

Nuove sfide e opportunità per la comunicazione ambientale: oltre il greenwashing

Michela Melis

30 Ottobre 2020



Greenwashing e comunicazione ambientale: ieri e oggi

- 2010 – 2020: un decennio di cambiamenti profondi, di nuove opportunità per la comunicazione ambientale per le imprese, ma anche di nuovi rischi

L'evoluzione del contesto



il **mercato** e lo **scenario competitivo** per i prodotti «green»



il **framework normativo** della comunicazione ambientale



gli **strumenti** a supporto dello sviluppo dei contenuti dei green claims



i **canali** di comunicazione, le **possibilità** e le **modalità di interazione** con i target, ...

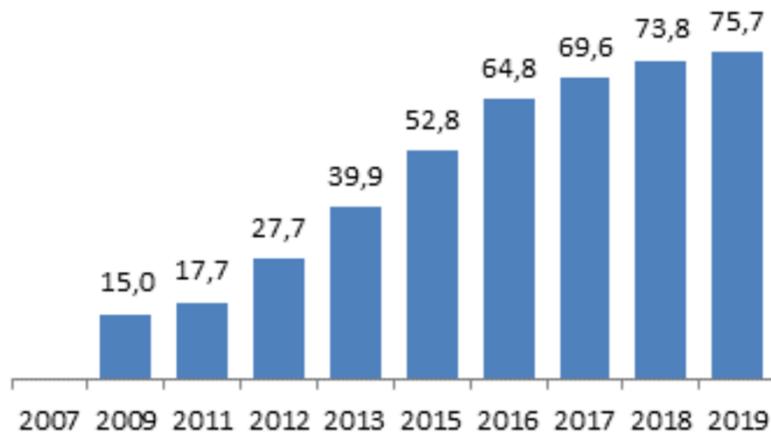


i **riflessi** e le **implicazioni** di una buona di comunicazione ambientale ...

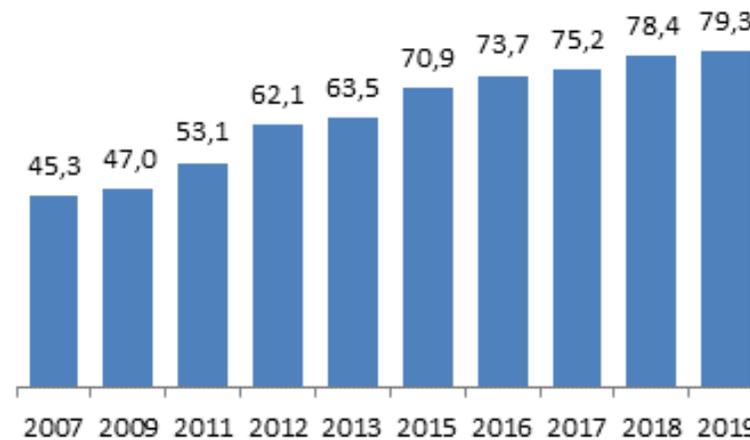
Nuovi canali: internet e social media:

La crescita dei consumi mediatici degli italiani registra un incremento costante dell'impiego di internet (dal 78,4% al 79,3% di utenza, con una differenza positiva di quasi un punto percentuale tra 2018 e 2019), mentre gli italiani che utilizzano gli **smartphone** salgono dal 73,8% al 75,7% (con una crescita annua dell'1,9%, quando ancora nel 2009 li usava solo il 15% della popolazione)

Smartphone



Internet



16° Rapporto sulla comunicazione

I MEDIA E LA COSTRUZIONE DELL'IDENTITÀ

Censis (2020)

Nuovi canali:
internet e
social media:

16° Rapporto sulla
comunicazione

I MEDIA E LA
COSTRUZIONE
DELL'IDENTITÀ
Censis (2020)

Tab. 11 - Utenti di internet che negli ultimi 30 giorni hanno utilizzato il web per svolgere le seguenti attività, 2015-2019 (val. %)

