

# Report

**Prima fase: luglio 2018**

Lab **Aria**

## Introduzione

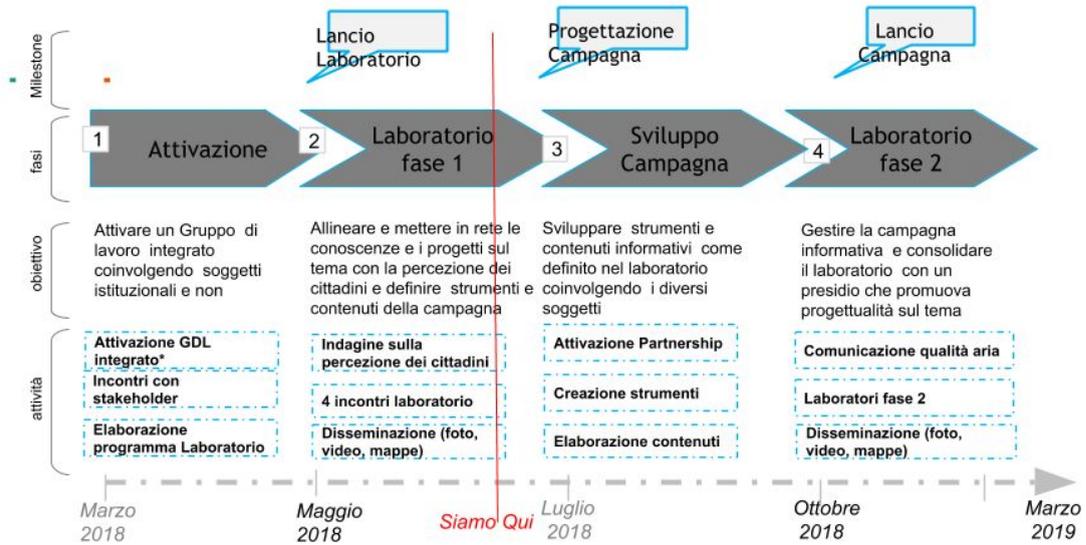
Il Laboratorio Aria, nato dalla collaborazione tra Comune di Bologna e Università di Bologna, Arpa Emilia-Romagna, Ausl Bologna e Città Metropolitana di Bologna e coordinato dalla Fondazione per l'Innovazione Urbana, è un percorso sperimentale di confronto e collaborazione tra soggetti diversi per creare attenzione e azione intorno al tema della qualità dell'aria. Attraverso il Laboratorio Aria, si intende accrescere la consapevolezza del problema in città, creando un flusso informativo costante, facendo dialogare i diversi sistemi e le tecnologie di misurazione e monitoraggio della qualità dell'aria già attivi e stimolando comportamenti che riducano l'impatto e i rischi per la salute.

La prima fase del laboratorio Aria, si è conclusa alla fine di giugno 2017 dopo un ciclo di incontri che avevano questi obiettivi:

1. costruire una rete di soggetti attivi a vario livello sul tema della qualità dell'aria (Istituzioni, Associazioni, Comitati, Comunità formali e informali) disponibili a collaborare per aumentare la consapevolezza e l'ingaggio dei cittadini su questa problematica
2. definire strategie e strumenti condivisi per mettere in rete, diffondere e ampliare le basi dati di monitoraggio della qualità dell'aria sia di natura istituzionale che "dal basso"
3. definire strategie, contenuti e strumenti condivisi per informare e comunicare in modo continuo ed efficace sulla problematica della qualità dell'aria e sui comportamenti individuali che possono aiutare a contenerla.



## Il percorso del Laboratorio Aria



Durante la prima fase del laboratorio sono stati realizzati:

- 4 incontri di discussione sulle successive attività di comunicazione (21 maggio, 5, 12, 26 giugno);
- Un questionario co-prodotto dal laboratorio e destinato ai cittadini (circa 2.000 risposte);
- Realizzate 3 pillole video con esperti rilanciate sui social.

### Spunti e riflessioni emerse negli incontri

Nel corso dei 4 incontri sono emersi molti elementi utili a definire le caratteristiche e modalità di sviluppo della campagna.

