

Durata del corso: 1 giorno in 8 ore

Come comunicare la sostenibilità di impresa e gli investimenti ambientali

Coordinamento scientifico: Elisabetta Mutto Accordi
Coordinamento tecnico: Arch. Patricia Ferro

Roma - 10 febbraio 2012

Obiettivo del corso

Illustrare gli strumenti teorici e pratici per rendere la comunicazione coerente con gli impegni assunti sul fronte dello sviluppo sostenibile e degli investimenti ambientali. Nel modulo, a seconda delle aree di interesse dei partecipanti, verranno presentati differenti approcci di comunicazione ambientale nei settori dell'efficienza energetica, degli acquisti verdi, della riduzione delle emissioni, della gestione rifiuti, della mobilità e del turismo sostenibile, dei progetti agro-forestali, delle politiche per il territorio, delle certificazioni ambientali e delle energie rinnovabili. Il corso fornirà gli elementi di base per far aderire la comunicazione alle scelte adottate a livello strategico, cogliere l'interesse dei diversi target sviluppando proposte creative basate sui contenuti evitando il greenwashing.

A chi è rivolto

Imprese, aziende ed enti che effettuano investimenti ambientali, che sviluppano prodotti eco-compatibili e che in generale desiderano avviare un percorso di comunicazione che sia in linea con il proprio impegno sul fronte della sostenibilità.

Docente

Elisabetta Mutto Accordi ha iniziato la sua attività professionale nel mondo del giornalismo. Successivamente si è specializzata in comunicazione economica e istituzionale lavorando in una delle più importanti agenzie italiane. Oggi realizza e gestisce progetti con particolare attenzione all'integrazione tra la comunicazione, interna ed esterna, l'attività di lobby e le relazioni pubbliche in modo specifico nei settori della comunicazione ambientale e della divulgazione scientifica. Tiene corsi di comunicazione per università, aziende, organizzazioni ed enti pubblici.

PROGRAMMA

Argomenti	ore
<ul style="list-style-type: none"> ○ Lo scenario della comunicazione ambientale ○ Indagini e documenti di riferimento ○ Il punto di vista dell'opinione pubblica e degli stakeholders 	2
<ul style="list-style-type: none"> ○ Perché scegliere una strategia di comunicazione ambientale ○ Vantaggi e punti di forza che consentono di connotare l'immagine 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Definire un progetto di comunicazione integrata ○ Analisi di casi di studio 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ I valori e i messaggi della Green Communication ○ Il Greenwashing 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Come e quali contenuti scegliere ○ L'individuazione dei target 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Declinare il messaggio con diversi strumenti ○ Fare una scelta creativa in linea con il profilo istituzionale e gli investimenti ambientali ○ Analisi di casi di studio 	2
TOTALE ORE	8

Attestato	di frequenza per coloro che hanno superato il 75% delle presenze
Costo	340 + iva
Costo per iscritti soci Kyoto Club	306 + iva
Costo per sostenitori professionisti Kyoto Club	323 + iva
Numero massimo di partecipanti	40
Numero minimo di partecipanti	20
Materiale didattico in distribuzione	Dispense del corso in formato digitale Copia dell'ultimo numero della Rivista Qualenergia