



SIENA FOOD LAB Academy

Edizione 2022/2023

Franz Russo

Comunicare la Sostenibilità,
tra social media e casi da osservare

25 maggio 2023



SIENA FOOD LAB

un progetto



FMPS
Fondazione Monte dei Paschi di Siena



SANTA CHIARA LAB
Università di Siena 1240



Comunicare la Sostenibilità

- La **comunicazione della sostenibilità** richiede
 - **Strategia**
 - **Creatività**
 - **Coerenza**
- Non basta pubblicare post sulle buone pratiche aziendali, ma è fondamentale coinvolgere il pubblico con contenuti interessanti, autentici e pertinenti.



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023



Comunicare la Sostenibilità

Oltre alla pubblicazione di rapporti, è fondamentale **diversificare i canali di comunicazione** per evidenziare gli aspetti della sostenibilità.

La **digitalizzazione** ha reso le informazioni facilmente accessibili ai consumatori, consentendo decisioni più consapevoli.

Il 72% dei consumatori preferisce marchi che dimostrano un impegno per la **sostenibilità attraverso la loro comunicazione digitale**



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023



Comunicare la Sostenibilità– Il ruolo della GenZ

Piattaforme come **Instagram e TikTok** sono strumenti cruciali per la comunicazione della sostenibilità. Forniscono ai consumatori la possibilità di verificare la credibilità dei marchi e condividere le loro opinioni in tempo reale.

Oltre **il 60% della Generazione Z** **utilizza quotidianamente le piattaforme social**. Non si limitano a comprare un prodotto, ma cercano attivamente di conoscere l'azienda e i suoi valori.



