

I Giovedì culturali

Comunicazione e sostenibilità

d.ssa Rita Titti Summa

d.ssa Marina Caporale

28 aprile 2022





COMUNICAZIONE E SOSTENIBILITÀ

DOLOR SIT AMET



Benvenuti

Obiettivo dell'incontro



stimolare un **interesse** e un **approfondimento** al fine di un proprio **posizionamento** rispetto al tema della **sostenibilità** e alla rilevanza della **comunicazione**

Argomenti di conversazione

- La Comunicazione nello **standard SRG 88088:20**
- La scelta della **sostenibilità** nella **comunicazione interna ed esterna** e l'impatto del **digitale**
- Gli **stereotipi** di genere e non: le nuove sfide comunicative
- Comunicazione efficace in **audit**
- Interventi, conclusioni, saluti

METTETEVI COMODI



Applicabile a:

Tutte le organizzazioni,
**ANCHE LE PUBBLICHE
AMMINISTRAZIONI**

indipendentemente
dalla loro dimensione,
dalla loro natura
giuridica, dal territorio,
dagli orientamenti e
dalla tipologia di
prodotti e/o di servizi
erogati.

Lo standard SRG 88088:20



SRG 88088:20
SOCIAL RESPONSIBILITY AND GOVERNANCE

La Comunicazione nello standard SRG 88088:20

La parola «comunicazione» è scritta ben **15 volte** nel testo dello standard SRG 88088 (esclusi i titoli) e nella premessa, al primo punto dei vantaggi attesi con la certificazione, è citato tra gli obiettivi il



Miglioramento della comunicazione all'interno e all'esterno

The image features a vibrant, abstract background with swirling patterns in shades of red, blue, and yellow. A large white rectangular box is centered on the page, containing the following text:

Alcuni esempi

3.1.9 Rappresentanti dei lavoratori

7.1.7 Conoscenza organizzativa



7.4.1. Comunicazione e coinvolgimento del personale

8.2.1.1 Gestione reclami

10.3 Miglioramenti attesi

E dunque, la **SOSTENIBILITÀ**:

Nelle scienze ambientali ed economiche è una condizione di uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri
(*DEFINIZIONE Treccani*)

È un **obbligo** o un'opzione?





È un **obbligo**:

non abbiamo un altro pianeta...

È un'**opzione**: in tempi di
emergenze le priorità dei
consumatori cambiano

CHE FARE?



