

# VALUTA L'ARIA

la percezione dei cittadini  
sulla qualità dell'aria



La percezione dei cittadini sulla qualità dell'aria nel bacino padano.

I risultati di un'indagine

*Marco Ottolenghi, ART-ER*

*ECOMONDO, Rimini 7 novembre 2019*

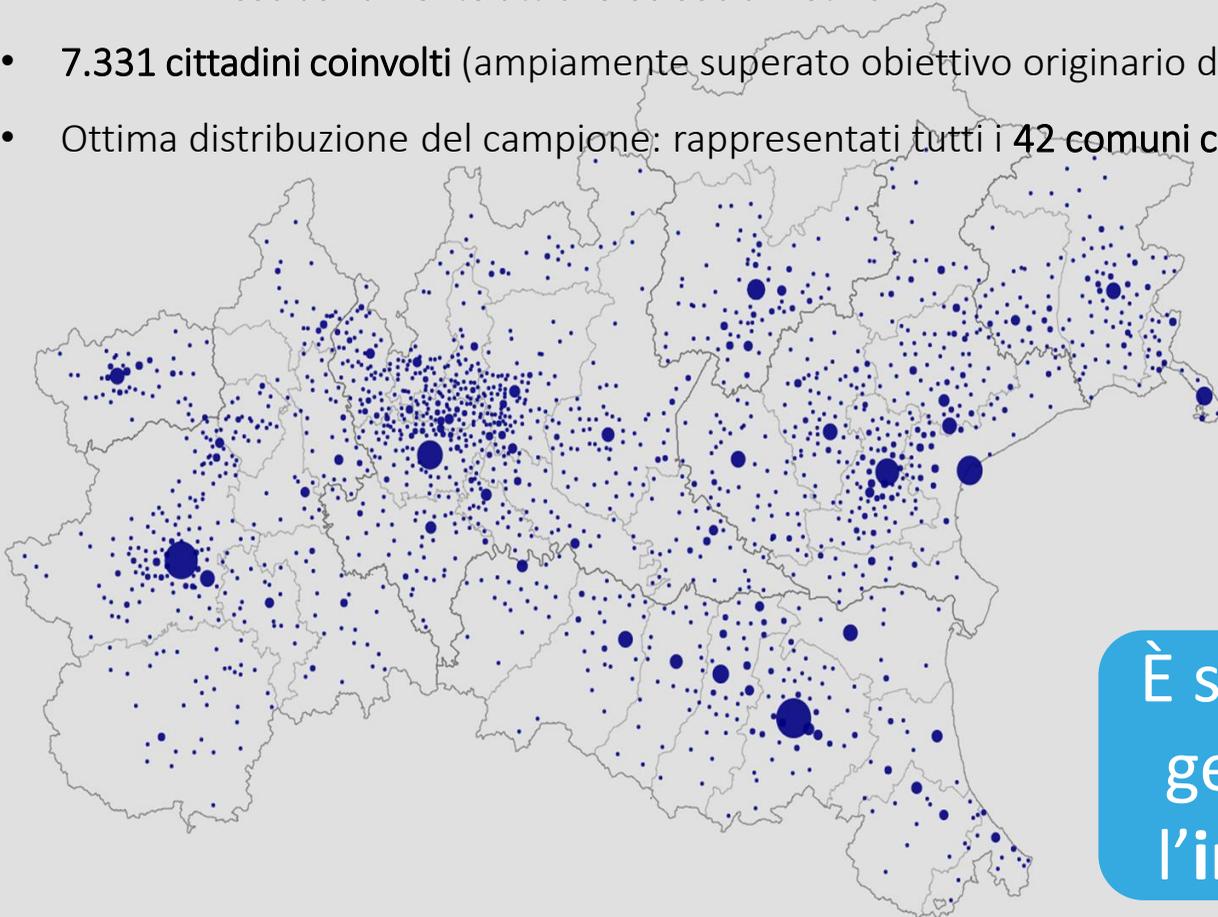


LIFE 15 IPE IT 013

# L'indagine “Valuta l’Aria”



- L'indagine ha riguardato la **percezione**, la **consapevolezza** dei **cittadini** sulle principali fonti di inquinamento atmosferico nonché la **disponibilità ad essere coinvolti** sulle iniziative per la **qualità dell'aria**.
- realizzata **esclusivamente attraverso social network**
- **7.331 cittadini coinvolti** (ampiamente superato obiettivo originario di 5.000)
- Ottima distribuzione del campione: rappresentati tutti i **42 comuni capoluogo** presenti nel bacino



È stata la **prima** nel suo genere ad interessare **l'intero bacino del Po**.



LIFE 15 IPE IT 013

# L'indagine "Valuta l'Aria"



Come incentivo alla partecipazione all'indagine è stata prevista la piantumazione di alberi nelle foreste alpine colpite dal ciclone VAIA nell'ottobre 2018

Tema della premialità/ricompensa.....*più questionari compilati più alberi piantati*



**WOWalps** la rinascita delle foreste alpine



LIFE 15 IPE IT 013

# I risultati



Per facilitarne la lettura, abbiamo raggruppato i risultati in **fatti** attraverso i quali i rendere più intuitiva la lettura dei risultati.

- Fatto 1 PERCEZIONE
- Fatto 2 STRUMENTI DI INFORMAZIONE
- Fatto 3 GLOBALE vs LOCALE
- Fatto 4 DISPONIBILITA' E SCELTE DI MOBILITA'
- Fatto 5 OPINIONE SULLE INIZIATIVE
- Fatto 6 PROFILAZIONE DEI RISPONDENTI



