



Cerca nel sito  Cerca  solo nella sezione corrente

INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Agenzia	Temî Ambientali	Attività	Documentazione	Notizie	Dati e Mappe	URP
---------	-----------------	----------	----------------	---------	--------------	-----

Sei in: [Home](#) → [Notizie](#) → [ARPATnews](#) → 2016 → 013-16



n. 013 - Venerdì 22 gennaio 2016

## La comunicazione di crisi nelle situazioni di emergenza ambientale



*Intervista a Giampietro Vecchiato, docente universitario, professionista esperto nel campo della comunicazione di crisi*

Proseguiamo a trattare il tema della comunicazione nelle situazioni di emergenza ambientale, dopo l'[intervista a Francesca Maffini](#), responsabile dell'Ufficio Stampa del Dipartimento nazionale della Protezione Civile, che ha trattato il problema dal punto di vista di chi ogni giorno deve operare, abbiamo raccolto il contributo di un professionista della comunicazione, nonché docente universitario. Si tratta di Giampietro Vecchiato. [Consulente di direzione](#) ed esperto di comunicazione per le organizzazioni complesse dalla metà degli anni ottanta. Consigliere nazionale di FERPI, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. Relatore in convegni e docente sia a livello universitario ([Università degli Studi di Padova](#) e Udine; Università IULM di Milano) che post universitario. È autore di diversi testi e saggi sulle relazioni pubbliche e sulla comunicazione. In particolare si è occupato frequentemente della comunicazione di crisi. A lui abbiamo rivolto alcune domande (una parte delle quali sono pubblicate in questo numero di ARPATnews ed una parte nel numero successivo).



**Le agenzie ambientali devono affrontare quotidianamente situazioni di "emergenza", di "piccole" e "grandi" dimensioni. Dallo sversamento di gasolio in un corso d'acqua, all'incendio di un impianto di gestione dei rifiuti, all'incidente in un'azienda industriale rilevante. Secondo lei si può parlare in questi casi di "comunicazione di crisi"?**

Sicuramente sì. Ma non in ottica di "attore protagonista" – nel senso di causa diretta dell'emergenza" - ma in ottica di stakeholder (portatore di interesse) o di Agenzia pubblica incaricata al controllo/vigilanza.

I comportamenti saranno infatti completamente diversi e il ruolo pubblico dell'Agenzia ambientale sarà quello di un "potere" incaricato ad intervenire/agire/comunicare.

Nella prospettiva dell'interesse pubblico applicare una metodologia manageriale e gli strumenti previsti da una chiara strategia di crisis communication è secondo me obbligatorio anche per un'Agenzia ambientale. Infatti, anche nella vita di un'Agenzia ambientale potrebbe esserci la necessità di adottare, per una crisi interna (una fuga di notizie, il comportamento scorretto e/o doloso di un proprio dipendente, un ritardo, ecc.) una strategia di *crisis communication*.

Inoltre, conoscere "prima" l'approccio che sarà utilizzato dai responsabili delle situazioni di crisi/emergenza, ci permette di agire rapidamente ed efficacemente in presenza di diffusione di notizie false, reticenti o di richieste pressanti da parte di altre Autorità/Agenzie o dell'opinione pubblica. In sintesi: conoscere come gestire una situazione di crisi da un punto di vista della comunicazione significa dominare il processo e gestirlo da protagonisti e non da "semplici burocrati" (senza voler né generalizzare né offendere nessuno).

**Ha mai avuto occasione come professionista della comunicazione di trattare un caso di emergenza ambientale?**

Sì, in tre occasioni. Il primo caso è stato un incendio scoppiato all'interno di un magazzino di stoccaggio per materie plastiche. Il secondo ha coinvolto una discarica con sequestro della stessa da parte della Magistratura con l'accusa di disastro ambientale. Il terzo è stato uno scoppio, con conseguente incendio, all'interno di uno stabilimento chimico, con alcuni operai feriti. □□

**Per la gestione di una emergenza ambientale quanto è importante la comunicazione?**

Nella vita di ogni organizzazione è molto probabile che prima o poi si verifichi una situazione di crisi. Quello che fa realmente la differenza tra un'azienda gestita efficacemente ed una che si affida all'improvvisazione è il modo di affrontarla e, soprattutto, di comunicarla. La comunicazione non si riferisce solamente alla fase acuta della crisi, ma anche alla fase post-crisi e alle modalità utilizzate dal management per superare la crisi stessa. Basti ricordare che il 70% del valore di un'azienda quotata è determinato dagli asset intangibili.