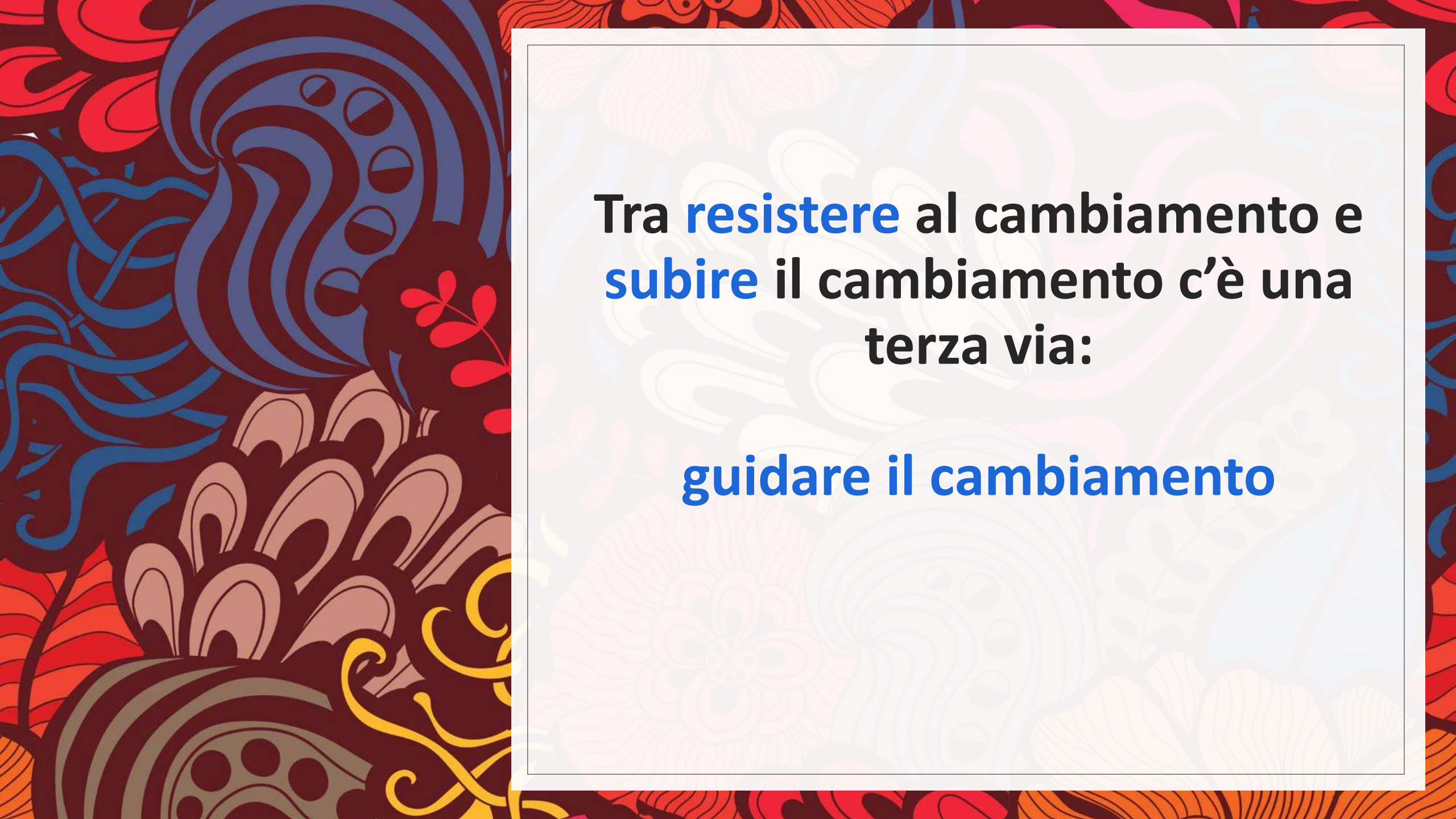
-Nulla



-Adeguamento
forzoso



-Diventare parte
attiva



Tra **resistere** al cambiamento e
subire il cambiamento c'è una
terza via:

guidare il cambiamento

Processo di cambiamento culturale

da modello **SHAREHOLDERS**



a modello **STAKEHOLDERS**



in ottica ESG

Nota: *Passaggio dall'orientamento al profitto all'orientamento ad un nuovo modello economico che debba tener conto dei fattori ESG*

Agenda 2030 e modelli di sviluppo

PNRR e NEXT GENERATION EU

PNRR: 3 assi strategici (digitalizzazione e innovazione, transizione ecologica e inclusione sociale), e 3 priorità trasversali (ridurre le disparità generazionali; parità di genere; riequilibrio divari territoriali)



