

# Com comunicar temes ambientals (o com vendre un no-producte a no-clients)



**Xavier Sabaté (@xavisabate)**

X3 Estudis Ambientals – Col·legi d'Ambientòlegs de Catalunya



15 de setembre de 2011

# Els temes ambientals són fàcils de comunicar?

## **Són temes...**

- Complexos (molts factors en joc)
- Abstractes
- Que ens afecten a tots (independentment del que fem)
- Amb un gran potencial d'avorriment (ja han sonat molt)

## **Sovint s'han tractat...**

- Amb molts tecnicismes
- Amb un to negatiu (fins i tot catastrofista)
- Amb missatges “alliçonadors”...

# Elements de la comunicació ambiental

- en tant que **publicitat**
- en tant que **educació ambiental**
- en tant que **màrketing**

**Però no hi ha clients, ni hi ha productes a la venda...**

**Màrketing comercial**



**Màrketing socioambiental**

# Màrketing socioambiental

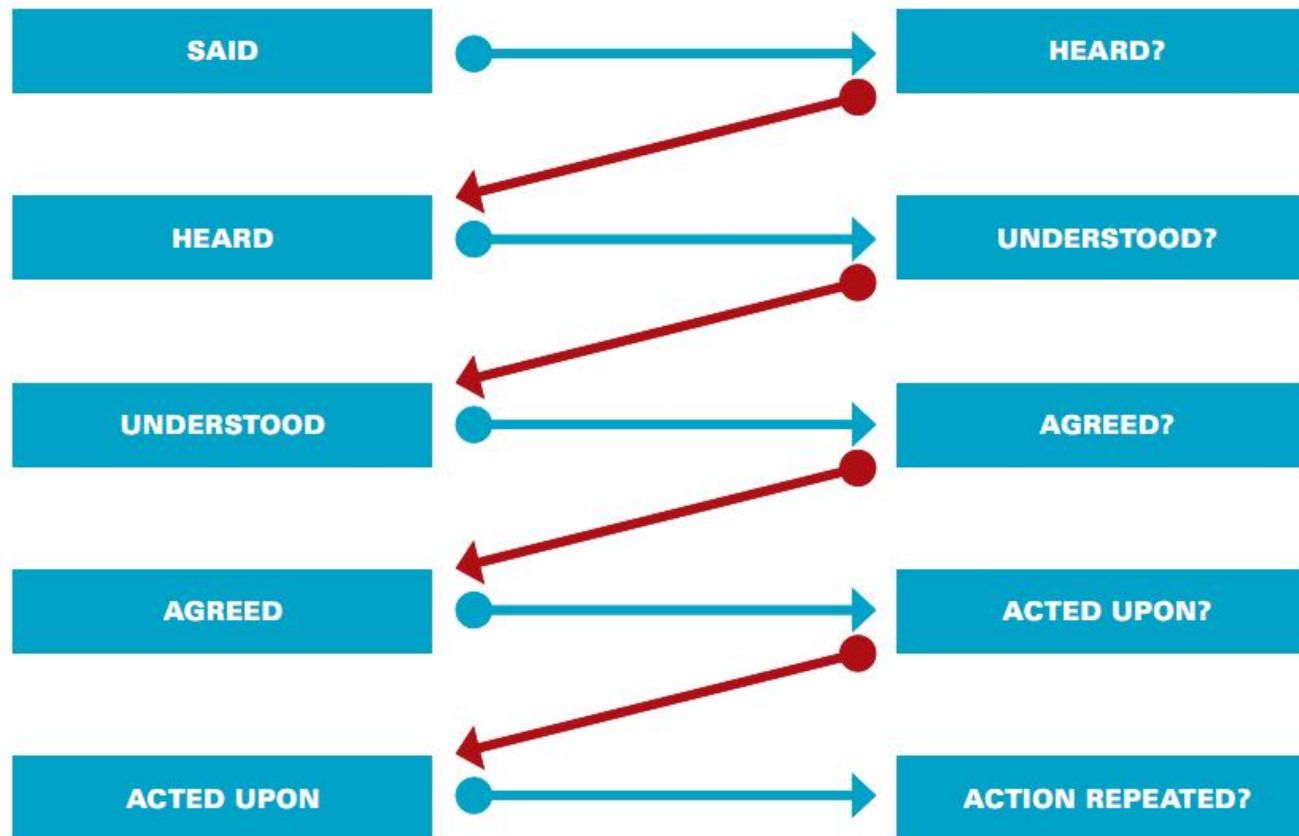
Els comportaments sobre els quals es vol influir són més complexos que en el màrqueting comercial, ja que estan arrelats en la cultura i costums de les persones i impliquen de vegades una modificació dels principis i valors.

