

# "VALUTA L'ARIA", UN'INDAGINE SULLA PERCEZIONE DEI CITTADINI

L'INDAGINE "VALUTA L'ARIA", LANCIATA ATTRAVERSO FACEBOOK DA ART-ER NELL'AMBITO DEL PROGETTO LIFE PREPAIR TRA NOVEMBRE 2018 E GENNAIO 2019, HA MISURATO LA PERCEZIONE DEI CITTADINI DEL BACINO PADANO SUL TEMA DELLA QUALITÀ DELL'ARIA. OLTRE 7.300 I QUESTIONARI RACCOLTI, CHE HANNO PRODOTTO UN CAMPIONE AFFIDABILE E BEN DISTRIBUITO.

**C**om'è percepita la qualità dell'aria da parte dei cittadini della pianura Padana? Quali sono le misure percepite come più efficaci per migliorarla? Quanto sono disponibili a modificare le loro abitudini per ottenere un'aria più pulita? Queste sono alcune delle domande a cui ha cercato di dare risposta l'indagine *Valuta l'aria* realizzata da Art-ER nell'ambito del progetto Life PrepAir tra novembre 2018 e gennaio 2019. *Valuta l'aria* è la prima indagine focalizzata sulla percezione della qualità dell'aria che ha coinvolto i residenti dell'intera area del bacino del Po, una delle aree più densamente industrializzate e popolate d'Europa, purtroppo caratterizzata da un cronico problema di inquinamento atmosferico. La finalità principale dell'indagine è raccogliere indicazioni per indirizzare le strategie di comunicazione e coinvolgimento dei cittadini su questo tema.

## Un'indagine social

L'indagine è stata lanciata esclusivamente tramite Facebook e come incentivo alla partecipazione è stata prevista la piantumazione di alberi nelle foreste alpine colpite dal ciclone Vaia nell'ottobre 2018 (un albero per ogni 30 questionari compilati). Modalità di raccolta dei dati e incentivo hanno portato a ottimi risultati con 7.331 questionari complessivamente compilati, superando abbondantemente l'obiettivo iniziale di 5.000, producendo un campione affidabile e ottimamente distribuito (figura 1).

I rispondenti sono distribuiti su 1.553 comuni diversi, tra cui tutti e 42 i capoluoghi di provincia, che rappresentano complessivamente il 77% della popolazione residente. In prevalenza i rispondenti all'indagine risiedono nei centri urbani della pianura: solo l'11,6% abita in aperta campagna, il 33,3% abita in centro e il 55,1% nella



FIG. 1  
CAMPIONE

Distribuzione del campione nel bacino padano.

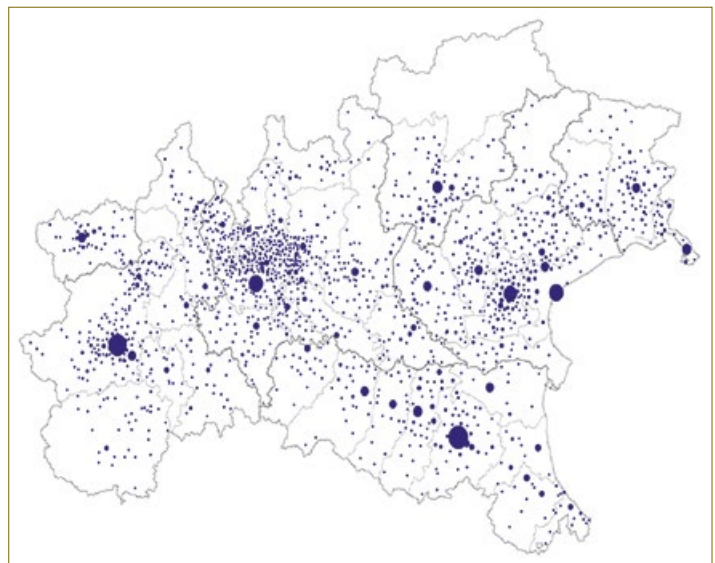
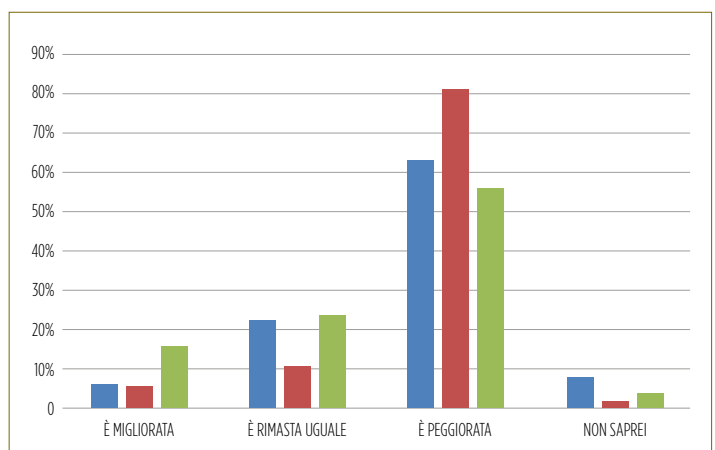