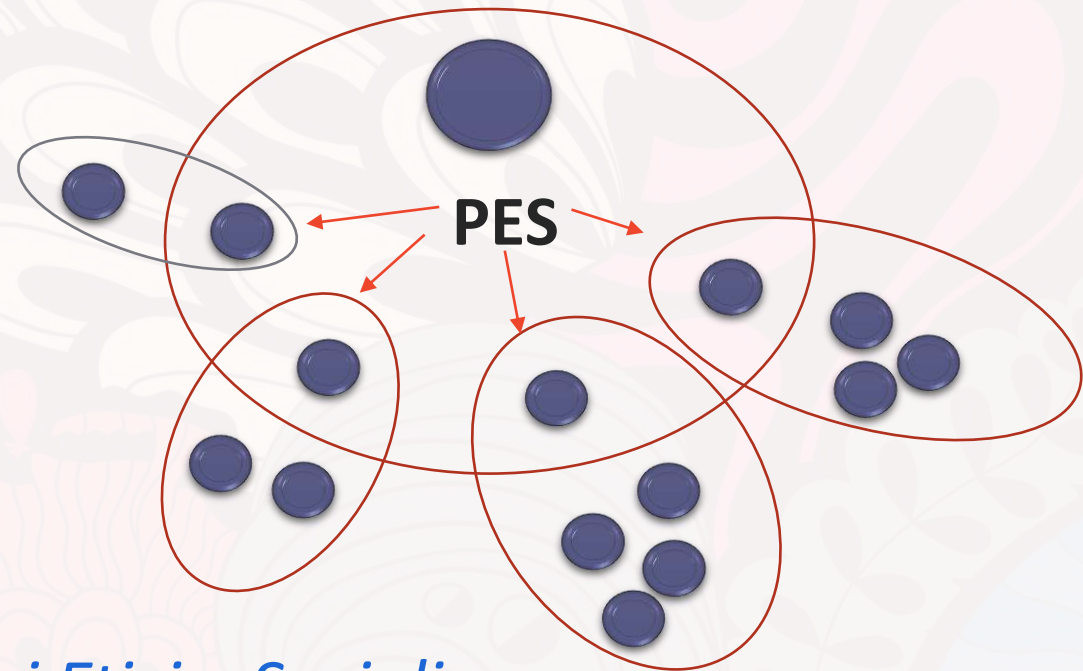
Risorse Umane-
Persone

Valore, Knowhow

Identità aziendale
e trasmissione dei
principi etici e
sociali

Responsabilità
etica verso il
processo di
cambiamento

Focus sulle persone La responsabilità delle organizzazioni



Principi Etici e Sociali

BENESSERE

Def. OMS:

La parola benessere deriva da ben-essere cioè "stare bene" o "esistere bene" e consiste in uno stato di equilibrio momentaneo e dinamico dal punto di vista biologico, psichico e sociale dell'essere umano, come dichiarato dall'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) fin dal 1948

SRG 88088 → [TVB Team di Valutazione del Benessere](#)

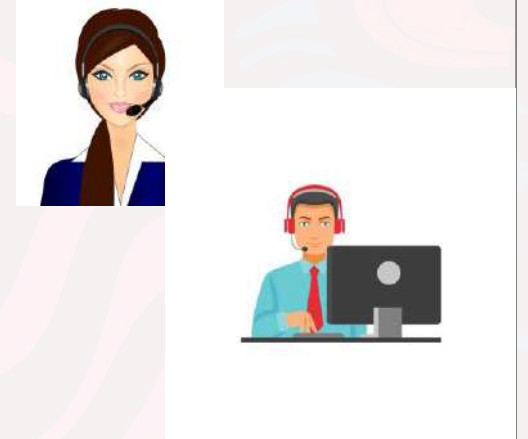
CONTENUTI, MODALITA' E
MEZZI DELLA COMUNICAZIONE
D'IMPRESA

COMUNICAZIONE INTERNA,
BENESSERE ORGANIZZATIVO E
SOSTENIBILITA' "DIGITALE"
(SMART WORKING, DIRITTO
ALLA DISCONNESSIONE...)

COMUNICAZIONE ESTERNA,
IDENTITA' (DIGITALE)
D'IMPRESA E NUOVE
DINAMICHE RELAZIONALI CON
L'UTENZA; SOSTENIBILITÀ E
INCLUSIVITÀ (ACCESSIBILITÀ)



Evoluzione del percorso comunicativo



Approccio passivo: risposta a quanto richiesto dalle parti interessate o dal mercato

Approccio Attivo: comunicazione delle performance aziendali

Approccio interattivo in ambiente digitale: comunicazione a seguito di analisi dei requisiti irrilevanti e delle aspettative

Nota: La comunicazione interattiva Bello, Basti, Pezzella





CHIARA

RILEVANTE

TRASPARENTE

Alcuni principi base della comunicazione

COERENTE

ACCURATA

VERITIERA

DOLOR SIT AMET

NICE TRICK?





