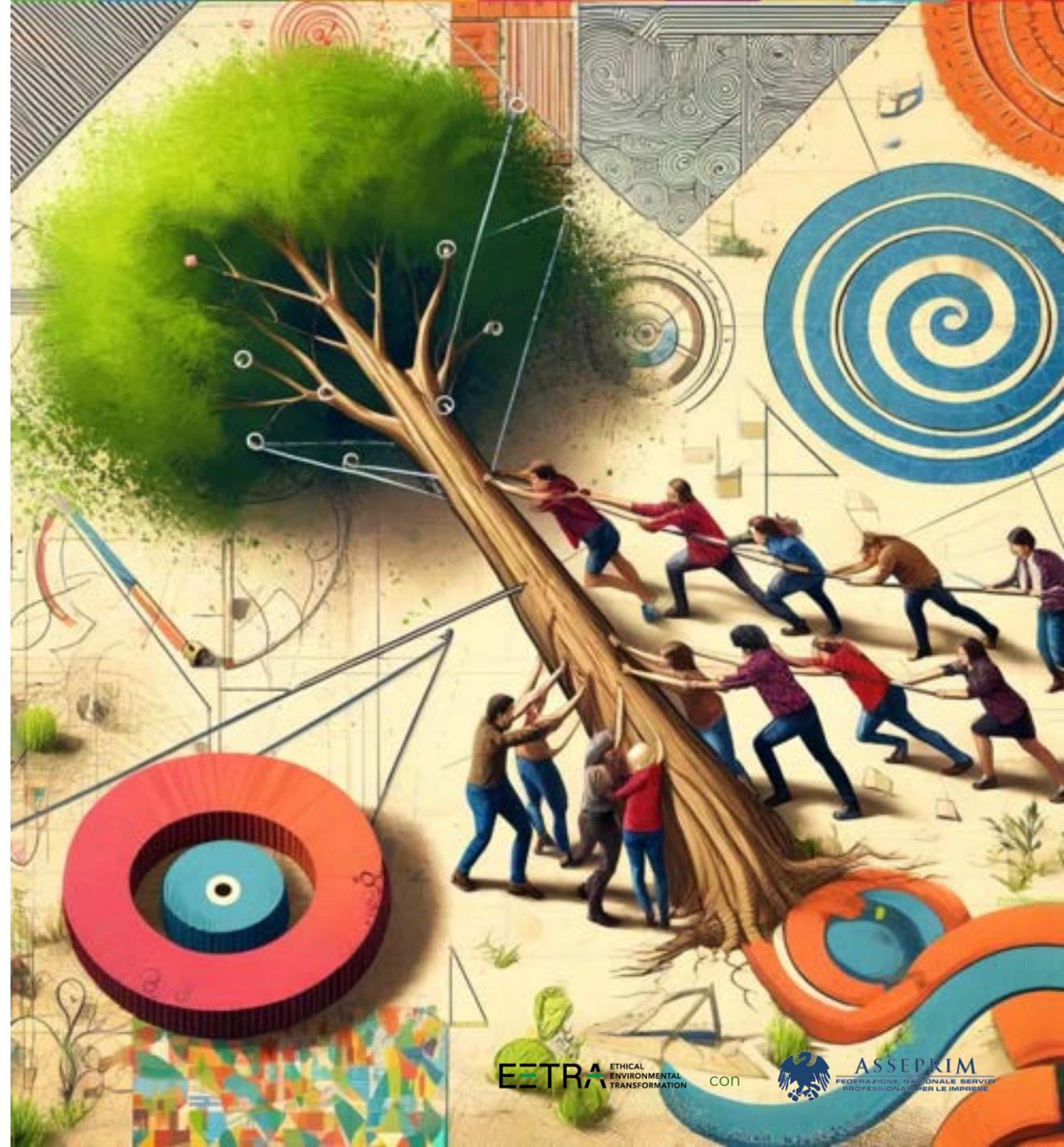


GLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

Strategie efficaci per la comunicazione aziendale

AGENDA

- Chi siamo
- Gli archetipi della sostenibilità, il progetto
- Il ruolo degli archetipi motivazionali
- Le applicazioni degli Archetipi della Sostenibilità
- Dalle parole ai fatti: pratiche efficaci per comunicare la sostenibilità



EETRA



▶ Siamo una società benefit.

▶ Siamo un team di persone dalle professionalità diversificate, accomunate da forte passione e solide competenze nell'ambito della sostenibilità.

▶ Siamo la guida strategica per le realtà che vogliono attivare o innovare i processi di gestione ESG (Environmental, Social, Governance).

▶ Siamo pronti ad implementare i progetti necessari per favorire la transizione di singole organizzazioni o di intere filiere.

OGGI SONO CON NOI

Michela Fancello



Esperta in materia di sostenibilità ESG, è Sustainability Manager di EETRA di cui è socia fondatrice. Grazie a una diversificata esperienza accademica e lavorativa a livello internazionale, si occupa di **consulenza strategica per l'integrazione della sostenibilità nei processi aziendali e progettuali**. Ha maturato pluriennale esperienza nel campo della consulenza in materia di sostenibilità in vari ambiti, dalla pianificazione di aspetti specifici come la mobilità sostenibile o la gestione responsabile delle catene di fornitura, fino ad una visione olistica e strategica. È attualmente titolare dei corsi di Ecodesign e Land design presso lo IED di Milano e responsabile dell'area Academy, innovazione e formazione presso EETRA, per cui è **docente formatrice**.

