



# GREEN OLISTICO CANVAS

OSSERVAZIONE  
LEGITTIMAZIONE  
INNOVAZIONE  
SEMPLIFICAZIONE  
TRASPARENZA  
IMPATTO  
COINVOLGIMENTO

Non basta  
una foglia  
per essere  
sostenibili



BLACK FEATHER  
CONSULTING

# OLISTICO

a comunicazione green e sostenibile non può più essere frammentata oppure relegata a singole iniziative che non hanno collegamento tra loro.

Le imprese che desiderano essere davvero credibili nel proprio impegno ambientale devono adottare un approccio olistico, capace di abbracciare la sostenibilità in quanto valore portante, integrandola quindi in ogni aspetto della propria strategia.

Un approccio che analizzi l'impresa nel suo insieme, piuttosto che scomporla settore per settore oppure intenzione per intenzione, rappresenta la chiave per superare ambiguità e incoerenze nei messaggi veicolati.

Quando l'azienda comunica in modo discontinuo -magari promuovendo un packaging ecologico mentre i suoi processi produttivi rimangono altamente impattanti- rischia di confondere i propri consumatori e, nel peggior dei casi, venire accusata di perseguire pratiche sleali ed ingannevoli. Al contrario, una visione d'insieme assicura che ogni azione sostenibile sia parte di un quadro più ampio, coerente ed autentico.

Adottare un approccio olistico non significa quindi migliorare solamente la comunicazione relativa; aprire lo sguardo ad un ampio spettro di osservazione rivela alle imprese nuovi assi di progresso concreti:

## Credibilità e fiducia

Un messaggio chiaro e coerente rafforza la fiducia dei consumatori e degli stakeholder. L'azienda che si mostra autenticamente impegnata nella sostenibilità viene percepita come maggiormente affidabile, degna di supporto ed empatia.

## Innovazione e competitività

Integrare la sostenibilità in modo trasversale porta ad una revisione dei processi aziendali, stimolando l'innovazione e rendendo l'impresa più competitiva in un mercato in cui i criteri ESG (Environmental, Social, Governance) stanno diventando naturalmente ed essenzialmente decisivi.

## Resilienza e crescita nel lungo termine

L'impresa che affronta la sostenibilità con una visione ampia meglio si adatta agli incessanti cambiamenti normativi, agli incentivi governativi e alle aspettative dei consumatori, garantendosi una posizione solida nel lungo periodo.

## Differenziazione sul mercato

In un contesto in cui la maggior parte delle aziende si limita ad intraprendere operazioni di facciata, chi riesce a dimostrare un impegno globale per la sostenibilità emerge, si qualifica e viene riconosciuto come leader effettivo in un mercato in cui ormai non si scambiano più soltanto prodotti e servizi ma anche, e soprattutto, idee, intenzioni, valori e retaggi.

## Cultura aziendale e coinvolgimento interno

Avere una strategia sostenibile, condivisa e diffusa a tutti i livelli dell'organizzazione, motiva i dipendenti, stimola il senso di appartenenza e favorisce un clima aziendale più positivo e responsabile.

Adottare un approccio olistico alla comunicazione green e sostenibile non è quindi soltanto una scelta strategica per evitare contraddizioni e messaggi confusi: rappresenta una leva di crescita e trasformazione per le imprese.

Il futuro premierà chi saprà guardare oltre la semplice immagine aziendale e costruire un percorso di sostenibilità autentico, solido e credibile

# OLISTICO GREEN CANVAS

per una comunicazione sostenibile

scientificità e storytelling

**C**omunicare la sostenibilità rappresenta innegabilmente una sfida complessa. Deve essere trasparente e rigorosa per garantire credibilità ed al contempo essere creativa per coinvolgere ed ispirare il pubblico.

Il metodo OLISTICO (Osservazione, Legittimazione, Innovazione, Semplificazione, Trasparenza, Impatto, COinvolgimento) propone un approccio che coniuga scientificità e storytelling, evitando il rischio di greenwashing e garantendo una comunicazione fondata sul valore reale, efficace ed autentica.

## Osservazione: partire dai dati concreti

Il primo passo per una comunicazione sostenibile è la raccolta e l'analisi dei dati reali sull'impatto ambientale e sociale dell'azienda. Strumenti quali il Life Cycle Assessment (LCA) oppure le certificazioni ESG forniscono basi solide sulle quali costruire la narrazione.

## Legittimazione: basarsi su standard riconosciuti

Per conferire credibilità ai propri messaggi, è fondamentale allinearsi a standard internazionali come gli SDGs (Sustainable Development Goals) dell'ONU, il GRI (Global Reporting Initiative) o il framework della Direttiva Europea sui Green Claims. Certificazioni indipendenti e verifiche di terze parti contribuiscono ad accrescere la fiducia nei consumatori.

## Innovazione: utilizzare format originali e interattivi

Rendere accattivante la comunicazione della sostenibilità è essenziale per coinvolgere il pubblico. Infografiche dinamiche, storytelling visivo, realtà aumentata e podcast tematici possono trasformare dati tecnici in contenuti accessibili e stimolanti.

## Semplificazione: chiarezza e accessibilità

Evitare il linguaggio tecnico ed ambiguo è cruciale. Un messaggio chiaro, diretto e privo di espressioni fuorvianti permette di raggiungere un pubblico più ampio e di costruire una reputazione solida nel tempo, chiara e condivisibile senza interpretazioni.

## Trasparenza: fornire prove ed aggiornamenti continui

La trasparenza è il fondamento di questa comunicazione. Rendere pubbliche le metodologie di calcolo dell'impatto ambientale, pubblicare report periodici e fornire accesso ai dati verificabili assicura che il messaggio non sia percepito come puramente promozionale.

## Impatto: focalizzarsi sui risultati concreti

Non è sufficiente dichiarare buone intenzioni. È necessario mostrare (e dimostrare) i progressi ottenuti attraverso indicatori misurabili. Percentuali di riduzione delle emissioni, miglioramenti nei processi produttivi ed azioni socialmente responsabili devono essere sempre al centro della comunicazione. Occorre rendere tangibili le intenzioni.

## COinvolgimento: rendere il pubblico parte attiva

Una comunicazione sostenibile efficace non è un monologo; deve ricalcare la forma di un dialogo continuo con il proprio pubblico. Campagne partecipative, feedback aperti, strumenti di co-creazione ed iniziative di engagement rafforzano il senso di autenticità e vicinanza al consumatore.



IMMAGINA e PROGETTA  
con Black Feather  
il tuo percorso sostenibile

Diventa un attore della  
Transizione Ecologica  
che non recita un copione  
scritto da altri ma che  
interpreta la propria  
STORIA di SOSTENIBILITÀ  
con passione ed orgoglio

creatività e trasparenza  
per una comunicazione sostenibile

OSSERVAZIONE  
LEGITTIMAZIONE  
INNOVAZIONE  
SEMPLIFICAZIONE  
TRASPARENZA  
IMPATTO  
COINVOLGIMENTO



scopri di più su  
[www.blackfeatherconsulting.it](http://www.blackfeatherconsulting.it)

