

---

# IL GREEN MARKETING: VALORIZZARE LA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE ED EVITARE IL GREENWASHING

---

BUSINESS SKILLS

## DESCRIZIONE

Il corso mira a illustrare il contesto di riferimento con cui oggi le aziende si confrontano quando scelgono di comunicare la propria sostenibilità e/o le caratteristiche ambientali dei propri prodotti o servizi, attraverso claim e pubblicità a sfondo ambientale. Con i diversi moduli si vogliono fornire le conoscenze di base per affrontare questa sfida in modo corretto ed efficace. Allo scopo, il corso affianca alla presentazione del quadro normativo e regolamentare in materia di green claims e comunicazione ambientale, l'illustrazione dei principi cardine da adottare per una corretta comunicazione green, in grado di scongiurare i rischi sanzionatori e di immagine propri del greenwashing e di promuovere efficacemente i prodotti sul mercato. Saranno illustrati strumenti specifici per la comunicazione ambientale (Reporting di sostenibilità, Impronta ambientale, ecodesign, claim ambientali) e saranno riportati numerosi casi aziendali e buone pratiche di comunicazione green.

# PROGRAMMA

## PROGRAMMA DIDATTICO

MODULO 1 – BASE: Introduzione al green marketing: andamento della domanda di prodotti «green» e profilo del consumatore «green». Panoramica degli strumenti a disposizione delle aziende per la comunicazione ambientale

MODULO 2 – Strategia di green marketing: come elaborare una strategia di green marketing, individuando contenuti, target, strumenti e canali idonei

MODULO 3 – Green claims: come costruire claim ambientali corretti ed efficaci, evitando pratiche di greenwashing

MODULO 4 – L'ecodesign e la progettazione sostenibile: strumenti per progettare prodotti «green» e valorizzarne le caratteristiche in chiave comunicativa

MODULO 5 – Strategie di vendita e di placement di prodotti e servizi con caratteristiche «green»

MODULO 6 – Strumenti di comunicazione aziendale: come realizzare un Report di sostenibilità e valorizzarlo nella comunicazione aziendale

MODULO 7 – LCA e impronta ambientale a supporto del green marketing: l'impiego di strumenti tecnico-scientifici di valutazione del reale impatto ambientale di beni e servizi e la valorizzazione comunicativa dei risultati

MODULO 8 – Marketing e comunicazione dell'economia circolare: la nuova frontiera della circular economy per prodotti circolari e sostenibili

MODULO 9 – Strategie green sul packaging del prodotto: il ruolo del packaging nella comunicazione ambientale e le etichettature ambientali

## DOCENTI

**Fabio Iraldo**, Professore ordinario Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e GREEN – Università Bocconi

**Camilla Facheris**, Ricercatrice GREEN – Università Bocconi

**Roberta Iovino**, Ricercatrice Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa

**Michela Melis**, Ricercatrice GREEN – Università Bocconi

**Michele Merola**, Ricercatore GREEN – Università Bocconi

**Annarosa Riella**, Ricercatrice GREEN – Università Bocconi

**Francesco Testa**, Professore associato Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa

## DESTINATARI

Comunicazione, Affari Regolatori, Direzione Generale, HSE / HSE Manager, Issue & Rep. Mgmt Marketing, Marketing Digitale / Social Media, Sostenibilità / Sust. Manager

## REFERENTI

**Davide Inclimona** (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)

**Arianna Marchianò** (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

## DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA