

Misura, Agisci, Comunica

CATALOGO CORSI

NUUKS, La boutique della sostenibilità



**Il cambiamento bussa.
NUUKS è la chiave.**

01. CORPORATE CARBON FOOTPRINT: come misurare le emissioni della propria azienda

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI interessati a comprendere come misurare le emissioni di gas a effetto serra della propria azienda.
- Responsabili e referenti ambiente, HSE e sostenibilità coinvolti nella gestione delle prestazioni ambientali aziendali.
- Responsabili e referenti qualità interessati a integrare la misurazione delle emissioni nei sistemi di gestione aziendale.
- Personale amministrativo e addetti agli acquisti, alla produzione e alla logistica coinvolti nella raccolta dei dati necessari alla quantificazione delle emissioni.
- Referenti aziendali che devono rispondere a richieste di clienti, committenti o altri stakeholder relative alle emissioni di gas a effetto serra.

Il corso non richiede conoscenze pregresse specifiche in materia di quantificazione delle emissioni GHG.

Obiettivi del corso:

Fornire ai partecipanti le conoscenze per comprendere come misurare le emissioni di gas a effetto serra (GHG) della propria azienda, identificando le principali fonti emmissive, i dati necessari alla quantificazione e i passaggi fondamentali per avviare un percorso di Carbon Footprint di organizzazione, con riferimento alla norma ISO 14064-1 e al GHG Protocol.

Programma:

Modulo 1 – Cambiamento climatico: contesto e concetti fondamentali

- Cambiamento climatico e ruolo delle emissioni di gas a effetto serra (GHG).
- Principali gas serra e concetto di CO₂ equivalente (CO₂e).
- Le principali tappe della politica climatica internazionale e Europea
- Cos'è la Carbon Footprint di organizzazione (CCF) e cosa misura.

Modulo 2 – Come si misura la Carbon Footprint aziendale

- Le principali fasi del processo di quantificazione delle emissioni.
- Identificazione delle attività aziendali e delle principali fonti emissive.
- Raccolta dei dati necessari: consumi energetici, combustibili, trasporti, materiali acquistati e altre attività rilevanti.
- Dati di attività e fattori di emissione: principi di calcolo delle emissioni e conversione in CO₂ equivalente.
- Qualità, completezza e tracciabilità dei dati raccolti.

Modulo 3 – Principi e standard per la quantificazione delle emissioni

- Principi fondamentali della contabilità delle emissioni di gas a effetto serra.
- Panoramica dei principali riferimenti metodologici: GHG Protocol e ISO 14064-1.
- Confini organizzativi e confini di rendicontazione: come definire il perimetro della misurazione.
- Classificazione delle emissioni dirette e indirette secondo il GHG Protocol e secondo la ISO 14064-1

Modulo 4 – Dai dati ai risultati: rendicontazione e utilizzo della Carbon Footprint

- Organizzazione e aggregazione dei risultati della quantificazione.
- Come leggere e interpretare un inventario delle emissioni GHG.
- Individuazione delle principali fonti emissive a partire dai risultati.
- Possibili utilizzi della Carbon Footprint: rispondere alle richieste dei clienti, supportare la rendicontazione ambientale e monitorare nel tempo le emissioni aziendali.
- Esempio pratico

02. RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ PER LE PMI: da dove partire?

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI interessati a comprendere come affrontare la rendicontazione di sostenibilità.
- Responsabili amministrativi e finanziari coinvolti nella raccolta e nella gestione delle informazioni aziendali.
- Referenti ambiente, qualità e sostenibilità.
- Personale aziendale che deve rispondere a richieste di informazioni ESG da parte di clienti, banche e altri stakeholder.

Obiettivi del corso:

Fornire ai partecipanti una panoramica dei principali riferimenti e strumenti per la rendicontazione di sostenibilità, con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese e allo standard volontario VS. Il corso mira a far comprendere le finalità del bilancio di sostenibilità, i principali ambiti informativi da considerare e i passaggi necessari per avviare un percorso di raccolta e rendicontazione dei dati aziendali.

