

## **Comunicazione ambientale, centinaia di imprenditori a scuola con Fòrema**

*Essere sostenibili è una sfida diffusa che riguarda tutte le organizzazioni. Icdlab, Assindustria Veneto Centro e Fòrema hanno accolto e rilanciato i sei "sentieri di escursionismo ambientale" disegnati da Gloria Milan e Stefano Martello tra grandi aziende, pmi, istituzioni e impegno civico. Il 28 luglio l'ultimo incontro online, con ospiti Stefano Martello e Marco Talluri per parlare del Sistema Nazionale di Protezione Ambientale. Matteo Sinigaglia, direttore generale di Fòrema: "Sensibilizzare clienti e stakeholder sui temi ambientali è fondamentale".*

In un mondo in cui l'ambiente riveste una posizione centrale nei grandi dibattiti di sistema, cosa significa occuparsi di comunicazione ambientale? Quali tematiche e quali sfide si devono considerare oggi strategiche per riuscire a coinvolgere istituzioni, aziende, comunità nella realizzazione di politiche e di prassi che permettano di salvaguardare l'ambiente che ci circonda ed evitare situazioni di crisi?

Partendo da queste domande è nato il ciclo di sei incontri via webinar ideato da Gloria Milan di Icdlab Sostenibilità e Comunicazione e Stefano Martello condirettore della collana New Fabric di Pacini Editore, organizzato da Fòrema, Assindustria Veneto Centro e Icdlab partendo dal Libro Bianco sulla Comunicazione Ambientale, curato dallo stesso Martello e Sergio Vazzoler ed edito da Pacini Editore nel 2020. Sei incontri che nascono con l'obiettivo di far conoscere metodologie di riferimento e strumenti per una corretta comunicazione ambientale.

Il percorso si snoda dalla narrazione verso gli stakeholder ai vantaggi competitivi per grandi aziende e PMI, passando per il ruolo degli enti pubblici e dell'attivismo sociale. Ma anche racconti aziendali di successo e scenari sempre più concreti di business collegato all'ambiente. Di questo si è parlato nei cinque incontri con decine di relatori che si sono confrontati con una platea coesistente e numerosa di imprenditori operanti nel Nordest.

"La comunicazione ambientale è capace di raggiungere importanti obiettivi tra cui, quello più importante, la responsabilizzazione di tutti i soggetti in gioco e la loro attivazione per il raggiungimento dei traguardi individuati", dice Matteo Sinigaglia, direttore generale di Fòrema. "Per questo abbiamo deciso di sposare questo progetto, saper comunicare i temi ambientali per le aziende è fondamentale e lo sarà sempre di più negli anni a venire".

"Questo percorso non ha il solo scopo di trasferire una technicalità, ma ha il dovere di far percepire la fatica che ammantava il tema e con essa la consapevolezza che necessita", gli fa eco Stefano Martello, uno dei curatori degli eventi.

L'ultimo appuntamento è il prossimo 28 luglio, ospiti Stefano Martello e Marco Talluri per parlare del Sistema Nazionale di Protezione Ambientale. Per iscrizioni e seguire l'evento i link sono sulla pagina LinkedIn di Fòrema.

Qualche cenno sui Sentieri precedenti di Escursionismo Ambientale. Durante il primo evento del **19 Maggio**, si è parlato della comunicazione ambientale nella complessità e nella stratificazione politica, economica e sociale all'interno della quale operano soggetti diversi che devono interagire reciprocamente con l'obiettivo di generare valore condiviso. Tra i relatori, Michele Checchin, Sergio Vazzoler, Riccardo Parigi, Emilio Conti, Stefano Martello e Gloria Milan.

Il **9 Giugno** è salita in cattedra invece la comunicazione ambientale nelle PMI, raccontata da Gloria Milan, coautrice del capitolo omonimo del Libro bianco. Ad accompagnarla tre case history. Francesca Mattioli, Responsabile Sostenibilità Ambientale FCPLAB ha parlato di dati scientifici e comunicazione ambientale: ostacolo o accreditamento? Alessia Mora, Responsabile Ufficio Tecnico e Marketing Celenit, Padova si è espressa su "La sostenibilità all'interno della filiera, vantaggi competitivi e prospettive future di crescita", mentre Katia Pianezze, Responsabile Comunicazione Suanfarma Italia, ha parlato di "sostenibilità come visione integrata di strategia operativa".

**Mercoledì 23 Giugno** è stato il momento delle infrastrutture. Sul tema gli organizzatori hanno le idee chiare: "È comunicazione efficace se passa per la pratica della partecipazione alla decisione da parte di tutti gli stakeholder, dove il progetto finale fa sintesi degli "incroci" emersi dal confronto che, per definizione, riusciranno a soddisfare tutti, dal locale al globale, dal privato al pubblico". Tra i relatori, Federica Bosello, communication manager e socia Ferpi ed Emilio Conti, consulente di comunicazione ambientale. La case history, invece, è stata presentata da Nicoletta Antonias, Responsabile Innovazione e Sostenibilità Italferr Spa.

Il **7 Luglio** il focus si è spostato sulle grandi aziende per valutare le modalità di azione delle stesse nella cornice della sostenibilità ambientale: quali sono gli oneri comunicativi, vecchi e nuovi, del sistema aziendale rispetto al tema generale indagato? A rispondere Maria Grazia Perisco, Ceo MGB & Partners accompagnata dalle case history aziendali di Susanna Caprotti, process EPD Manager Radici Group e di Mikaela Decio, Corporate Environmental Sustainability Leader di Mapei.

Il **21 Luglio** è toccato ai servizi di pubblica utilità e alla capacità partecipativa popolare in un ambiente che rimane ancora ampiamente conflittuale. Tra i relatori Matteo Colle, direttore relazioni esterne e CSR Gruppo CAP che ha parlato del ruolo e degli oneri comunicativi propri di una multiutility e Alberto Marzetta, partner di Amapòla Sustainability Talking e Roberto Mezzalama, esperto di valutazione di impatto ambientale, che hanno riportato l'esperienza del "Comitato Torino Respira" come buona pratica di partecipazione dal basso consapevole ed efficace. Il racconto è stato introdotto da Sergio Vazzoler, curatore del Libro Bianco, che ha

offerto alla platea un'introduzione di riferimento per unire i puntini con le risultanze emerse nel corso dell'intero ciclo di webinar.

Con un ampio bacino su LinkedIn di oltre 2000 presenze, al termine di questo percorso è possibile affermare che è stato raggiunto un risultato importante in termine di diffusione della conoscenza sul tema. " Questi incontri -sostiene Gloria Milan una delle ideatrici- hanno messo in luce l'importanza di mettere al centro del dibattito della comunicazione ambientale imprese, organizzazioni, istituzioni e stakeholder con l'obiettivo di individuare un nuovo paradigma di azione e comunicazione basato sulla responsabilità, sulla fiducia e sul valore condiviso."