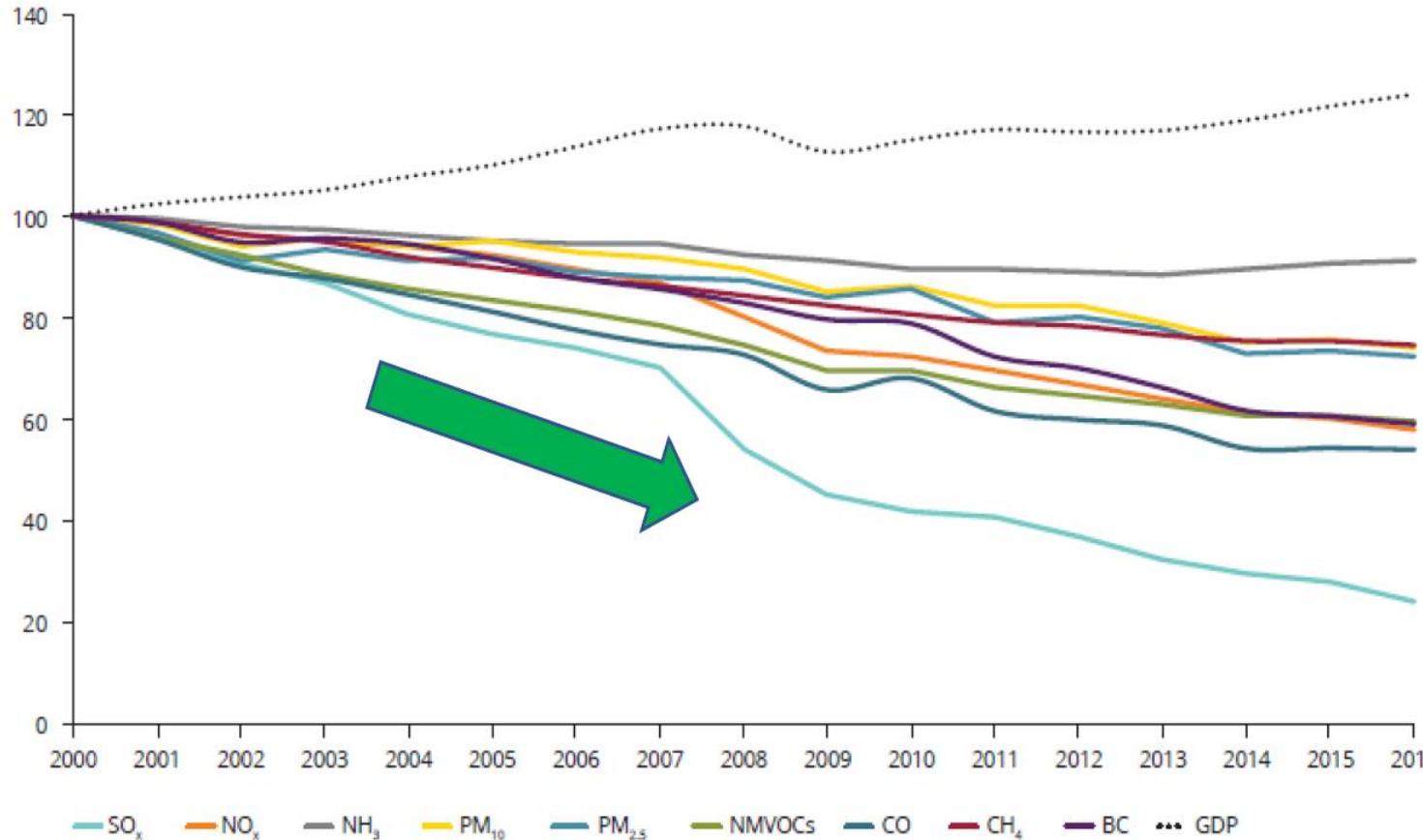
la percezione dei cittadini  
sulla qualità dell'aria



La qualità dell'aria in Europa è tendenzialmente **migliorata** in modo generalizzato dal 2000 per tutti i principali inquinanti

Index (% of 2000)

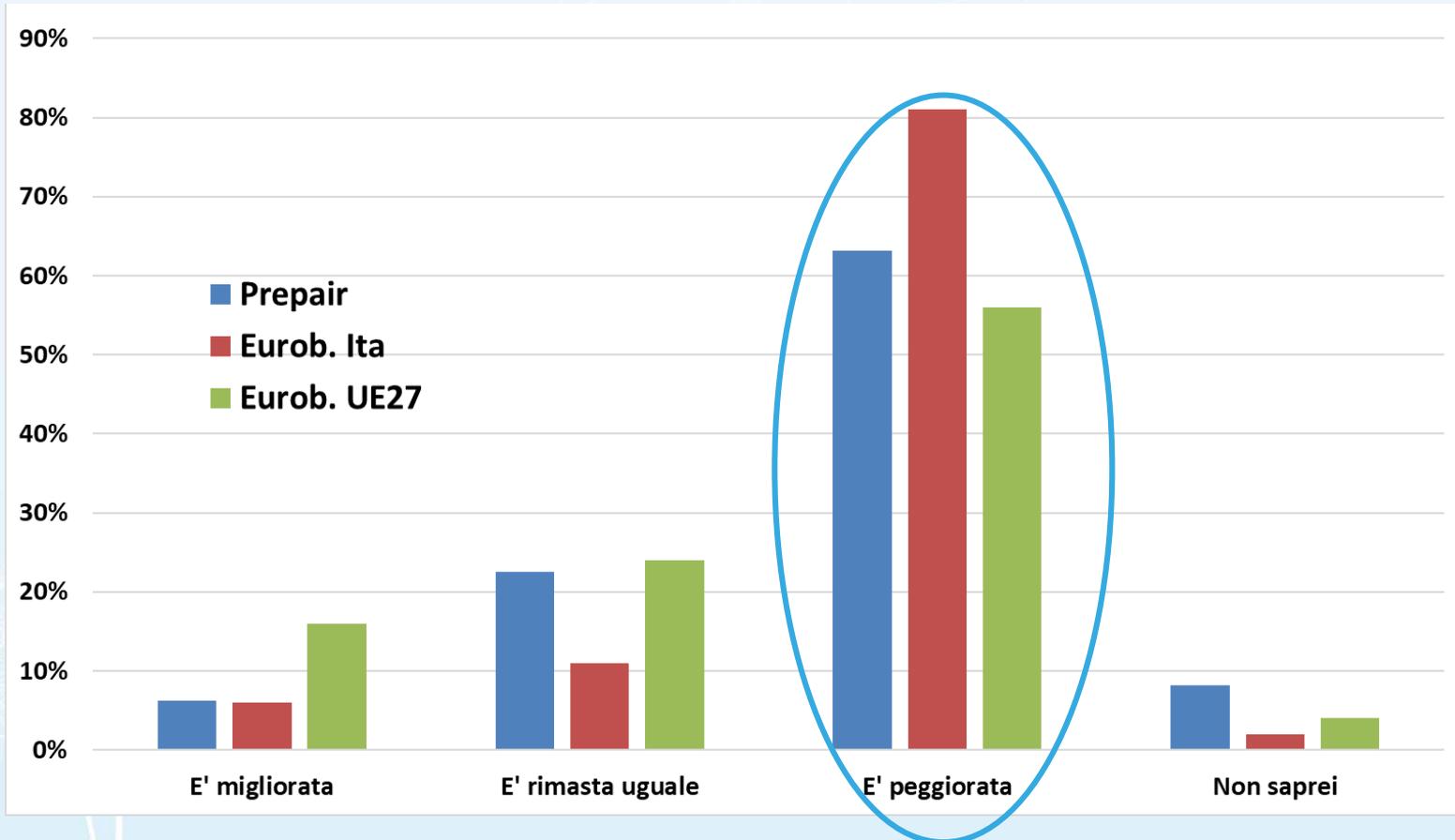
**Qualità dell'aria dal 2000 al 2016. Fonte EEA**