**COMUNICAZIONE SOSTENIBILE:
UN “ECOSISTEMA” DELLA COMUNICAZIONE PER
L’IMPRESA?**

In particolare per la comunicazione esterna vincoli della comunicazione commerciale corretta e non ingannevole...e in particolare:

Dal punto di vista della *comunicazione della sostenibilità*: nuovi orizzonti sul GREENWASHING

Dal punto di vista della *sostenibilità della comunicazione*: divieto di discriminazione e inclusività

Greenwashing

impiego di asserzioni ambientali non verificabili, perché non supportate da riscontri scientifici, al fine di attribuire a un'azienda un'immagine "verde"

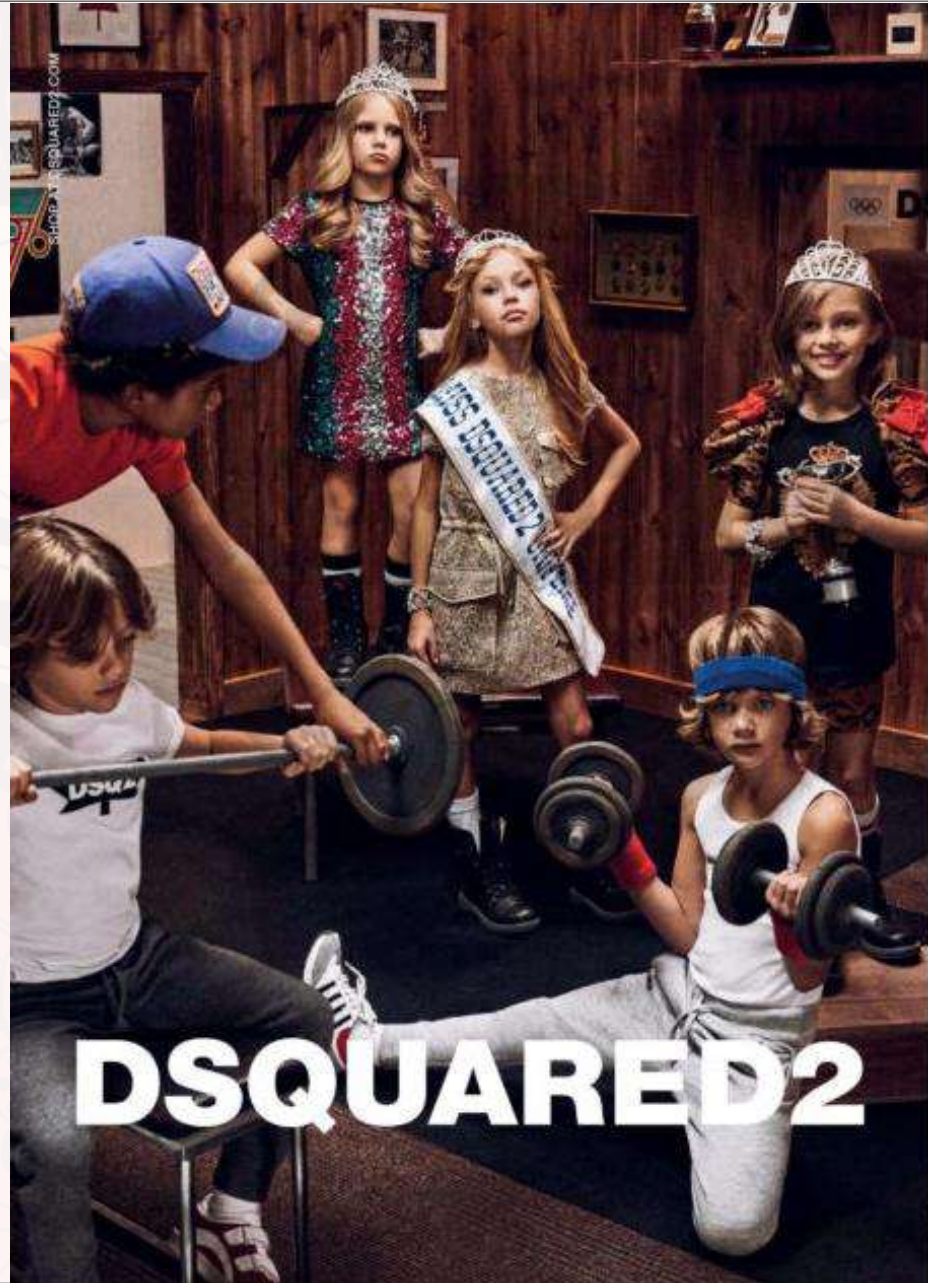
A determinate condizioni è oggi qualificabile come pratica commerciale scorretta e conseguente tutela dei consumatori (AGCM)

