

5

SOSTENIBILITÀ

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 6 marzo

Formazione a distanza

3 e 10 aprile – mattino
10 e 17 novembre – mattino

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. Associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CERTIFICARE LA SOSTENIBILITÀ

In materia di comunicazione, i principali asset della sostenibilità sono trasparenza, rendicontazione, condivisione. Uno storytelling efficace è importante se alla base c'è un valore sostenibile oggettivo e dimostrato da stakeholder terzi credibili, per evitare il rischio legale e reputazionale del greenwashing.

Obiettivi

Il corso permette di individuare i migliori strumenti per dimostrare il contenuto di sostenibilità aziendale e di prodotto. Partendo dal benchmarking e passando per l'analisi costi/benefici, per rispondere alle domande: quale certificazione fa davvero per me? Cosa implica la sua applicazione nella mia organizzazione?

Destinatari

Referenti aziendali delle aree commerciale/marketing e QSE che vogliono sviluppare un approccio strategico, e non solo reattivo al tema della certificazione della sostenibilità.

Contenuti

- Scenario e tendenze della regolamentazione
- Definizioni e tassonomia
- Strumenti per il benchmarking tra concorrenti/peer
- Rilevazione delle attese di clienti/consumatori
- Costi e benefici delle certificazioni
- I principali standard aziendali e per le consumer goods
- Web scouting di certificazioni e certificatori

Docente

Fabio Guenza, dal 2005 si occupa di sostenibilità nella moda, che conosce dall'Accountability alla ZDHC, spaziando anche in altri settori: packaging, agroalimentare, costruzioni, fieristico, bancario, farmaceutico, servizi di facility. È socio fondatore di Blumine, Sustainability Manager, formatore professionale e docente universitario. Crede nel capitalismo come sistema per la creazione di valore