

## INTEGRARE E COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ NELLE MICRO E PICCOLE IMPRESE: VANTAGGI COMPETITIVI IN UN MERCATO CHE EVOLVE



Oggi l'implementazione di **strategie di sostenibilità aziendale** e delle correlate attività di **comunicazione e marketing** offrono alle imprese di micro e piccole dimensioni inedite opportunità per raggiungere nuovi clienti/mercati e rafforzare la propria reputazione. La crescente sensibilità dei consumatori, delle filiere produttive e delle istituzioni nei confronti della sostenibilità ambientale e sociale impone quindi una riflessione strategica, anche alle aziende di piccole dimensioni, volta a definire gli obiettivi di medio e lungo periodo.

*Come sviluppare un efficace piano di comunicazione sostenibile?*

*Cosa sono Codice Etico e Bilancio di Sostenibilità e secondo quali principi redigerli?*

*Come evitare la diffusione di messaggi fuorvianti?*

*Come declinare percorsi di imprenditoria responsabile a piccole realtà, con budget ridotti?*

Partendo dalla rilettura delle “buone pratiche inconsapevoli” delle micro e piccole imprese, il corso intende dare risposta a queste domande, trasferendo ai partecipanti conoscenze sui recenti sviluppi normativi in tema di **imprenditoria sostenibile**, nonché sui principali strumenti di **green marketing, gestione e rendicontazione della sostenibilità**.

Per questa ragione, Unioncamere Piemonte e i partner del Consorzio Simpler: CNA Lombardia, FAST, Finlombarda S.p.A. che offrono i servizi della rete [Enterprise Europe Network](#) (EEN) in Piemonte, Lombardia ed Emilia-Romagna, hanno deciso di lanciare una Manifestazione d'Interesse per la partecipazione a un **training gratuito** sulle modalità di integrazione e comunicazione della sostenibilità **rivolto a micro e piccole imprese piemontesi e lombarde del settore manifatturiero tessile/abbigliamento e fashion design**.

L'offerta formativa, organizzata in collaborazione con [rén](#) – associazione non-profit a supporto di brand e micro imprese che vogliono integrare pratiche sostenibili nella propria attività - prevede un percorso di **4 incontri in videocall**.

Tra tutte le aziende piemontesi e lombarde che invieranno la manifestazione d'interesse, ne saranno selezionate **venti** che avranno così la possibilità di partecipare, gratuitamente, al percorso formativo.

## PROGRAMMA:

### **PRIMO INCONTRO (2h) – 7 marzo, h 11:30-13:30**

Comunicazione della sostenibilità

- Evoluzione del contesto competitivo e comunicativo: importanza di comunicare la sostenibilità
- Introduzione al *Green Marketing*: nuove opportunità di business
- Come costruire un piano di comunicazione *green*: sviluppo di una efficace strategia di marketing e comunicazione della sostenibilità
- Nuovi approcci e strumenti per comunicare la sostenibilità internamente ed esternamente all'azienda
- *Business case*

### **SECONDO INCONTRO (2h) – 14 marzo, h 11:30-13:30**

Il Bilancio di Sostenibilità: comunicare per migliorare la reputazione, creare valore e intraprendere un percorso di implementazione della sostenibilità

- Che cos'è il Bilancio di Sostenibilità: obiettivi e contenuti
- Benefici e opportunità per le imprese legati al reporting di sostenibilità
- Evoluzione della normativa europea sul reporting di sostenibilità
- Il processo e le Linee Guida/Standard per redigere un Bilancio di Sostenibilità
- Come e attraverso quali canali comunicare il Bilancio di Sostenibilità: la diffusione e valorizzazione interna ed esterna delle performance di sostenibilità
- *Case History*

### **TERZO INCONTRO (2h) – 21 marzo, h 11:30-13:30**

Il codice etico e di condotta: la deontologia aziendale

- Che cos'è il Codice Etico e di Condotta
- Funzione
- Elementi essenziali
- Riflessione sulle priorità strategiche
- Divulgazione, formazione e coinvolgimento di tutti gli *stakeholders*
- Limiti e criticità
- *Case studies nel settore moda sostenibile*

