

# I social media sono alleati della Sostenibilità



Un “like” può avere effetti davvero inaspettati”. E’ quello che afferma la nuovissima ricerca di Cone Communications dal titolo “Digital Activism Study.” Analizzando i suoi dati scopriremo come il supporto a temi o cause sociali ed ambientali, passa e passerà sempre più attraverso i social network.

Non è certamente una novità affermare che i social media stanno cambiando ogni giorno di più il nostro modo di comunicare, interagire, discutere, lavorare. La ricerca [Cone Communications](#) ci presenta un interessante approfondimento di questo tema ed indaga come i social network abbiano un ruolo chiave anche nel coinvolgimento degli individui in cause sociali ed ambientali.

Passando all’analisi dei dati, scopriamo che circa il 64% degli americani sostiene di essere più incline a supportare cause legate all’ambiente o a tematiche sociali dopo aver dato il suo “like” o essere diventato follower on line di un’organizzazione. Inoltre i consumatori americani ritengono

che le loro attività on line siano un ottimo mezzo per sostenere progetti o temi a cui tengono in modo particolare. Postare un articolo o twettare informazioni su temi ambientali o sociali sono attività che costituiscono efficaci forme di supporto e sostegno.

Secondo la ricerca, inoltre, l'avvento del digitale non sta cambiando solo il modo in cui cause e progetti vengono supportate, ma anche i tempi ed i modi in gli americani offrono il loro supporto: tra coloro che hanno fatto una donazione negli ultimi 12 mesi, circa quattro persone su dieci l'hanno effettuata tramite canali digitali, mentre solo il 23% degli intervistati ha usato i canali più tradizionali (posta, assegni etc).

Non può sorprendere a questo punto che i dati della ricerca dimostrino anche che le piattaforme social siano i canali chiave per coinvolgere le persone su temi legati alla sostenibilità sociale ed ambientale. Gli americani usano principalmente Facebook (67%) come mezzo per conoscere e partecipare ad iniziative "green", in seconda posizione Youtube (32%) e, a seguire, Twitter (25%), Pinterest (19%) ed Instagram (16%).

Aldilà di ogni dato, quello che questa ricerca ci fa capire è che i canali digitali e social sono un potente strumento per diffondere la conoscenza di importanti temi sociali ed ambientali e per spingere rapidamente il pubblico a prendere posizione e ad agire. Le organizzazioni e le aziende devono impegnarsi per trovare le giuste leve che convertono un "like" in sostegno concreto.