È chiaro quindi che l'impatto di una crisi può essere molto pesante da un punto di vista della reputazione e, di conseguenza, del suo valore, anche economico. Spesso le crisi non sono improvvise, ma l'organizzazione aziendale viene colta di sorpresa: manca una pianificazione, mancano strumenti e, soprattutto, procedure. Intervenire "dopo", quando la crisi è scoppiata con tutta la sua forza, è impossibile se mancano l'approccio, culturale e professionale, e gli strumenti operativi. E' quindi nei primi momenti di una crisi che ci si gioca la possibilità di uscirne bene. Le capacità del management e dei dipendenti devono quindi essere allenate ad intervenire rapidamente e con efficacia, anche per evitare i rumors che diventano leggenda metropolitana e che seguono in modo ineluttabile la vita dell'azienda.

Due strumenti di comunicazione possono contribuire in modo determinante all'efficacia delle azioni scaccia crisi: internet e le media relation. Internet, strumento ancora troppo spesso sottovalutato dalle aziende italiane, può far rimbalzare la notizia in tutto il pianeta in tempi rapidissimi.

È quindi necessario fare molta attenzione a questo nuovo media: con internet la notizia diventa globale, tutti i processi di comunicazione vengono accelerati e, soprattutto, si crea un "luogo della memoria" nel quale tutti possono pescare, per sempre. Il secondo strumento è quello che tradizionalmente viene chiamato ufficio stampa o media relation. Il silenzio stampa come strumento di comunicazione può avere effetti più fragorosi di qualsiasi parola o comunicato stampa. Inoltre, non "blocca" il lavoro di indagine del giornalista che di fronte ad una notizia può trovare informazioni nei luoghi e nelle persone più impensate. Infatti, compito principale del giornalista è quello di trovare le notizie, in qualsiasi modo, a qualsiasi costo.

Le domande da porsi sono quindi: è preferibile che a parlare siano gli altri? È meglio far sentire la voce ufficiale dell'azienda o il silenzio stampa? Meglio ignorare l'emittente o attaccare la fonte? Ammettere o negare? La questione centrale del processo di gestione della crisi è quindi quella di individuare una modalità di comunicazione trasparente ed efficace, mentre l'atteggiamento deve essere di disponibilità, apertura al dialogo, di sincera comprensione per le preoccupazioni degli interlocutori coinvolti e per il ruolo dei media.

[File PDF](#)

Organizzazione con sistema di gestione certificato e laboratori accreditati  
Maggiori informazioni all'indirizzo [www.arpat.toscana.it/qualita](http://www.arpat.toscana.it/qualita)

**Direttore responsabile:** Marco Talluri  
**Autorizzazione del tribunale di Firenze:** n. 5396 del 14 febbraio 2005  
**Redazione:** ARPAT, Via N. Porpora, 22 - 50144 Firenze - tel. 055-3206050 fax 055-5305640  
**Email:** [arpatnews@arpat.toscana.it](mailto:arpatnews@arpat.toscana.it)  
**Web:** [www.arpat.toscana.it/notizie/arpatnews](http://www.arpat.toscana.it/notizie/arpatnews)

È possibile ricevere regolarmente ARPATNEWS, personalizzandone le modalità (periodicità, temi, ecc.), compilando l'apposito [form di richiesta](#)

È possibile inserire un proprio commento in calce a ciascun numero della versione Web ed è possibile esprimere un giudizio su questo servizio, come sulle altre attività svolte da ARPAT, all'indirizzo: [www.arpat.toscana.it/soddisfazione](http://www.arpat.toscana.it/soddisfazione)

— archiviato sotto: [ARPAT, Emergenze ambientali, Comunicazione e informazione](#)

— [Spedisci](#) — [Stampa](#) — [Aggiungi ai favoriti](#) —

[Aggiungi commento](#)

### Notizie

[Intervento per chiazza sospetta nei Fossi Medicei di Livorno](#)

[Le notizie di ARPATnews più lette nel 2019](#)

[I contatti con il pubblico dell'URP ARPAT nel 2019](#)

[Monsummano Terme \(PT\): presentati i primi dati della campagna di caratterizzazione della falda contaminata](#)

### Dati e Mappe

[Laguna di Orbetello: monitoraggio straordinario ossigeno - estate 2015](#)

[Concentrazione media dei metalli nell'acqua marina nei pressi del relitto della Costa Concordia - Isola del Giglio \(GR\) - anni 2012-2013](#)

[Eurocargo Venezia: monitoraggio marino costiero acqua 2013](#)

[Emergenza Eurocargo Venezia - analisi sedimenti - anno 2012](#)

### Eventi

[Dalla scuola al territorio](#)

[Giornata Europea del Mare - Navi di Maggio](#)

[Navi di Maggio Le plastiche e la politica UE in materia di micro e nanoplastiche](#)

[Chi trova un nido trova un tesoro](#)

### Documentazione

[Relazioni con il pubblico e altre attività di comunicazione 2019](#)

[Il monitoraggio della soddisfazione dell'utente - Anno 2019](#)

[Relazioni con il pubblico e altre attività di comunicazione 2018](#)

[Relazioni con il pubblico e altre attività di comunicazione 2017](#)

### Bollettini

[Bollettino monitoraggio Costa Concordia - Isola del Giglio \(GR\)](#)

### Multimedia

[L'Annuario 2019 dei dati ambientali della Toscana](#)

[Dematerializzazione dei flussi documentali, firme digitali e PEC per una PA senza carta](#)

[L'Ufficio Relazioni con il Pubblico di ARPAT](#)

[L'annuario 2018 dei dati ambientali della Toscana](#)

### Contenuti Esterni

[Notizie brevi - COVID19: due indagini del CNR su mutamenti sociali in atto e verde urbano](#)

[Notizie brevi - Emergenza Covid-19: documento SNPA su pulizia ambienti esterni e uso disinfettanti](#)

[Notizie brevi - Cambiamento climatico e stili di vita: i video premiati dal Corecom Toscana](#)

[Notizie brevi - Il pianeta negli occhi film fest](#)

[Notizie brevi - Open data ed emissioni in atmosfera](#)

[ARPATnews - Arte e ambiente: un cetaceo di 12 metri all'Orto Botanico di Firenze](#)

[Notizie brevi - Terre de femmes, il premio per le donne che tutelano l'ambiente](#)

[Presentazione Convegni - Il tracking satellitare delle tartarughe Caretta caretta nelle acque toscane](#)

### Dove Siamo

#### DIREZIONE

TOSCANA COSTA  
[LIVORNO](#), [MASSA CARRARA](#), [PISA](#), [LUCCA](#)

TOSCANA CENTRO  
[FIRENZE](#), [PRATO](#), [PISTOIA](#)

TOSCANA SUD  
[GROSSETO](#), [SIENA](#), [AREZZO](#)



**ARPAT**  
Agenzia regionale per la protezione ambientale della Toscana

Via N. Porpora, 22 - 50144 Firenze  
Tel. 055 32061 - Fax 055 3206324  
Numero Verde: 800-800400  
**PEC (Posta elettronica certificata) - info**

Codice fiscale e Partita IVA: 04686190481  
Codice per fatturazione elettronica PA: UFNBJI  
IBAN IT 59 Y 05034 02801 000 000 005 565

#### INFORMARSI

Notizie  
Twitter  
RSS  
Newsletter  
App

#### AGENZIA

Sedi  
Contatti  
Rubrica  
E-mail URP  
Concorsi e tirocini  
Albo online

#### CONOSCERE

Documentazione  
Annuario dati ambientali  
Schede informative  
SIRA - Sistema Informativo Regionale Ambientale

#### TEMI CALDI

Qualità dell'aria  
Superamenti PM10  
Progetto cave  
Biomasse e Geotermia

#### PARTECIPARE

Reclami e suggerimenti  
Segnalazioni ambientali  
Indagini di soddisfazione  
Accesso agli atti e alle informazioni ambientali

#### SITO WEB

Responsabile per la pubblicazione  
Privacy/ Note legali  
Tools  
Mappa del sito  
Accessibilità