Roberta Bosu



Esperta di **comunicazione sulla sostenibilità**, con più di 14 anni di esperienza nello sviluppo di strategie e campagne capaci di generare impatto. Nel 2023 ha fondato Re.vert Studio, focalizzandosi nella creazione di strategie di comunicazione e storytelling che ispirano azioni concrete e favoriscono uno sviluppo sostenibile. La sua esperienza spazia dal settore privato, allo sviluppo sostenibile, oltre alle ONG, fornendole una visione completa per affrontare le sfide ambientali, economiche e politiche. Attualmente ricopre il ruolo di Global Campaign Lead per la Global Alliance for the Rights of Nature (GARN), è **Ambasciatrice del Patto Europeo sul Clima** per la Commissione Europea e Rappresentante del Committee Communication and Education per IUCN. Per EETRA è **communication expert**.

IL PROGETTO GLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

GLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ - Webinar - 14 ottobre 2024



EETRA ETHICAL ENVIRONMENTAL TRANSFORMATION

con



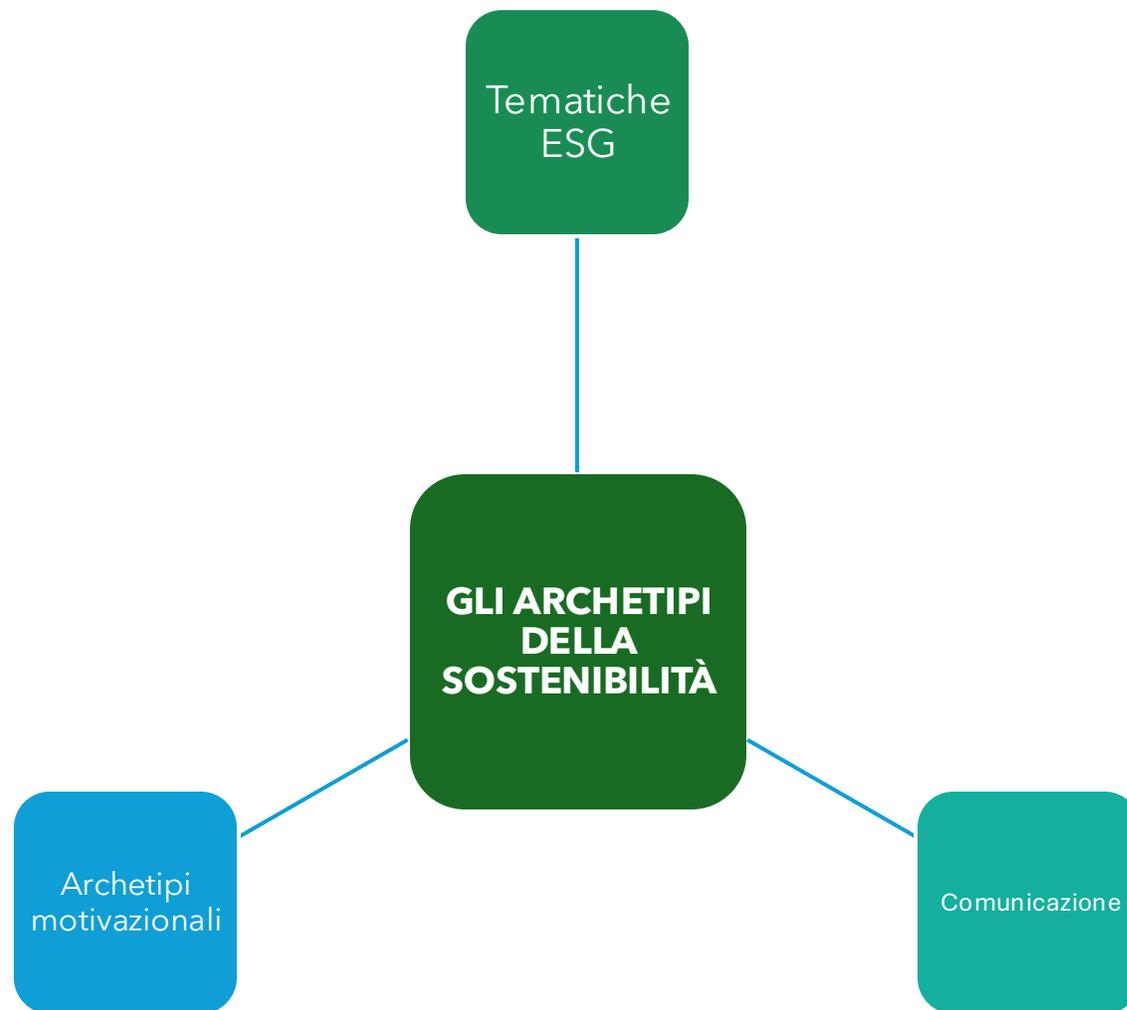
ASSEPRIM ASSOCIAZIONE ITALIANA SERVIZI PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

COME NASCE IL PROGETTO

Il progetto Archetipi della Sostenibilità nasce dall'unione di diversi contributi.

A partire dalle tematiche ESG, affrontate quotidianamente, si affianca la volontà di trovare uno strumento nuovo per comprendere le motivazioni che muovono determinate scelte unitamente alla necessità di una comunicazione efficace.

Gli archetipi della sostenibilità nascono dall'unione tra potenza comunicativa degli archetipi, strumenti di comunicazione e tematiche ESG, per un approccio olistico alla sostenibilità.



COME NASCE IL PROGETTO

Gli Archetipi della Sostenibilità nascono dall'integrazione di tre elementi fondamentali:

Lo strumento degli archetipi

Analizziamo i fattori motivazionali che guidano le scelte di sostenibilità, tramite una ridefinizione degli archetipi tradizionalmente legati al mondo psicologico e del branding.

Le tematiche ESG

L'approccio è arricchito dall'esperienza quotidiana di EETRA nel campo della sostenibilità, con particolare attenzione ai criteri ESG (Environmental, Social, Governance), per allineare le azioni concrete agli standard di responsabilità aziendale.

La comunicazione di sostenibilità

La combinazione tra la potenza evocativa degli archetipi e le tecniche di comunicazione permette di veicolare messaggi di sostenibilità in modo efficace e coinvolgente, facilitando la comprensione e l'impegno da parte di diversi stakeholder.