Nel corso dell'ultimo incontro è stato proposto un rendiconto delle attività svolte durante il percorso del Laboratorio e delle caratteristiche che dovrà avere la campagna di comunicazione sulla qualità dell'aria. I partecipanti si sono confrontati su quanto emerso e hanno discusso le proposte emerse da sviluppare nella seconda fase.

Quella che segue è una sintesi per punti di quanto emerso nelle discussioni.

## Comunicazione



### #1 - Limiti delle attuali campagne informative:

- Durata:
  - sono troppo brevi;
- Linguaggio:
  - troppo didattico;
  - di poco impatto;
  - raramente incentrato sul problema;
  - ripetitivo;
  - incoerente;
  - troppo tecnico e indirizzato agli addetti ai lavori.
- Criticità generali:
  - il tema è sempre in secondo piano rispetto agli interessi economici e politici;
  - mancanza di fiducia verso le fonti ufficiali;
  - i dati sono spesso incomprensibili.

### #2 - Informazione immediata sulla qualità dell'aria e comportamenti

La base della campagna potrebbe essere una informazione sistematica e semplificata sullo stato dell'aria collegata a informazione sui comportamenti da tenere.

### #3 - Salute come leva della comunicazione

Molti partecipanti hanno sottolineato come l'informazione sulla salute sia una chiave per raggiungere e interessare anche le persone meno sensibili ai temi ambientali, anche se la maggioranza dei partecipanti ha concordato la necessità di evitare un taglio eccessivamente allarmista dei messaggi.

### #3 - Valorizzare l'intelligenza collettiva

Durante il percorso è progressivamente emersa la visione per cui il laboratorio stesso e i suoi partecipanti possono rappresentare sia lo strumento che il messaggio della campagna e possono essere in grado di gestirne i contenuti e di auto-moderarsi.

## #4 - Importanza delle relazioni

La campagna non deve essere limitata a strumenti online ma deve prevedere attività offline, che vadano oltre la sola comunicazione, unendo informazione e azione diretta da parte dei cittadini. Si sottolinea la grande potenzialità dello scambio e coinvolgimento peer-to-peer che potrebbe essere realizzato tramite le reti dei vari soggetti partecipanti al laboratorio.

## #5 - Comunicare anche scelte e azioni del pubblico

Una campagna per essere credibile non può rappresentare solo le azioni individuali che possono attuare i cittadini ma deve essere accompagnata anche da una analisi delle azioni realizzate dall'amministrazione e della coerenza tra queste e gli strumenti di pianificazione anche sovra-ordinata. Sarebbe anche utile approfondire le azioni che intraprendono le partecipate del Comune (in particolare Hera e Tper) in coerenza con gli obiettivi di riduzione dell'inquinamento atmosferico.

## Monitoraggio e dati

### #6 - Valorizzare le campagne civiche

Il Comune non deve duplicare o sovrapporsi alle attività di monitoraggio dal basso ma fare degli approfondimenti sulle aree e tematiche più critiche o su cui i risultati sono discordanti o insufficienti

### #7 - Data Sharing

Il laboratorio può essere il luogo dove condividere, analizzare e diffondere in forma open i dati sulla qualità dell'aria che i diversi soggetti/reti producono, valorizzando il ruolo degli "smart citizen".

## Campagna e azioni

### #8 - punti chiave della campagna di comunicazione

Di seguito sono riassunte le caratteristiche che la campagna di comunicazione dovrà garantire:

- continuità temporale;
- immediatezza e comprensibilità del messaggio → linguaggio fruibile;
- suggerimenti e spunti utili sulle azioni da perseguire e i comportamenti da tenere per proteggersi dalla cattiva qualità dell'aria e per evitare di dare un ulteriore impatto negativo personale;
- approccio positivo e propositivo all'argomento;
- sfruttare il ruolo di soggetti e organizzazioni per veicolare efficacemente il messaggio al più ampio bacino di utenti possibile → possibile ruolo chiave dei centri sportivi;
- sviluppo di una comunicazione che prescindendo dai dati e sottolinei il tema della pressione antropica dentro e fuori i nuclei urbani;
- ruolo trasversale degli utenti come soggetti ricevitori ed emettitori;
- centralità del principio di precauzione.