Comportament pro-natura > "aquella acció que realitza una persona a favor de la conservació dels recursos naturals i dirigida a obtenir una millor qualitat del medi ambient"(Castro, 2001).

# Màrketing socioambiental

Els **productes** es converteixen en idees, coneixements, beneficis comuns i altres intangibles, com salut, biodiversitat, etc.

Els **clients** són persones, ciutadans i ciutadanes amb una responsabilitat intrínseca en la gestió de l'entorn



- **SAID** is not necessarily **HEARD**
- **HEARD** is not necessarily **UNDERSTOOD**
- **UNDERSTOOD** is not necessarily **AGREED UPON**
- **AGREED** is not necessarily **ACTED UPON**
- **ACTED** is not necessarily **REPEATED**

Font: Hesselink et al, 2007

# Què és la comunicació ambiental?

**La comunicació ambiental és la suma de  
sentit comú + anàlisi de la informació + creativitat + participació**

*(i una dosi d'activisme)*

**per promoure un comportament pro-ambiental**

**Juanjo Ortega, Talp Comunicació**



# Casos pràctics

- **Promoció d'un espai natural en l'àmbit local: el Parc Fluvial del riu Ripoll a Barberà del Vallès.**
- **Promoció de l'ús de la bicicleta a Barcelona: el cas del bicing**
- **Una campanya de comunicació en l'àmbit del residus.**



# Promoció d'un espai natural en l'àmbit local: el Parc Fluvial del riu Ripoll a Barberà del Vallès



## Context:

- Espai fluvial en extrem del poble
- Aprox. 30.000 habitants
- Multiplicitat d'usos: industrial, agrari, lleure...

## Objectius:

- Sensibilitzar la ciutadania respecte a la necessitat de recuperar i preservar el Parc Fluvial.
- Afavorir un ús social responsable del Parc Fluvial.
- Fomentar que els agents del municipi augmentin el seu compromís i la seva implicació en la conservació i la gestió de l'espai.

# Promoció de l'ús de la bicicleta a Barcelona: el cas del bicing



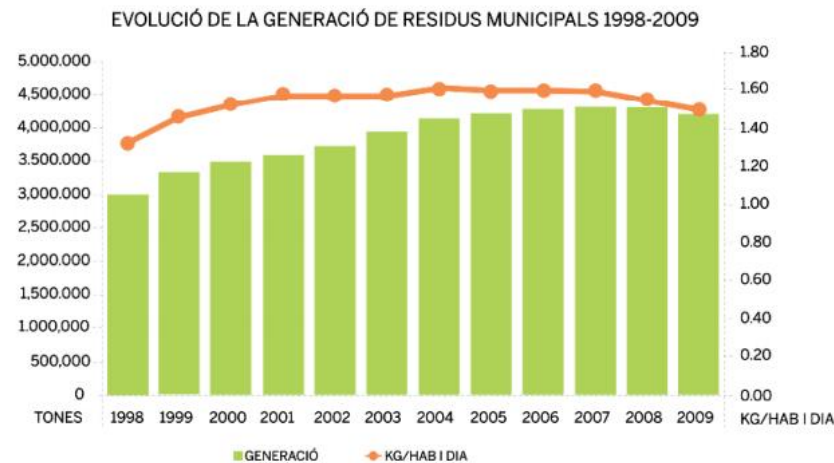
## Context:

159 km de carril bici  
117.000 abonats a Bicing  
6.000 bicicletes, 420 estacions  
1,37% dels desplaçaments diaris