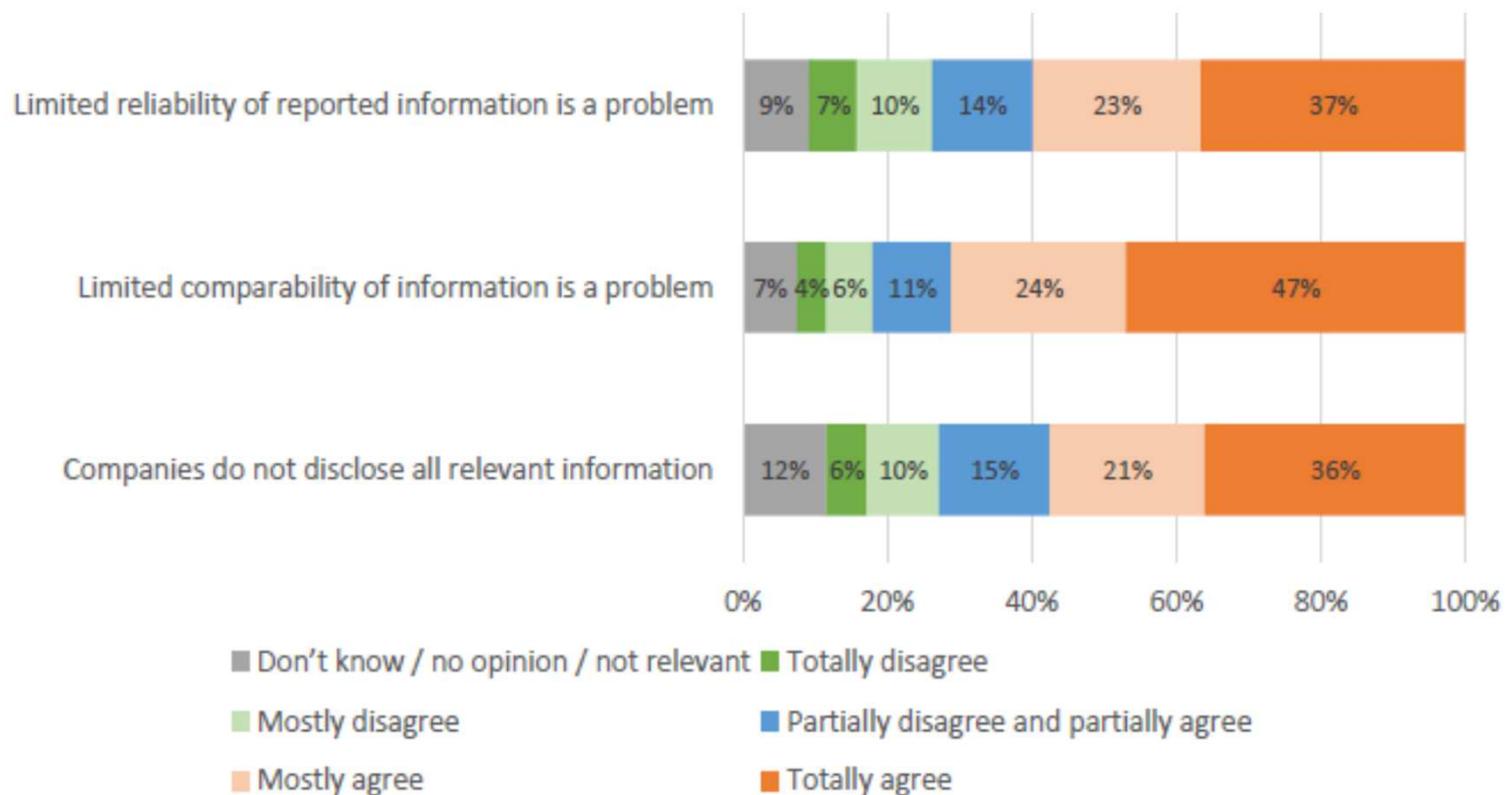
	2019	Diff. % 2018-2019
Trovare una strada/località	69,5	15,0
<u>Trovare informazioni su aziende, prodotti, servizi</u>	61,8	5,8
Svolgere operazioni bancarie	48,5	6,3
Fare acquisti	48,1	6,4
Ascoltare musica	46,2	2,6
Telefonare	40,6	8,4
Guardare un film	38,6	8,8
Prenotare un viaggio	24,0	8,0
Sbrigare pratiche con uffici pubblici	23,1	7,1
Prenotare una visita medica	19,3	7,3
Cercare lavoro	13,9	2,6
Frequentare corsi scolastici, universitari, di formazione	10,4	3,1
Usare auto/scooter/bici in sharing	5,9	-0,5

Fonte: indagine Censis, 2019

Nuove sfide
anche per la
comunicazione
ambientale di
impresa:

