

formazione

---

**ESG**NEXT

SOLUZIONI PER LA SOSTENIBILITÀ



# SOMMARIO

## Corsi di formazione

### La Gestione della Sostenibilità: una Strategia vincente per le Imprese

“Dalla responsabilità sociale d’impresa al bilancio di sostenibilità”

**Modalità:**  
**Online**  
2 sessioni da 3 h / 4 h  
**In presenza**  
1 giornata

### Integrare le Strategie ESG all’interno dell’Impresa

Definire e strutturare una strategia ESG all’interno dell’azienda

**Modalità:**  
**online** oppure **in presenza** della durata di **3 ore**

### Analytics e Sostenibilità

Strutturare in modo efficace la raccolta dei dati per comunicare la Sostenibilità

**Modalità:**  
**online** oppure **in presenza** della durata di **3 ore**

### Come comunicare in modo strategico la Sostenibilità ed evitare il Greenwashing

Comunicare i dati di sostenibilità e le strategie ESG per creare vantaggio competitivo

**Modalità:**  
**online** oppure **in presenza** della durata di **3 ore**

\*Tutti i corsi possono essere personalizzati in funzione delle esigenze.

## Assessment

### Prima fase

#### Analisi dello stato di fatto

### Seconda fase

#### Linee guida e Strategia di Sostenibilità

### Terza fase

#### Stakeholders Engagement e Analisi di Materialità

### Quarta fase

#### Definizione di strumenti per la raccolta di dati, informazioni, iniziative

### Quinta fase

#### Analisi critica dei dati raccolti

### Sesta fase

#### Definizione di indicatori di prestazione e obiettivi

### Settima Fase

#### Verifica e Validazione dei testi ed Editing

# LA GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ: UNA STRATEGIA VINCENTE PER LE IMPRESE

“Dalla responsabilità sociale d’impresa al bilancio di sostenibilità”

## Modalità:

### Online

2 sessioni da 3 h / 4 h

### In presenza

1 giornata

## Destinatari

Amministratori, CEO, figure amministrative, responsabili di sostenibilità, analisti

## Prerequisiti

Nessuno

## Sessione 1 – Introduzione alla sostenibilità

- Lo sviluppo sostenibile e 17 SDGs dell’ONU
- Approccio triple bottom line: il concetto di triplice approccio con approfondimento delle 3 aree che compongono la sostenibilità: ambientale, sociale ed economica
- Dalla strategia di sostenibilità ai processi di pianificazione: analisi di materialità e stakeholder engagement
- Le fasi della redazione del bilancio di sostenibilità
- Direttiva 2014/95/UE e Decreto 254/2016, CSRD e introduzione ai GRI

## Sessione 2 – La rendicontazione della sostenibilità

- Impresa e sviluppo sostenibile: che cos’è la Responsabilità Sociale d’Impresa con focus su:
  - ISO 26000
  - SA 8000
- Focus sugli standard di sostenibilità (es. GRI, SASB)
- Le fasi della redazione del bilancio di sostenibilità secondo il Global

Reporting Initiative Standard: Economico (GRI 200) Ambientale (GRI 300) Sociale (GRI 400)

- Gli strumenti a supporto della redazione del bilancio di sostenibilità (elyze)
- Comunicare la sostenibilità per evitare il Greenwashing

## Docente:

Consulente ESGnext, esperto in Responsabilità Sociale d’Impresa  
Consulente ESGnext, esperto in sostenibilità ed affari legali di impresa

## Contenuti

Le grandi sfide ambientali e sociali sono diventate **questioni strategiche** per le imprese di tutto il mondo e i nuovi modelli di business hanno come obiettivi principali la sostenibilità e lo sviluppo sostenibile per creare un’economia sempre più competitiva e inclusiva.

Includere i fattori ESG nelle strategie di business non solo è necessario ma diventa anche un fattore chiave di **competitività** che migliora la **reputazione e l’immagine aziendale**.

Lo strumento attraverso cui si dimostrano i risultati e il raggiungimento degli obiettivi nei tre fattori ESG è il bilancio di sostenibilità, un documento nel quale l’azienda descrive la sua realtà e il suo impegno rispetto alle tematiche della sostenibilità, rendicontando i dati e le attività rispetto ad un periodo definito.

