

LA COMUNICAZIONE DELL'ADATTAMENTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO NEL PNACC

DI SIMONA RE

1. Introduzione

La diversità degli impatti del cambiamento climatico e degli attori coinvolti nell'adattamento fanno della comunicazione un tassello fondamentale nel percorso di attuazione del PNACC.ⁱ È attraverso la comunicazione che si informano e si consultano la società civile e i portatori di interesse, coinvolgendo cittadini, imprese ed enti locali nelle decisioni, e costruendo un consenso attorno a politiche e azioni che hanno a venire. È attraverso la comunicazione che si supportano anche l'esatta definizione e il buon funzionamento della *governance* dell'adattamento, in direzione di un'efficace azione di sistema.

Materiali e spunti sulle possibili azioni di comunicazione e partecipazione non mancano. Il PNACC parla di informazione, divulgazione e campagne di sensibilizzazione, di educazione nelle scuole e di formazione di amministratori pubblici, organizzazioni di categoria e professionisti, ma anche di processi organizzativi e partecipativi, dello sviluppo di reti a supporto del processo decisionale e politico, e dell'istituzione di un Forum permanente dedicato all'informazione e al coinvolgimento dei portatori di interessi e della società civile (PNACC, p. 101). A oggi tuttavia le maggiori urgenze riguardano l'individuazione delle risorse necessarie a supportare queste azioni di comunicazione. Dall'attivazione dell'Osservatorio nazionale nella definizione delle specifiche fonti di finanziamento, alle professionalità che, pur non specificate nel Piano, si auspica contribuiranno a costituire e supportare il Forum. Pensiamo in particolare al ruolo di comunicatori della scienza, esperti di comunicazione del rischio, psicologi e sociologi. Detto questo le azioni di comunicazione nel PNACC si articolano su due grandi fronti, che sono le azioni di Informazione, e quelle relative ai Processi organizzativi e partecipativi.

2. Per decidere bisogna conoscere

Per quanto riguarda le azioni di Informazioneⁱⁱ come la divulgazione, l'educazione e la formazione, fondamentale per la comunicazione dell'adattamento è puntare sulla chiarezza di obiettivi e messaggi, coerentemente con gli scopi del PNACC e dei Piani di azione, e sull'efficace diffusione e condivisione delle informazioni. Il PNACC fornisce alcune indicazioni sulla comunicazione di Strategie e Piani di Azione (Allegato I, pp. 53-54; Allegato II, pp. 132-134) e del monitoraggio dell'implementazione (Allegato I, pp. 130-133; Allegato II, pp. 161-162). A questo proposito, si segnala, per le campagne informative e di sensibilizzazione sarebbe utile fornire alle Regioni e alle Pubbliche Amministrazioni prodotti editoriali personalizzabili per la predisposizione del Quadro Climatico e per la produzione di materiali informativi sintetici sugli scenari climatici, gli impatti a livello locale, le Strategie, i Piani di Azione e il significato delle azioni di adattamento. Inoltre, per promuovere

l'accessibilità e la condivisione delle informazioni, è importante che le campagne di comunicazione tengano conto delle caratteristiche della popolazione, e quindi dell'effetto dei numerosi fattori che sono noti influenzare la partecipazione e l'accettazione delle politiche di adattamento (quali età, genere, educazione, status economico, orientamento politico, credenze e consapevolezza ambientale)ⁱⁱⁱ. Questa indicazione sarebbe da riferirsi anche all'"elaborazione di piani di comunicazione specifici per ogni settore", nell'ambito delle attività di comunicazione di Strategie e Piani di Azione (Allegato I, p. 54). Inoltre, quanto alla citazione nel PNACC degli ottimi consigli del manuale sviluppato da *Climate Outreach* su commissione dell'IPCC nel 2018 per una buona comunicazione del cambiamento climatico (Allegato I, p. 132), è utile osservare che su questo importante tema è disponibile oggi una letteratura scientifica più ampia e aggiornata con numerosi suggerimenti e raccomandazioni dalla sociologia, psicologia e comunicazione del rischio^{iv}.

