



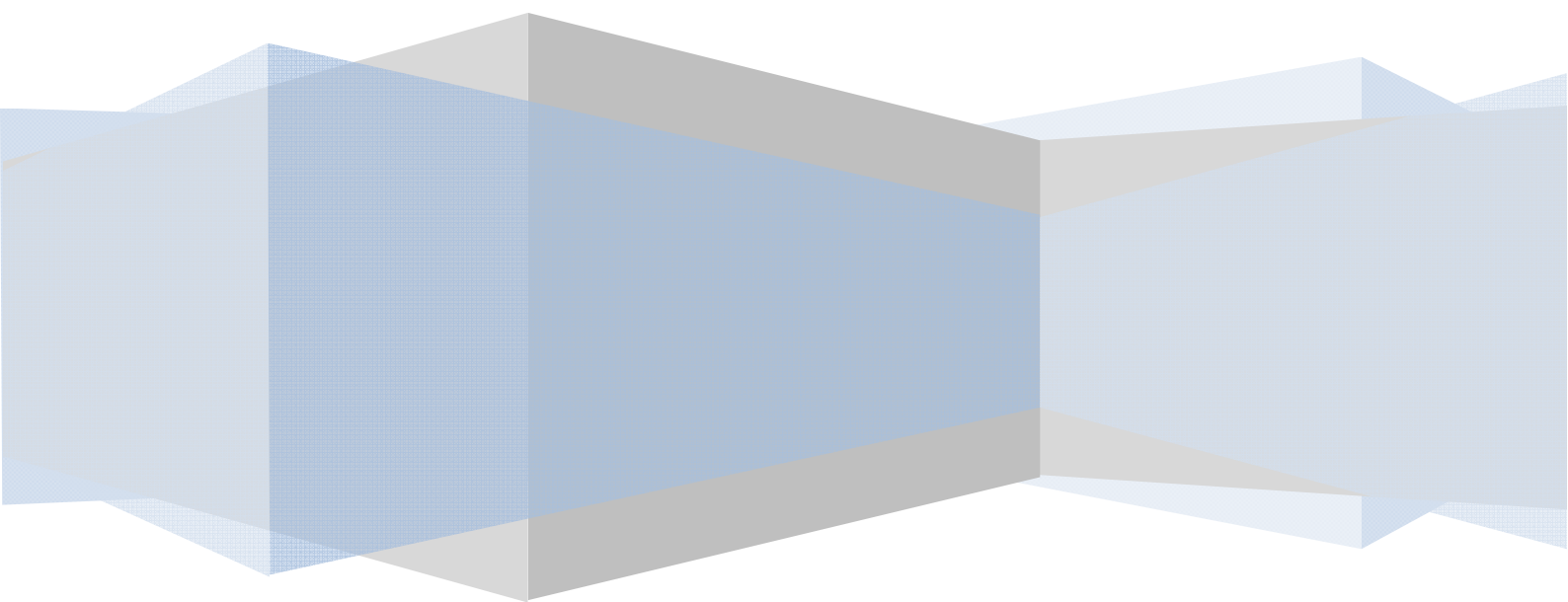
Dipartimento di Matematica e Statistica

Università di Napoli Federico II

Campagna di ascolto del Comune di Napoli: sintesi dei risultati

Piano strategico della città di Napoli

A cura di Roberta Siciliano, Raffaele Sibilio, Massimo Aria



PRESENTAZIONE

“Costruiamo insieme progettonapoli” è stato lo slogan della Campagna d’ascolto avviata dal Comune di Napoli, Assessorato al Piano strategico della città di Napoli, nella primavera 2007.

Il presente lavoro nasce per sollecitare un processo di condivisione da parte dei cittadini sul valore del piano strategico quale strumento di governo della città, e, al tempo stesso, per individuare le azioni prioritarie nei diversi ambiti di intervento, presupposto per la definizione dei progetti strategici per lo sviluppo della città di Napoli.

I cittadini sono stati invitati, in prima persona, non soltanto a palesare le proprie esigenze, ma hanno avuto anche la possibilità di indicare direttamente le misure da adottare riguardo ciascuna delle tematiche proposte. In questo senso, dunque, si può affermare che questa ricerca fornisce “il punto di vista del cittadino” nel senso più ampio dell’espressione.

Lo studio delle priorità d’intervento e delle corrispondenti azioni migliorative è stato condotto alla luce delle più moderne teorie sociologiche e delle più avanzate metodologie statistiche, al fine di fornire un rigoroso supporto scientifico ai soggetti che sono chiamati a redigere il Piano Strategico. Un supporto prezioso poiché consente di implementare la linea d’azione dell’apparato comunale a partire da una solida base informativa. Il notevole output quali-quantitativo generato dalla ricerca può aiutare l’amministrazione a individuare e perseguire obiettivi che risultino coerenti rispetto alle esigenze della cittadinanza. In più, anche l’individuazione delle azioni da porre in essere gode di un ulteriore e fondamentale punto di vista, fornito dalle indicazioni di coloro che quotidianamente vivono la città. Il Piano, infine, può beneficiare del presente lavoro anche nella fase di timing delle attività, in quanto la ricerca è stata strutturata in modo da esplicitare anche le priorità di intervento nei vari settori.

Oltre ai responsabili scientifici dell’indagine, hanno fatto parte della squadra di ricerca Antonio D’Ambrosio e Valerio Aniello Tutore, dottori di ricerca in Statistica, Umberto Pagano, dottore di ricerca in Sociologia, Gianfranco Giordano e Marcello Pecoraro, dottorandi di ricerca in Statistica.

L’attività di ricerca è stata svolta nel Dipartimento di Matematica e Statistica dell’Università di Napoli Federico II, diretto dal Prof. Vincenzo Aversa.

Il testo del Rapporto completo, relativo all’indagine statistica condotta, è reperibile sul sito www.comune.napoli.it/pianostrategico.

INTRODUZIONE

Alla base di questo lavoro c'è la precisa convinzione che nella determinazione delle scelte di intervento e delle priorità d'azione di una Amministrazione, la dimensione percettiva dei cittadini sia importante almeno quanto quella "oggettiva". Il livello di gravità percepita di un dato problema sociale, infatti, può essere influenzato in maniera determinante, se non decisiva, da variabili immateriali che solo in parte hanno a che fare con la sua consistenza tecnica: l'assuefazione ad una certa condizione, la familiarità, la rappresentazione mediatica, il livello di integrazione della comunità, la tipologia di stratificazione sociale. Tutto ciò genera spesso meccanismi, solo apparentemente inspiegabili, di percezione selettiva, di amplificazione ingiustificata o di sottovalutazione di eventi e fenomeni. Lo studio dei problemi sociali e la pianificazione delle risposte ad essi è anche, quindi, lo studio sociale dei processi percettivi delle comunità.

