

# Societal Marketing

## Promuovere Reti Etiche di Consumatori

**Responsabilità Sociale d'Impresa** (l'insieme di azioni, strategie adottate da un'impresa per sostenere e promuovere cause e visioni sociali) e **Sviluppo Sostenibile** (sviluppo che tiene in considerazione produzione, processi sociali, ecocompatibilità) sono i capisaldi del *Societal Marketing*, il **Marketing Sociale**.

In un mondo "Villaggio Globale", per dirla con Marshall McLuhan, dove le distanze si abbreviano potenziandosi gli strumenti di comunicazione a disposizione di clienti sempre più consapevoli e desiderosi di informazione su filiere produttive e soggetti coinvolti, **la costruzione di comunità è ormai diventata parte essenziale di molte attività di Branding**.

L'intento di **fare rete contribuisce alla formazione di una identità di clienti eticamente profilata**, che guarda all'impresa come realtà che possa contribuire allo sviluppo sociale a lungo termine. Il Marketing Sociale è un **equilibrio fra tre elementi: azienda, cliente e società**; profitto aziendale, soddisfazione del consumatore, benessere diffuso.



Le imprese che con "disinteressato interesse" pongono al centro le persone, si affiancano alle attività benefiche di enti no profit, partecipano alla costruzione di soluzioni positive a problematiche condivise, fanno del Societal Marketing **l'asse portante del loro operare**, della loro *brand identity*. Non una strategia filantropica, ma una visione da perseguire.

**Cosa suggerire ad un'impresa perché possa mettere in atto azioni sociali sempre più performanti?**

**Su quali contenuti sociali, ambientali, vorresti si agisse di più?**