FIG. 2  
PERCEZIONE SULLA QUALITÀ DELL'ARIA

La percezione dell'andamento della qualità dell'aria negli ultimi 10 anni: confronto tra bacino del Po e Eurobarometro.

■ Prepair  
■ Eurob. Ita  
■ Eurob. UE27



prima cintura/periferia. Considerando i caratteri orografici del territorio, circa tre quarti degli intervistati risiedono in pianura, il 19,7% in collina e il 4,6% in montagna.

## I risultati dell'indagine

Per meglio interpretare i risultati, l'indagine è stata raggruppata sulla base di alcuni concetti chiave che ne facilitano le chiavi di lettura.

**Percezione.** I cittadini del bacino del Po hanno la percezione che la qualità dell'aria sia in peggioramento. Una percezione peggiore rispetto a quella degli europei (*Eurobarometro flash 360*), ma comunque migliore rispetto agli italiani. Questa percezione non trova riscontro nelle concentrazioni di inquinanti che nel lungo periodo registrano a livello europeo un trend in diminuzione. Lungi dall'essere un problema risolto, il problema della qualità dell'aria nel bacino padano sta migliorando, ma questo non è percepito dalle persone (*figura 2*).

**Informazione.** Gli intervistati attingono l'informazione soprattutto dalla rete, il che è sia un'opportunità che un rischio. Opportunità perché risulta più facile raggiungere i cittadini, rischio per il proliferare di fonti anche non "accertate" e di *fake news*. Le *polices* di comunicazione relative al bacino del Po dovranno tenere conto fortemente di questo fattore.

**Global vs local.** Nel bacino padano è molto diffusa la percezione secondo cui il livello locale sia quello in grado di influire maggiormente sulla qualità dell'aria. Se teniamo conto che il cambiamento degli stili di vita dei cittadini è uno degli elementi essenziali per le politiche di qualità dell'aria, quest'elemento di "responsabilizzazione" è ancora più interessante. È singolare il fatto che i cittadini individuano come prioritario intervenire su processi e prodotti industriali e solo nell'11,1% dei casi considerino rilevante attuare limitazioni al traffico, nonostante la corretta percezione dell'impatto dei trasporti come primaria causa di inquinamento (59,8%). Il messaggio che emerge potrebbe equivalere a: "*coinvolgeteci direttamente solo una volta che avrete fatto il possibile sugli altri fronti*". Di conseguenza, campagne di responsabilizzazione dei cittadini potrebbero essere poco efficaci senza una corresponsabilizzazione riassumibile con

il messaggio "*ognuno farà la propria parte nella misura che gli è possibile*" (*figure 4 e 5*).

**Disponibilità e scelte di mobilità.** Dalla rilevazione sulla disponibilità e l'interesse dei cittadini a mettere in pratica comportamenti e azioni per migliorare la qualità dell'aria, emerge una diffidenza

verso taluni comportamenti che si richiedono ai cittadini. Il *trasporto pubblico*, con il 48,1% di assenso condizionato, è un evidente richiamo alla necessità di miglioramento del servizio. I *veicoli ibridi elettrici*, con una disponibilità condizionata del 44,2%, conducono al tema delle infrastrutture e del prezzo

FIG. 3  
FONTI INFORMATIVE

Principali fonti informative sulla qualità dell'aria.