Se una Istituzione "pensa" solo "oggettivamente" (o meglio: oggettivisticamente) difficilmente potrà evitare una profonda discrasia tra la propria valutazione delle criticità sociali, e delle relative priorità d'intervento, e quella della "società civile". La sottovalutazione della dimensione percettiva – dimostra l'esperienza empirica – porta il *policy-making* fuori strada, nel pantano di un *gap* tra percezione istituzionale e percezione della gente.

La formulazione di politiche pubbliche di alta qualità, in realtà, non può prescindere dal monitoraggio e dall'analisi dei bisogni di riferimento, ciò implica l'adozione di un preciso paradigma comunicativo; perché la comunicazione ha un ruolo cruciale di ascolto e lettura del contesto. La predisposizione di un adeguato apparato "sensoriale", grazie alle opportune metodologie, può supportare la formazione delle decisioni attraverso la composizione di un quadro dettagliato degli scenari di riferimento e, inoltre, può stimolare la motivazione dei cittadini ad un maggior coinvolgimento, ad un maggior impegno partecipativo alla vita e alle scelte della comunità.

La "campagna di ascolto" si muove proprio in questa consapevolezza e pone il cittadino e la sua percezione come punto di partenza e di arrivo del percorso di ricerca. Un percorso di ricerca che si fa prassi di traduzione del comune sentire in precise istanze esplicitate attraverso il supporto scientifico della analisi statistica e sociologica. Si realizza anche così l'avvicinamento tra le persone e le Istituzioni che le rappresentano.

L'INDAGINE STATISTICA

La Campagna d'Ascolto nasce con l'obiettivo di ampliare la partecipazione al processo di realizzazione del piano strategico di Napoli, aprendo un dialogo diretto con i giovani, le donne e gli uomini di tutte le condizioni e di tutti i quartieri della città, coinvolgendoli nelle scelte politiche e nei processi di cambiamento.

In questo senso, con essa si è inteso perseguire due scopi fondamentali nella progettazione strategica del futuro della città:

- Analizzare la percezione soggettiva dei cittadini sulle emergenze sociali della città, stabilendone il livello di importanza relativo e le priorità delle azioni migliorative, a livello cittadino e municipale;
- Favorire la conoscenza del piano strategico per rafforzare la partecipazione dei cittadini grazie ad una azione informativa con l'utilizzo dei diversi "media".

L'Amministrazione Comunale ha annunciato l'evento con una vasta campagna pubblicitaria che ha visto l'affissione di manifesti e locandine sull'intero territorio cittadino, la predisposizione di una brochure che illustrava l'iniziativa e gli obiettivi del piano strategico e l'organizzazione di diversi incontri e conferenze stampa aventi ad oggetto l'attività di ascolto.

A questa attività informativa è seguita poi l'indagine statistica sulla campagna d'ascolto dei cittadini, svolta dal Dipartimento di Matematica e Statistica dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. Questa attività, attraverso la diffusione di brochure e la somministrazione di un questionario progettato "ad hoc", ha permesso di raccogliere opinioni e preferenze su tematiche relative al miglioramento della vivibilità, allo sviluppo economico, all'accrescimento del senso civico, ed alle problematiche specifiche delle singole municipalità cittadine.

La campagna di ascolto si è svolta tra giugno e luglio 2007 ed ha permesso di contattare circa 10.000 cittadini attraverso postazioni fisse e camper itineranti che hanno interessato tutti i territori delle dieci municipalità cittadine.

Il questionario adottato nell'indagine è il frutto di un lungo processo di elaborazione critica che ha avuto come punto di partenza i risultati emersi dai forum di avvio del piano strategico.

Questi incontri, promossi dal Comune di Napoli su tre aree tematiche relative a Competenza, Connessione e Creatività, che hanno visto la partecipazione di numerosi osservatori privilegiati della

città, hanno evidenziato le linee essenziali che dovranno guidare lo sviluppo strategico della Napoli di domani.

Napoli città competente significa immaginare una città e un'area metropolitana capaci di sviluppare la filiera della conoscenza, competenze di governo, occupabilità e innovazione.

Napoli città ben connessa significa sviluppare a Napoli e nella sua area metropolitana il sistema delle reti materiali ed immateriali, della logistica, della sostenibilità ambientale.

Napoli città creativa prefigura un territorio urbano percorso e strutturato da una catena interconnessa di attività capaci di innescare processi di rigenerazione creativa durevoli, diffusi, inclusivi, innovativi, per la cura dei mali urbani e per promuovere Napoli come fuoco euro-mediterraneo della cultura.

Dai forum sul piano strategico è stato possibile definire lo scenario di riferimento, potendo elencare emergenze sociali ed azioni per lo sviluppo della città. E' stata messa in rilievo la necessità di intraprendere un'azione di coinvolgimento del cittadino nei processi di condivisione del bene pubblico e dei progetti strategici, finalizzato anche ad accrescere il senso civico.

Tali esigenze di coinvolgimento della cittadinanza trovano risposta nella indagine statistica di ascolto, che attraverso la somministrazione di un questionario con interviste *face to face*, ha consentito di coinvolgere la popolazione nelle scelte strategiche della governance.

In quest'ottica, lo strumento di rilevazione impiegato nell'indagine si è configurato come strumento per rilevare e valutare statisticamente la percezione soggettiva dei cittadini sulle emergenze sociali della città, stabilendone il livello di importanza relativo e l'ordine di priorità rispetto alle eventuali azioni di intervento.

La rilevazione della percezione soggettiva dei cittadini è perseguita attraverso la definizione di dieci distinti *ambiti di intervento* che costituiscono differenti aspetti in cui è possibile intervenire per accrescere strategicamente l'essere città *competente, connessa e creativa*.

Allo stesso tempo, gli ambiti di intervento sono basilari per raggiungere tre obiettivi strategici: *il miglioramento della vivibilità, il rilancio dell'economia urbana e l'accrescimento del senso civico*.

L'ordinamento dei diversi ambiti nel processo di miglioramento della qualità della vita è ottenuto chiedendo agli intervistati di esprimere per ognuno di essi un livello di importanza in scala da 1 a 10.