Il report di sostenibilità è, inoltre, il documento che permette di comunicare agli stakeholder in modo chiaro e trasparente i risultati raggiunti, aumentando l’affidabilità e migliorando la reputazione. Il corso ha l’obiettivo di fornire ai partecipanti **una visione a 360° della sostenibilità**, focalizzandosi sugli aspetti chiave di gestione e integrazione dei fattori ESG all’interno dell’impresa e sulla redazione del bilancio di sostenibilità.



# INTEGRARE LE STRATEGIE ESG ALL'INTERNO DELL'IMPRESA

Definire e strutturare una strategia ESG all'interno dell'azienda

**Modalità:**  
Online oppure in presenza della durata di 3 ore

**Destinatari**  
CEO, figure amministrative, responsabili di sostenibilità, analisti

**Prerequisiti**  
Nessuno.

- Definizioni di sostenibilità e CSR per un linguaggio comune
- Driver per l'integrazione degli ESG nella strategia aziendale
- L'integrazione degli ESG nel modello di Business
- Definire e gestire progetti e partnership ESG
- Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità
- Introduzione delle norme in tema di Sostenibilità

**Docente:**  
Consulente ESGnext, esperto in Responsabilità Sociale d'Impresa  
Consulente ESGnext, Sustainability Fractional Executive e Senior ESG Advisor

## Contenuti

I fattori ESG sono uno dei temi fondamentali per valutare e per incrementare la competitività delle realtà aziendali. In questo senso è fondamentale che le imprese si pongano degli obiettivi di sostenibilità misurabili e verificabili e che la loro comunicazione rispetto a questi sia trasparente ed autentica.

L'integrazione all'interno delle imprese di questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) **consiste nell' incorporare le informazioni ESG nelle decisioni di investimento per contribuire a migliorare i rendimenti corretti per il rischio.**

Il Corso ha lo scopo di affrontare la tematica dell'integrazione della sostenibilità all'interno dell'impresa attraverso un taglio pratico, che permetta ai partecipanti di comprendere come definire una strategia adatta alla propria impresa e come metterla a terra.



# ANALYTICS E SOSTENIBILITÀ

Strutturare in modo efficace la raccolta dei dati per comunicare la Sostenibilità

**Modalità:**  
Online oppure in presenza della durata di 3 ore

**Destinatari**  
CEO, figure amministrative, responsabili di sostenibilità, analisti

**Prerequisiti**  
Nessuno

- Introduzione delle norme in tema di Sostenibilità
- SDG
- GRI Standard
- Il processo di rendicontazione e di redazione del Bilancio di sostenibilità – matrice di materialità e Stakeholder Engagement
- La comunicazione della sostenibilità – il rischio del Greenwashing per le imprese
- Impostare un progetto di Business Analytics
- Organizzare la raccolta dati e la loro gestione strutturata, ai fini della redazione del Bilancio di Sostenibilità
- Case study con l'utilizzo di un software per la gestione dei dati ESG

**Docente:**  
Consulente ESGnext, esperto in Responsabilità Sociale d'Impresa  
Consulente RW Consulting, esperto in sistemi di ESG Analytics

## Contenuti

Il tema della sostenibilità aziendale è sempre più attuale. A partire da gennaio 2017 (con il decreto legislativo 254 del 30/12/2016), le grandi aziende **sono obbligate a comunicare all'esterno dati di carattere non finanziario.**

Di fatto, vi è l'obbligo per queste aziende, di predisporre un bilancio di sostenibilità alla chiusura di ogni esercizio. Questo documento espone la vision e lo stato attuale delle performance aziendale in chiave non finanziaria. Il 21 aprile 2021, la Commissione Europea pubblicato la sua proposta di CSRD (**Corporate Sustainability Reporting Directive**) a seguito del processo di revisione della Non Financial Reporting Directive (NFRD). Con la nuova proposta, l'obbligo di rendicontazione verrà esteso e sempre più imprese avranno necessità di redigere il bilancio di sostenibilità.