La percezione dei cittadini spesso non è in linea con questo dato

# Fatto 1 | Percezione

**La percezione dell'andamento della qualità dell'aria:  
confronto tra Bacino del Po e Eurobarometro**

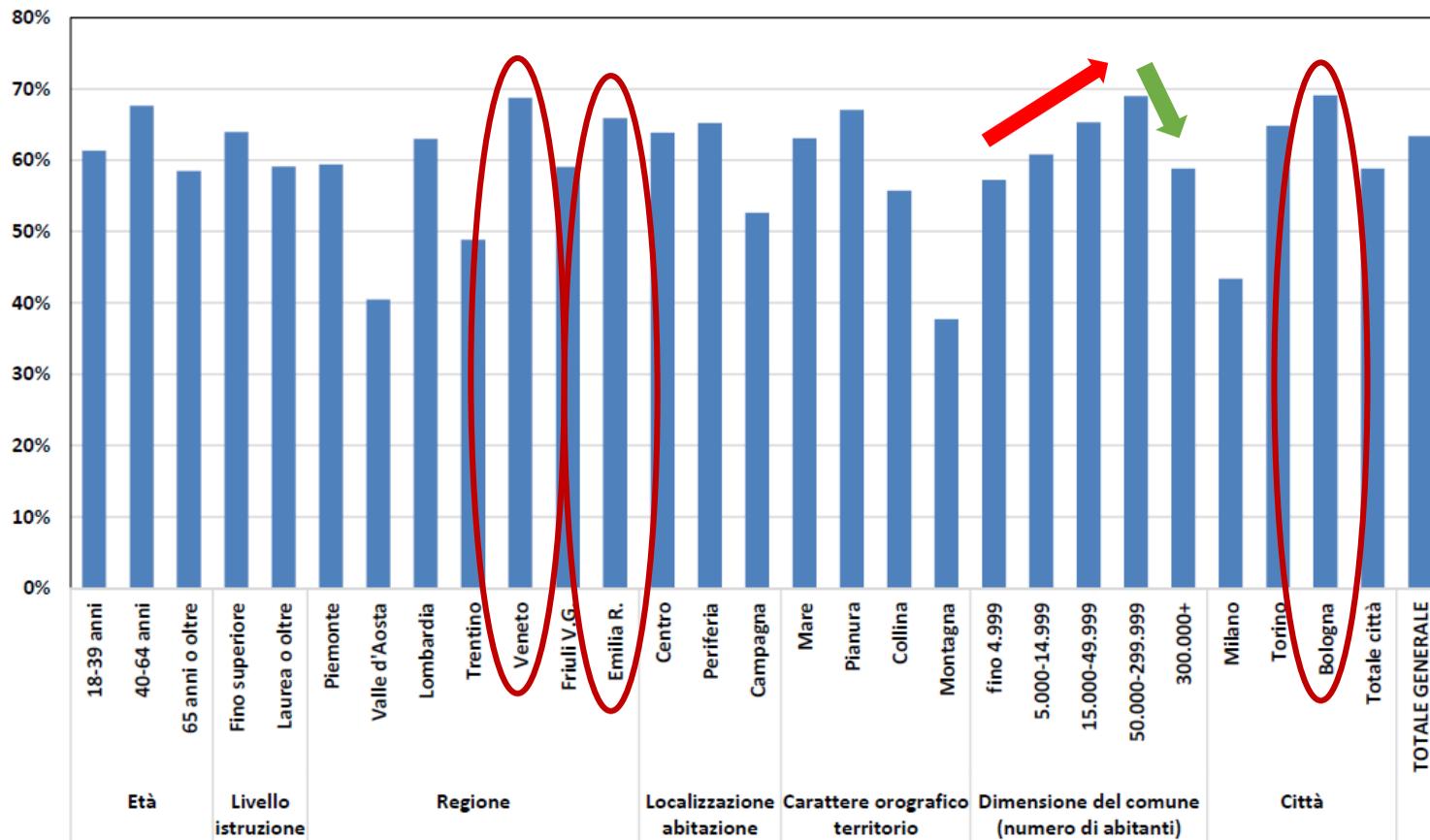


La maggior parte dei cittadini Europei percepisce un **peggioramento nella qualità dell'aria**.

I **residenti del Bacino padano** risultano più pessimisti della media europea, ma sensibilmente più ottimisti degli Italiani in generale.

### 3) Andamento della qualità aria negli ultimi dieci anni

Percentuali di casi che hanno risposto "peggioramento"



- Veneto (68,7%) ed Emilia-Romagna (65,9%) sono le Regioni con il maggior numero di persone convinte del peggioramento della qualità dell'aria (Bacino 63,3%)
- A Bologna ben il 69%: la percezione peggiore registrata nel bacino

- La preoccupazione del peggioramento della qualità dell'aria cresce con l'aumentare della dimensione del centro abitato di residenza fino a 300 mila abitanti
- Poi diminuisce sensibilmente per le grandi città (>300 000)