Inoltre, per ogni ambito sono state individuate tre azioni migliorative su cui il cittadino è chiamato, in fase di intervista, ad esprimere un ordine di priorità di intervento nell'ottica di un miglioramento della

città (Tabella 1). In questo modo, combinando le due tipologie di risposte, *il cittadino ha potuto esprimere un ordine di importanza degli ambiti e, per ognuno di essi, un ordine di priorità delle azioni mirate al miglioramento dello stesso.*

Obiettivi Strategici	Ambiti di intervento	Azioni migliorative
Miglioramento della vivibilità	Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Migliorare l'igiene pubblica e incrementare la raccolta differenziata - Aumentare le aree pedonali - Promuovere politiche di riduzione dell'inquinamento atmosferico e del risparmio energetico
	Sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> - Repressione della criminalità attraverso il potenziamento delle forze dell'ordine - Prevenzione dei crimini attraverso nuove politiche sociali ed educative - Certezza del rispetto delle regole
	Territorio	<ul style="list-style-type: none"> - Riqualificazione delle periferie e del centro storico - Realizzazione di nuovi alloggi in città - Tutela del paesaggio naturalistico (aree verdi, salvaguardia del mare, ecc.)
	Mobilità	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento della qualità del trasporto pubblico locale - Potenziamento del corsie preferenziali - Creazione di nuovi parcheggi
Rilancio dell'economia urbana	Industria	<ul style="list-style-type: none"> - Favorire l'espansione sui mercati esteri - Favorire investimenti in formazione e ricerca - Individuare aree industriali e favorire l'insediamento di nuove imprese
	Turismo e beni culturali	<ul style="list-style-type: none"> - Favorire investimenti in strutture ricettive di accoglienza - Promuovere "grandi eventi" - Sostenere politiche di valorizzazione dei beni culturali e ambientali
	Attività creative culturali dell'artigianato artistico	<ul style="list-style-type: none"> - Attrarre risorse creative e valorizzare scambi e collegamenti con l'estero - Promuovere scuole di formazione sull'artigianato locale - Promuovere la messa in rete e aggregare gli operatori per la promozione delle produzioni locali
Accrescimento del senso civico	Politiche sociali ed educative	<ul style="list-style-type: none"> - Ridurre l'evasione scolastica e aumentare il tempo pieno - Accrescere i servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, inoccupati, ecc.) - Aumentare le politiche di contrasto alla povertà
	Attività culturali e aggregative	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementare spazi per la musica e il consumo culturale - Creare nuovi luoghi di aggregazione per associazioni e giovani - Aumentare le strutture sportive e i luoghi dedicati allo sport
	Rapporto con i cittadini	<ul style="list-style-type: none"> - Migliorare la comunicazione e l'informazione verso i cittadini - Coinvolgere i cittadini nelle scelte politiche - Favorire l'educazione civica ed il senso di responsabilità collettiva

Tab. 1.: Obiettivi strategici, ambiti di intervento ed azioni migliorative

In un'ottica sociologica, assume diversa valenza un profilo di risposte fornite da un cittadino che si dichiara impegnato nello sviluppo della città rispetto a colui che invece esprime disagio verso le diverse forme di eventuale coinvolgimento. Infatti un cittadino impegnato in prima persona e che si identifica nella città, è un cittadino responsabile e maggiormente disposto alle azioni di miglioramento del bene comune anche a scapito del bene personale.

In tal senso, sono state formulate due importanti domande volte a rilevare, in primo luogo, il tipo di impegno profuso nella partecipazione alla vita cittadina e in secondo luogo, per coloro che si dichiarano non impegnati, ad individuare le condizioni che li spingerebbero ad accrescere il loro senso partecipativo.

Infine, una sezione del questionario riguarda le azioni di miglioramento nel proprio quartiere.

All'intervistato è stato chiesto di indicare, in una batteria di 12 possibili aree di intervento (es. igiene pubblica, sicurezza, arredo urbano, parcheggi, ecc.), le tre che si ritengono maggiormente necessarie per la propria municipalità.

Aspetti metodologici e operativi dell'Indagine

La campagna d'ascolto dei cittadini è stata effettuata attraverso la conduzione di un'indagine campionaria su un campione rappresentativo della popolazione di cittadini che quotidianamente vive la città.

Per "*cittadino che quotidianamente vive la città*" si è inteso un soggetto che possa considerarsi cittadino napoletano in quanto residente e domiciliato nella Città o che, seppur residente o domiciliato in un altro comune, svolge abitualmente la propria attività sul territorio della Città di Napoli. Si pensi, ad esempio, a coloro che risiedono nei comuni limitrofi ma lavorano quotidianamente in città oppure agli studenti "fuori sede", che pur mantenendo la loro residenza nella città natia, sono in realtà domiciliati a Napoli per gran parte dell'anno solare per poter seguire i propri corsi di studio. Questa scelta trova motivazione negli obiettivi dell'indagine. Infatti la volontà di analizzare la percezione soggettiva dei soli cittadini fa sì che solo coloro che vivono quotidianamente la città in tutti i suoi aspetti, positivi e negativi, siano chiamati a fornire risposte con cognizione di causa e non sulla base di luoghi comuni.

L'area territoriale obiettivo dell'indagine è il Comune di Napoli, e la sua organizzazione amministrativa nelle 10 Municipalità.

Il piano di campionamento adottato è di tipo stratificato proporzionale, tenendo conto della ripartizione amministrativa del territorio comunale in Municipalità così come risultante dai dati censuari dell'anagrafe comunale di Napoli. Il sistema di ponderazione è stato rideterminato a posteriori sulla base della maggiore frequentazione delle aree amministrative in cui è fortemente presente il fenomeno degli studenti "fuori sede" e degli occupati non residenti.

I cittadini contattati personalmente sul territorio, a cui è stato presentato il piano strategico e la campagna di ascolto, sono oltre 10.000, mentre sono 6.056 le interviste *face to face* valide, con un

errore di campionamento pari a circa l'1% a livello comunale e pari a circa il 4% per la rappresentatività delle singole municipalità. La rilevazione dei dati è avvenuta dal 19 giugno al 8 luglio 2007 per un totale di 20 giornate consecutive.

Per ottenere una copertura capillare del territorio sono state formate 3 squadre di intervistatori (per un totale di 12 unità) dislocate lungo le diverse municipalità secondo un sistema di rotazione giornaliero, per 20 giornate di rilevazione. In questo modo, ogni squadra si è trovata, nell'arco dell'intero periodo, ad effettuare rilevazioni, per almeno due volte in ognuna delle dieci municipalità.

La vasta dimensione territoriale di ogni area amministrativa (in media quasi 3 quartieri e circa 100.000 abitanti per ogni municipalità) ha richiesto la definizione di punti intervista secondo due criteri portanti:

- Assicurare la collocazione di punti di riferimento, i “*totem informativi*” in siti noti e ben visibili ai cittadini (sedi delle municipalità, Piazze e vie principali), verso cui accentrare l'accoglienza;
- Garantire postazioni mobili sul territorio, i “*camper itineranti*” che hanno consentito di raggiungere anche quelle zone periferiche all'interno di ogni municipalità, dove solitamente sono più sentite le problematiche sociali e culturali.