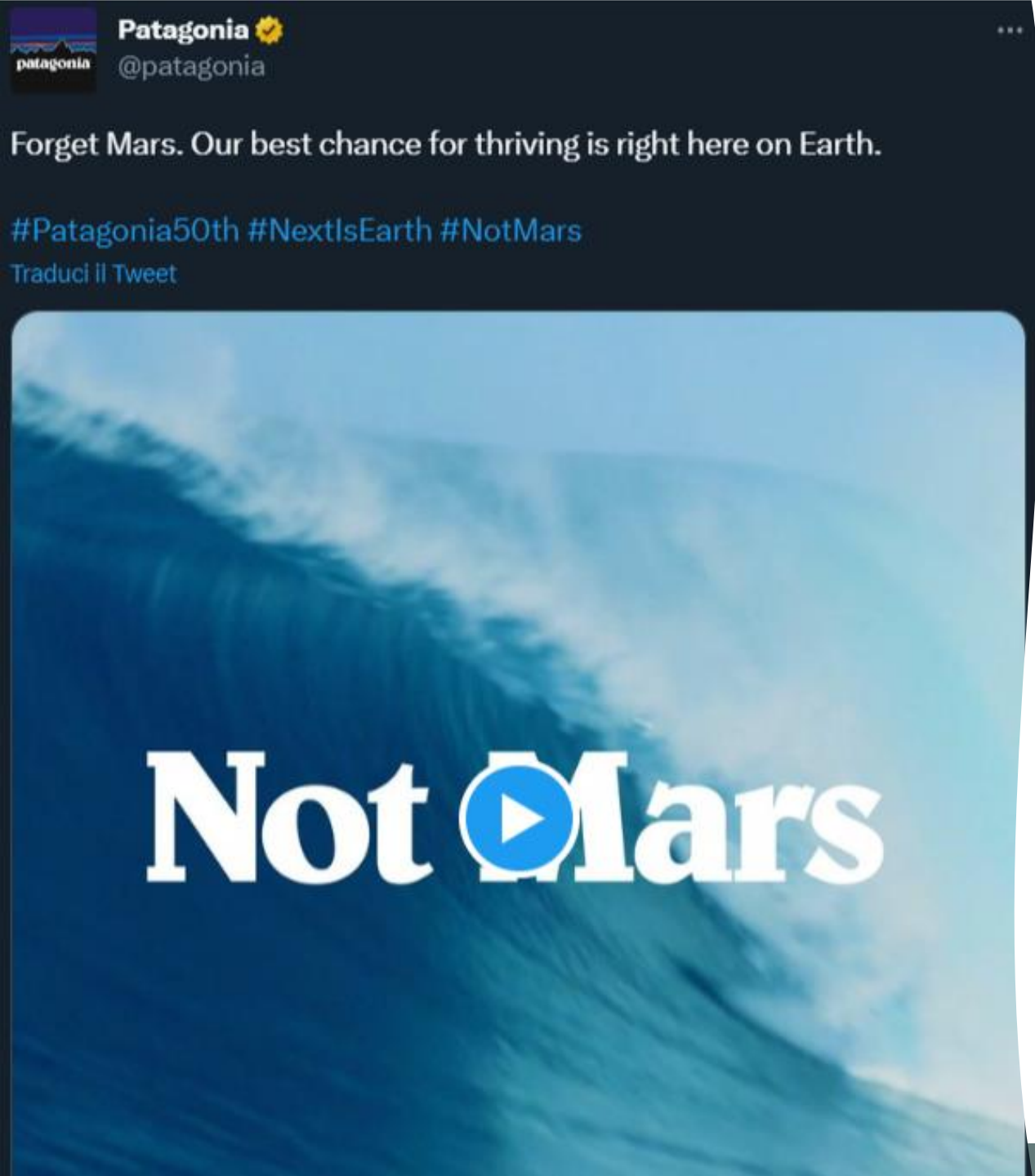
Comunicare la Sostenibilità Patagonia

Per il nostro 50° anniversario vogliamo guardare al futuro, e non al passato, della vita sulla Terra. Insieme possiamo anteporre lo scopo al profitto e proteggere questo meraviglioso pianeta, la nostra unica casa.



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023



Comunicare la Sostenibilità – Patagonia

Patagonia è un esempio eccellente di **comunicazione efficace della sostenibilità**. Utilizza i social media per condividere storie di attivismo, di conservazione della natura e di impatto sociale.

Social media usati per lanciare campagne di sensibilizzazione e di mobilitazione su temi come il cambiamento climatico, la difesa dei territori indigeni o la salvaguardia delle aree protette