## Objectius:

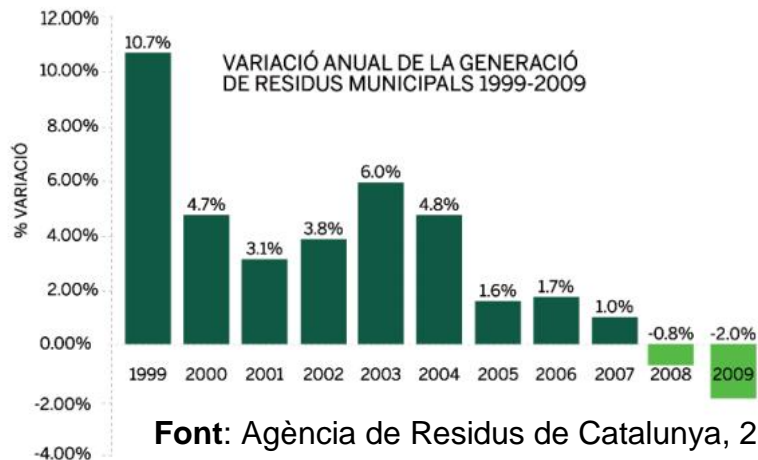
- Augmentar el nombre de ciclistes
- Augmentar el civisme dels ciclistes

# Una campanya de gestió de residus

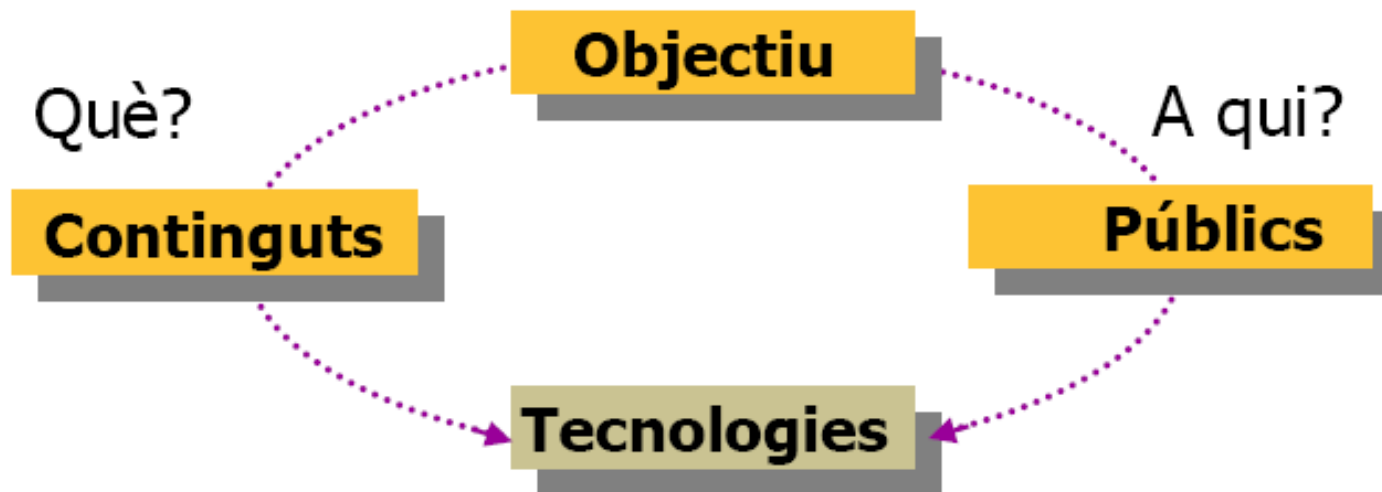


## Objectius:

- Sensibilitzar sobre l'excés de residus
- Produir millor
- Consumir millor
- Prolongar la vida dels productes



# Model universal de planificació comunicativa



Font: Diputació de Barcelona, 2009

# Dinàmica del taller

- **A qui us dirigiu?**
- **Amb quin missatge?**
- **Per quin canal?**

## Alguns casos reeixits:

Una campanya d'implicació ciutadana amb la natura...

<http://www.youtube.com/watch?v=ff9eOZ8sgro>

Una campanya de promoció d'ús de la bicicleta...

<http://www.youtube.com/watch?v=K1nYWIfwm7k>

Una campanya de reducció de residus...

<http://www.youtube.com/watch?v=nNXG8AxqJuU>



# Moltes gràcies!

**Xavier Sabaté (@xavisabate)**  
X3 Estudis Ambientals



15 de setembre de 2011

