

# COMUNICAZIONE COMPATIBILE

*La “comunicazione” è quel processo attraverso il quale uno specifico argomento, fattore, concetto viene trasmesso da un determinato soggetto (emittente) ad un altro (target/destinatario), con l'intento di coglierne il consenso ed il coinvolgimento attivo (comprensione, memoria, attrazione, ispirazione, comportamento, domanda). La comunicazione “Compatibile” è lo stesso processo riattualizzato in coerenza con i principi dello “Sviluppo Sostenibile” tenendo comunque conto delle imprescindibili esigenze gestionali delle imprese e dei reali comportamenti dei cittadini.*

## CONTENUTO

Nel contesto degli scopi di Planet Life Economy Foundation, i processi di comunicazione sono quei processi che, influenzando sulla domanda e sulla cultura, sono in grado di creare nei cittadini una corretta consapevolezza nelle proprie scelte di consumo favorendo la promozione e lo sviluppo di prodotti, marchi od aziende che si comportano responsabilmente rispetto ai principi dello Sviluppo Sostenibile e della Planomia<sup>1</sup>.

È dunque fondamentale che una corretta comunicazione non implichi soltanto l'emissione/ricezione di un messaggio chiaro e attraente, ma anche una presa di coscienza più generale di tutti i soggetti che ne sono coinvolti. Al pari dei fenomeni distorsivi del “green wash” occorre essere certi che tutti i soggetti attivi nel processo di comunicazione siano consapevoli del proprio ruolo e piena responsabilità, evitando pratiche improprie come la presentazione di prodotti e servizi solo “apparentemente” responsabili e sostenibili.

Oggetto del progetto Comunicazione Compatibile è dunque quello di analizzare i processi di comunicazione più generali, al fine di definire parametri, logiche, relazioni ed interrelazioni corrette in grado di cogliere gli obiettivi della Fondazione appena citati.

## A CHI SI RIVOLGE

La Comunicazione Compatibile è un progetto che coinvolge i pubblicitari, i media, i centri media, le relazioni pubbliche, i giornalisti, gli editori, le imprese, i cittadini e tutti i soggetti attivi in processi di comunicazione, consapevoli del loro ruolo e responsabili dell'evoluzione “sostenibile” di modelli di consumo.

## OBIETTIVI

- creare consapevolezza nei cittadini rispetto alle scelte di qualità di vita e alla nozione di benessere, favorendo prodotti, servizi, movimenti di opinione e cultura in generale coerenti con il modello di Economia Compatibile (Planomia) della Fondazione
- sviluppare il relativo modello di Comunicazione Compatibile, comprensivo dei principi generali ed applicativi di riferimento
- identificare gli interventi culturali, strutturali evolutivi in grado di renderla pragmaticamente conseguibile, anche con la precisazione dei soggetti maggiormente responsabili nei processi di cambiamento e fattori critici
- avviare le attività di sensibilizzazione di tutti i soggetti attivi coinvolti.

---

<sup>1</sup> Planomia è la scienza economica applicata all'impresa della Fondazione PLEF, coerente ai principi dello Sviluppo Sostenibile. Vedi anche: *Planomia: realtà, sogni ed ambizioni della Sostenibilità* – Franco Angeli - 2008