ALCUNE DOMANDE RICORRENTI

- 1) **Come riconoscere le motivazioni che muovono le scelte in tema di sostenibilità?**
- 2) **Come comprendere e valorizzare il ruolo dei vari stakeholder in un dialogo costruttivo?**
- 3) **Come contribuire alla creazione di consapevolezza?**



I DRIVER MOTIVAZIONALI E IL RUOLO DEGLI ARCHETIPI

DEFINIZIONE DI ARCHETIPO



archètipo s. m. [dal lat. *archetȳpum*, gr. ἀρχέτυπον, comp. di ἀρχε- (v. archi-) e τύπος «modello»], – **1.** Primo esemplare, modello: *l'Iliade può essere considerata l'a. dei poemi epici o eroici*. **2.** In filosofia, spec. nella tradizione platonica, l'essenza sostanziale delle cose sensibili. Anche come agg.: *idee archetipe*. **3.** Nel pensiero dello psichiatra e psicologo svizz. C. G. Jung (1875-1961), immagine primordiale contenuta nell'inconscio collettivo, la quale riunisce le esperienze della specie umana e della vita animale che la precedette, costituendo gli elementi simbolici delle favole, delle leggende e dei sogni. **4.** Nella critica testuale, il manoscritto non noto ma ricostruibile con maggiore o minor sicurezza attraverso il confronto dei manoscritti noti, come quello da cui essi tutti deriverebbero secondo i rapporti di dipendenza raffigurati nello stemma, o albero genealogico; l'archetipo rappresenta un testo che, rispetto ai codici noti, è più vicino e complessivamente più fedele all'originale. Il termine è usato con analogo sign. anche nell'archeologia e nella storia dell'arte: *statua che riproduce l'a. di Lisippo*.

ALLA RICERCA DEL PROPRIO "PURPOSE"

Tutti noi abbiamo un **Purpose**

Il purpose rappresenta il nostro scopo più profondo, ciò che ci motiva e ci orienta nelle scelte di vita e nel lavoro. È quella forza interna che ci spinge a contribuire al mondo in modo significativo e coerente con i nostri valori.

Un **purpose chiaro e condiviso** è essenziale per la sostenibilità. Non solo ispira comportamenti responsabili, ma aiuta anche a creare una comunicazione efficace che coinvolge comunità, aziende e stakeholder. **Comunicare il purpose** è fondamentale per generare fiducia e guidare il cambiamento verso un futuro più sostenibile.



I DRIVER, MOTORI DELLE NOSTRE SCELTE



Gli archetipi motivazionali non sono da confondere con la personalità (l'immagine che proiettiamo all'esterno, il modo con cui gli altri ci vedono).

Le motivazioni sono processi inconsci, e servono delle chiavi di lettura per decodificarle.

Gli archetipi aiutano a comprendere questo processo e ne offrono una chiave di lettura.