La tematica è regolamentata da due principali fonti: la prima è emanata dall'ONU, che ha definito 17 obiettivi della sostenibilità (SDG – sustainability development goal) mentre la seconda è composta dai GRI Standard (Global Index Report), emanati dalla Commissione Mondiale sull'Ambiente.

Il Corso ha lo scopo di fare chiarezza su come raccogliere e gestire i dati inerenti alla sostenibilità, un'esigenza che si sta manifestando sempre di più nelle aziende alla luce delle nuove normative.



# COME COMUNICARE IN MODO STRATEGICO LA SOSTENIBILITÀ ED EVITARE IL GREENWASHING

Comunicare i dati di sostenibilità e le strategie ESG per creare vantaggio competitivo

**Modalità:**  
Online oppure in presenza della durata di 3 ore

**Destinatari**  
CEO, figure amministrative, responsabili di sostenibilità, responsabili marketing e comunicazione

**Prerequisiti**  
Nessuno

### 1 Sessione

- Approccio Strategico alla Comunicazione Efficace e Responsabile della Sostenibilità
- Strumenti di Comunicazione della Sostenibilità
- CSR e comunicazione con gli stakeholder
- Come evitare il Greenwashing
- Il CRM: Cause Related Marketing e il suo ruolo nella strategia ESG d'impresa

**Docente:**  
Consulente ESGnext, esperto in Responsabilità Sociale d'Impresa  
Consulente ESGnext esperto in comunicazione e marketing per la sostenibilità.

## Contenuti

La crescente sensibilità delle imprese e di conseguenza dei clienti, delle filiere produttive e delle istituzioni, nei confronti delle tematiche della sostenibilità, intesa come sostenibilità ambientale, sociale ed economica fa sì che attualmente avere una reputazione di azienda attenta alle tematiche ESG, costituisca un grande vantaggio competitivo.

In questo contesto è quindi fondamentale saper comunicare **la sostenibilità aziendale** e l'impegno dell'impresa per implementare strategie di business sostenibili in modo da accreditarsi presso clienti e stakeholder come impresa credibile sulla tematica ESG.

Lo scopo del corso è comprendere come creare vantaggio competitivo attraverso una comunicazione trasparente ed efficace che non rischi di diventare greenwashing.

Infine, il corso vuole offrire le linee guida per redigere il bilancio di sostenibilità considerando che quest'ultimo è lo strumento attraverso cui si dimostrano i risultati e il raggiungimento degli obiettivi nei tre fattori ESG e quindi, **uno strumento di comunicazione fondamentale per l'impresa.**

# ASSESSMENT

**ESGnext si propone di accompagnare le aziende dalla formazione sulla tematica della sostenibilità, alla raccolta dati fino alla redazione del bilancio di sostenibilità; pertanto propone progetti di assessment che vengono erogati ad hoc sulle esigenze del cliente e che solitamente sono articolati nelle seguenti fasi:**

1. Analisi dello stato di fatto
2. Definizione delle Linee Guida di Sostenibilità e della Strategia di Sostenibilità
3. Stakeholders Engagement, Analisi di materialità e definizione dei Material Topics
4. Definizione di strumenti per la raccolta di dati, informazioni, iniziative
5. Analisi critica dei dati raccolti
6. Definizione di indicatori di prestazione e obiettivi
7. Verifica e validazione dei testi redatti e del report prodotto dal cliente

## » Prima fase Analisi dello stato di fatto

La fase ha lo scopo di fornire un inquadramento generale del progetto e raccogliere informazioni relative a:

- Descrizione della realtà cliente, delle sue attività e del perimetro in cui opera
- Eventuali certificazioni possedute
- Eventuali iniziative di sostenibilità già in corso
- Analisi e scelta degli obiettivi per lo sviluppo dell'ONU applicabili

## » Seconda fase Linee guida e Strategia di Sostenibilità

Successivamente alla conclusione della fase precedente verranno definite, anche attraverso riunioni e interviste agli attori aziendali coinvolti, le linee guida per la Sostenibilità dell'Organizzazione, o rivista l'eventuale Politica già esistente.