Programma:

Modulo 1 – Rendicontazione di sostenibilità: contesto e finalità

- Che cos'è il bilancio di sostenibilità e a cosa serve.
- Evoluzione della rendicontazione: dalla rendicontazione volontaria agli obblighi normativi.
- Panoramica del quadro europeo: CSRD, ESRS e principali sviluppi normativi.
- Perché la rendicontazione interessa anche le PMI: richieste della filiera, accesso al credito e relazioni con gli stakeholder.

Modulo 2 – Quali standard per le imprese?

- Panoramica dei principali riferimenti per la rendicontazione di sostenibilità.
- CSRD ed ESRS: finalità e destinatari, con un'introduzione al principio di doppia rilevanza.
- Lo standard VS: obiettivi, destinatari e caratteristiche.
- Struttura del VS: Modulo Base e Modulo Comprehensive.
- Come orientarsi nella scelta delle informazioni da rendicontare in funzione delle caratteristiche e delle esigenze aziendali.

Modulo 3 – Il VS nella pratica: quali informazioni raccogliere

- Le principali aree tematiche: ambiente, aspetti sociali e condotta aziendale.
- Panoramica degli indicatori e delle informazioni richieste dal Modulo Base e nel modulo Onnicomprensivo.
- Esempi di dati ambientali, consumi energetici, emissioni GHG, personale e governance.
- Ruoli aziendali coinvolti, fonti informative e organizzazione della raccolta dati.

Modulo 4 – Come avviare un percorso di rendicontazione

- Le fasi di impostazione di un percorso di rendicontazione VS.
- Individuazione dei dati disponibili e delle informazioni mancanti.
- Organizzazione delle responsabilità interne e delle fonti documentali.
- Esercitazione guidata: analisi di un caso aziendale e individuazione delle informazioni da raccogliere per avviare una rendicontazione VS.
- Possibili utilizzi del documento di rendicontazione e aggiornamento periodico delle informazioni.

03. SOSTENIBILITÀ IN AZIENDA: **Capire le sfide ambientali e sociali, riconoscere il proprio ruolo e contribuire al cambiamento.**

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- A tutto il personale aziendale, indipendentemente dal ruolo e dalla funzione.
- A dipendenti di produzione, uffici, magazzino, logistica e reparti commerciali.
- A responsabili e coordinatori che desiderano promuovere una maggiore consapevolezza sui temi della sostenibilità all'interno dei propri team.
- Alle imprese che vogliono coinvolgere attivamente i collaboratori nel proprio percorso di sostenibilità, partendo da una comprensione condivisa dei temi ambientali, sociali ed economici.

Non sono richieste conoscenze pregresse in materia di sostenibilità.

Obiettivi del corso:

Sensibilizzare il personale sui principali temi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica, favorendo la comprensione delle sfide attuali e del loro legame con le attività aziendali quotidiane. Il corso mira a stimolare la partecipazione attiva dei collaboratori, aiutandoli a riconoscere come comportamenti, decisioni e processi lavorativi possano contribuire a un modo di operare più responsabile e sostenibile.

Programma:

Modulo 1 – Sostenibilità: cosa significa davvero?

- Il concetto di sviluppo sostenibile e le sue dimensioni: ambiente, società ed economia.
- Le principali sfide globali: cambiamento climatico, consumo di risorse, inquinamento e disuguaglianze.
- Agenda 2030 e Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs): una panoramica introduttiva.
- Miti, luoghi comuni e falsi miti sulla sostenibilità.

Modulo 2 – La sostenibilità entra in azienda

- Perché la sostenibilità riguarda tutte le imprese, indipendentemente dalle dimensioni e dal settore.
- Come le attività aziendali influenzano l'ambiente e le persone.
- Esempi concreti: energia, materiali, rifiuti, acqua, mobilità, acquisti e condizioni di lavoro.
- Il ruolo delle persone nei processi aziendali e il legame tra sostenibilità, qualità ed efficienza.

