

Esempi di divulgazione forestale Fuori dall'Italia

di PAOLO MORI, FRANCESCO BILLI, SILVIA BRUSCHINI, LUIGI TORREGGIANI

(Compagnia delle Foreste)

Di cosa parleremo

Esempi in vari Paesi europei

Caso 1 – Svizzera (2014-2018)

Caso 2 - Francia privato (2017-2019)

Caso 3 - Francia pubblico (2017)

Considerazioni e domande

Caso 1

Obiettivo 1 - creare e consolidare a lungo termine un **approccio positivo dei cittadini** verso il legno svizzero.

Obiettivo 2 - incrementare l'impiego di **legno** proveniente dalle foreste svizzere.

Obiettivi



Caso 1

Promotori

È un'associazione di secondo livello che rappresenta l'intero settore e che riunisce tutte le Associazioni della filiera, fino ad arrivare agli architetti e agli ingegneri che progettano manufatti in legno



AFS - Associazione dei Forestali Svizzeri (Operatori)

Ufficio Federale dell'Ambiente - UFAM

Imprese forestali

Industria del legno

Filiera forestale svizzera



Conferenza per la foresta, la fauna e il paesaggio

Artigiani del legno

Proprietari forestali

Edilizia in legno

Scuola di architettura, legno e genio civile

Caso 1

Strategia

Sensibilizzazione collettiva con **iniziative emozionali** e per il coinvolgimento della popolazione.

Scelta strategica



Scultore **svizzero** che realizza statue a grandezza naturale di importanti personaggi storici **svizzeri**, costituite interamente con legno **svizzero**



Caso 1

Statue & eventi

Piazza a Berna - 2017



Borsa di Zurigo



Triennale di
scultura RagARTz
(450.000 visitatori)

Parlamento
Svizzero -
Berna



Caso 1

Comunicazione

Attuazione di una piano di comunicazione **cross-mediale**

Video

(Psicologo + scultore & c)



Legno chiavi in mano

(dalla proposta all'azione!)

newsletter

Sito web

**Mostre
itineranti**

Organizzazione eventi

(Parlamentari + giornalisti)

Press Toolkit

YouTube

Facebook

Storie

(su Woodvetia)



Twitter (UFAM)

Webzine

(Legno svizzero)

Comunicati

stampa (giornalisti)

Instagram

Caso 2

Interprofession



Interprofession National =>
più attori economici
impegnati in una filiera



Campagna di comunicazione 2017 – 2018 – 2019
«Pour mois, c'est le bois»

Libro bianco su
problemi della filiera
foresta-legno in 37.000
copie inviate a tutti i
**candidati delle
politiche 2017**

Sito web
newsletter

Roadshow

Evento organizzato (2018) alla
**scuola superiore di
architettura** per promuovere il
legno (francese)

Video spot

Spot nelle **multisala cinematografiche**
prima di 3 film popolari

Facebook
Twitter
Instagram
Linkedin
YouTube

Campagna di spot TV

Campagna di spot Radio
**Campagna stampa
varie testate**

Poster dedicati alle professioni
del bosco e del legno

Caso 2

Promotori



SYLVICULTURE & PRODUCTION FORESTIÈRE



EXPLOITATION FORESTIÈRE & TRANSFORMATION DU BOIS



PARTENAIRES



Caso 3

MinAmb. Francia



Piano di comunicazione per il settore forestale e il legno (2017 - 2018)

Obiettivo 1 - ridurre i rischi di conflitto e creare un approccio positivo nei cittadini verso gli interventi selvicolturali.

Obiettivo 2 – Svolgere un'azione sussidiaria rispetto all'iniziativa dell'*Interprofession Nationale* (Pour moi, c'est le bois!) per attenuare i punti di debolezza rispetto alle ONG contrarie agli interventi selvicolturali.

Caso 3

Soggetti coinvolti



CGAAER
CONSEIL GÉNÉRAL
DE L'ALIMENTATION
DE L'AGRICULTURE
ET DES ESPACES RURAUX



IGN
INSTITUT NATIONAL
DE L'INFORMATION
GÉOGRAPHIQUE
ET FORESTIÈRE

I Budget



Caso 1 – Svizzera = 2,25 M€/4 anni



Caso 2 - Francia privato = 10 M€/3 anni



Caso 3 - Francia pubblico = ???

Considerazioni

In un contesto in cui ogni grossa organizzazione attua da anni una comunicazione pressante su opinione pubblica e politici, una comunicazione efficace sulla gestione forestale sostenibile non può prescindere da:

- Obiettivo misurabile della comunicazione (es. atteggiamento da cambiare, coinvolgimento di ben precisi soggetti in determinate iniziative)
- Coinvolgimento nel sostegno, anche finanziario, di più soggetti istituzionali e/o del settore operativo (industria di trasformazione?)
- Piano di comunicazione pluriennale e cross-mediale
- Budget adeguato a raggiungere l'obiettivo della comunicazione (non c'è budget = non c'è obiettivo raggiungibile!)

Domande

Chi in Italia può svolgere il ruolo dell'UFAM, del Ministero dell'Agricoltura e dell'Alimentazione francese o dell'Interprofession National - France Bois Foret?

Quale può essere il tema, semplice ed emozionale, da cui partire?

Siamo pronti a partire?