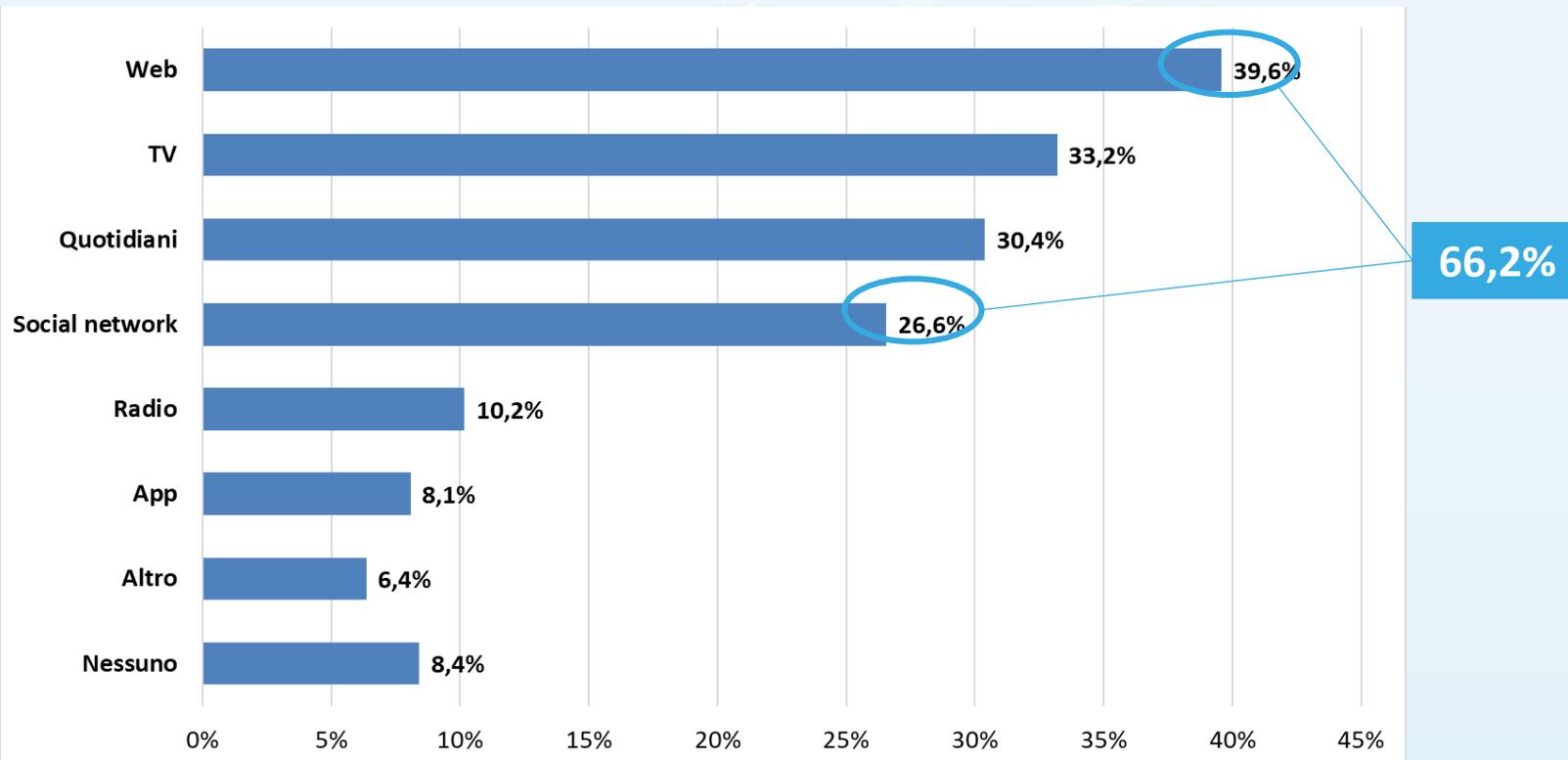


LIFE 15 IPE IT 013

# Fatto 2 | Strumenti di informazione



## Principali fonti informative sulla qualità dell'aria



I cittadini sembrano acquisire le informazioni sulla qualità dell'aria principalmente da **Internet** e dai **social media** (un totale del 66,2% degli intervistati), anche se usano ancora fonti tradizionali come TV e giornali.

Tuttavia, sebbene sia più facile raggiungere i cittadini via Internet, il web è maggiormente esposto al rischio di «*false news*».

Le strategie di comunicazione da adottare nel bacino del Po devono considerare questo fattore.