### #9- Azioni prioritarie su cui lavorare

- attività offline → incontri, attività educative;
- realizzare una edizione del questionario rivolto alla PA;
- sinergia tra i diversi piani e laboratori (PUMS, piano logistica...).

### #10 - Focus tecnici da sviluppare in parallelo alle attività di comunicazione

- data sharing;
- monitoraggio dell'aria;
- salute.

## Punti di attenzione per lo sviluppo del Laboratorio Aria

Negli incontri sono emersi alcuni punti di attenzione da tenere presenti nello sviluppo del laboratorio e della campagna di comunicazione da prevedere nel corso della seconda fase del progetto (ottobre '18-marzo '19):

- non sovrapporsi alle attività dal basso già sviluppate da parte di diversi soggetti ma piuttosto valorizzarle e rafforzarle;
- evitare di realizzare campagne di comunicazione spot, limitate nel tempo e scollegate da attività di coinvolgimento e azione da parte dei cittadini;
- nella realizzazione degli strumenti e contenuti della campagna è preferibile valorizzare i partecipanti del laboratorio prima di ingaggiare soggetti esterni.



## Proposta per la seconda fase del Laboratorio Aria

Sulla base di quanto discusso nel corso degli incontri sono state definite le linee guida per lo sviluppo seconda fase del Laboratorio Aria, che si svolgerà da settembre 2018 ad aprile 2019.

La seconda fase del Laboratorio sarà incentrata sullo sviluppo di una campagna di informazione e sensibilizzazione sulla qualità dell'aria e sui comportamenti individuali e collettivi, accompagnata dalla prosecuzione di attività laboratoriali e di coinvolgimento diretto di tutti quei portatori di interessi del tema della qualità dell'aria.

La campagna non va pensata solo come attività di comunicazione, ma come un processo integrato, che si sviluppa in un arco temporale esteso e su più livelli, che mette insieme iniziative ed attività di comunicazione e partecipazione.

La campagna non è una attività puntuale e limitata nel tempo ma un processo:

- **Incrementale** (con azioni continuative e progressivamente più ampie)
- **Integrato** (comunicazione online accompagnata da attività di coinvolgimento e azione)
- **Partecipato** (comunicazione costruita insieme al laboratorio creando sinergia tra strumenti top-down e bottom-up)



## **Obiettivi**

Gli obiettivi generali della seconda fase del laboratorio aria, coerentemente con quanto realizzato nella prima fase del lab, sono incentrati su una maggiore sensibilizzazione della cittadinanza sui temi della qualità dell'aria e sull'adozione di comportamenti orientati, da una parte, a ridurre il rischio all'esposizione agli inquinanti atmosferici più diffusi, dall'altra ad impegnarsi attivamente per la prevenzione e riduzione, attraverso uno stile di vita più sostenibile, dei suddetti inquinanti

Mentre gli obiettivi specifici, nell'ottica di una crescente conoscenza e di un progressivo coinvolgimento e partecipazione dei cittadini, sono di seguito elencati:

- Diffondere informazioni semplificate sulla qualità dell'aria in città tramite un flusso informativo sistematico
- Aumentare la conoscenza sui comportamenti individuali e collettivi utili a ridurre l'impatto sull'aria e gli effetti dell'inquinamento
- Creare percorsi di coinvolgimento e attivazione dei cittadini attraverso strumenti e metodologie ad hoc (laboratori, redazione partecipata, newsletter, social media, ecc.)
- Sviluppare tavoli di approfondimento tecnico su aspetti specifici relativi alla qualità dell'aria (es. integrazione dei dati ambientali, pianificazione locale, ecc)

La seconda fase del laboratorio si svilupperà, quindi, su 3 assi di attività strettamente interconnesse:

### **1 - Comunicazione**

### **2 - Coinvolgimento**

### **3 - Approfondimenti tecnici**

#### **1 - Comunicazione**

Il principale obiettivo è sviluppare un sistema in grado di fornire quotidianamente il dato sulla qualità dell'aria a Bologna e tradurlo in un messaggio semplice ed immediato dal punto di vista comunicativo e la diffusione quotidiana del dato così declinato tramite strumenti facilmente accessibili e fruibili da tutti. La comunicazione della qualità dell'aria è accompagnata dalla diffusione di contenuti relativi ai migliori comportamenti da tenere in caso di cattiva qualità dell'aria da diffondere all'occorrenza congiuntamente al dato stesso.