Per finire, da un punto di vista strategico, si segnala che puntare ad alimentare una forte sinergia tra Forum e Comitato^v consentirebbe di sviluppare azioni di Informazione studiate appositamente per supportare i Processi organizzativi e partecipativi, in funzione degli obiettivi e attività programmate dal Comitato.

3. La partecipazione non è un *optional*

I Processi organizzativi e partecipativi^{vi} rappresentano il cuore delle attività di comunicazione nell'attuazione di un Piano tanto sfidante e complesso. Fondamentale è prevedere obiettivi concreti di partecipazione della società sia ai processi decisionali sia alle delicate fasi di implementazione delle politiche. Ciò che serve è quindi organizzare e avviare effettivi percorsi di partecipazione della società civile e degli *stakeholder*, con particolare attenzione anche al settore privato^{vii}, superando di gran lunga i più basilari e pur necessari obiettivi di divulgazione "su quanto sta succedendo" e "su quanto è stato deciso", per puntare a un vero e proprio dialogo con la società, le comunità, le imprese e gli enti locali, in grado di dare concretezza alle azioni di comunicazione e agli obiettivi di partecipazione fin dalle prime fasi dell'attuazione.

Per supportare i processi decisionali in Italia urge da tempo animare un dibattito pubblico a diverse scale sull'individuazione e l'implementazione di soluzioni *ad hoc* di adattamento a livello regionale e locale. Parliamo di quel dibattito pubblico che avrebbe sicuramente giovato di un maggior impegno nella comunicazione collegata alla consultazione pubblica del 2023. A questo proposito e di buon auspicio per il futuro si ricorda che, come indicano le "Linee guida sulla consultazione pubblica in Italia" (Direttiva 31 maggio 2017), le attività di comunicazione e la diffusione di un rapporto di sintesi degli esiti della consultazione rappresentano strategie preziose per supportare i processi consultivi e favorire il coinvolgimento dei cittadini.

Dal punto di vista metodologico è utile puntare al coinvolgimento di comunità, associazioni e reti preesistenti, oltre che alla creazione di nuovi gruppi. A proposito di metodi, le strategie suggerite nel PNACC includono l'organizzazione di conferenze, *workshop*, *focus group*, consultazioni pubbliche e assemblee cittadine (Allegato I, Scheda A.4.2, p. 6-7 di 71; Allegato II, Scheda A.4.2, p. 13 di 58). Di supporto per queste attività sarebbe quindi lo sviluppo di manuali *user-friendly* per la comunicazione di indicazioni e buone pratiche di partecipazione, a partire da quanto enunciato nei capitoli A.4.1, A.4.2 e nelle rispettive Schede Operative degli Allegati I-II sui temi della selezione e integrazione degli *stakeholder*. Inoltre la Piattaforma nazionale sull'adattamento ai cambiamenti climatici, considerata lo strumento informatico di riferimento per i lavori del Forum, può rappresentare un ottimo punto di partenza per lo sviluppo di strumenti operativi, oltre che informativi, a supporto della comunicazione tra cittadini e tra portatori di interesse, per agevolare la condivisione di contatti, metodi e buone pratiche. A questa osservazione si potrebbe collegare l'azione di "sviluppo di una piattaforma online per lo scambio di informazioni ed esperienze" citata tra le attività di comunicazione di Strategie e Piani di Azione (Allegato I, p. 54).