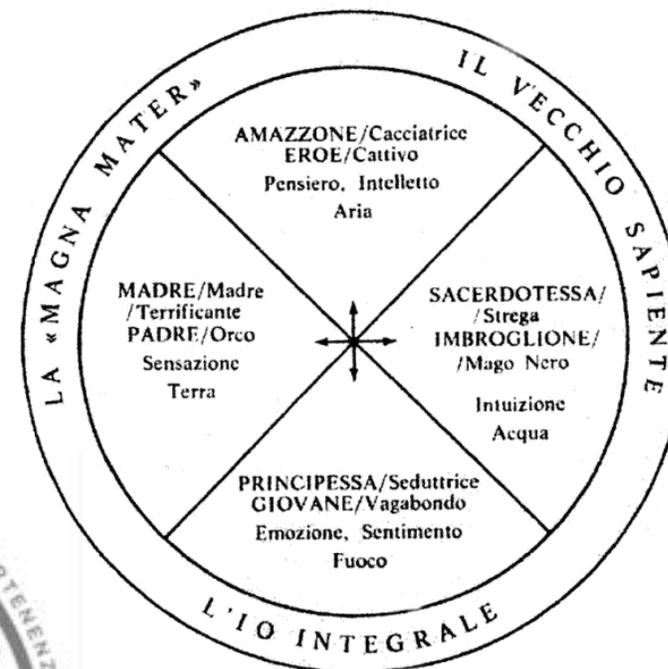
I DRIVER MOTIVAZIONALI E IL RUOLO DEGLI ARCHETIPI

Archetipi

Motivazionali



Elona Barbieri



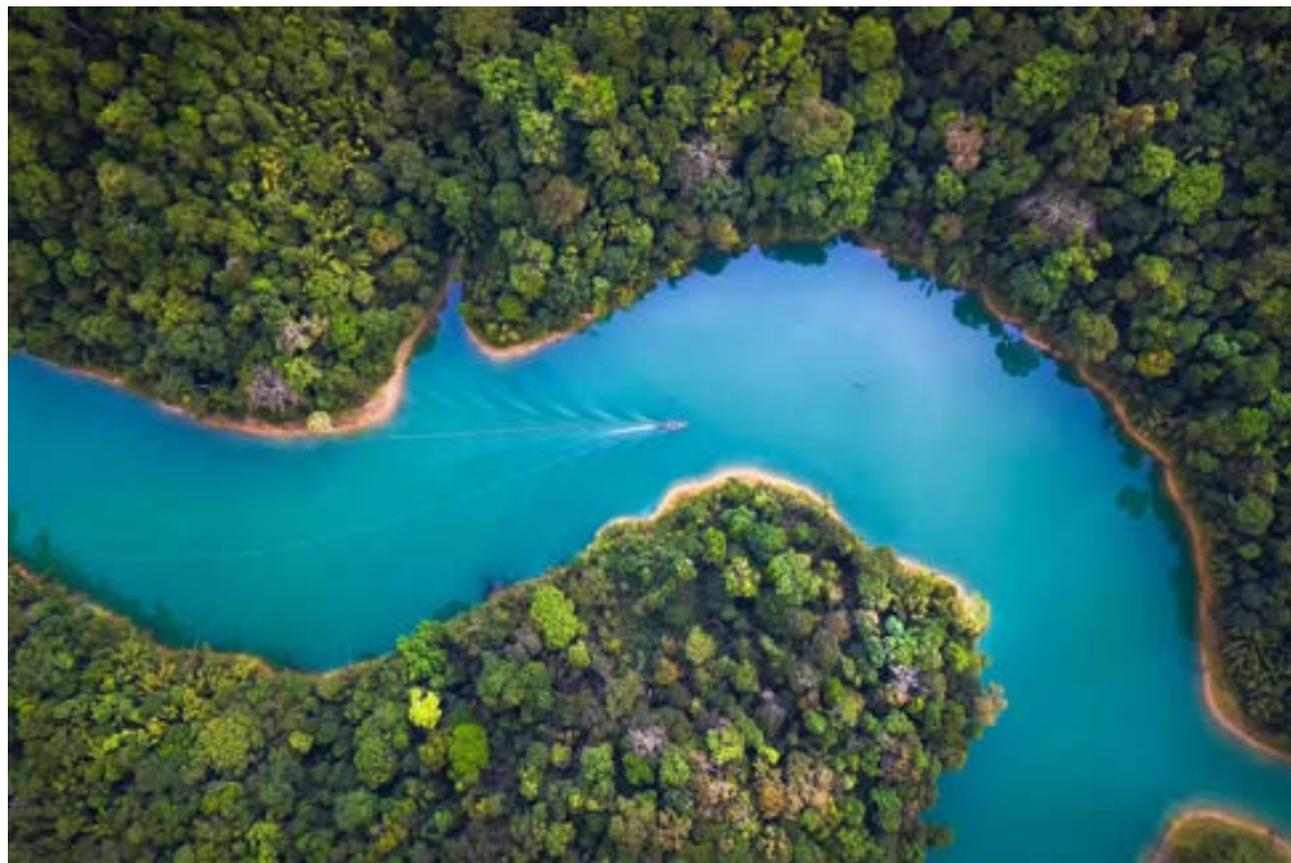


LE APPLICAZIONI DEGLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

LE APPLICAZIONI DEGLI ARCHETIPI MOTIVAZIONALI

Le applicazioni degli archetipi motivazionali, tradizionalmente legate al branding e all'area marketing, possono avere utili applicazioni anche sulla sfera comunicativa e relazionale.

Gli archetipi della sostenibilità nascono dall'unione tra potenza comunicativa degli archetipi, strumenti di comunicazione e tematiche ESG, per un approccio olistico alla sostenibilità.



LE APPLICAZIONI DEGLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

- 1) **Evento pubblico** (per aumentare la consapevolezza collettiva e valorizzare l'azione dei singoli in rapporto alla comunità) = CONSAPEVOLEZZA
- 2) **Strumento di stakeholder engagement** (per riuscire a comprendere meglio e valorizzare il ruolo dei diversi stakeholder) = COINVOLGIMENTO
- 3) **Workshop aziendale** (Migliorare la comunicazione e l'efficacia delle azioni ESG) = CONNESSIONI

LE APPLICAZIONI DEGLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

1) Evento pubblico

Gli archetipi della sostenibilità
Percorsi di Sostenibilità, dalla consapevolezza all'azione collettiva

CONSAPEVOLEZZA

Questo evento pubblico mira ad aumentare la **consapevolezza collettiva** e valorizzare l'azione dei singoli in rapporto alla comunità. Attraverso lo strumento degli archetipi, tramite presentazioni interattive, testimonianze ispiratrici e attività pratiche, i/le partecipanti scopriranno come le loro azioni quotidiane possono contribuire a un futuro più sostenibile.

L'evento enfatizza il **potere del cambiamento individuale nel contesto più ampio della comunità**, dimostrando come piccoli gesti possano generare un impatto significativo quando moltiplicati su larga scala.

EVENTO PUBBLICO - CONSAPEVOLEZZA



LE APPLICAZIONI DEGLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

2) Strumento di coinvolgimento stakeholder

Gli archetipi della sostenibilità Il coinvolgimento come chiave per azioni efficaci

COINVOLGIMENTO

Questo innovativo strumento si concentra sull'utilizzo degli Archetipi della Sostenibilità per un coinvolgimento più efficace degli stakeholder.

I partecipanti acquisiranno competenze chiave per:

- Identificare e mappare gli archetipi predominanti tra i diversi gruppi di stakeholder
- Elaborare strategie di comunicazione su misura per ciascun archetipo
- Progettare azioni mirate che rispecchino le motivazioni e le priorità di ogni gruppo

L'obiettivo finale è catalizzare iniziative di sostenibilità più incisive e inclusive, capaci di risuonare profondamente con la diversità di archetipi presenti tra gli stakeholder.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT - COINVOLGIMENTO