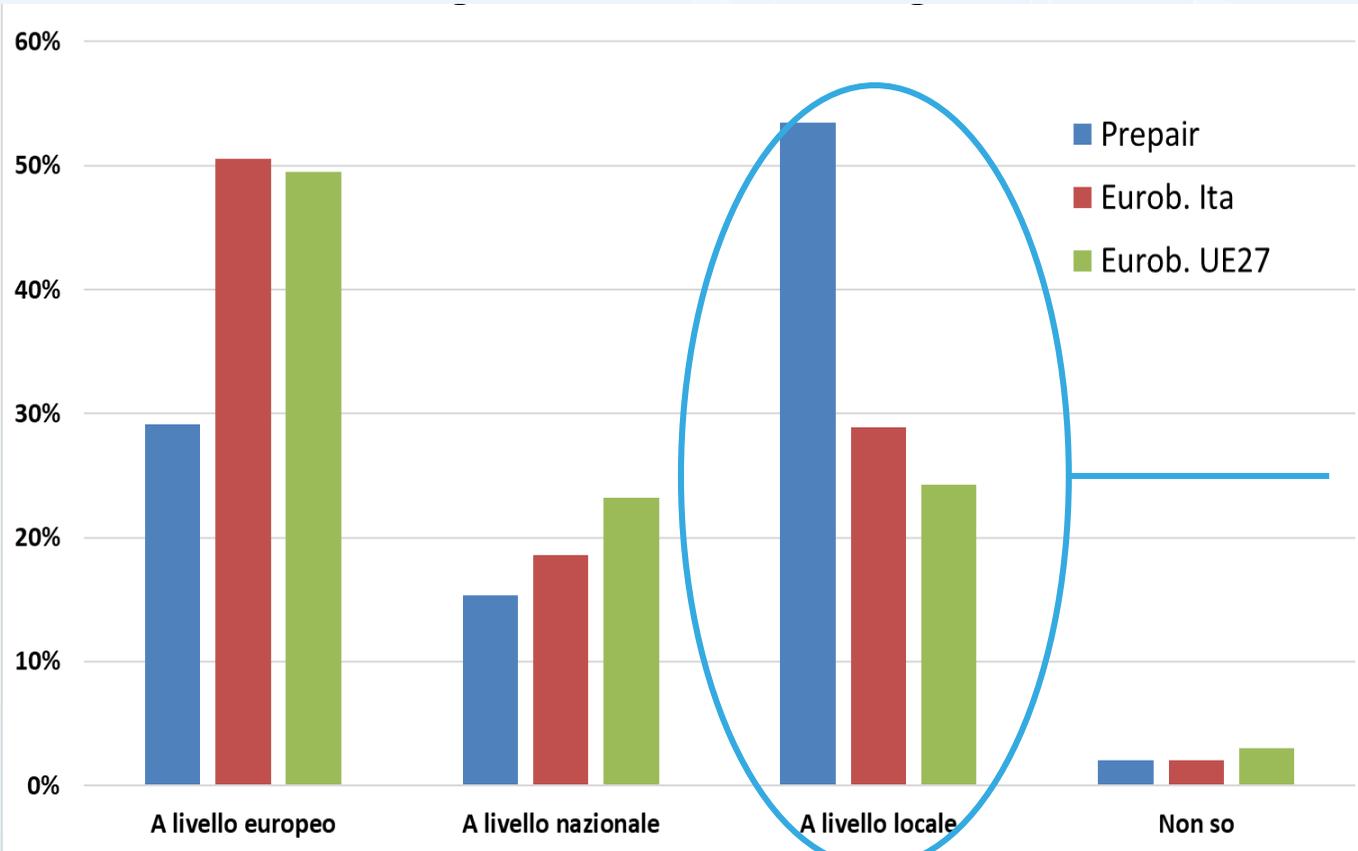


LIFE 15 IPE IT 013

# Fatto 3 | Globale VS Locale



## Ambito territoriale su cui agire, confronto con Eurobarometro



Nel bacino padano è diffusa la percezione secondo cui il **livello locale** sia quello in grado di influire maggiormente sulla qualità dell'aria.

L'Italia, coerentemente con il dato europeo, ritiene il **livello europeo** come l'ambito territoriale più efficace su cui agire per migliorare la qualità dell'aria.

Gli intervistati del bacino padano si discostano sensibilmente da questa percezione

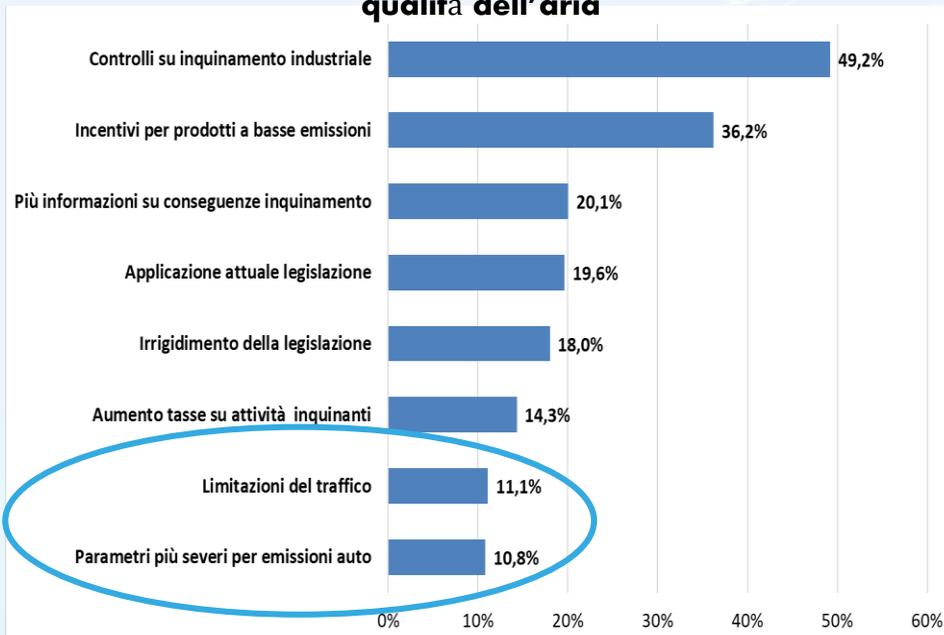


LIFE 15 IPE IT 013

# Fatto 3 | Globale VS Locale



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



Quali sono le azioni più efficaci?

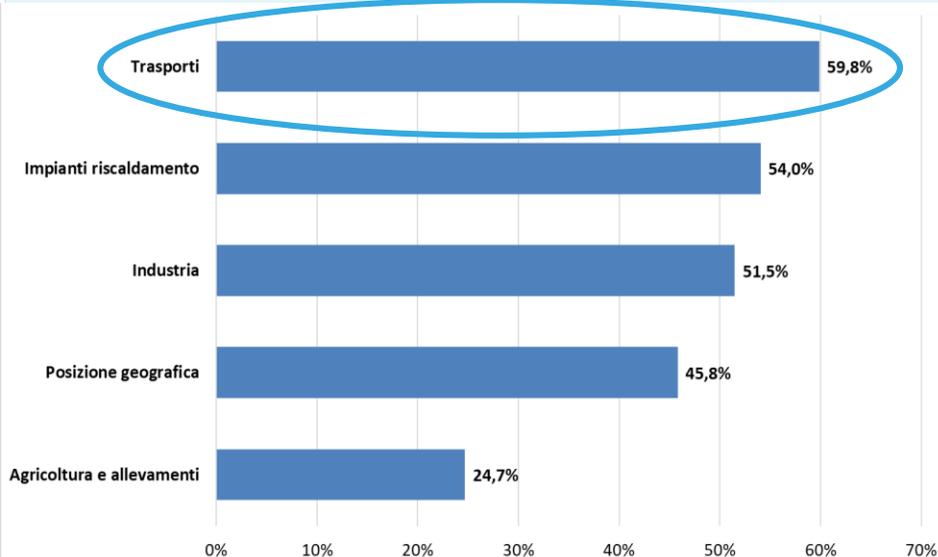
- Controlli sul Sistema industriale (circa 50%)
- Incentivi per prodotti a basse emissioni (36.2%).

Meno efficaci: restrizioni al traffico e nuovi parametri per le emissioni auto .....

Ma tutti sono convinti che il trasporto sia la prima fonte di inquinamento ...