I target di questa fase del laboratorio sono riconducibili principalmente a tre categorie:

1. giovani-adulti, adulti e tardo-adulti particolarmente attivi, già a conoscenza delle tematiche in oggetto, hanno già implementato attività (in ambito professionale, personale, familiare) o preso parte ad iniziative “green”;
2. giovani-adulti, adulti e tardo-adulti che non sono a conoscenza delle tematiche in oggetto o, sebbene ne siano a conoscenza, non sono interessate ad attivarsi (lo ritengono superfluo o, al contrario, ritengono che la questione ambientale sia irrisolvibile)
3. giovani e giovanissimi che non hanno modo, attraverso i canonici programmi di studio, di approfondire la conoscenza e acquisire la consapevolezza dell’importanza di partecipare ad iniziative focalizzate su questi temi

Coerentemente con quanto proposto nei laboratori, i contenuti saranno sviluppati attraverso un processo partecipato che coinvolgerà il laboratorio stesso attraverso una redazione partecipata.

Per creare un flusso informativo quotidiano sulla qualità dell’aria in città e le previsioni relative ai giorni successivi saranno realizzati strumenti WEB caratterizzati da una colorazione dinamica che quotidianamente cambia in modo automatico in funzione del dato di qualità dell’aria, a cui legare il lancio dei contenuti sviluppati dalla redazione.



## **2 - Coinvolgimento**

L’obiettivo di queste attività è di affiancare la comunicazione con attività di coinvolgimento e partecipazione dei cittadini, i quali verranno abilitati con dei percorsi formativi e mediante dei workshop in sinergia con i processi partecipativi già attivati sul territorio.

Prime azioni off-line di informazione e coinvolgimento saranno realizzate nell’ambito del Festival Resilienze, organizzato alle Serre dei Giardini Margherita il 7 settembre e nell’ambito del climathon 2018 promosso da Climate-kic, a cui seguirà una attività di coinvolgimento della rete delle associazioni sportive e incontri nei quartieri.

## **3 - Approfondimenti tecnici**

Trasversalmente alle altre due attività il laboratorio organizzerà dei percorsi di approfondimento tecnico con l'obiettivo di facilitare progettualità e collaborazioni tra i partecipanti al laboratorio e produrre ulteriori contenuti per la comunicazione.

In questa fase sono stati ipotizzati 4 percorsi di approfondimento che potranno essere integrati nel corso dell'anno con ulteriori temi. Ogni percorso ha un tema e un obiettivo definito di tipo informativo o per la messa a punto di ulteriori strumenti/progetti da sviluppare nel corso del progetto.

I percorsi definiti nel corso degli incontri della prima fase di laboratorio sono:

### **Salute**

Approfondimento sui dati e studi a disposizione sull'impatto dell'inquinamento atmosferico sulla salute, sui presidi/comportamento per la riduzione dell'esposizione individuale.

### **Data sharing**

Analisi dei dati prodotti dai diversi soggetti e individuazione delle modalità con cui condividerli e farli dialogare con gli open data disponibili → Output sezione di data sharing e percorso di realizzazione di mappe integrate.

### **Campagna di monitoraggio integrata**

Sperimentazione di una campagna di monitoraggio del Comune con ARPAE che al posto del mezzo mobile utilizza sensori diffusi per rilevare la concentrazione di inquinanti atmosferici in alcune scuole o altri luoghi pubblici definiti insieme al laboratorio → Output dati integrati e campagna di coinvolgimento degli utenti oggetto del monitoraggio

### **Azioni pubbliche per la qualità dell'aria**

Percorso di approfondimento sulle azioni realizzate dal Comune e da alcuni gestori di servizi/partecipate che hanno un impatto sulla qualità dell'aria, e della coerenza con gli obiettivi posti dai piani e norme di riferimento (es. PAIR, Direttive Europee, ecc). → Output mappatura degli interventi e misure in atto e identificazione di azioni pilota per sperimentare soluzioni di miglioramento.