

ANCHE PER I METEO PRIVATI SERVE UNA CERTIFICAZIONE

PER OTTENERE UN PRODOTTO DI QUALITÀ, UN SERVIZIO METEO DEVE INVESTIRE MOLTO IN RISORSE E COMPETENZE. IL MERCATO ITALIANO È NEGATIVAMENTE SEGNATO DALL'ASSENZA DI ABILITAZIONI CHE CERTIFICHINO LA PROFESSIONALITÀ DEGLI OPERATORI E DELLE STRUTTURE. UN CODICE DEONTOLOGICO POTREBBE ESSERE LO STRUMENTO DA ADOTTARE.

I motivi che rendono necessaria una certificazione delle competenze di chi opera nel settore meteorologico sono evidenti, e sono trattati in modo diffuso ed esaustivo in altri articoli di questo numero.

Per comprendere cosa un centro meteorologico chieda al percorso di certificazione, e quindi cosa è necessario che venga assicurato dall'eventuale qualifica certificata, è prima opportuno capire quali siano obiettivi e funzioni di un centro meteorologico privato e cosa la società si attenda (e il più delle volte pretenda) da un servizio meteo privato. Ebbene non c'è dubbio che la missione di un qualsiasi centro meteorologico, e quindi anche di quelli privati, debba essere quella di fornire il miglior prodotto di previsione meteorologica possibile, generando al contempo dei profitti capaci di sostenere i costi della struttura. Per ottenere un prodotto di qualità vi è indubbiamente bisogno di diversi elementi: elevata qualità dei dati, e nel caso specifico, quindi, flusso di dati dai principali e più prestigiosi centri mondiali, nonché la disponibilità di risorse e competenze necessarie a sviluppare autonomamente modelli capaci di descrivere nel dettaglio zone di particolare interesse; strumentazione e apparati hardware/software all'avanguardia; personale altamente qualificato e frequentemente aggiornato. Inoltre, in un settore in cui oramai sono fondamentali anche e soprattutto le modalità con cui le informazioni scientifiche (o se preferite, la previsione) vengono comunicate all'utenza (pubblico generalista o cliente dedicato), diventa fondamentale anche la competenza nella sfera della comunicazione: una competenza che può essere raggiunta solo formando il personale "scientifico"

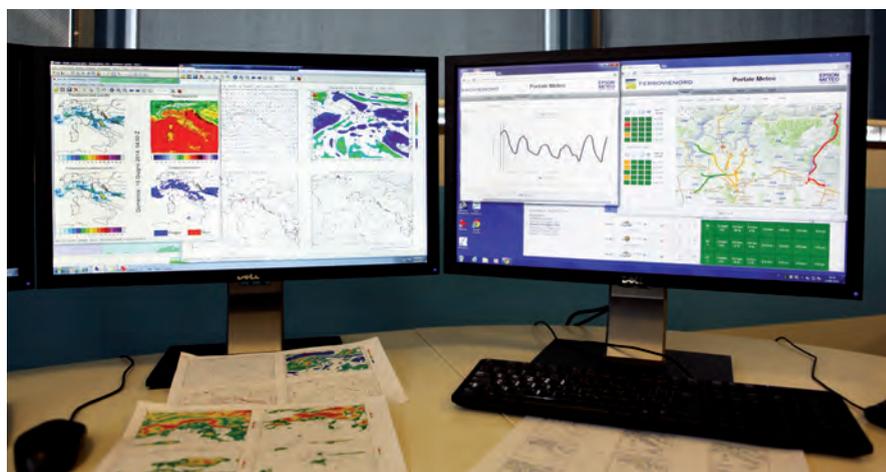


FOTO: EPSON METEO

(il meteorologo) nel campo della comunicazione e della divulgazione, o altrimenti facendo affidamento su figure professionali che in tale settore sono esperte e preparate, come ad esempio i giornalisti.

Un mercato alterato dalla mancanza di regole

Tutto questo se l'obiettivo che si vuole raggiungere è la qualità, anche perché la qualità dovrebbe essere premiata dal mercato. E qui il condizionale diventa d'obbligo! Sì, perché contrariamente a quanto accade nella maggior dei settori commerciali o comunque nel resto del mondo, in campo meteorologico il mercato italiano è alterato da una concorrenza chiaramente priva di regole: un avvocato può presentarsi in aula di tribunale solo se è abilitato e tale abilitazione è certificata dall'ordine; un medico può entrare in sala operatoria solo se la laurea e la successiva specializzazione ne provano la necessaria competenza; a un meteorologo (o presunto tale) invece per divulgare previsioni meteo a milioni di italiani basta autoproclamarsi esperto nella

materia, senza che nessuno si occupi di verificare la sua effettiva idoneità o vigili sul suo operato.

