabilistiche potrebbe portare a meglio comunicare l'incertezza. L'attendibilità e la credibilità della fonte diventano aspetti fondamentali nella comunicazione del rischio. Tale credibilità viene necessariamente costruita nei "periodi di pace".

### PRODOTTI

Tra i prodotti utili in tempo ordinario per promuovere comportamenti corretti da tenere in caso di incidente in valanga, ci tengo a ricordare che, nell'ambito del progetto, 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](mailto:formazione@fondms.org)).