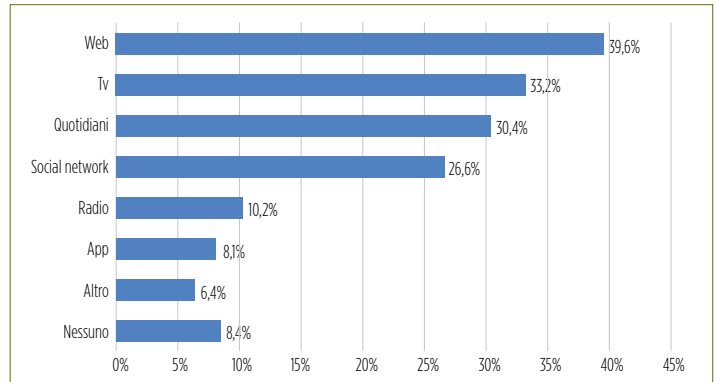


FIG. 4  
AZIONI EFFICACI

Azioni considerate più efficaci per affrontare i problemi di qualità dell'aria.

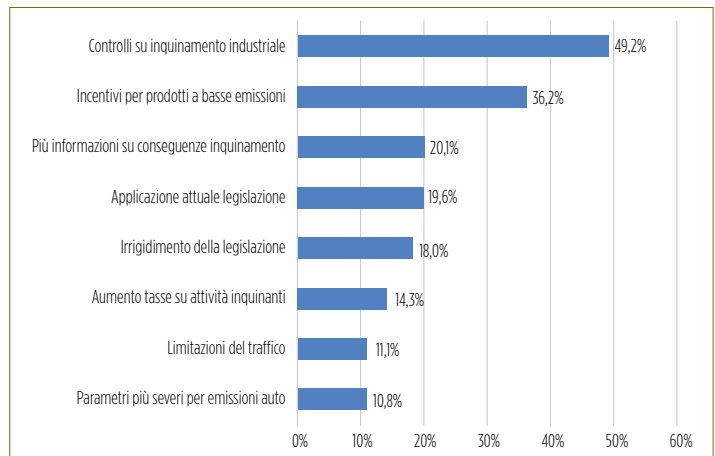


FIG. 5  
PERCEZIONE CAUSE INQUINAMENTO

Percezione delle cause principali dei problemi di qualità dell'aria.

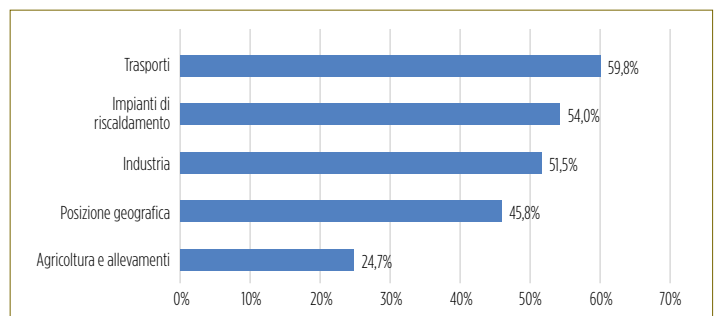
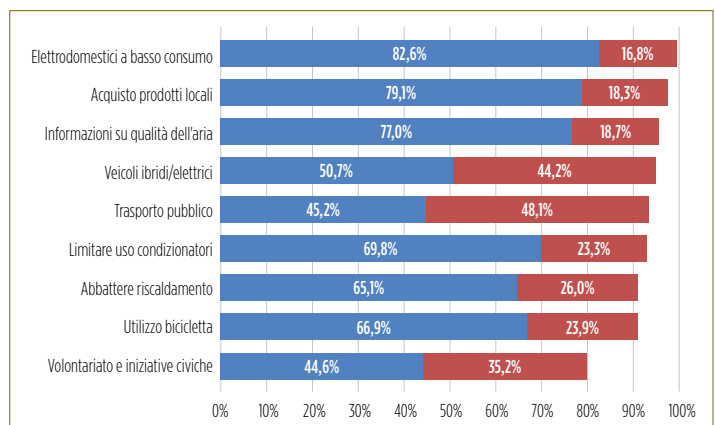


FIG. 6  
COMPORIMENTI DA ATTUARE

Comportamenti che si sarebbe disposti ad attuare.

■ Disposto  
■ Disposto a certe condizioni



ritenuto ancora troppo elevato. Anche la domanda sul mezzo utilizzato per recarsi al lavoro fa emergere un'evidente e palese correlazione con l'efficacia e l'esigenza di servizi alternativi per la mobilità (figura 6).