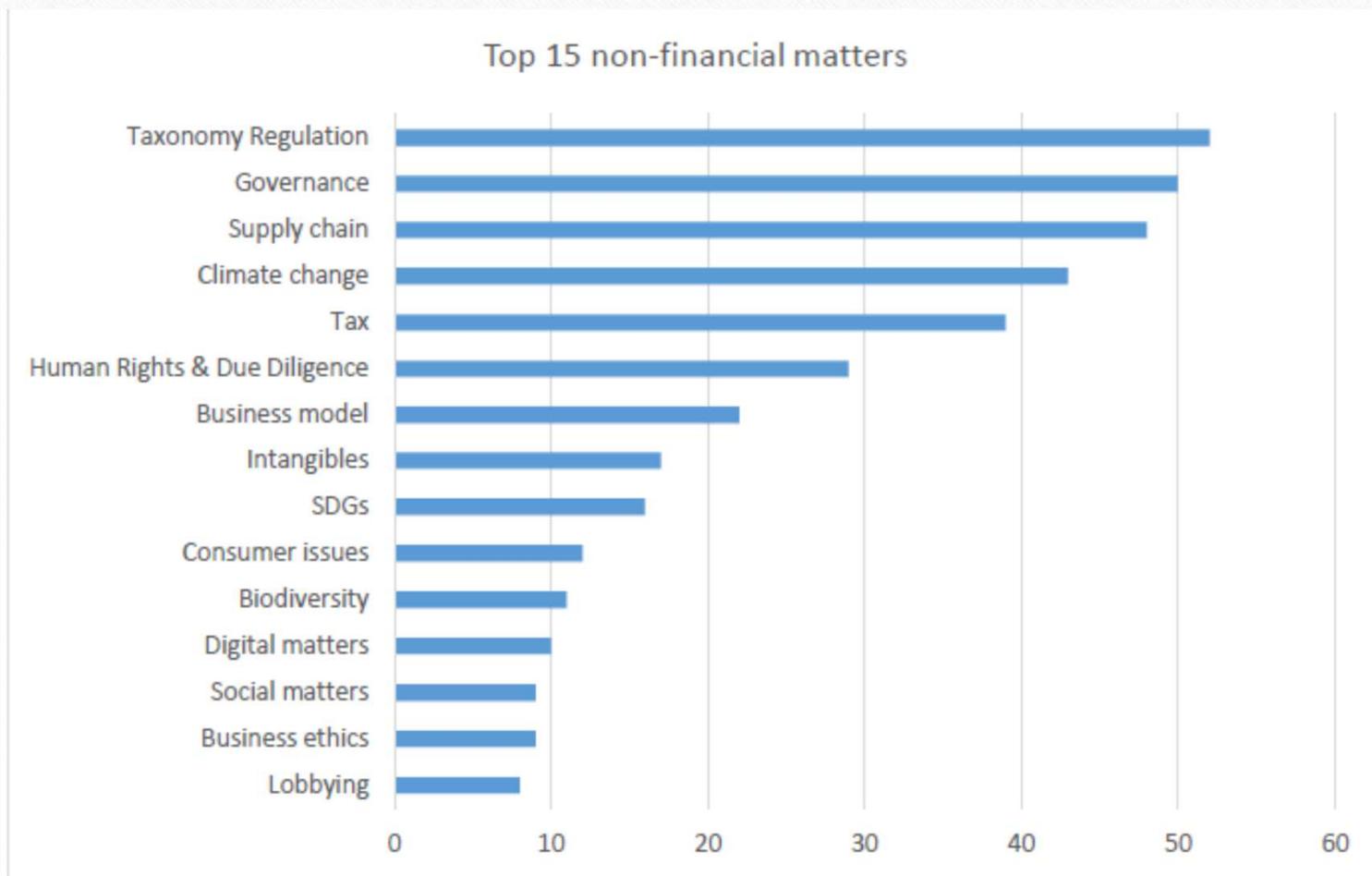
Summary Report of the
Public Consultation on the
Review of the Non-
Financial Reporting
Directive
(February - June 2020)

Respondents view on current problems regarding non-financial information



Nuove sfide
anche per la
comunicazione
ambientale di
impresa:

Summary Report of the
Public Consultation on the
Review of the Non-
Financial Reporting
Directive
(February - June 2020)



Grazie per l'attenzione

michela.melis@unibocconi.it