LE APPLICAZIONI DEGLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

3) Workshop aziendale

**Gli archetipi della sostenibilità
Strategie efficaci per comunicare la sostenibilità**

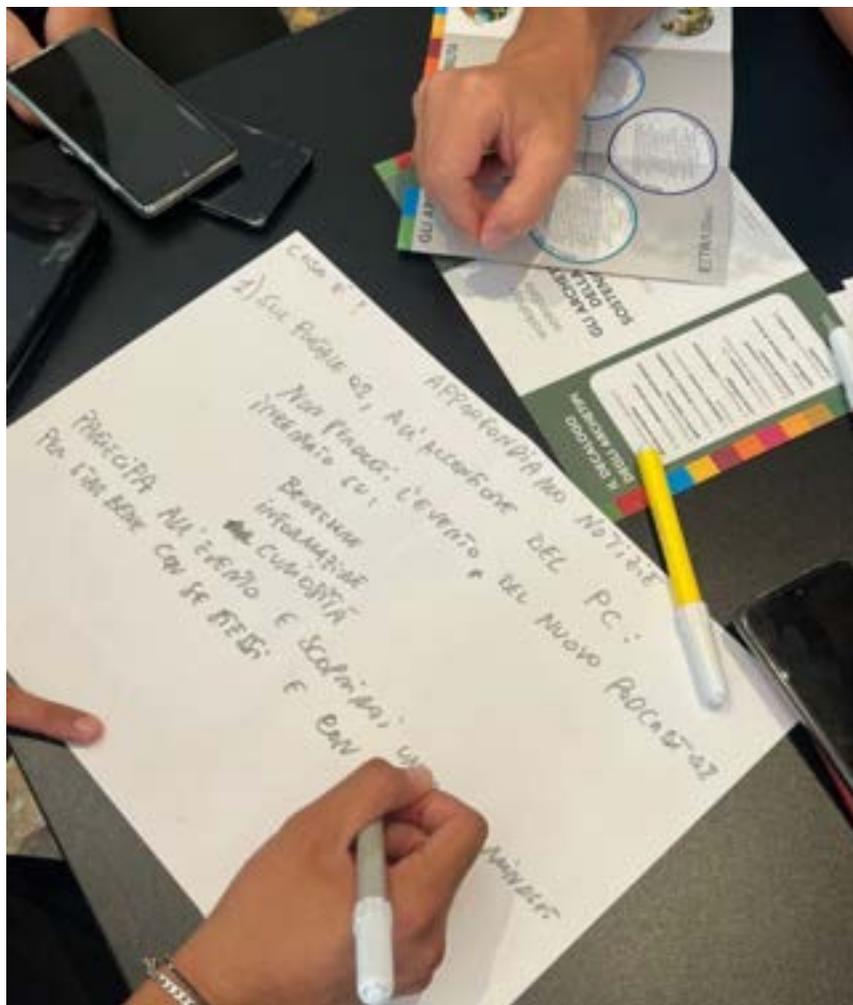
CONNESSIONI

Questo workshop aziendale è progettato per migliorare la comunicazione e l'efficacia delle azioni ESG (Environmental, Social, and Governance) all'interno delle organizzazioni. Questo workshop aziendale si focalizza sull'applicazione pratica degli Archetipi della Sostenibilità nel contesto organizzativo. I partecipanti impareranno a riconoscere e valorizzare i diversi archetipi presenti all'interno del team e dell'azienda.

L'obiettivo è **creare sinergie tra i vari approcci, allineando le diverse motivazioni con gli obiettivi di sostenibilità dell'organizzazione.**

Si esploreranno strategie per una comunicazione interna più efficace e per lo sviluppo di iniziative ESG che risuonino con i diversi archetipi presenti in azienda.

WORKSHOP AZIENDALE - CONNESSIONI





GLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

STRUMENTI: IL QUIZ DEGLI ARCHETIPI

13 domande

4 ambiti:

- Abitudini quotidiane
- Acquisti
- Alimentazione
- Mobilità e trasporti

20 minuti di tempo

Non ci sono risposte giuste o sbagliate,
ma risposte che sentiamo più affini!



ALIMENTAZIONE



ACQUISTI

MOBILITÀ E TRASPORTI

ABITUDINI QUOTIDIANE

4)



GLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

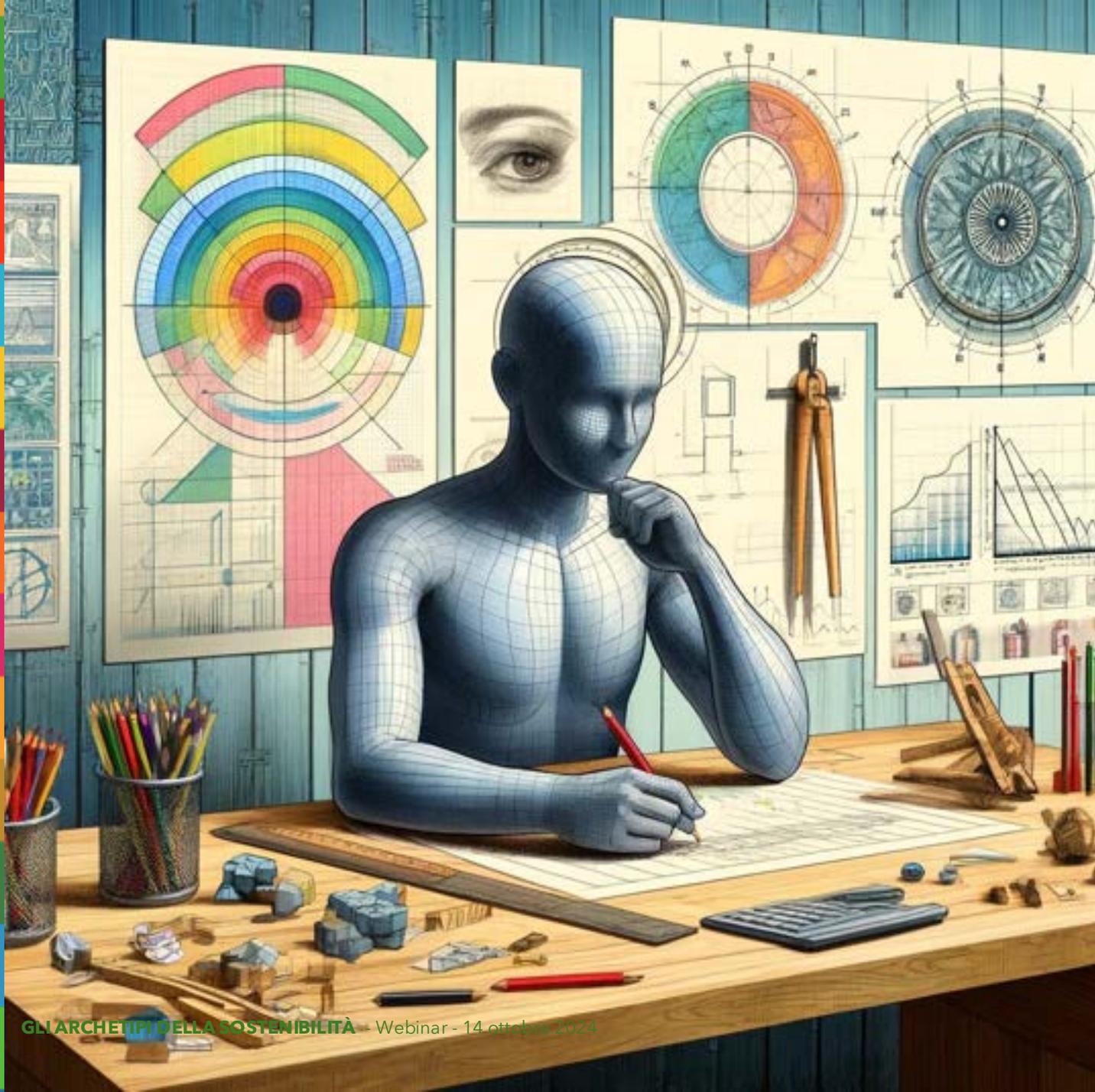
Gli **Archetipi della Sostenibilità** rappresentano uno strumento di lettura delle motivazioni che muovono le scelte in tema di sostenibilità, e possono configurarsi come una risorsa importante per la comprensione dei diversi elementi considerati prioritari dai vari stakeholder, ad esempio, diventando così un valido supporto per la definizione di modalità di comunicazione e di azione efficaci.