SINTESI DEI RISULTATI

Caratteristiche socio-demografiche del campione intervistato

Il campione intervistato vede una leggera maggioranza di soggetti di genere maschile, infatti il 55,1% degli intervistati è maschio. L'età media è di 37,7 anni, e le fasce di età lavorativa sono rappresentate uniformemente. L'82,2% risiede nella città di Napoli e il 15,5% nella provincia, mentre il 2,3% degli intervistati in altra provincia campana o altra regione italiana. Per quanto riguarda la condizione lavorativa e professionale, il 42,4% del campione intervistato si dichiara occupato (6,8% operaio e assimilati, 18,0% impiegato e pubblico impiego, 7,3% commerciante e agenti di commercio, 10,3% imprenditore e professionista), il 26% studente, l'11,9% casalinga, l'11,2% pensionato, il 6,1% non occupato e infine, il 2,4% si dichiara in altra condizione professionale. Inoltre, l'88,2% del campione intervistato svolge la propria attività lavorativa a Napoli, mentre solo il 2,5% degli intervistati lavora al di fuori dell'area metropolitana partenopea. E' da ricordare che tutti i soggetti intervistati che non sono residenti a Napoli, svolgono ivi la propria attività lavorativa. La frequentazione dei quartieri e delle Municipalità che formano il territorio cittadino napoletano per motivi di lavoro o di studio può essere fatta in due modi: *a)* rispetto a coloro i quali svolgono la attività lavorativa a Napoli, a prescindere dalla residenza; *b)* rispetto a coloro che svolgono la attività lavorativa a Napoli, ma non sono residenti in città

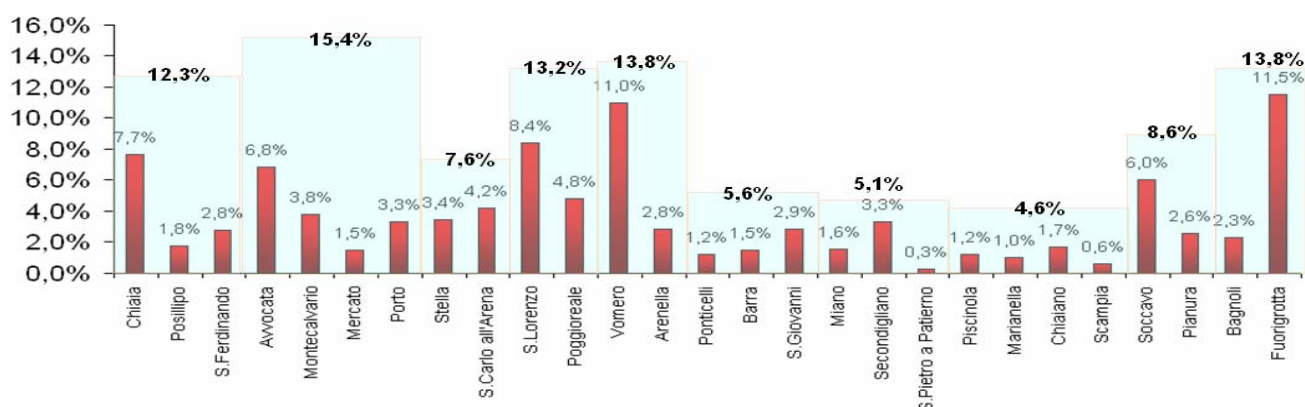


Fig. 1: Distribuzioni percentuali del campione per luogo di svolgimento dell'attività prevalente nei quartieri e nelle Municipalità

Le municipalità maggiormente frequentate per motivi di lavoro sono le 2, 4, 5 e 10, mentre a livello di singoli quartieri spiccano Fuorigrotta e il Vomero. Per quanto riguarda la frequentazione dei quartieri da parte dei non residenti che regolarmente si recano in città per motivi di lavoro o di studio, si evidenzia che il 23,3% si dirige nella municipalità 4 (dove si trova il Centro Direzionale), il 19% nella municipalità 2, il 15,9% nella municipalità 10.

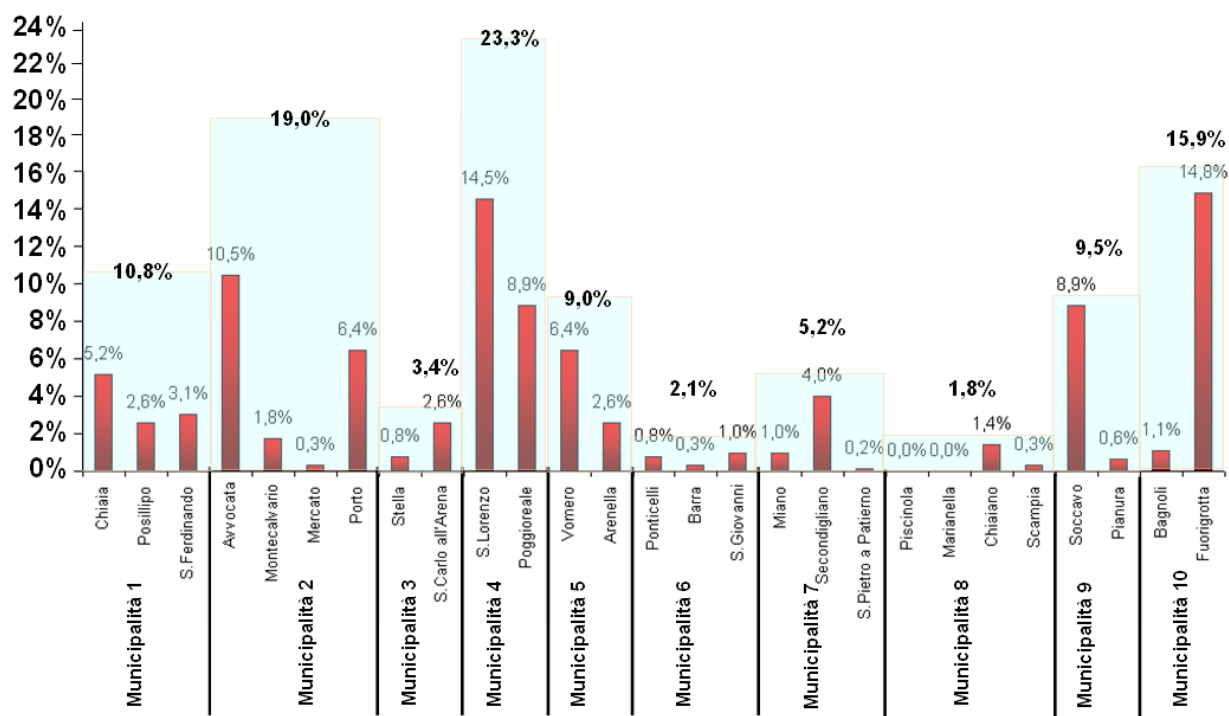


Fig. 2: Distribuzioni percentuali dei non residenti per luogo di svolgimento dell'attività prevalente nei quartieri e nelle Municipalità

Individuazione gerarchica delle azioni di miglioramento in ciascun ambito

Gli intervistati hanno espresso un ordine di preferenza tra tre azioni di miglioramento, dalla più urgente alla meno urgente, in ciascuno dei dieci ambiti. L'analisi dell'ordinamento gerarchico delle preferenze è stata condotta ricorrendo alla tecnica del cosiddetto *consensus ranking*, che consiste nel determinare una graduatoria finale che sia consenso delle scelte fatte da tutti gli intervistati.