Prospettive della nuova proposta di direttiva UE: Divieto anche per i commercianti di esibire un marchio di sostenibilità che non è basato su un sistema di certificazione o non è stabilito da autorità pubbliche; divieto di fare affermazioni ambientali (es. "verde", "eco-friendly" ...) non adeguatamente giustificate e verificate in linea con regole specifiche.

Inclusività e divieto di discriminazioni

- pratiche commerciali e politiche per il consumatore
- Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (Guida alla tutela della persona nella comunicazione commerciale)
- stereotipi e (non) cultura di genere
- rischi della retorica ma problemi reali:

se, solo nel 2017...



DSQUARED2



Comunicazione efficace in audit

Principi per una comunicazione efficace

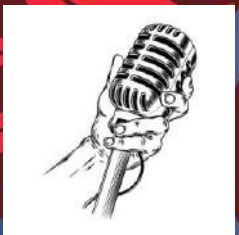
- Rispettare sempre le persone
- Porre le domande alla persona giusta
- Formulare domande chiare e comprensibili
- Dare tempo per le risposte
- Non commentare negativamente le risposte
- Essere sempre imparziali ed obiettivi
- Essere sempre calmi e gentili

Principali errori

- Formulare troppe domande contemporaneamente
- Dire di aver capito quando ciò non corrisponde al vero
- Farsi coinvolgere in discussioni interne all'organizzazione valutata
- Perdere tempo con dettagli insignificanti
- Criticare le persone



L'approccio gentile



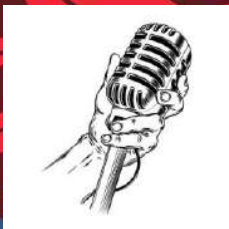
I piaceri

Il primo sguardo della finestra al mattino,
Il vecchio libro ritrovato,
Volti entusiasti,
Neve,
Il mutare delle stagioni,
Il giornale, Il cane, La dialettica, Fare la doccia,
Nuotare, Musica antica, Scarpe comode, Capire,
Musica moderna, Scrivere, Piantare, Viaggiare,
Cantare,
Essere gentili.

(Bertolt Brecht)



L'importanza di un sorriso



Un sorriso

Sai cos'è un sorriso?
È un muro che cade,
una porta che si apre,
un enigma che si scioglie,
una vibrazione che entra nel petto
e si fa cielo e luce.

(Fabrizio Caramagna)



CONCLUSIONE

Da un sorriso nasce sempre un altro sorriso
(Ippocrate)

.....anche onlife!
(Luciano Floridi)

The background features a vibrant, abstract pattern of swirling lines and organic shapes in shades of red, blue, and yellow. A white rectangular box is centered on the right side of the image, containing text.

Grazie per il vostro tempo e ... a presto rivederci.

ritatittisumma@gmail.com

marinacaporale@alice.it

Scuola Etica Leonardo

etica@scuolaformazioneleonardo.it

www.scuolaeticaleonardo.it

www.srg88088.it

Bibliografia

- Comunicare la sostenibilità, *Maria Grazia Persico - Federico Rossi*
- Sostenibilità e comunicazione non convenzionale, *Rossella Sorbero*
- La comunicazione interattiva, Intersoggettività, comunicazione, educazione, *Bello, Basti, Pezzella*
- SRG88088:20
- The Onlife manifesto, *Luciano Floridi*