RULE-ORIENTED

Le persone appartenenti a questo archetipo si caratterizzano per il forte desiderio di controllo, che si manifesta con differenti sfaccettature: come necessità di stabilità, ordine e precisione avendo ben chiari gli obiettivi da raggiungere e la metodologia da seguire, ma anche come controllo espressivo generatore di creatività. L'ordine, la precisione, la stabilità e l'efficienza organizzativa sono caratteristiche spesso ricorrenti, e questi elementi si concretizzano nella ricerca di regole, che rappresentano la comfort-zone di questo archetipo.



RULE-ORIENTED

In tema di sostenibilità possiamo associare il **rule-oriented** ai rating, alle certificazioni e più in generale alla compliance normativa.

Gli aggiornamenti sulle direttive europee non hanno segreti e le novità nei protocolli di certificazione sono già state digerite prima ancora che entrino in vigore.

Per questo archetipo stabilire delle regole e rispettare dei parametri serve anche a proteggersi e a proteggere il pianeta.



WELLBEING-ORIENTED

Le persone appartenenti a questo archetipo si caratterizzano per il bisogno di appartenere a qualcosa di più grande, sentono viva la connessione con la madre terra ad esempio, e hanno un grande senso di rispetto verso la natura. Il loro essere in armonia con il mondo o con il loro universo di riferimento rappresenta uno stato di benessere.

La ricerca del benessere proprio e del benessere delle persone vicine rappresenta un obiettivo importante da perseguire.



WELLBEING-ORIENTED

Non solo confort termico e acustico, non solo ergonomia e biofilia, ma anche lavorare in ambienti piacevoli e fare in modo che tutte le persone attorno si sentano come a casa. Per chi è **wellbeing-oriented** l'integrazione degli elementi naturali ricopre grande importanza, così come gli approcci incentrati sulla centralità della natura.

La partecipazione a iniziative di volontariato e di supporto alla comunità rappresentano una naturale espressione di questo archetipo, per garantire armonia e sostenibilità sociale.



