

INTEGRARE E COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ NELLE MICRO, PICCOLE e MEDIE IMPRESE DEL SETTORE "FOOD & BEVERAGE": VANTAGGI COMPETITIVI IN UN MERCATO CHE EVOLVE



Ora più che mai l'importanza della **sostenibilità nell'industria agroalimentare** è al centro dell'attenzione e **rappresenta un aspetto fondamentale nelle scelte di acquisto**. A partire dal fatto che la sostenibilità apre alle aziende del settore una prospettiva strategico-competitiva e inedite opportunità **per raggiungere nuovi clienti/mercati e rafforzare la propria reputazione**, anche le piccole e medie imprese del settore alimentare, che svolgono un ruolo significativo sia nella crescita economica che nella cura dell'ambiente, sono quindi chiamate alla **sfida fondamentale di implementare strategie aziendali che guardino alla sostenibilità e correlate attività di comunicazione e marketing**.

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, piccole e medie 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, i partner del Consorzio Simpler: CNA Lombardia, FAST, Finlombarda S.p.A. che offrono i servizi della rete [Enterprise Europe Network](#) (EEN) in 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, piccole e medie imprese lombarde del settore alimentare**.

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

N.B.: Al termine del corso, tra le aziende che hanno espresso, nel modulo di iscrizione, la disponibilità a un check up individuale di valutazione della comunicazione sostenibile, ne verranno selezionate 6 sulla base del principio del *first come, first served*. (oppure secondo il criterio di priorità di iscrizione)

A ciascuna azienda saranno dedicate **2 ore di consulenza personalizzata** in modalità online, volta a valutare la situazione "as is" e l'elaborazione di un report di output con l'indicazione delle possibili aree di intervento.

PROGRAMMA:

PRIMO INCONTRO (2h) – 7 novembre 2022, h 11:00-13:00

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 novembre 2022, h 11:00-13:00

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 novembre 2022, h 11:00-13:00

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 novembre 2022, h 11:00-13:00

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/FW5mAsPrhx3mMrNLA>

Le candidature devono essere inviate entro il **4 novembre 2022 alle 13:00**.

Le candidature verranno valutate dagli organizzatori sulla base dei seguenti criteri e verrà data conferma della partecipazione via e-mail entro il 4 novembre 2022:

- 1) provenire da titolari o dipendenti di micro, piccole o medie imprese e start up della filiera alimentare
- 2) le micro, piccole e medie imprese devono possedere i seguenti requisiti:
 - avere una sede operativa in Lombardia;
 - 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](#).

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*.