La tabella che segue mostra un quadro di assieme del consenso sugli obiettivi strategici e sulle azioni di miglioramento all'interno di ciascun ambito.

ORDINE DI PREFERENZA	I Obiettivo: <i>Miglioramento della vivibilità</i>	II Obiettivo: <i>Accrescere il senso civico</i>	III Obiettivo: <i>Rilancio dell'economia urbana</i>
Preferenze in ciascun ambito di intervento	I AZIONE	II AZIONE	III AZIONE
AMBIENTE	Migliorare l'igiene pubblica e incrementare la raccolta differenziata	Promuovere politiche di riduzione dell'inquinamento atmosferico e del risparmio energetico	Aumentare le aree pedonali
SICUREZZA	Certezza del rispetto delle regole	Prevenzione attraverso nuove politiche sociali ed educative	Repressione attraverso il potenziamento delle forze dell'ordine
TERRITORIO	Riqualificazione delle periferie e del centro storico	Tutela del paesaggio naturalistico	Realizzazione di nuovi alloggi in città
MOBILITA'	Miglioramento della qualità del trasporto pubblico locale	Creazione di nuovi parcheggi	Potenziamento di corsie preferenziali
INDUSTRIA	Favorire investimenti in formazione e ricerca	Reperire aree industriali e favorire l'insediamento di nuove imprese	Favorire l'espansione sui mercati esteri
TURISMO E BENI CULTURALI	Sostenere politiche di valorizzazioni di beni culturali e ambientali	Favorire investimenti in strutture ricettive di accoglienza	Promuovere grandi eventi
ATTIVITA' CREATIVE CULTURALI DELL'ARTIGIANATO ARTISTICO	Promuovere scuole di formazione sull'artigianato locale	Promuovere la messa in rete e aggregare gli operatori per la promozione delle produzioni locali	Attrarre risorse creative e valorizzare scambi e collegamenti con l'estero
POLITICHE SOCIALI ED EDUCATIVE	Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, ecc.)	Contrasto alla povertà	Ridurre l'evasione scolastica ed aumentare il tempo pieno
ATTIVITA' CULTURALI E AGGREGATIVE	Creare nuovi luoghi di aggregazione per associazioni e giovani	Aumentare le strutture sportive e i luoghi dedicati allo sport	Incrementare spazi per la musica e il consumo culturale
RAPPORTI CON I CITTADINI	Favorire l'educazione civica e il senso di responsabilità collettivo	Migliorare la comunicazione e l'informazione verso i cittadini	Coinvolgere i cittadini nelle scelte politiche

Tab. 2: Quadro d'assieme: consenso del campione sugli obiettivi strategici e sulle azioni migliorative in ciascun ambito di intervento

Secondo gli intervistati, la priorità di intervento riguardante gli obiettivi strategici riguarda il miglioramento della vivibilità, seguita dall'accrescimento del senso civico. Solo all'ultimo posto della graduatoria si classificano interventi atti al rilancio dell'economia urbana.

In tal senso, il campione intervistato ritiene più importante vivere (o frequentare per motivi di lavoro) in una città più vivibile e civile, mentre per il momento ritiene un problema secondario rilanciare l'economia cittadina.

Per quel che concerne il tema ambientale, il collettivo intervistato ha reputato prioritarie le azioni rivolte al miglioramento dell'igiene pubblica ed all'incremento della raccolta differenziata, mentre viene sentita come meno importante l'aumento di aree pedonali.

In ambito di sicurezza, il problema più sentito riguarda la certezza del rispetto delle regole, immediatamente successiva alla precedente viene vista una azione migliorativa che si fonda sulla prevenzione attraverso politiche sociali od educative, infine, il campione intervistato, globalmente, non ritiene che un mero potenziamento delle forze dell'ordine sia possa migliorare le condizioni cittadine.

L'azione prioritaria in ambito territoriale riguarda la riqualificazione delle periferie ed anche del centro storico, poi la tutela del paesaggio naturalistico. Meno sentita è una azione che riguardi la realizzazione di nuovi alloggi in città.

Gli intervistati esprimono come prioritaria in tema di mobilità un'azione che miri al miglioramento della qualità del trasporto pubblico locale. Non è invece sentita l'esigenza di potenziare le corsie preferenziali, esigenza ritenuta meno importante rispetto alla creazione di nuovi parcheggi.

Nell'ambito dell'industria, secondo l'opinione del campione intervistato bisognerebbe in primo luogo favorire gli investimenti in formazione e per la ricerca. Solo al terzo posto nella graduatoria si classifica una azione mirante alla espansione industriale sui mercati esteri.

In tema di turismo e di beni culturali, gli intervistati probabilmente sono ben consapevoli dell'invidiabile patrimonio culturale e ambientale proprio della città di Napoli, al primo posto della graduatoria da essi espressa si trovano infatti azioni di miglioramento volte al sostegno di politiche di valorizzazione di beni culturali e ambientali. La promozione di grandi eventi non è vista invece come azione prioritaria di miglioramento in tale ambito, essendo preferita ad essa anche il bisogno di facilitazioni nel reperimento di investimenti in strutture ricettive e di accoglienza.

Anche in ambito di attività creative culturali dell'artigianato artistico (così come in tema di industria) l'apertura internazionale viene vista come azione meno prioritaria rispetto alle altre. L'azione che viene ritenuta più importante in tale ambito è infatti la promozione delle scuole di formazione sull'artigianato locale, seguita in ordine gerarchico da azioni volte alla promozione della aggregazione degli operatori al fine di promuovere le produzioni locali.

In tema di politiche sociali ed educative, la prima posizione nella graduatoria espressa dagli intervistati riguarda azioni volte a migliorare i servizi per i soggetti deboli, quali anziani, immigrati, ecc. Il contrasto alla povertà, inoltre, viene visto come prioritario rispetto ad azioni miranti alla riduzione dell'evasione scolastica.

Le azioni di miglioramento relative all'ambito "attività culturali e aggregative" riguardano in primis la mancanza di luoghi di aggregazione per associazioni e giovani, seguita da azioni volte ad aumentare le strutture sportive. Meno sentite, a livello globale, sono interventi da dedicare all'aumento di spazi dedicati alla musica ed al consumo culturale in generale.

In tema di rapporto con i cittadini, la priorità riguarda la necessità di favorire l'educazione civica e, in generale, il senso di responsabilità collettivo. Subito dopo viene avvertita l'esigenza di migliorare l'informazione e la comunicazione con i cittadini, mentre sono ritenute meno importanti azioni volte al coinvolgimento dei cittadini nelle scelte politiche.

Le tipologie di cittadini

Le risposte fornite dai cittadini intervistati sono state elaborate con i metodi di analisi multidimensionale dei dati consentendo la definizione, su base scientifica, di quattro tipologie di cittadini, ciascuna caratterizzata dalla scelta dell'obiettivo strategico prioritario e dalle modalità di intervento.

La prima tipologia comprende il 36% del totale di cittadini intervistati, e accomuna coloro che ritengono prioritario l'***accrescimento del senso civico***. Si caratterizza per scelte ambientali di riduzione dell'inquinamento (il 37,48%), per preferire azioni rivolte a favorire il senso civico (il 67,52%), a tutelare il paesaggio naturalistico (il 57,70%), a promuovere scuole di formazione di artigianato artistico (il 58,51%), a valorizzare i beni culturali e ambientali (il 71,76%). I cittadini che appartengono al primo *gruppo* puntano su "**più qualità e senso civico**".

Sia la seconda che la terza tipologia (rispettivamente comprendenti il 15% e il 26% del collettivo

intervistato) comprende cittadini che ritengono quale obiettivo strategico prioritario **un miglioramento della vivibilità**. Ciò che distingue i componenti dell'uno o dell'altro gruppo è il modo attraverso cui ritengono sia necessario perseguire il suddetto obiettivo. In particolare, il secondo gruppo si distingue per una preferenza verso azioni di tipo interventistico che prevedono più servizi a favore del cittadino (certezza del rispetto delle regole, creazione di nuovi parcheggi, certezza del rispetto delle regole, servizi per i soggetti deboli), mentre il terzo raggruppamento si esprime in termini di preferenza verso azioni preventive e di natura più squisitamente sociale (riduzione dell'evasione scolastica, migliorare la comunicazione con i cittadini, prevenzione in tema di sicurezza, più qualità nel trasporto pubblico, riqualificazione del centro storico e delle periferie). I cittadini del secondo gruppo puntano su **“più servizi pubblici e certezza del rispetto delle regole”**, mentre il terzo gruppo punta su **“più servizi pubblici di prevenzione e vivibilità”**.

La quarta tipologia comprende il restante 23% del campione intervistato. Questa classe accomuna chi reputa maggiormente importante il **rilancio dell'economia urbana** attraverso azioni intese a favorire i processi di internazionalizzazione, la promozione di grandi eventi, il reperimento di aree industriali. I cittadini del quarto gruppo intendono puntare su **“più sviluppo economico”**.

Partecipazione al miglioramento delle condizioni della città

Alla domanda “Quale è il tuo impegno per migliorare la condizione della città di Napoli?” l'83% dichiara di comportarsi civilmente, sebbene il 39,80% del campione ha dichiarato strategico e prioritario l'accrescimento del senso civico (quando il campione è stato chiamato ad ordinare gli obiettivi per priorità di intervento).

Inoltre, il messaggio percepito è quello di una mancanza di volontà nel proporsi attivamente nel senso di partecipazione in associazioni o nella vita politica, e quindi si nota l'assenza di azioni propositive. Solo il 9,4% degli intervistati dichiara di impegnarsi attivamente per cambiare le condizioni attuali nella città di Napoli partecipando alla vita politica oppure ad associazioni. Il 7,4% del campione dichiara che è indifferente rispetto ad azioni migliorative personali mirate al cambiamento delle condizioni della città di Napoli oppure reputa inutile impegnarsi in tal senso. La maggior parte di questi soggetti sostiene che un mutamento della classe politica sarebbe la condizione necessaria ad un cambiamento del proprio atteggiamento passivo.

Incrociando queste risposte con le condizioni socio-demografiche del campione intervistato, si possono

cogliere delle informazioni che indubbiamente sfuggono ad una lettura di tipo globale.

Guardando alla distribuzione percentuale dei cittadini residenti per fascia di età, considerando ciascuna modalità di impegno per migliorare la condizione della città, si può notare come i giovanissimi tendono ad essere indifferenti, tra i 19 e i 26 anni si partecipa ad associazioni o si è indifferenti, tra i 27 e i 40 anni si tende a partecipare alla vita politica, mentre i maggiori di 60 anni reputano inutile impegnarsi.

Analogamente, concentrando l'attenzione verso l'attività prevalente svolta dal cittadino si evince che gli studenti tendenzialmente tendono a partecipare ad associazioni o ad essere indifferenti, gli operai e assimilati più degli altri preferiscono non impegnarsi, mentre una partecipazione attiva alla vita politica ed associativa è propria delle categorie degli impiegati (pubblici e non) e degli imprenditori o professionisti.

Per quel che riguarda quali sono le condizioni che muterebbero un atteggiamento passivo di chi è indifferente o reputa inutile impegnarsi, fino ai 26 anni, un coinvolgimento nelle istituzioni sarebbe la condizione per un mutamento dell'atteggiamento passivo. Oltre i 26 anni, generalmente è richiesto un cambiamento della classe politica. Se invece si considera l'attività prevalente del cittadino, gli studenti e operai (questi ultimi rappresentanti la categoria più passiva rispetto ad un impegno personale volto a migliorare le condizioni cittadine) cambierebbero atteggiamento se fossero maggiormente coinvolti dalle istituzioni. Imprenditori e impiegati vorrebbero maggiormente, invece, delle istituzioni che disciplinano i cittadini.

I RISULTATI DELL'INDAGINE A LIVELLO DI MUNICIPALITÀ

I miglioramenti esplicitati in ciascun ambito di intervento

Il cittadino ha potuto esprimere un ordine di preferenza tra tre azioni proposte in ciascuno dei dieci ambiti di intervento, e, analogamente, ha potuto ordinare tra tre obiettivi strategici fissati dall'Amministrazione Comunale. La derivazione dei diversi consensi nell'ordinamento delle preferenze espresse dai cittadini sulle tematiche proposte è avvenuta attraverso una innovativa metodologia statistica. Ciò ha permesso di costruire un sistema gerarchico di azioni per la città di Napoli.

L'obiettivo primario è risultato essere il *miglioramento della vivibilità*, seguito *dalla necessità di accrescere il senso civico* e, solo al terzo posto, dal *rilancio dell'economia urbana*. Per ciascun

ambito, le azioni risultate aventi maggiore priorità sono (tra parentesi è indicato l'ambito di intervento):

- Per l'Ambiente: *Migliorare l'igiene pubblica e incrementare la raccolta differenziata;*
- Per la Sicurezza: *Certezza del rispetto delle regole;*
- Per il Territorio: *Riqualificazione delle periferie e del centro storico;*
- Per la Mobilità: *Miglioramento della qualità del trasporto pubblico locale;*
- Per l'Industria: *Favorire investimenti in formazione e ricerca;*
- Per il Turismo e i beni culturali: *Sostenere politiche di valorizzazione di beni culturali e ambientali;*
- Per le Attività creative culturali dell'artigianato artistico: *Promuovere scuole di formazione sull'artigianato locale;*
- Per le Politiche sociali ed educative, attività culturali e aggregative: *Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, etc.);*
- Per il Rapporto con i cittadini: *Favorire l'educazione civica e il senso di responsabilità collettivo.*

La cittadinanza ha inoltre espresso un livello di importanza di ciascun ambito, potendo in tal modo contribuire alla definizione di un'unica graduatoria a livello di città e di singola Municipalità. Per l'intera città di Napoli, si evince la seguente graduatoria:

- 1° posto: Ambiente e Sicurezza (ex-equo)
- 2° posto: Rapporto con i cittadini
- 3° posto: Politiche sociali ed educative
- 4° posto: Tutti gli altri ambiti (ex-equo)

E' interessante notare se e come tali ordinamenti sono differenti all'interno di ogni municipalità. La seguente tabella indica come la *sicurezza* e l'*ambiente* occupino sempre il primo o il secondo posto all'interno di ogni municipalità seguite, volta per volta, da altri aspetti, primi tra tutti il *rapporto con i cittadini* e le *politiche sociali ed educative*.

Solo nella Municipalità 8 la *sicurezza* assume un aspetto meno rilevante a scapito dell'ambiente e del rapporto con i cittadini.

Municipalità	Quartieri	I Ambito di interesse	II Ambito di interesse	III Ambito di interesse
1	Chiaia, Posillipo, S.Ferdinando	Sicurezza	Ambiente	Rapporto con i cittadini
2	Avvocata, Mercato Montecalvario, Porto	Ambiente	Sicurezza	Rapporto con i cittadini
3	Stella, S.Carlo Arena	Ambiente	Sicurezza	Rapporto con i cittadini
4	S.Lorenzo, Poggioreale	Ambiente e Sicurezza	Rapporto con i cittadini	Politiche sociali ed educative; Territorio; Turismo e beni culturali
5	Vomero, Arenella	Ambiente e Sicurezza	Rapporto con i cittadini	Politiche sociali ed educative; Turismo e beni culturali
6	Ponticelli, Barra, S.Giovanni a Teduccio	Ambiente e Sicurezza	Rapporto con i cittadini	Altri
7	Miano, Secondigliano, S.Pietro a Paterno	Ambiente e Sicurezza	Rapporto con i cittadini	Politiche sociali ed educative
8	Piscinola, Marianella, Chiaiano, Scampia	Ambiente	Rapporto con i cittadini	Sicurezza
9	Soccavo, Pianura	Ambiente	Sicurezza	Rapporto con i cittadini
10	Bagnoli, Fuorigrotta	Ambiente e Sicurezza	Rapporto con i cittadini	Politiche sociali ed educative; Territorio

Tab. 3: Consenso del campione intervistato sugli ambiti di interesse in ogni Municipalità

Gli intervistati hanno infine espresso un ordine di preferenza tra tre azioni di miglioramento, dalla più urgente alla meno urgente, in ciascuno dei dieci ambiti sia a livello comunale (tabella 2) sia a livello locale (tabelle 4 e 5).

Dal punto di vista delle singole municipalità, le differenze più marcate si avvertono in riguardo alle *Politiche sociali ed educative* e *sicurezza*. In tema di Politiche sociali ed educative, le Municipalità 4 e 9 reputano prioritarie le azioni volte a contrastare la povertà, le municipalità 7, 8 e 10 preferirebbero azioni mirate al miglioramento di servizi per i soggetti deboli, mentre tutte le altre si sono espresse nel senso di azioni di riduzione dell'evasione scolastica.

Preferenze nell'ambito: POLITICHE SOCIALI ED EDUCATIVE	I AZIONE	II AZIONE	III AZIONE
MUNICIPALITA' 1, 2, 3, 5, 6	Ridurre l'evasione scolastica ed aumentare il tempo pieno	Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, ecc.)	Contrasto alla povertà
MUNICIPALITA' 7, 8	Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, ecc.)	Contrasto alla povertà	Ridurre l'evasione scolastica ed aumentare il tempo pieno
MUNICIPALITA' 4	Contrasto alla povertà	Ridurre l'evasione scolastica ed aumentare il tempo pieno	Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, ecc.)
MUNICIPALITA' 9	Contrasto alla povertà	Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, ecc.)	Ridurre l'evasione scolastica ed aumentare il tempo pieno
MUNICIPALITA' 10	Servizi per i soggetti deboli (anziani, immigrati, ecc.)	Ridurre l'evasione scolastica ed aumentare il tempo pieno	Contrasto alla povertà

Tab. 4: Distinzione tra consensi nelle diverse municipalità sulle azioni di miglioramento relative all'ambito:
Politiche sociali ed educative

Riguardo al tema della sicurezza, la seguente tabella mostra le differenze di ordinamento delle azioni di miglioramento tra le varie Municipalità.

Preferenze nell'ambito: SICUREZZA	I AZIONE	II AZIONE	III AZIONE
MUNICIPALITA' 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10	Certezza del rispetto delle regole	Prevenzione attraverso nuove politiche sociali ed educative	Repressione della criminalità attraverso il potenziamento delle forze dell'ordine
MUNICIPALITA' 2	Prevenzione attraverso nuove politiche sociali ed educative	Certezza del rispetto delle regole	Repressione della criminalità attraverso il potenziamento delle forze dell'ordine
MUNICIPALITA' 6	Certezza del rispetto delle regole	Repressione della criminalità attraverso il potenziamento delle forze dell'ordine	Prevenzione attraverso nuove politiche sociali ed educative

Tab. 5: Distinzione tra consensi nelle diverse municipalità sulle azioni di miglioramento relative all'ambito:
Sicurezza