Tutto ciò purtroppo mette in difficoltà proprio quei centri che più investono nella qualità: comprare strumentazione sofisticata e formare il personale costa, investire solo in pubblicità e non nella competenza paga (attualmente) molto di più. Ma a farne le spese è inevitabilmente soprattutto l'utente finale, che non ha la possibilità di capire quando la previsione arriva da un fornitore altamente qualificato e quando, invece, da operatori con preparazione approssimativa e inadeguata.

Qual è allora la necessità, per un centro meteorologico privato che voglia fornire un prodotto di qualità e al contempo recuperare dal libero mercato le risorse necessarie a sostenersi? Indubbiamente è fondamentale che si possa individuare una figura professionale altamente qualificata, chiaramente riconoscibile come preparata in ambito meteorologico e, se attivamente impegnata anche nel campo dell'informazione, necessariamente competente anche nel settore divulgativo, e quindi capace – e riconosciuta come tale anche dall'utenza finale e dal mercato – di fornire previsioni meteorologiche attendibili e comprensibili. Insomma un

- 1 La sala previsori del Centro Epson Meteo.
- 2 Gli studi televisivi.
- 3 I calcolatori.

professionista specializzato in ambito scientifico, e al contempo capace di trattare correttamente le informazioni e di rapportarsi con efficacia ai mezzi di comunicazione, tanto quelli classici, quali possono essere le emittenti radio-televisive o la carta stampata, quanto quelli più recenti e innovativi, come i *social network* o le testate online. Ritengo però che sia fondamentale anche la disponibilità di una figura professionale di questo tipo ad aderire a una sorta di codice deontologico, similmente a quanto già fanno proprio i professionisti dell'informazione, anche se – in mancanza di un vero e proprio ordine – appare adesso complesso ipotizzare quali dovrebbero essere i limiti dettati da tale codice, gli eventuali provvedimenti imposti dalla violazione dei suoi principi e, soprattutto, l'ente preposto a vigilare sul rispetto di suddetto codice. E tuttavia non c'è dubbio che l'adozione di un codice deontologico appaia al momento lo strumento più idoneo a garantire che il meteorologo certificato, oltre ad avere le competenze richieste, si impegni anche a tenere un comportamento irreprensibile, dettato esclusivamente dalla professionalità e non da logiche prevalentemente commerciali. Sono peraltro convinto che una certificazione così pensata e attuata oltre a consentire una facile distinzione tra meteorologi "professionali" e meteorologi "amatoriali", renderebbe palese la differenza tra centri meteo che operano con perizia e che puntano a fornire un servizio di qualità (quelli che impiegano tra le loro fila meteorologi certificati) e centri meteo che al contrario si pongono su un livello meno qualitativo. La creazione di una figura meteorologica con le caratteristiche sopra descritte a quel punto favorirebbe l'indispensabile regolarizzazione del mercato dando all'utente finale un potente mezzo per distinguere tra la previsione di qualità e quella semplicemente improvvisata, se non addirittura dannosa.

Certificare i centri meteo nel loro insieme

Sono altresì convinto che la certificazione del meteorologo, per quanto passo fondamentale nella regolamentazione del panorama meteorologico in Italia, non sia però sufficiente, se non accompagnata da una parallela certificazione dei centri meteo nel loro insieme. Se si vuole fornire un prodotto di qualità infatti sono fondamentali anche le procedure

che regolano le attività operative (dei meteorologi e delle altre figure professionali presenti) e che hanno lo scopo di minimizzare l'immane margine d'errore sulla previsione meteorologica che viene fornita all'utente. In tal senso sarebbero opportuni da una parte l'adozione di un protocollo operativo che consenta sempre le scelte migliori e il più largamente condivise in tutta la catena produttiva (ad esempio quali e quanti modelli consultare, quanti aggiornamenti effettuare e in che fasi della giornata, ma anche quali procedure per sopperire a eventuali interruzioni della rete o guasti di apparecchiature e software), e dall'altra un'ottimizzazione

che consenta di raggiungere il giusto equilibrio tra la qualità del prodotto fornito (ad esempio il dettaglio spaziotemporale della previsione) e i costi che ne derivano. Ecco perché, assieme alla certificazione del meteorologo, sarebbe auspicabile anche una certificazione ISO per il centro meteorologico nel suo insieme, così da garantire che, indipendentemente dalle competenze dei singoli, la struttura nella sua totalità sia adeguatamente organizzata per fornire il miglior servizio possibile.

Andrea Giuliacci

Meteorologo Centro Epson Meteo



FOTO: EPSON-METEO

2



FOTO: EPSON-METEO

3