

## LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE (CERP)

Nella società odierna sono pochi i valori che possono essere considerati universalmente condivisi. Tra questi vi è sicuramente la salvaguardia ambientale, un valore che esprime la ricerca di una migliore qualità della vita e che coinvolge aspetti sociali ed economici, comprese la vita delle imprese e delle organizzazioni. Queste considerazioni ci portano a guardare alle tematiche ambientali come ad un riferimento strategico nei processi decisionali e di pianificazione di ogni impresa e società.

Dobbiamo perciò analizzare la natura delle richieste ambientali nei confronti delle quali le aziende devono rispondere alla comunità e dovranno sviluppare una comunicazione “verde” in grado di sfruttare tutte le opportunità di dialogo con l’opinione pubblica.

Oggi ogni impresa deve prendere in considerazione le tematiche ambientali nei suoi processi di comunicazione, per l’impatto che queste tematiche hanno su ogni comunità, sull’opinione pubblica, sulla nascita di giudizi e punti di vista. La funzione di relazioni pubbliche, sia essa interna o esterna all’azienda, nell’analizzare costantemente i punti di vista ed i giudizi dell’opinione pubblica, deve stabilire i criteri di valutazione in grado di quantificare l’impatto ambientale delle scelte dell’azienda, quale presupposto per la definizione di un piano di interventi.

Le relazioni ambientali si sviluppano attraverso le seguenti attività:

- analizzare e definire lo “scenario” utile per quantificare l’impatto delle decisioni e delle situazioni delle imprese rispetto alla salvaguardia ambientale, ricollegando tale impatto ai pubblici sia interni che esterni;
- raccogliere e diffondere informazioni sulle misure adottate dall’azienda all’interno del processo produttivo, dei prodotti e dei servizi;
- definire ed applicare programmi per sviluppare la protezione ambientale con obiettivi “educativi” in grado di evidenziare il ruolo attivo dell’impresa sulle tematiche ambientali all’interno della comunità;
- redigere rapporti periodici allo scopo di identificare l’andamento delle tematiche della proiezione ambientale generate da gruppi e associazioni;

- rappresentare le opinioni e le posizioni dell'impresa su tematiche che hanno uno specifico impatto sull'ambiente in organizzazioni specialistiche e associazioni di categoria;
- suggerire ed adottare misure interne che coinvolgano dipendenti e staff esterno, in azioni significative per l'ambiente, come ad esempio il recupero e il riciclaggio dei materiali;
- sostenere la direzione e tutte le funzioni aziendali affinché agiscano con un'adeguata consapevolezza delle tematiche ambientali.