

TITOLO DEL CORSO: MODELLI E STRATEGIE DI SUSTAINABLE & GREEN MARKETING

OBIETTIVI:

Il corso affronta il ruolo del marketing all'interno delle strategie di sostenibilità ambientale delle Imprese, con l'intento di fornire sia modelli di interpretazione dei fenomeni sia strumenti di immediata applicazione pratica in azienda.

Il corso ha l'obiettivo di formare professionalità specializzate nel marketing e nella sua evoluzione green, in grado di analizzare il mercato di riferimento, di definire obiettivi e strategie promozionali e di comunicazione, di definire gli strumenti di marketing operativo, e di svolgere queste attività con una sensibilità ambientale che porti alla definizione di una responsabilità sociale d'azienda etica e sostenibile, scegliendo leve strategiche di marketing e comunicazione orientate al rispetto dell'ambiente e che sappia comunicare i valori e i vantaggi della sostenibilità.

Per le imprese inserire figure professionali con conoscenze e competenze nel marketing e nella sua evoluzione green, significa riuscire a rispondere alle aspettative dei propri clienti sempre più attenti ai temi della sostenibilità ambientale che orientano quindi le loro scelte d'acquisto.

CONTENUTI DEL CORSO:

- Evoluzione dello scenario competitivo: l'importanza di comunicare la sostenibilità
- Introduzione al green marketing: andamento della domanda di prodotti sostenibili e profilo del consumatore «green»
- Greenwashing: cos'è e come evitarlo
- La normativa vigente in materia di green claims
- Green claims: come costruire claim ambientali corretti ed efficaci, evitando pratiche di greenwashing
- Il Green Marketing nelle aziende B2B e B2C: cosa e come comunicare?
- L'ecodesign e la progettazione sostenibile: strumenti per progettare prodotti «green» e valorizzarne le caratteristiche in chiave comunicativa
- Comunicare la sostenibilità nell'era digitale: sito web, social media, e-commerce
- Come elaborare una strategia di green marketing individuando contenuti, target, strumenti e canali idonei
- LCA e impronta ambientale a supporto del Green Marketing
- Strategie green sul packaging del prodotto: il ruolo del packaging nella comunicazione ambientale e le etichettature ambientali
- Cause Related Marketing;
- Gender equality, Diversity and Inclusion: Comunicazione e linguaggi inclusivi per la sostenibilità sociale
- La comunicazione corporate della sostenibilità: Bilancio di Sostenibilità
- Storytelling per comunicare il purpose aziendale e rafforzare la Green Corporate Image
- Casi studio multi-settoriali ed esercitazioni pratiche in materia di comunicazione e marketing della sostenibilità

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

I risultati di apprendimento attesi al termine del corso di formazione in Modelli e strategie di sustainable & green marketing sono di seguito elencati:

- Comprendere il concetto di sostenibilità e green marketing e come possono essere applicati alle strategie di marketing di un'azienda
- Avere una conoscenza approfondita delle migliori pratiche in materia di sostenibilità e green marketing
- Saper identificare le opportunità di mercato per prodotti e servizi sostenibili e green
- Saper progettare e implementare strategie di marketing sostenibile e green efficaci
- Essere in grado di identificare e valutare i rischi e le sfide associate alla sostenibilità e al green marketing
- Saper comunicare in modo efficace l'impegno dell'azienda per la sostenibilità e il green marketing ai propri stakeholder
- Saper monitorare e valutare l'efficacia delle strategie di marketing sostenibile e green e apportare
- Comprendere il concetto di greenwashing e il suo impatto sulla percezione del brand

Modalità di svolgimento: da remoto

DOCENTE: Alberto Curnis, professionista con ampia esperienza nella consulenza e formazione aziendale sui temi legati alla comunicazione/rendicontazione della sostenibilità (Bilancio di sostenibilità e Green Marketing) e alla gestione della sostenibilità d'impresa (management della sostenibilità). Alberto ha ricoperto il ruolo di Sustainability Manager in realtà multinazionali e ad oggi è Co-Founder di Nextstrategy, realtà che svolge servizi di consulenza e formazione alle imprese, comprese PMI, sul tema sostenibilità. Alberto è tra i primi professionisti in Italia ad aver ottenuto la certificazione di *Sustainability Manager* ai sensi della UNI/PdR 109.1:2021.