Modulo 3 – Dalla consapevolezza ai comportamenti quotidiani

- Uso consapevole di energia, acqua e materiali nei diversi contesti lavorativi.
- Riduzione degli sprechi e gestione corretta delle risorse e dei rifiuti.
- Acquisti, mobilità e strumenti digitali: come riconoscere opportunità di miglioramento.
- Collaborazione, inclusione, sicurezza e benessere come dimensioni della sostenibilità sociale.
- Esempi di comportamenti efficaci e di iniziative che, pur sembrando sostenibili, possono non produrre i risultati attesi.

Modulo 4 – Diventare parte del cambiamento

- Come individuare criticità e opportunità di miglioramento nel proprio ambiente di lavoro.
- Esercitazione di gruppo: analisi di una situazione aziendale e individuazione di possibili soluzioni.
- Condivisione delle proposte e valutazione della loro applicabilità.
- Il contributo individuale e collettivo al percorso di sostenibilità dell'impresa.

04. COMUNICAZIONE AMBIENTALE: come comunicare la sostenibilità senza greenwashing

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI che desiderano comunicare le iniziative ambientali della propria azienda.
- Responsabili e addetti marketing, comunicazione e commerciale.
- Referenti ambiente e sostenibilità coinvolti nella predisposizione di contenuti e dichiarazioni ambientali.
- Responsabili di prodotto e personale coinvolto nella realizzazione di cataloghi, packaging, siti web e materiali promozionali.

Obiettivi del corso:

Fornire ai partecipanti le conoscenze di base per comprendere i principi della comunicazione ambientale e riconoscere i principali rischi di greenwashing. Il corso approfondisce il quadro normativo europeo, con particolare riferimento alla direttiva EmpCo, e illustra criteri ed esempi pratici per comunicare caratteristiche, prestazioni e impegni ambientali in modo chiaro, specifico e supportato da evidenze.

Programma:

Modulo 1 – Comunicazione ambientale: contesto e principi fondamentali

- Perché le aziende comunicano la sostenibilità ambientale.
- Destinatari e finalità della comunicazione ambientale: B2B e B2C.
- Principali strumenti e canali: siti web, packaging, cataloghi, pubblicità, social media e documentazione commerciale.
- Che cosa si intende per greenwashing e quali rischi comporta per le imprese.

Modulo 2 – Il quadro normativo: la direttiva EmpCo

- La direttiva (UE) 2024/825 e gli obiettivi di contrasto alle pratiche commerciali ingannevoli.
- Ambito di applicazione e principali novità per la comunicazione ambientale rivolta ai consumatori.
- Dichiarazioni ambientali generiche e affermazioni non adeguatamente dimostrate.
- Etichette di sostenibilità e requisiti relativi ai sistemi di certificazione.
- Dichiarazioni sulla neutralità climatica basate sulla compensazione delle emissioni.
- Esempi di messaggi e pratiche da valutare alla luce delle nuove disposizioni.

Modulo 3 – Come costruire una comunicazione ambientale credibile

- Principi guida: chiarezza, specificità, trasparenza e verificabilità.
- Come supportare le dichiarazioni ambientali con dati, documentazione ed evidenze.
- Come comunicare correttamente caratteristiche ambientali di prodotti e servizi.
- Distinguere i risultati misurati dagli obiettivi futuri e dagli impegni aziendali.
- Greenhushing: significato, motivazioni e rischi di una comunicazione eccessivamente prudente.

Modulo 4 – Dalla teoria alla pratica: analisi di casi aziendali

- Analisi di esempi di comunicazione ambientale in diversi settori.
- Individuazione di formulazioni generiche, ambigue o potenzialmente fuorvianti.
- Come rendere un messaggio ambientale più preciso e documentabile.
- Esercitazione guidata: valutazione e revisione di alcune dichiarazioni ambientali aziendali.

05. PARITÀ DI GENERE IN AZIENDA: principi, strumenti e buone pratiche per promuovere le pari opportunità sul lavoro.

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI interessati a promuovere le pari opportunità in azienda.
- Responsabili e addetti alle risorse umane e all'organizzazione del personale.
- Responsabili amministrativi e referenti aziendali coinvolti nella gestione delle persone.
- Referenti per la sostenibilità, la responsabilità sociale e i sistemi di gestione.