**Opinioni sulle iniziative.** Limitazione del traffico (52,6%) e riqualificazione energetica degli edifici (51,2%) sono le iniziative largamente ritenute più efficaci rispetto a quanto avviato nei territori del bacino. Da segnalare anche il 24% di cittadini che ritiene rilevante l'incentivazione della mobilità elettrica, il che sancisce l'interesse verso un settore ancora poco sviluppato, ma percepito come in crescita e con grande potenziale (figura 7).

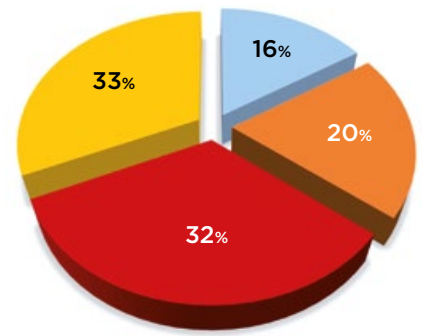
**Profili dei rispondenti.** Dall'analisi emergono quattro profili di cittadino suddivisi sulla base della proattività/disponibilità ad attuare comportamenti virtuosi per migliorare la qualità dell'aria: "Impegnati e proattivi", "Disponibili,

ma...", "Titubanti", "Non disponibili". (figura 8).

Per stimolare un cambiamento negli stili di vita di ampie fasce della popolazione si dovranno adottare strategie precise e che sanciscano un "patto" chiaro secondo cui ciascun attore farà la propria parte secondo le proprie possibilità e competenze.

### I prossimi passi, cosa si può fare

In sintesi, i risultati dell'indagine sottolineano come i cittadini del bacino padano risultino già disponibili a un cambiamento degli stili di vita, anche se in percentuale non maggioritaria. Per raggiungere un reale cambiamento, appaiono elementi chiave l'unità di intenti (tra istituzioni e tra istituzioni e cittadini) e la chiarezza con cui azioni e proposte sono presentate e avviate. Anche il più responsabile e consapevole dei cittadini, infatti, valuta quanto gli viene sottoposto, non solo in termini di informazioni



Impegnato e proattivo Disponibile, ma... Titubante Non disponibile

FIG. 8 PROFILI DEI RISPONDENTI Distribuzione del campione per cluster.

tecniche, ma anche attraverso la propria sfera emotiva. Tanto maggiore sarà la trasparenza del processo e l'impegno delle parti in causa, tanto maggiore sarà l'efficacia delle politiche di comunicazione. Proprio a partire dai risultati sintetizzati nell'indagine, il progetto Prepair prevede la costruzione e l'avvio nell'autunno 2020 di una campagna di comunicazione. Con la prospettiva, poi, di valutare eventuali modifiche comportamentali dei cittadini attraverso una nuova rilevazione da effettuarsi nel 2022.

**Marco Ottolenghi, Michele Bartolomei**

Coordinamento comunicazione progetto Life Prepair, Art-ER

I risultati dell'indagine sono disponibili sul sito web Prepair, [www.lifeprepare.eu](http://www.lifeprepare.eu) Pagina Facebook: [www.facebook.com/lifepreair](https://www.facebook.com/lifepreair)

FIG. 7 INIZIATIVE

Iniziative su cui concentrarsi a livello di bacino padano.

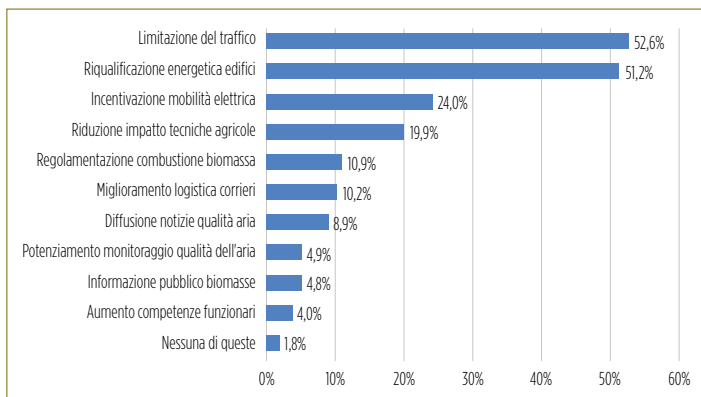


FOTO: ALAIN ROULLIER - FLICKR - CC