### **QUARTO INCONTRO (2h) – 28 marzo, h 11:30-13:30**

*Greenwashing, pink washing, social washing, rainbow washing*: l'approccio normativo rispetto ai claims legati alla sostenibilità

- I fenomeni del *greenwashing, pinkwashing, social washing e rainbow washing*
- I "sette peccati" del *greenwashing*
- Sostenibilità e pubblicità: l'obbligo di divulgazione di informazioni veritiere
- L'evoluzione normativa in Italia, Europa, UK e USA
- I marchi sostenibili: limiti alla tutela della proprietà intellettuale
- Sanzioni per pubblicità e comunicazioni fuorvianti
- *Case studies*

## **MODALITA' DI PARTECIPAZIONE**

Per inviare la tua candidatura all'offerta formativa, compila il form online al seguente link:  
<https://forms.gle/9suCVcyqnhwDFoEf7>

Le candidature devono essere inviate entro e non oltre il **23 febbraio 2022 alle h 18:00**.

Le candidature verranno valutate dagli organizzatori sulla base dei seguenti criteri e verrà data conferma della partecipazione via e-mail entro il 28 febbraio 2022:

- 1) provenire da titolari o dipendenti di micro o piccole imprese e start up dei settori tessile/abbigliamento/accessori/fashion design;
- 2) le micro e piccole imprese devono possedere i seguenti requisiti:
  - avere una sede operativa in Lombardia o in Piemonte;
  - interessati ad avviare un piano di comunicazione sostenibile e di imprenditoria responsabile

### **I partner promotori dell'iniziativa:**

**FAST, CNA Lombardia e Finlombarda S.p.A.** sono partner del consorzio [Simpler](#), punto di accesso per la Lombardia e l'Emilia-Romagna a [Enterprise Europe Network](#).

**Unioncamere Piemonte**, associazione delle Camere di commercio della regione Piemonte, rappresenta la porta di accesso al sistema imprenditoriale regionale, alla rete nazionale ed europea delle Camere di commercio e delle società partecipate. Partner del consorzio ALPS, punto di accesso per il Piemonte della rete [Enterprise Europe Network](#).

Il progetto EEN è co-finanziato dalla Commissione Europea, i servizi sono gratuiti e si rivolgono a imprese, in particolare PMI, loro associazioni, centri di ricerca pubblici e privati, Università, enti pubblici.

**RÉN COLLECTIVE** è un'associazione non-profit costituita da professionisti che supportano brand, imprese e studenti che vogliono integrare pratiche sostenibili nella propria attività o formazione. Rén offre approfondimenti e informazione costantemente aggiornata tramite il *magazine* online, percorsi di formazione e consulenza personalizzati sul portale [rén community](#), crea opportunità di network e tavole rotonde di settore tramite eventi fisici e online. I professionisti del network mettono altresì la propria conoscenza al servizio del settore pubblico, partecipando a consultazioni a livello nazionale e internazionale, al fine di accelerare la normativa nel settore della moda sostenibile.

#### **I docenti:**

**Alberto Curnis**, Dottore in Gestione Aziendale/Economia con ampia esperienza nella consulenza e formazione aziendale sui temi legati alla comunicazione della sostenibilità (Green Marketing e Bilancio di Sostenibilità) e alla gestione della sostenibilità d'impresa (management della sostenibilità). Alberto è tra i primi professionisti in Italia in materia di sostenibilità d'impresa ad essere certificato *Sustainability/CSR/ESG Manager* secondo la UNI/PdR 109.1:2021.

**Sara Cavagnero**, Avvocato specializzato in proprietà intellettuale, iscritta all'Ordine degli Avvocati di Milano. Attualmente ricopre il ruolo di *Ph.D. Researcher* presso la *Northumbria University*, con un progetto di ricerca su Proprietà Intellettuale e Moda Sostenibile. È docente a contratto presso la *Sustainability Management School* di Milano e collabora con diverse organizzazioni dedicate alla moda sostenibile, tra cui la *United Nations Economic Commission for Europe* e la *Union of Concerned Researchers in Fashion*. Riveste il ruolo di *Law & Sustainability Expert* per *rén collective*.