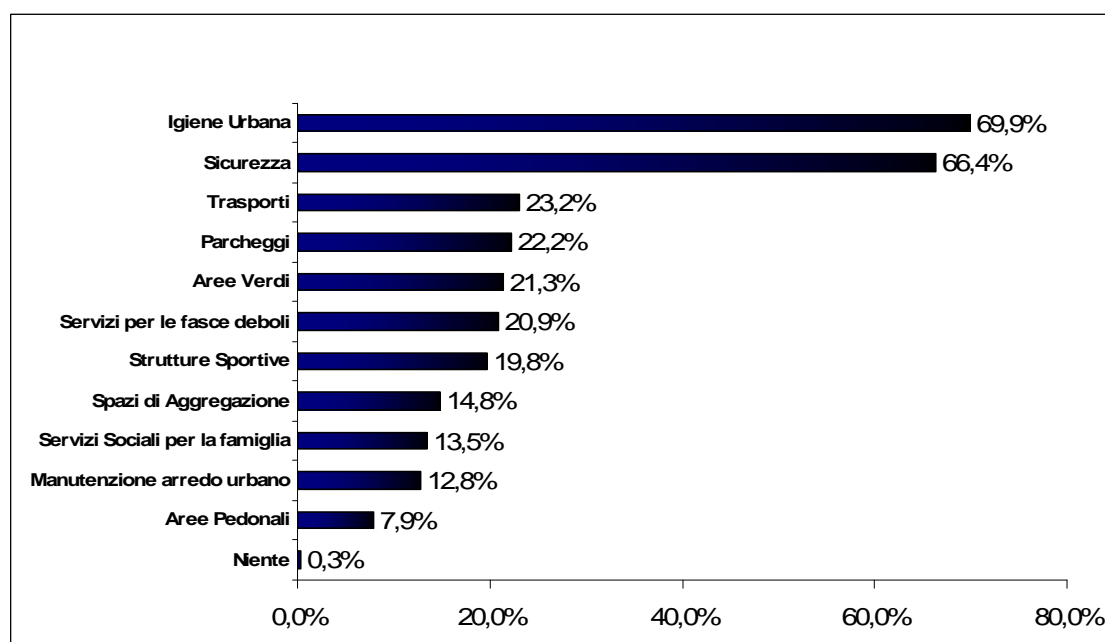
Le Municipalità che si discostano dall'ordinamento globale sono la 2 e la 6.

La Municipalità 2 piuttosto che la certezza del rispetto delle regole intende come prioritaria una azione di prevenzione attraverso politiche sociali ed educative. Quest'ultima azione viene vista invece come meno prioritaria dalla Municipalità 6.

Alla domanda *“cosa miglioreresti nella tua Municipalità di residenza?”*, gli intervistati residenti a Napoli hanno dichiarato, in via generale, che le priorità sono indubbiamente da attribuire all'igiene urbana e alla sicurezza.

Gli *item* “igiene urbana” e “sicurezza” hanno di gran lunga una frequenza maggiore rispetto agli altri. Gli intervistati hanno indicato quasi sempre questi due aspetti nel dare la loro risposta, per poi esprimersi diversamente distribuendo le loro indicazioni sugli altri.

Un'informazione più completa in tale ambito si può ottenere incrociando le modalità di questa domanda con quelle provenienti dalla Municipalità di residenza.



Cosa miglioreresti nella tua Municipalità di residenza?

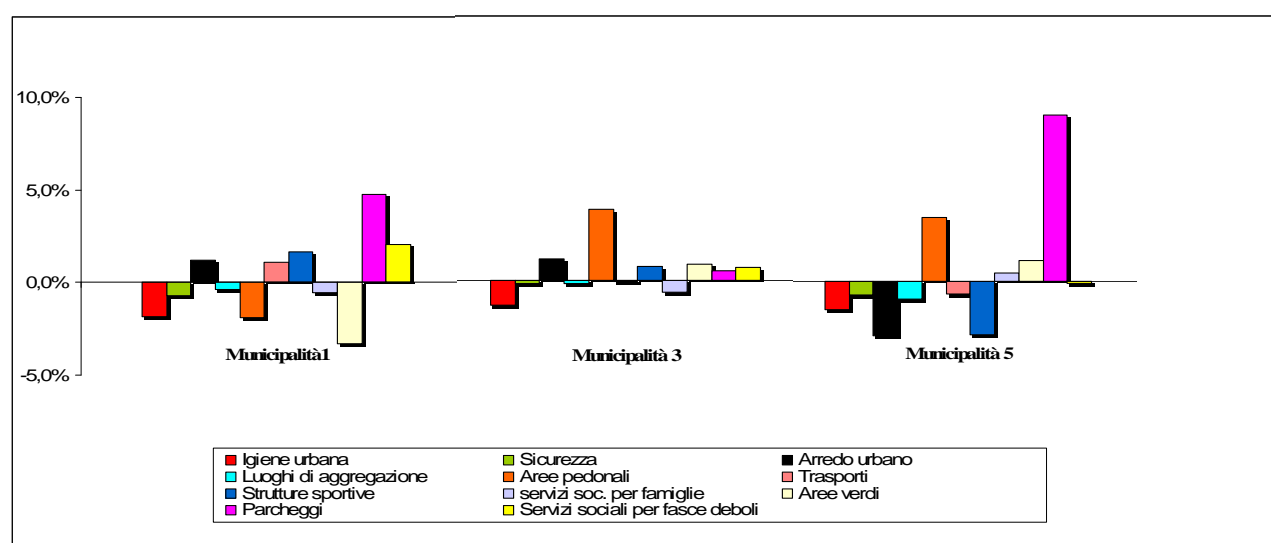
Le percentuali delle diverse modalità rappresentate in figura non vanno sommate in quanto la domanda nel questionario prevedeva la possibilità di indicare fino a 3 azioni migliorative nella propria Municipalità di residenza

Fig.3: Le azioni di miglioramento per la Municipalità

In sintesi, le Municipalità 1 e 5 cambierebbero in tema di parcheggi, la Municipalità 2 vorrebbe più aree verdi, le Municipalità 3 e 5 sentono l'esigenza di avere più aree pedonali, la Municipalità 10 vorrebbe un migliore arredo urbano così come sente la mancanza di luoghi di aggregazione.

Nel grafico seguente, l'asse orizzontale rappresenta il profilo medio relativo a tutti gli *item* considerati. Le barre verticali corrispondono agli scostamenti percentuali dal profilo medio per ogni *item* e per ogni Municipalità. Modalità di risposta, all'interno di ogni municipalità, superiori al profilo medio generale avranno delle barre verticali positive, laddove espressioni inferiori rispetto al profilo medio avranno delle barre negative.

Di seguito sono riportati i grafici per le Municipalità 1, 3 e 5, le Municipalità per le quali si hanno modalità di risposta interne maggiormente in difformità rispetto ai profili generali.



Cosa miglioreresti nella tua Municipalità di residenza?
Municipalità 1, 3 e 5

Fig. 4: Confronto tra i profili di scelta delle azioni per la Municipalità di residenza rispetto al profilo medio (Municipalità 1, 3 e 5)