DALLE PAROLE AI FATTI: PRATICHE EFFICACI PER COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ



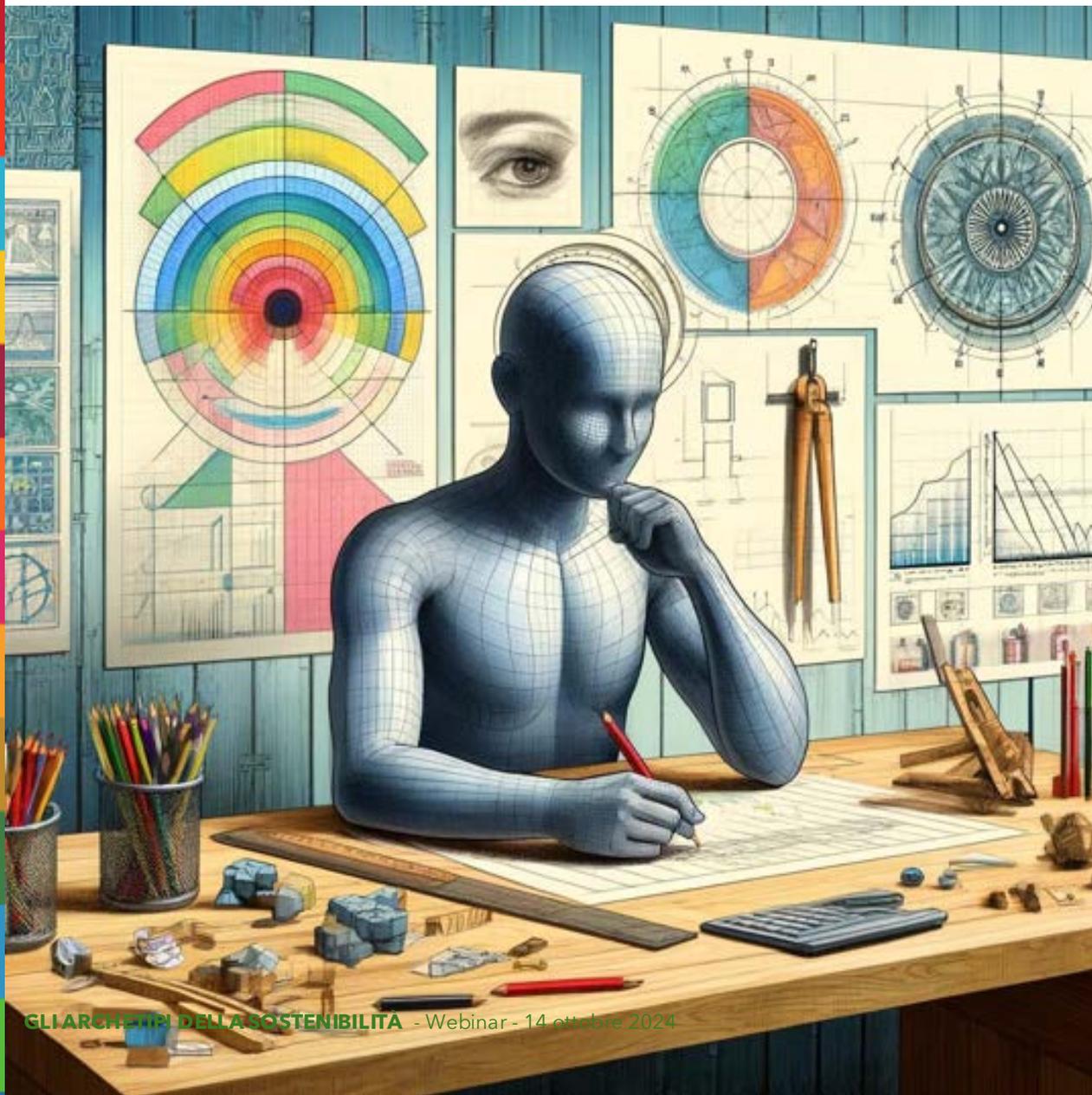
“

“Saving our planet is now
a communications
challenge.”

We know what to do, we
just need the will.”

SIR DAVID ATTENBOROUGH

RULE-ORIENTED



Punti di forza

- Comunicazione chiara e sempre basata sui dati
- Conformità e legittimità
- Prospettiva razionale ed oggettiva

Punti di debolezza

- Eccessiva rigidità burocratica e mancanza di flessibilità
- Comunicazione arida e poco coinvolgente
- Resistenza al cambiamento

WELLBEING-ORIENTED



GLI ARCHETIPI DELLA SOSTENIBILITÀ - Webinar - 14 ottobre 2024

Punti di forza

- Comunicazione empatica e incentrata sulle persone
- Enfasi sul benessere individuale e collettivo
- Linguaggio inclusivo

Punti di debolezza

- Percezione di eccessiva emotività
- Mancanza di concretezza pratica
- Rischio di apparire troppo idealisti e distaccati dalla realtà

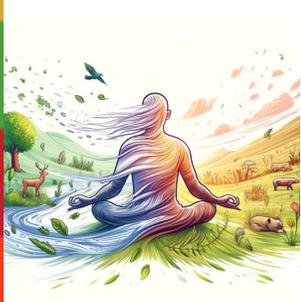
LA RASSEGNA STAMPA DEGLI ARCHETIPI



Un'alluvione colpisce Faenza per la terza volta in 16 mesi: "Avevamo appena riparato le case"



<https://it.euronews.com/green/2024/09/20/unalluvione-colpisce-faenza-per-la-terza-volta-in-16-mesi-avevamo-appena-riparato-le-case>



WELLBEING-ORIENTED

 **Wellbeing Oriented**
@wellbeingoriented

🌱 Faenza vive una crisi, ma non dimentichiamo l'importanza del benessere collettivo. L'alluvione ha colpito duramente le famiglie, ma insieme possiamo costruire una comunità resiliente. Dobbiamo:

- Promuovere la solidarietà tra i residenti
- Creare spazi sicuri per il recupero
- Sostenere iniziative che favoriscano il benessere psicologico

In questi momenti difficili, ricordiamoci che siamo tutti interconnessi. Come possiamo lavorare insieme per ricostruire? Condividete nei commenti idee e supporto!

[#solidarieta](#) [#benesserecollettivo](#)





RULE-ORIENTED

Rule Oriented
@ruleoriented

📰 Alluvione a Faenza: una situazione critica che richiede azioni immediate. La tempesta Boris ha causato danni significativi, costringendo 1.500 persone a evacuare.

Le autorità locali devono:

- Stabilire un piano d'emergenza efficace
- Investire in infrastrutture anti-alluvione
- Garantire finanziamenti adeguati per prevenzione e ripristino

È essenziale seguire le normative e implementare misure preventive per evitare futuri disastri. Per ulteriori dettagli sulle misure adottate, visitate il link in bio.

[#pianodiemergenza](#)

Scenario d'...

@ruleoriented

Scenario di pericolosità da alluvione media

2.700 km ²	Alture
100 km ²	Area alluvionabile
24.211	Attività economiche
13.219	Barre collinari e arborate

- 56.000 km corsi d'acqua naturali di cui 3.000 km arginati
- 19.000 km di canali di bonifica

📍 🗺️ 📄

LA RASSEGNA STAMPA DEGLI ARCHETIPI

ANTONIO PIGNATELLI 01/11/23 13:00:00

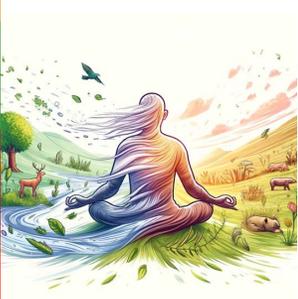
L'Aja è la prima città al mondo a vietare le pubblicità di benzina, voli aerei, crociere e auto

E L'Aja, che ha approvato una mozione per eliminare le forme di comunicazione di fonti fossili sul suolo cittadino



SHUTTERSTOCK/SHUTTERSTOCK IMAGES

<https://www.wired.it/article/l-aja-vieta-pubblicita-fonti-fossili-benzina-crociere-aerei-auto/>



WELLBEING-ORIENTED

 **Wellbeing Oriented**
@wellbeingoriented

🌿 L'Aia ci mostra la via verso un domani più armonioso. Il bando alle pubblicità pro #combustibilifossili è un abbraccio alla natura e alla nostra salute collettiva.

