

OPINION LEADER 4 FUTURE

NEWSLETTER DELL'INFORMAZIONE CONSAPEVOLE

contenuti a cura di **ALMED**, Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano

COS'È OPINION LEADER 4 FUTURE? PERCHÈ UNA NEWSLETTER?

Il progetto **Opinion Leader 4 Future** è nato come una collaborazione tra le **Media Relation** del Gruppo **Credem** e l'**Università Cattolica** (**Almed**) con il fine di esaminare le dinamiche di **costruzione dell'opinione** che si sviluppano all'interno del **contesto sociale**, ricostruendo i diversi modelli di diffusione dell'informazione, di costruzione della reputazione e di attivazione della fiducia.

[Leggi di più](#) →

I NUMERI DEL PROGETTO

-  10 filoni di ricerca
-  5000 intervistati
-  20 tesi
-  45 esperti coinvolti
-  100 milioni di persone raggiunte
-  15 workshop

SEGUICI O CONTATTACI



LA SOSTENIBILITÀ: TUTTI NE PARLANO, SPESSO A SPROPOSITO.

La sostenibilità sta divenendo sempre più un tema di interesse comune, su cui informarsi e recuperare insight per orientare i comportamenti quotidiani, anche in ambito familiare.

Lo conferma una ricerca condotta questa primavera su un campione di 450 soggetti tra i 25 e i 75 anni su base nazionale da **Almed** (Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo), **Università Cattolica** e **Tips Ricerche**, secondo la quale la sostenibilità rappresenta un topic di elevato interesse per il 72% della popolazione. Gli strumenti principalmente utilizzati per informarsi sono quelli social e digitali: in particolare il 33% cita le pagine di esperti (percentuale che sale al 42% per gli under 40), pagine tematiche (14%) e pagine istituzionali (16%). Di grande rilievo sono anche i professionisti con cui ci si rapporta nella quotidianità (citati dal 20%) e le trasmissioni tv di approfondimento (33%).

Tuttavia il facile e ampio accesso all'informazione non corrisponde nella maggior parte dei casi a un'effettiva consapevolezza sul tema.

Da queste riflessioni nasce l'interesse di **Opinion Leader 4 Future** per il tema sostenibilità. Stiamo raccogliendo dati, interviste e case history per comprendere possibili traiettorie di sviluppo e ottimizzazione dei flussi di informazione, a favore della cittadinanza e per una diffusione sempre più capillare di comportamenti sostenibili.

A seguire troverete approfondimenti e case history, per iniziare a tracciare nuove linee guida per una più efficace comunicazione dell'urgenza ambientale.

[Leggi di più](#) →



L'ultimo miglio sostenibilità

All'interno dei processi di implementazione di sviluppo sostenibile incarnati nell'Agenda 2030, la comunicazione istituzionale riveste un ruolo essenziale nell'orientare atteggiamenti e comportamenti individuali e collettivi necessari al conseguimento degli obiettivi.

In particolare risulta fondamentale occuparsi dell'“ultimo miglio”, ossia dei processi attraverso cui le istanze delle istituzioni si trasformano in atteggiamenti quotidiani presso gli individui e le famiglie.

[Ascolta l'approfondimento](#) →



LA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI MANO Il successo della app AWorld

In un mondo caratterizzato dall'inquinamento, dallo sfruttamento delle risorse naturali e dalla produzione incontrollata di beni, come quello di oggi, risulta sempre più importante impegnarsi nello sviluppare nuove modalità e nuovi sistemi per cercare di invertire la rotta.

Le persone sono interessate a scoprire di più riguardo i temi ambientali, ma non sanno come farlo o dove cercare le informazioni corrette e molto spesso non riescono a capire quante delle piccole azioni quotidiane possano avere un grosso effetto sul futuro del nostro pianeta.

Per questo motivo è nata l'applicazione [AWorld](#), che si occupa di educare i propri utenti a comprendere che cosa sia la sostenibilità, quale sia il suo impatto sulle decisioni di ogni giorno e quale sia il giusto percorso verso uno stile di vita realmente sostenibile.

[Ascolta l'intervista a Alessandro Armilotta,](#) [CEO AWorld](#)

GAMING: LA SOSTENIBILITÀ IN GIOCO

Da molto tempo ormai le tematiche ambientali ed inerenti alla sostenibilità trovano spazio anche all'interno del mondo del gaming. Sono sempre più numerosi, infatti, i casi di progetti web e serious game nati proprio per sensibilizzare le persone su queste problematiche fondamentali.

Uno di questi è Change Game, un applied game pluripremiato realizzato dalla software house [MelaZeta](#) e basato su dati e modelli scientifici.

In questo gioco il principale obiettivo è quello di condurre il giocatore a sviluppare un cambiamento di mentalità e di punto di vista, attraverso l'utilizzo di specifiche leve emotive e la stimolazione della collaborazione. Chi gioca deve cercare di perseguire azioni sostenibili per ridurre i livelli di CO2 entro un certo limite di tempo e scongiurare l'avvenimento di catastrofi naturali. Solo con il procedere dell'avventura il giocatore capirà che il miglior modo per raggiungere il proprio scopo è quello di cooperare con gli altri e di imparare dalle proprie azioni passate. Francesco Toniolo, docente di Forme e Generi del Cinema e dell'Audiovisivo all'Università Cattolica, ha intervistato Lara Oliveti, CEO di MelaZeta.

[Ascolta l'intervista a Lara Oliveti,](#) [CEO di Melazeta](#)



Per la redazione di questo numero si ringrazia in ordine alfabetico:

Alessandro Armilotta, Federica Basilio,
Maria Francesca Cortese,
Melissa Dello Monaco,
Alvaro Diez Valle,
Giorgia Lacerenza, Lara Oliveti,
Laura Polenghi, Matteo Tarantino,
Francesco Toniolo,
Tips Ricerche, Bilendi