Contestualmente si lavorerà per la definizione di un piano strategico di sostenibilità comprensivo di macro-obiettivi, obiettivi di dettaglio, KPI di monitoraggio, suggerendo anche "progetti" che possano essere sviluppati per raggiungere gli obiettivi ovvero collaborando alla definizione una governance della sostenibilità, che approvi il piano di sostenibilità, supervisioni e monitori il raggiungimento degli obiettivi posti nonché, una volta raggiunti, ne strutturi di nuovi, adattando quanto definito alle eventuali evoluzioni del business.

Il piano, redatto sotto forma di bozza, sarà riesaminato e reso definitivo al termine della fase terza e quarta, al termine delle quali l'Azienda avrà una visione più chiara e razionale delle priorità da perseguire.

## » Terza fase

### Stakeholders Engagement e Analisi di Materialità

L'analisi di materialità è un aspetto cardine della rendicontazione secondo GRI Standard, poiché è indispensabile per identificare i temi da trattare e i conseguenti KPI da rendicontare, compresi i parametri ESG, per definire il perimetro di rendicontazione dell'Organizzazione e le strategie di Sostenibilità.

Un'analisi di materialità si basa sostanzialmente sul processo di coinvolgimento degli Stakeholder (interni ed esterni), classificati secondo un criterio di priorità di importanza. L'analisi di materialità, i suoi input e i suoi output, devono essere valutabili attraverso un consueto processo di verifica che prevede, come minimo, evidenze oggettive a supporto delle scelte effettuate dal Management in merito.

ESGnext supporterà l'Organizzazione cliente nello sviluppo di progetti di coinvolgimento dei propri portatori di interesse e nel:

- definire una mappa delle tematiche (cosa) e identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere (chi);
- definire l'approccio al coinvolgimento degli stakeholder (come);
- sistematizzare, portare a sintesi e valorizzare quantitativamente i risultati delle principali iniziative di ascolto e dialogo con gli stakeholder realizzate; reportistica dei risultati (aspetti chiave emersi dal coinvolgimento);
- elaborare la matrice di materialità, integrando i risultati del coinvolgimento degli stakeholder con una analisi dell'impatto delle diverse tematiche di sostenibilità sulle strategie aziendali.

## » Quarta fase

### Definizione di strumenti per la raccolta di dati, informazioni, iniziative

La quarta fase prevede la creazione di apposite checklist di dettaglio tramite le quali l'Azienda, guidata dal consulente, potrà raccogliere e categorizzare tutte le informazioni e i dati disponibili al fine di verificare il grado di copertura di ogni singolo KPI previsto dal GRI. Al termine di questa fase, sarà possibile determinare esattamente quali KPI rendicontare per ognuno dei material topics in precedenza definiti.

## » Quinta fase

### Analisi critica dei dati raccolti

I dati raccolti saranno verificati e successivamente elaborati per ricavarne quanto necessario ad una corretta elaborazione, ove possibile sotto forma sintetica e tabellare per una più immediata leggibilità.

## » Sesta fase

### Definizione di indicatori di prestazione e obiettivi

Questa fase prevede, da parte dei consulenti, l'assistenza per la definizione dell'indice definitivo del BdS e relativi contenuti, con la contemporanea redazione di una tabella di correlazione tra i contenuti del BdS e i KPI GRI rendicontati. Verranno inoltre resi definitivi gli indicatori di prestazione impostati nelle fasi precedenti e definiti gli obiettivi della sostenibilità da perseguire.



---

## » Settima Fase **Verifica e Validazione dei testi ed Editing**

Per questa fase, è fondamentale il contributo e il coinvolgimento dell'Area Comunicazione Aziendale, per definire l'impostazione del testo e della grafica in linea con la visione e la filosofia comunicativa aziendale, sia in termini di contenuti che di presentazione grafica. Salvo diverse indicazioni, la redazione dei testi e della grafica sarà a cura del Cliente, i consulenti incaricati affiancheranno l'organizzazione Cliente nelle scelte e valideranno i testi e l'editing una volta abbozzato.

ESGnext, attraverso una società del Gruppo, Rw Comunicazione, potrebbe comunque occuparsi anche di questa attività, che evidentemente dovrà essere preventivata separatamente.



**ESGnext.it**

ESGnext è una società di: © **RW Consulting** s.r.l.



**rwc.it**