



**Andrea Lupo**  
Comitato  
di Coordinamento  
OPCC Unicom



**Maria Grazia Persico**  
Tutor OPCC Unicom

# LA COMUNICAZIONE TRA LOBBY E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

*La conoscenza delle dinamiche relazionali e della normativa vigente sono i temi qui affrontati dall'Osservatorio Permanente sul Cambiamento della Comunicazione di Unicom: l'ingrediente base è la comunicazione e le modalità di interazione e supporto ai processi di lobbying e sostenibilità ambientale. Dalla carenza di conoscenza della materia, all'esistenza di normative europee e nazionali che regolano la comunicazione sul tema della sostenibilità economica sociale e ambientale, facciamo il punto sul nostro ruolo.*

## LOBBY E COMUNICAZIONE: DUE MONDI A CONFRONTO, UNA SINERGIA POSSIBILE

di **MARIA GRAZIA PERSICO**  
Tutor OPCC Unicom settore PR,  
lobbying, fundraising  
e sponsorizzazioni

Il tema della lobby e della comunicazione è sempre più oggetto di diatribe e discussioni dovute alla non esatta interpretazione della figura del lobbista e a una scarsa conoscenza delle azioni che un buon comunicatore può porre in essere a monte e a valle dell'attività del lobbista stesso.

Conoscenza e competenza: sono questi gli elementi che caratterizzano entrambe le professioni con alcune peculiarità. Se nel caso del lobbista la conoscenza delle dinamiche relazionali e dei conseguenti

poteri decisionali è conditio sine qua non per lo svolgimento della propria attività, nel caso del comunicatore quelle stesse relazioni sono il punto di partenza per la costruzione e la veicolazione di un contenuto/messaggio capace di influenzare il destinatario dell'attività che si intende condurre. Entrambi hanno un obiettivo comune: sensibilizzare il pubblico obiettivo riguardo a una tematica di comune interesse. In base a questo, il rapporto tra i due soggetti non può essere che sinergico, nel rispetto delle proprie professionalità e ambiti di competenza. La disciplina anglosassone e quella americana insegnano come la collaborazione tra queste due figure professionali sia alla base di un buon funzionamento del sistema volto a permettere al legislatore di turno l'assunzione di decisioni consapevoli fondate su un consenso che la comunicazione ha contribuito a creare grazie ad adeguate campagne di media relation o PR. Le difficoltà presenti nel nostro paese sul tema sono da attribuire a una non conoscenza della materia che porta a una errata interpretazione delle figure professionali indicate.



## LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE OGGI: IMPEGNO, RESPONSABILITÀ E COMPETENZE TECNICO-SCIENTIFICHE

di ANDREA LUPO, Comitato di Coordinamento OPCC Unicom

La comunicazione è ciò che permette di condividere informazioni, sensazioni, valori, sentimenti, in altre parole di crescere, formarsi, conoscere, progredire. Tanto più in un ambito ambientale, tecnico-scientifico, sociale, che dovrebbe dare risposte ai principali problemi della società moderna, dalla fame alla sovrappopolazione, dall'energia all'alimentazione, dalla medicina all'ambiente. Lo scambio di informazioni, il sapere, che

hanno consentito le maggiori conquiste dell'umanità, dovrebbero essere alla base di tutte quelle scelte, politiche, sociali, economiche, etiche e morali, individuali e collettive, che portano a uno sviluppo sostenibile. Comunicare la sostenibilità nelle sue componenti ambientali, economiche e sociali non è pertanto una moda del momento; è soprattutto impegno, responsabilità e dovere. Forse non tutti sanno che la comunicazione ambientale è disciplinata anche per legge: la Direttiva europea 2003/4/CE sull'accesso alla informazione ambientale recepita in Italia con D.lgs n. 195 del 19 agosto 2005 intende infatti per informazione ambientale quella relativa a: stato degli elementi dell'ambiente (aria, acqua, paesaggio, etc); fattori quali sostanze, energia, rifiuti, emissioni, ma anche politiche, regolamentazioni e atti amministrativi; analisi economiche; salute e sicurezza umana. Il D.lgs n. 152/2006 (Codice dell'Ambiente) che recepisce la Direttiva europea 2003/35/CE ribadisce inoltre il principio fondante dello sviluppo sostenibile e il diritto di accesso alle informazioni ambientali e di partecipazione a scopo collaborativo (di chiunque). Il tema, in sostanza,

è la gestione di quelli che i sociologi definiscono come "problemi della modernità", derivati dal progresso tecnologico, economico e scientifico. Già nel 1986 il sociologo tedesco Ulrich Beck teorizzava il passaggio a una società che deve gestire la distribuzione del rischio, inteso come un modo sistematico di trattare le insicurezze e le casualità indotte e introdotte dalla modernità stessa, e dove il rischio è sistemico poiché deriva dalla natura stessa delle tecniche di produzione moderne. Da qui provengono anche le sfide più insidiose della comunicazione ambientale che si confronta con una società nella quale tutto è in trasformazione, nessuna evidenza tecnico-scientifica si ritiene definitiva e il rischio legato a qualsiasi attività umana diviene quasi inaccettabile. Oggi, in definitiva, si comunica su temi delicati e complessi che non possono essere governati da logiche semplicistiche, emotive o ideologiche, e chi comunica su tematiche ambientali non può prescindere da solide conoscenze e competenze tecnico-scientifiche. È proprio sui contenuti della comunicazione, infatti, che si gioca la partita della credibilità. Solo una comunicazione obiettiva, trasparente, basata su fatti documentabili e su un solido background tecnico-scientifico risulta realmente efficace nel lungo periodo.



### ➔ PROFILO UNICOM

L'Unione Nazionale delle Imprese di Comunicazione è l'associazione che rappresenta le imprese di comunicazione a capitale italiano, capillarmente diffuse sul territorio nazionale. Unicom, da oltre 35 anni, si adopera per favorire la qualificazione del mondo della comunicazione e lo sviluppo dell'impegno etico e professionale delle Imprese associate, valorizzando l'utilizzo strategico della comunicazione come strumento indispensabile per la crescita del sistema Paese.

Per contattare l'Osservatorio Unicom: [opcc@unicomitalia.org](mailto:opcc@unicomitalia.org)  
Per saperne di più su Unicom: [www.unicomitalia.org](http://www.unicomitalia.org)