

**CLIMATE STRATEGIST TOOLKIT**

**Strategia di comunicazione**

- Valutare quali sono le pratiche e/o le attività ecologiche già presenti nella vostra organizzazione che potreste comunicare meglio.
- Fate un brainstorming della vostra strategia di comunicazione: quali aspetti del cambiamento climatico sono più rilevanti per la vostra organizzazione? Cosa state già facendo che potreste migliorare attraverso la comunicazione? Cosa prevede il vostro processo di mainstreaming climatico?
- Chi deve essere coinvolto all'interno dell'organizzazione per garantire una buona comunicazione, compreso il personale all'interno e all'esterno del team di comunicazione. Ponetevi questa domanda durante tutto il processo

**Quando si è in un processo di mainstreaming climatico**

- Comunicare gli obiettivi: le misure e gli obiettivi climatici stabiliti dalla vostra organizzazione. Potrebbe trattarsi di investimenti finanziari o in risorse umane, creazione di nuove posizioni o titoli di lavoro, nuove politiche o revisioni di politiche previste, nuovi progetti o attività ambientali, obiettivi di riduzione delle emissioni, ecc.
- Comunicare i propri progressi: come follow-up degli obiettivi, comunicare i progressi compiuti nel tempo.

**Raggiungere le pietre miliari**

- Non dimenticate di dare la giusta visibilità ai traguardi raggiunti: la vostra strategia è pronta? Avete raggiunto una percentuale di riduzione delle emissioni? Avete approvato una nuova politica climatica? Ditelo al mondo.

**Strumenti di comunicazione e pianificazione**

Dal kickstart, sviluppate una pianificazione di tutti i contenuti e gli strumenti di comunicazione

che potete mobilitare:

- Come e quanto spesso potete usare la newsletter della vostra organizzazione?
- Quali social media potreste utilizzare? Con quale frequenza? Quali sono i contenuti migliori per ogni social media? Qual è il loro pubblico principale?
- Prevedete di inserire una sezione dedicata nella vostra relazione annuale/sociale: Quali informazioni fornireste in questa sezione? (ad esempio, fornire il numero e le informazioni sugli obiettivi raggiunti) Chi fornirà a chi le informazioni necessarie? La raccolta dei dati necessita di strumenti dedicati per raccogliere le informazioni necessarie?

- Come e con quali mezzi potete far conoscere le vostre azioni e i vostri progressi ai finanziatori e alle parti interessate? Chi deve informarli? Quale tono di voce è più adeguato?
- Come raggiungere le vostre comunità di riferimento per farle conoscere e ispirarle? Pensate se ci sono altri mezzi che potrebbero essere mobilitati.

## **Suggerimenti strategici**

- Mappate i vostri stakeholder e il vostro pubblico:** donatori individuali, finanziatori privati e pubblici, istituzioni, beneficiari, sostenitori, aziende, università, i vostri partner e le vostre reti. chiedetevi quali sono i pubblici mirati che è più importante raggiungere. A chi dovrete comunicare per primo, se ne avete bisogno?
- Individuare i canali migliori per raggiungere ciascuno di loro:** aspetti specifici per ogni social media (FB, instagram, twitter, linkedin, ecc.), media (stampa digitale e cartacea, tv, radio), siti web, email/ mailing list, ...
- Identificare il formato migliore per ogni pubblico e canale:** post, schede, video, articoli, materiali pubblicitari e promozionali, programmi televisivi e radiofonici, newsletter/Direct Emails Marketing DEMs, materiali istituzionali (politiche, strategie, valutazioni d'impatto, bilancio sociale), storytelling.
- Strategizzate la vostra pianificazione:** C'è un periodo specifico dell'anno più adatto per raggiungere ciascuno dei miei target specifici? Pianificate un calendario annuale attorno al quale sviluppare la vostra strategia di comunicazione.
- Chi può essere un alleato** nel promuovere la mia azione per il clima? Come posso coinvolgerli?

**Lista di controllo - Come utilizzare i dati sul clima per la raccolta fondi**



### **Raccolta dati**

- Identificare le fonti di dati rilevanti sul clima, come rapporti scientifici, studi di ricerca e database governativi.
- Raccogliere dati sugli impatti dei cambiamenti climatici, come l'aumento delle temperature, gli eventi meteorologici estremi, l'innalzamento del livello del mare, ecc.
- Raccogliere dati sulle conseguenze sociali ed economiche dei cambiamenti climatici, come gli effetti sulla salute, gli spostamenti e le perdite economiche.

### **Analisi dei dati**

- Analizzare i dati raccolti per identificare tendenze, modelli e statistiche chiave relative al cambiamento climatico e ai suoi impatti.
- Cercate dati che evidenzino l'urgenza e la gravità del cambiamento climatico, sottolineando la necessità di un'azione immediata.
- Evidenziate le connessioni tra il cambiamento climatico e questioni o settori specifici rilevanti per la vostra causa di raccolta fondi.

### **Rappresentazione visiva:**

- Utilizzare tecniche di visualizzazione dei dati come grafici, diagrammi e mappe per presentare i dati relativi al clima in modo chiaro e convincente.
- Creare infografiche o sintesi visive accattivanti per trasmettere efficacemente i messaggi chiave.
- Incorporate elementi di storytelling nelle vostre rappresentazioni visive per coinvolgere ed evocare una risposta emotiva da parte del vostro pubblico.

### **Messaggistica mirata:**

- Creare messaggi persuasivi e concisi che evidenzino l'urgenza e l'impatto del cambiamento climatico.
- Adattate la vostra messaggistica in modo che risuoni con diversi destinatari, come donatori individuali, aziende o fondazioni.
- Illustrare chiaramente come i fondi raccolti contribuiranno ad affrontare il cambiamento climatico e le sfide ad esso associate.

**Casi di studio:**

- Includere esempi di vita reale e casi di studio che dimostrino gli impatti tangibili del cambiamento climatico.
- Presentare storie di successo o iniziative in corso che hanno affrontato efficacemente le questioni legate al clima.

**Partenariati e collaborazioni:**

- Evidenziate le partnership o le collaborazioni con organizzazioni o esperti di fama che lavorano sui temi del cambiamento climatico.
- Sottolineare lo sforzo collettivo e l'impatto che si può ottenere attraverso la collaborazione.
- Sfruttate la credibilità e l'esperienza dei vostri partner per rafforzare la vostra campagna di raccolta fondi.

**Responsabilità trasparente:**

- Comunicare chiaramente come verranno assegnati e gestiti i fondi raccolti.
- Stabilire meccanismi di trasparenza e responsabilità.
- Fornire aggiornamenti regolari sui progressi e sull'impatto dei progetti.

**Promozione multicanale:**

- Utilizzate diversi canali di comunicazione per promuovere la vostra campagna di raccolta fondi.
- Sfruttate lo storytelling attraverso video, testimonianze e narrazioni personali per aumentare il coinvolgimento e la connessione.

**Coinvolgimento dei donatori:**

- Favorire il senso di coinvolgimento e di appartenenza dei donatori offrendo opportunità di impegno, come eventi, webinar o workshop.

**Apprendimento e adattamento continui:**

- Rimanete aggiornati sulle ultime ricerche, sui dati e sugli sviluppi del cambiamento climatico per affinare le vostre strategie di comunicazione e di raccolta fondi.
- Monitorate l'impatto delle vostre iniziative di raccolta fondi e apportate le modifiche necessarie.
- Cercare il feedback dei donatori e delle parti interessate per migliorare le future campagne di raccolta fondi.