4. Coerenza, urgenza, e fiducia

Badando alle priorità, a viaggiare a braccetto con il tema a oggi irrisolto delle risorse è sicuramente quello della coerenza, nodo cruciale di un'efficace comunicazione. Secondo molti il PNACC necessiterebbe fin da ora di una sostanziale riformulazione per passare da quello che è definito un documento di indirizzo a un vero e proprio programma e piano di azioni concrete. Ragionevolmente, nel rispetto della partecipazione attiva della società e delle specifiche caratteristiche e vulnerabilità dei territori, le maggiori criticità comunicative del Piano sembrano riguardare più la carente definizione e comunicazione delle “regole del gioco” – dai *target* generali di adattamento e le priorità alla definizione della *governance* – che non le azioni da mettere in campo. I maggiori rischi riguardano i possibili ritardi e la dispersione nell'ambito di decisioni, azioni e risorse, e una più limitata capacità di neutralizzare e rimuovere gli ostacoli all'implementazione^{viii}. Rispetto alla garanzia della congruità degli interventi in direzione di obiettivi di adattamento chiari e condivisi, centrale sarà quindi la cura dedicata all'elaborazione del piano di comunicazione per la pubblicazione e diffusione dei risultati delle attività del Sistema di Monitoraggio, *Reporting* e Valutazione (Allegato I, p. 131-133; Allegato II, p. 162).

Infine, a proposito di coerenza, la comunicazione del rischio insegna che la credibilità delle istituzioni è fondamentale per coltivare e nutrire il senso di fiducia delle persone, contribuendo a una risposta efficace ai pericoli climatici^{ix}. Per questo motivo sarebbe urgente partire da subito con una pulizia del dibattito politico dalle insidie del negazionismo e dell'inattivismo^x, e dalla pubblica assunzione di responsabilità e impegno dei decisori politici nel supportare un dibattito vivo e informato sulle soluzioni dell'adattamento (e non solo) ai cambiamenti climatici nel nostro Paese.

ⁱ Le azioni di comunicazione previste dal PNACC rientrano nella tipologia di azioni di tipo A (*soft*), con l'obiettivo di “una maggiore conoscenza o lo sviluppo di un contesto organizzativo, istituzionale e legislativo favorevole” e sono considerate propedeutiche alla realizzazione delle azioni di tipo B (*non soft*) (PNACC, p. 90).

ⁱⁱ Si intende qui la macrocategoria delle azioni “Informazione” (ID I), con particolare riferimento alla categoria “Divulgazione, percezione, consapevolezza e formazione” (ID F) (PNACC, p. 90, Tabella 8).

ⁱⁱⁱ Schwirplies C (2018) Citizens' Acceptance of Climate Change Adaptation and Mitigation: A Survey in China, Germany, and the U.S. *Ecological Economics*, 145, March 2018, pp. 308-22. Johnson E, Nemet GF (2010) Willingness to pay for climate policy: a review of estimates. In: La Follette School Working Paper No. 2010-011. La Follette School of Public *Affairs*, Madison, WI.

^{iv} Re S (2021) La transizione ecologica, un impegno di rinnovamento sociale non più revocabile. *Scienza in rete*, 9 aprile 2021, www.scienzainrete.it/articolo/transizione-ecologica-impegno-di-rinnovamento-sociale-non-più-revocabile/simona-re/2021-04

^v Distinzione spiegata a pag. 100 del PNACC.

^{vi} Si intende qui la macrocategoria “Processi organizzativi e partecipativi” (ID SSS), con particolare riferimento alla categoria “Partenariato e partecipazione” (ID PP) (PNACC, p. 90, Tabella 8).

^{vii} Klein J et al. (2018) The role of the private sector and citizens in urban climate change adaptation: Evidence from a global assessment of large cities. *Global Environmental Change*, 53, November 2018, pp. 127-36.

^{viii} Cioè gli ostacoli “di carattere normativo, regolamentare e procedurale da mitigare e, laddove possibile, rimuovere” (PNACC, p. 86).

^{ix} Per “pericoli climatici” si intendono quelle variazioni delle diverse caratteristiche del clima che assumono un'entità tale da poter causare impatti negativi sui sistemi ambientali e socioeconomici (PNACC, p. 18).

^x “Il climatologo Michael Mann: «Ci è stato fatto questo fantastico dono: la Terra. Abbiamo il dovere etico di non distruggerla per le generazioni future»”, intervista di Stella Levantesi a Michael Mann, *Valigia Blu*, 22 aprile 2022; www.valigiablui.it/crisi-climatica-guerra-combustibili-fossili/