*“coinvolgeteci direttamente solo una volta che avrete fatto il possibile sugli altri fronti”*

## Cause principali dei problemi di qualità aria



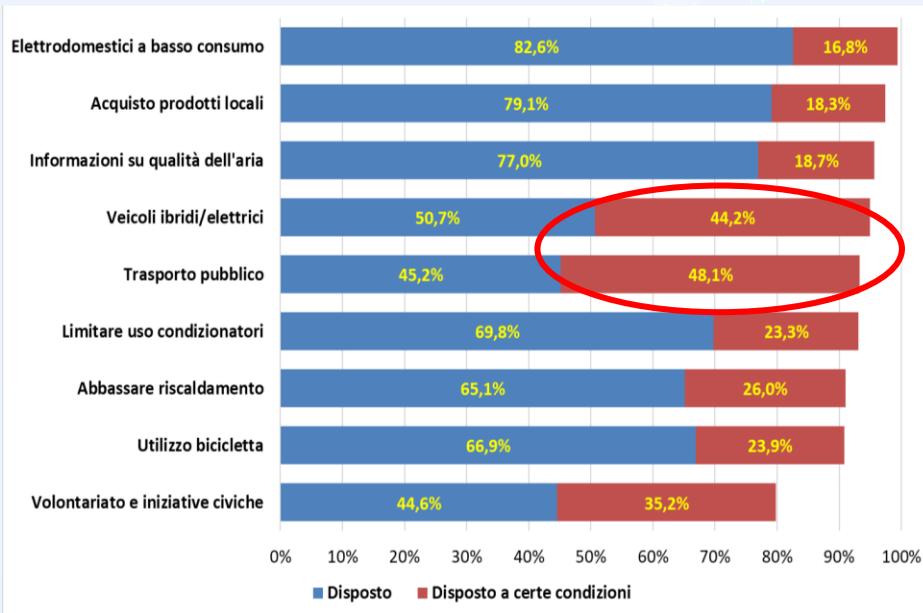


LIFE 15 IPE IT 013

# Fatto 4 | Disponibilità e scelte individuali

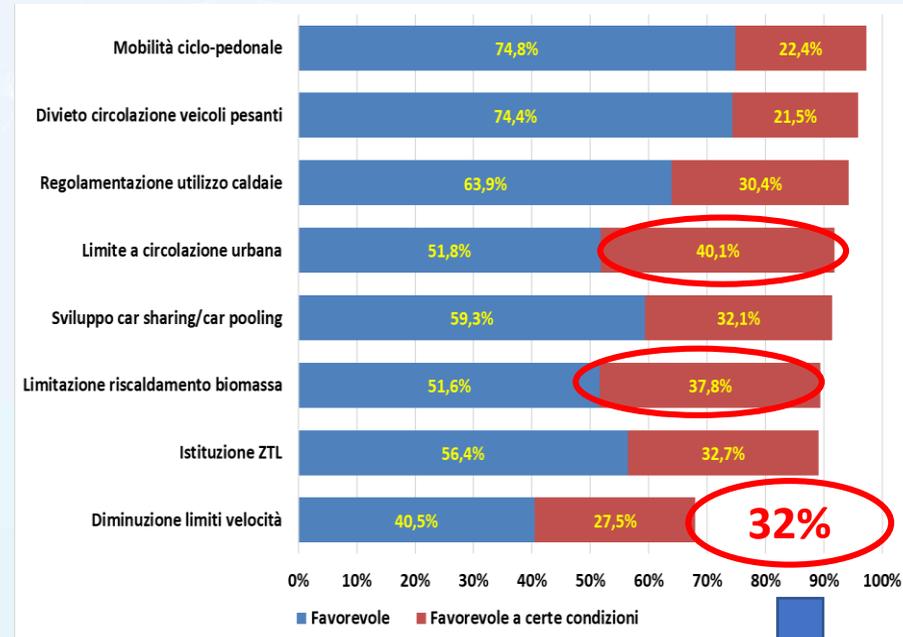


## Comportamenti che il cittadino sarebbe disposto.....



!!

## Pareri dei cittadini sulle iniziative proposte



I risultati rivelano una sorta di sfiducia nell'attuazione di determinati comportamenti richiesti ai cittadini.

- Il sì condizionato ..... argomenti difficili e che richiedono particolare attenzione da parte delle politiche e delle scelte di comunicazione
- Il trasporto pubblico con il 48,1% di approvazione condizionata è un segnale della necessità di migliorare il servizio.
- I veicoli elettrici ibridi, a loro volta, con una disponibilità condizionata del 44,2% riportano al tema delle infrastrutture e del prezzo ritenuto ancora troppo elevato di accesso ai veicoli.

In generale prevalenza di contrarietà verso iniziative con ricadute sui cittadini stessi



LIFE 15 IPE IT 013



# Stop ai diesel più vecchi La lotta allo smog spegne 3 milioni e mezzo di auto

Scattano i blocchi in Pianura Padana: fermi anche gli Euro 3 a gasolio  
Comuni in ordine sparso. In Piemonte la stretta slitta tra le polemiche

**Il meteorologo «Servono più divieti»**

## Smog, 300mila auto 'fuorilegge' «Così soffochiamo le imprese»

*Da lunedì nuove misure in Emilia Romagna. Stop ai diesel euro 4. E' rivolta*

## Smog Emilia Romagna, la Regione ritira il blocco dei diesel euro 4

Marcia indietro dopo la riunione fiume con i sindaci 'ribelli'. Più domeniche ecologiche, ma anche maggiori incentivi per chi vuole cambiare l'auto