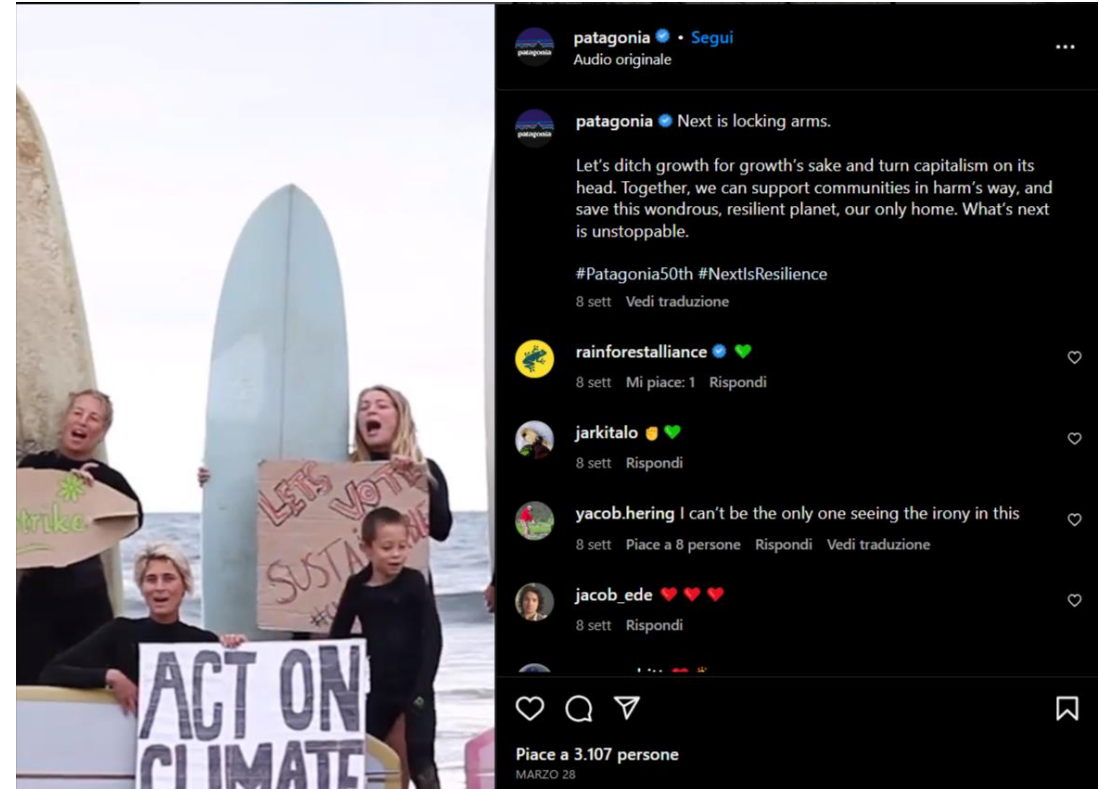


Comunicare la Sostenibilità – Patagonia

Yvon Chouinard: «persone vere che fanno cose vere»

Caratteristiche di una buona ed efficace comunicazione della sostenibilità, anche attraverso i social media:

- L'aderenza alla **missione** e ai **valori dell'azienda**
- La **coerenza** tra il messaggio e l'azione
- L'utilizzo di **storytelling emotivo** e coinvolgente
- La creazione di una **community attiva** e partecipe
- L'innovazione e la **creatività nel formato e nel tono**



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023



Comunicare la Sostenibilità

Perché investire tanto nella Sostenibilità quanto nella Comunicazione

Credibilità: La sostenibilità non è solo una parola d'ordine o una strategia di marketing. È un impegno profondo che dovrebbe influenzare tutte le operazioni di un'azienda.

Competitività: La sostenibilità può offrire un vantaggio competitivo. Le aziende che investono in pratiche sostenibili possono ridurre i costi, migliorare l'efficienza, attrarre e trattenere i migliori talenti, e aprire nuove opportunità di mercato.

Aspettative degli Stakeholder: Gli stakeholder, inclusi i consumatori, i dipendenti, gli investitori e la comunità locale, si aspettano sempre più che le aziende si comportino in modo responsabile. Non stanno solo cercando aziende che dicono di essere sostenibili; vogliono vedere un impegno reale e un impatto positivo.

Comunicazione: condividere le azioni sostenibili di un'azienda con il mondo esterno. Senza una comunicazione efficace, gli stakeholder potrebbero non essere a conoscenza degli sforzi di sostenibilità di un'azienda. La comunicazione può aiutare a sensibilizzare, educare e coinvolgere vari stakeholder, promuovere il cambiamento di comportamento, e rafforzare la reputazione e la fiducia dell'azienda.



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023



Comunicare la Sostenibilità, perché

Autenticità: i

consumatori saranno sempre più esigenti e critici verso i messaggi delle aziende e vorranno verificare la coerenza tra ciò che dicono e ciò che fanno. Le aziende dovranno quindi essere trasparenti, oneste e dimostrare con i fatti il loro impegno per la sostenibilità.

Storytelling: i

consumatori saranno attratti da storie emozionanti, coinvolgenti e significative che raccontino la missione, i valori e gli obiettivi delle aziende in materia di sostenibilità. Le aziende dovranno quindi saper narrare la loro storia in modo originale, creativo e coinvolgente, utilizzando diversi formati e linguaggi.

Engagement: i

consumatori vorranno partecipare attivamente alla comunicazione delle aziende e sentirsi parte di una comunità che condivide gli stessi ideali e interessi. Le aziende dovranno quindi favorire l'interazione, il dialogo e la collaborazione con i loro pubblici, creando contenuti interattivi, coinvolgenti e personalizzati.

Innovazione: i

consumatori saranno sempre più attenti alle novità tecnologiche e alle soluzioni innovative che le aziende offrono per risolvere i problemi ambientali e sociali. Le aziende dovranno quindi sfruttare le potenzialità dei social media per mostrare le loro innovazioni, i loro risultati e il loro impatto positivo sul mondo



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023



GRAZIE!



SIENA FOOD LAB
Academy

Edizione 2022/2023