Questa scelta ci ricorda quanto siamo interconnessi: **città, persone, pianeta**. Mi domando: quali piccoli gesti quotidiani possiamo compiere per coltivare questo equilibrio nelle nostre comunità? Condividete le vostre idee per un benessere che si espande da L'Aia a sempre più città.

[#armoniaambientale](#) [#benesserecondiviso](#)





RULE-ORIENTED

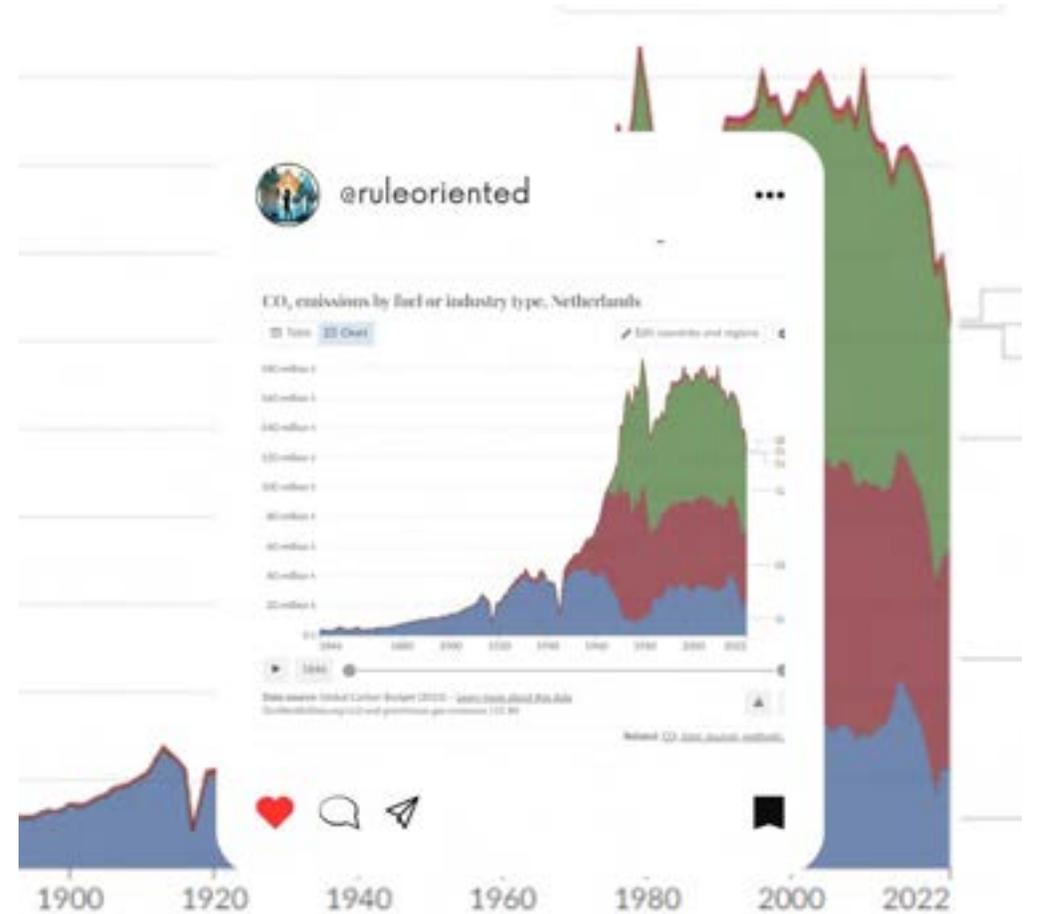
Rule Oriented
@ruleoriented

L'Aia implementa divieto pubblicità combustibili fossili. A partire dal 01/01/2025, L'Aia attuerà il divieto di pubblicità per prodotti legati ai combustibili fossili, in conformità con:

- Obiettivi climatici 2030 della città
- Accordo di Parigi sul clima
- Direttive UE sulla riduzione delle emissioni

Per informazioni dettagliate sulla normativa e sulle procedure di adeguamento trovi il link nei commenti.

#regolamentazioneurbana
#complianceambientale



Gli archetipi: approcci a confronto

	IMPACT ORIENTED	CHANGE ORIENTED	RULE ORIENTED	WELLBEING ORIENTED
LINGUAGGIO	<ul style="list-style-type: none"> • Appassionato • Visionario • Motivazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Autentico • Non convenzionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Chiaro • Strutturato • Basato sui dati 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatico • Incentrato sul benessere
ENFASI	<ul style="list-style-type: none"> • Impatto positivo • Cambiamento radicale • Soluzioni innovative 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensiero critico • Sperimentazione • Soluzioni alternative 	<ul style="list-style-type: none"> • Conformità alle norme • Certificazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Benessere individuale e collettivo • Connessione con la natura
DEBOLEZZE	<ul style="list-style-type: none"> • Eccessiva ambizione • Irrealismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Frammentazione • Mancanza di coerenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Resistenza al cambiamento • Mancanza di flessibilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Troppa soggettività • Mancanza di concretezza

UN APPROCCIO OLISTICO VERSO L'INTEGRAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

L'approccio olistico del progetto **Archetipi della Sostenibilità** integra la comprensione dei comportamenti (attraverso gli archetipi), il dialogo costruttivo (attraverso l'ESG) e la comunicazione efficace per affrontare le sfide della sostenibilità. Questo lo rende uno strumento potente per supportare aziende e organizzazioni nel loro percorso verso pratiche più responsabili e consapevoli.



Grazie!



academy@eetra.it
www.eetra.it