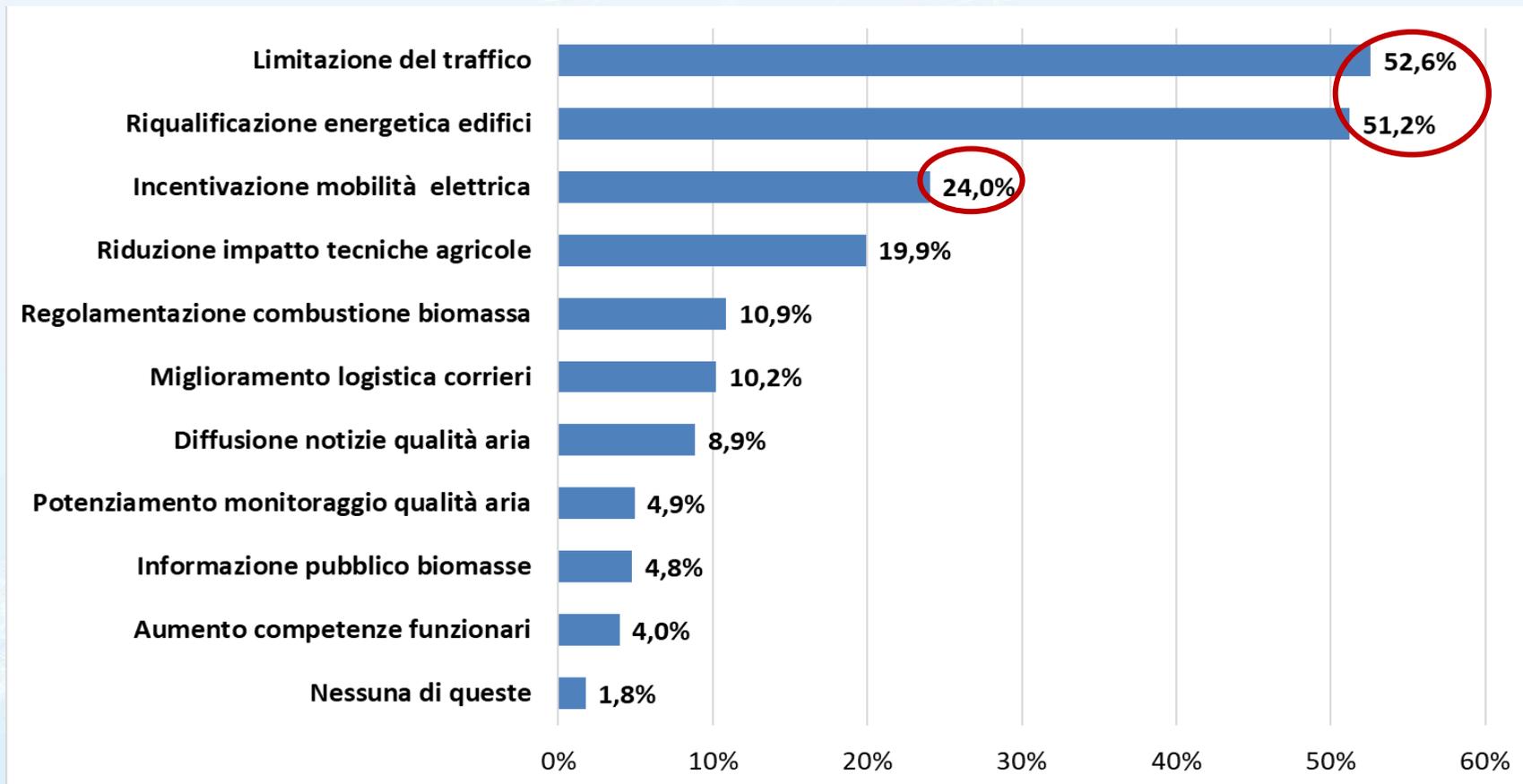


LIFE 15 IPE IT 013

# Fatto 5 | La tua opinione



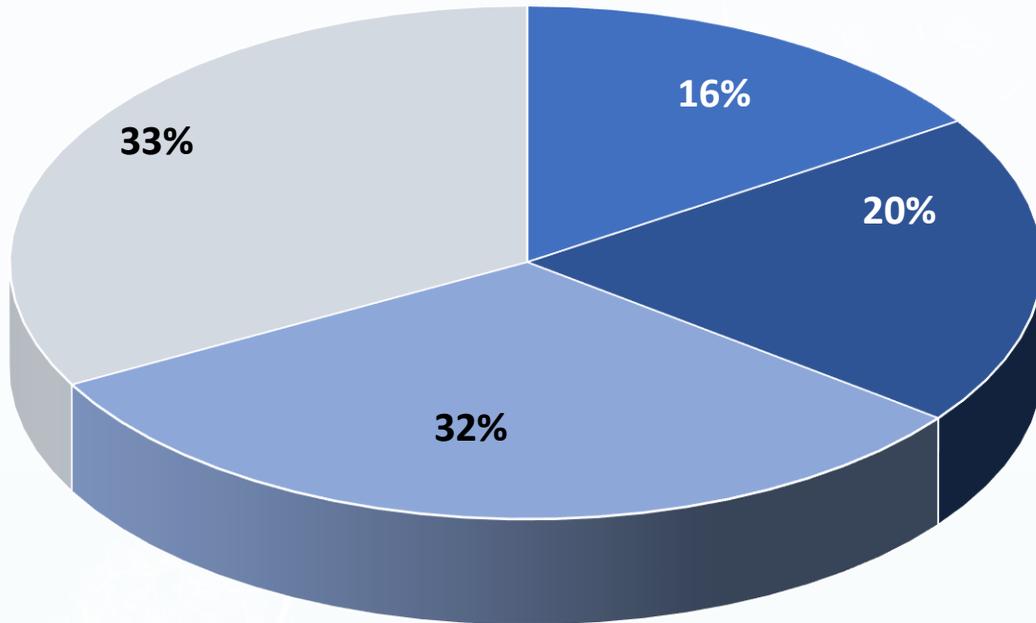
## Iniziative su cui concentrarsi



- Le Limitazioni al traffico (52.6%) e la riqualificazione degli edifici (51.2%) sono le iniziative su cui i cittadini chiedono di concentrarsi maggiormente
- Il 24% dei cittadini considera importanti gli incentivi alla mobilità elettrica

# Fatto 6 | Profilazione dei rispondenti

Distribuzione del campione per Cluster



- Impegnato e proattivo (16%) → Alleati
- Disponibile, ma... (20%) → Potenziali alleati
- Titubante (32%) → Potenziali alleati
- Non disponibile (33%)



LIFE 15 IPE IT 013

# Fatto 6 | Profilazione dei rispondenti

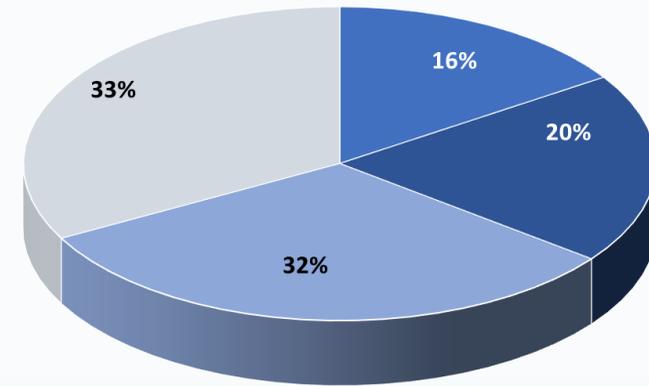


## Disponibile, ma... (20%)

Cittadino che dimostra di volersi impegnare, seppur in modo generico, senza indicare con i comportamenti e le iniziative da attuare.

