



CHECKLIST - VALUTA LA TUA STRATEGIA

Esecutore _____

Data _____

Ripetete la valutazione nel tempo in modo da tenere traccia

Domande	fatto	da migliorare	da fare	non ancora fatto	approfondisci	note aggiuntive
Nella progettazione della strategia di comunicazione ambientale ex ante, sono state definite le risorse in termini di tempistiche?						
Tenendo conto di tutte le attività previste, è stato ipotizzato/stimato un budget di riferimento?						
Sono state usate delle modalità specifiche (analisi desk o in field) per individuare il target group?						
Gli obiettivi proposti sono stati analizzati in modo tale che siano adeguati al target di riferimento?						
Nelle azioni comunicate sono stati considerati i 17 goals dell'agenda 2030?						
Avete verificato che i traguardi siano in linea con gli obiettivi S.M.A.R.T. (specific, measurable, achievable, relevant, time-based)?					 2	
Sfruttate i dati ambientali (ad esempio da un'indagine LCA), sociali ed economici raccolti per dare maggiore trasparenza e chiarezza nella vostra comunicazione?					 5, 6	
Avete controllato se le inserzioni ambientali volontarie (i cosiddetti green claim) sono conformi alle normative UNI EN ISO 14021 e 14063?					 6	



Se le risposte rientrano per lo più nella categoria da fare o non ancora fatto, provate ad intraprendere piccoli passi, utilizzando le informazioni fornite nelle 10 carte della buona comunicazione ambientale.



CHECKLIST - VALUTA LA TUA STRATEGIA

Esecutore _____

Data _____

Ripetete la valutazione nel tempo in modo da tenere traccia

Domande	fatto	da migliorare	da fare	non ancora fatto	approfondisci	note aggiuntive
Tutte le informazioni rilevanti sull'impatto dei prodotti e/o servizi dichiarati dall'organizzazione sono pubblicati e quindi facilmente individuabili sul sito web?					 5	
È stato fatto un conto di quanti e quali prodotti sono stati stampati, sviluppati e distribuiti (ad esempio attraverso strumenti di analisi del grado di diffusione dei media, content analysis, copertura dei media)?						
Avete richiesto una valutazione, da parte di un ente terzo certificatore, delle informazioni ambientali raccolte che attestino la validità di quanto detto/ scritto?						
È stata svolta un'indagine in field (ovvero ricerca di mercato creata ad hoc) per verificare se il messaggio è stato recepito e ben compreso dagli stakeholders?						
Avete studiato i punti di forza e di debolezza delle attività di comunicazione ambientale dell'azienda?						
A termine della campagna di comunicazione ambientale, è stata svolta un'attività di analisi per controllare se i messaggi proposti sono coerenti, credibili e pertinenti con gli obiettivi e i traguardi prefissati?					 2, 3	



Se le risposte rientrano per lo più nella categoria da fare o non ancora fatto, provate ad intraprendere piccoli passi, utilizzando le informazioni fornite nelle 10 carte della buona comunicazione ambientale.



CHECKLIST - VALUTA LA TUA STRATEGIA

Esecutore _____

Data _____

Ripetete la valutazione nel tempo in modo da tenere traccia

Domande	fatto	da migliorare	da fare	non ancora fatto	approfondisci	note aggiuntive
Avete verificato (ad esempio attraverso interviste semi e non strutturate, focus group, osservazione partecipante) come sono avvenuti i cambiamenti, a seguito delle attività di comunicazione, negli atteggiamenti, comportamenti del target?						
Sulla base delle osservazioni fatte dai consumatori le informazioni/attività/servizi sono stati modificati?						
Tenete conto dei 10 passi delle carte della buona comunicazione ambientale al fine di effettuare una verifica del vostro processo di comunicazione?					 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	



Se le risposte rientrano per lo più nella categoria da fare o non ancora fatto, provate ad intraprendere piccoli passi, utilizzando le informazioni fornite nelle 10 carte della buona comunicazione ambientale.