Individua nelle istituzioni sovraregionali e regionali gli attori che dovrebbero maggiormente attivarsi per migliorare la qualità dell'aria

Distribuzione del campione per Cluster



## Titubante (32%)

Cittadino che dimostra scarsa disponibilità ad agire per il miglioramento della qualità dell'aria pur se più preoccupato per la qualità dell'aria rispetto a quelli degli altri cluster.

- Vede nelle istituzioni europee gli attori che dovrebbero agire maggiormente per migliorare la qualità dell'aria.
- Tra le iniziative meno gradite quelle riguardanti trasporti e mobilità.



LIFE 15 IPE IT 013

# Prospettive – la campagna



1. **Fertilità del contesto** .....Ci troviamo di fronte ad un momento adeguato come non mai per agire sui temi ambientali e sulla sensibilità delle persone

*Prendendo a prestito alcuni risultati workshop progetto Just Transition Emilia-Romagna che chiedeva di immaginare città del futuro.....*

## Lo stile di vita nelle città del 2050

- **Unità minima di riferimento:** eco-quartiere residenziale
- **Conformazione delle zone residenziali:** palazzi condominiali per una città compatta, con tetti verdi e pannelli fotovoltaici
- **Capillarità dei servizi ai cittadini:** diffusi (sanità, istruzione, cultura, sport) in ogni quartiere, così da garantire spostamenti più limitati e maggiore attrattività
- **Luoghi di lavoro:** possibilità di smartworking con presenza di spazi di coworking per meeting e presentazioni, per evitare un eccessivo isolamento

## Il verde urbano nelle città del 2050

- **Disposizione delle aree verdi:** diffuse su tutta la città con corridoi ecologici, orti urbani (verde diventa produttivo come in campagna) e giardini sui tetti dei palazzi
- **Rigenerazione urbana:** attraverso la riqualificazione di infrastrutture dismesse nella città (come vecchie ferrovie o palazzi)

## La mobilità nelle città del 2050

- **Mobilità cittadina per spostamenti limitati:** "dolce", "slow", principalmente pedonale e ciclabile.
- **Mobilità sulle lunghe distanze:** mezzi di spostamento elettrificati, di superficie (tram, navette e autobus) e interrati (metropolitana)
- **Modello operativo:** intermodalità dei trasporti, grazie a piattaforme di interscambio (all'esterno dell'area vivibile e in punti strategici)
- **Modello di business:** sharing economy, dal possesso all'utilizzo

## Il commercio nelle città del 2050

- **Dimensione dei punti di acquisto:** negozio di quartiere, con mercati rionali e botteghe alimentari e artigiane
- **Modalità di acquisto:** imprescindibile l'acquisto online con modalità di consegna sostenibili (rider e droni) e punti di ritiro fisici
- **Ruolo dei centri commerciali:** dismessi e convertiti in nuovi centri di aggregazione culturale o luoghi per attività fisiche e ricreative
- **Luoghi produttivi:** fuori città industrie inquinanti, in città luoghi produttivi sostenibili, ma comunque vicini al consumatore per accorciare la filiera.

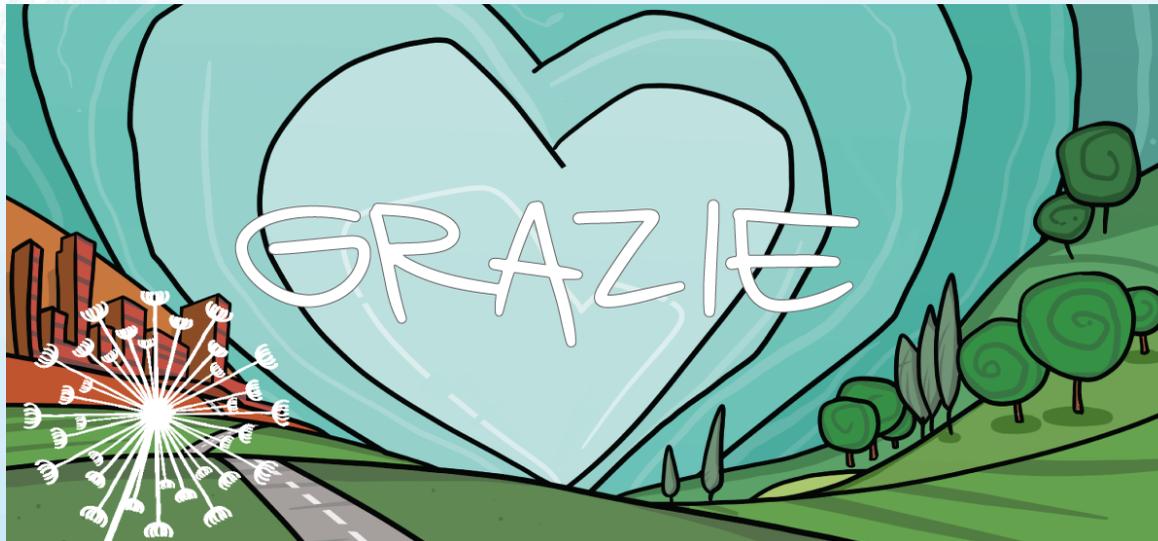


LIFE 15 IPE IT 013

# Prospettive – la campagna



2. Per ottenere un vero cambiamento, l'**unità di intenti e la chiarezza** con cui le azioni e le proposte vengono presentate ai cittadini sembrano essere **elementi chiave**.
3. Anche i cittadini più responsabili e consapevoli, infatti, valutano non solo interpretando le informazioni tecniche ma anche attraverso la propria **sfera emotiva**.
4. Elementi chiave per l'adozione di scelte sostenibili\*
  - **Visibilità** dei comportamenti virtuosi (**premialità..... emulazione grande potenziale soprattutto per azioni in contesti locali**)
  - Per ampliare contesto diffusione azioni virtuose (*dal locale al globale*) **Fiducia reciproca-----lo faccio perché so che lo fanno anche gli altri**



# VALUTA L'ARIA

la percezione dei cittadini  
sulla qualità dell'aria



prepAIR  
The Region Supports the Politics of Air

Grazie dell'attenzione!  
marco.ottolenghi@art-er.it



[www.lifeprepare.eu](http://www.lifeprepare.eu) – [info@lifeprepare.eu](mailto:info@lifeprepare.eu)