Obiettivi del corso:

Fornire ai partecipanti le conoscenze di base per comprendere i principi della parità di genere in ambito lavorativo e riconoscere le principali aree aziendali in cui promuovere le pari opportunità. Il corso presenta il quadro di riferimento normativo e la UNI/PdR 125:2022, illustrando le principali dimensioni di analisi, gli strumenti di monitoraggio e le buone pratiche che le imprese possono adottare per favorire un ambiente di lavoro equo e inclusivo.

Programma:

Modulo 1 – Parità di genere: contesto e principi fondamentali

- Che cosa si intende per parità di genere e pari opportunità nel contesto lavorativo.
- Disuguaglianze di genere nel lavoro: accesso alle opportunità, retribuzione, carriera e conciliazione vita-lavoro.
- Stereotipi e bias di genere: come possono influenzare decisioni e comportamenti in azienda.
- Benefici di un ambiente di lavoro equo e inclusivo per le persone e per l'organizzazione.

Modulo 2 – Il quadro di riferimento e la UNI/PdR 125:2022

- Principali riferimenti normativi in materia di parità di genere e non discriminazione.
- Introduzione alla UNI/PdR 125:2022 e al sistema di certificazione della parità di genere.
- Le sei aree di valutazione: cultura e strategia; governance; processi HR; opportunità di crescita e inclusione delle donne; equità remunerativa; tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro.
- Indicatori di prestazione (KPI) e ruolo del monitoraggio.

Modulo 3 – Come promuovere la parità di genere nei processi aziendali

- Selezione e assunzione: criteri trasparenti e prevenzione dei bias.
- Sviluppo professionale, formazione, progressione di carriera e accesso ai ruoli di responsabilità.
- Equità retributiva e criteri di riconoscimento delle competenze.
- Genitorialità, flessibilità organizzativa e conciliazione vita-lavoro.
- Prevenzione di discriminazioni, molestie e comportamenti inappropriati.
- Esempi di politiche e pratiche applicabili anche alle PMI.

Modulo 4 – Dalla consapevolezza all'azione

- Come individuare le principali aree di miglioramento nella propria organizzazione.
- Esempi di indicatori e informazioni utili per monitorare le pari opportunità.

06. DALLA SOSTENIBILITÀ ALLA STRATEGIA AZIENDALE: misurare, agire, comunicare.

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI interessati a integrare la sostenibilità nella strategia aziendale.
- Responsabili e referenti aziendali coinvolti nella pianificazione strategica e nel miglioramento dei processi.
- Responsabili e addetti alla qualità, all'ambiente e alla gestione della sostenibilità.
- Referenti per la comunicazione e il marketing interessati a valorizzare in modo credibile l'impegno aziendale.

Obiettivi del corso:

Il corso si propone di fornire le conoscenze di base per integrare la sostenibilità nella strategia aziendale, trasformandola da insieme di iniziative isolate a un percorso strutturato e coerente con gli obiettivi dell'impresa. Attraverso il metodo Misura, Agisci, Comunica (MAC), i partecipanti approfondiranno come analizzare le prestazioni aziendali, individuare le priorità di intervento, definire obiettivi e azioni concrete e comunicare in modo trasparente e credibile gli impegni e i risultati raggiunti. L'obiettivo è aiutare le imprese a sviluppare un approccio consapevole alla sostenibilità, integrandola nei processi decisionali e nella gestione quotidiana dell'attività aziendale.

Programma:

Modulo 1 — Perché la sostenibilità riguarda la strategia aziendale

- Evoluzione delle aspettative di clienti, mercato e filiera.
- Sostenibilità come elemento di gestione del rischio, innovazione ed efficienza.
- Differenza tra singole iniziative, adempimenti e strategia aziendale.
- Il ruolo della direzione e il coinvolgimento delle diverse funzioni.
- Come partire anche senza un reparto dedicato alla sostenibilità.

Modulo 2 — MISURA: conoscere la situazione di partenza

- Analisi del contesto aziendale e delle principali aspettative degli stakeholder.
- Individuazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità più rilevanti.
- Introduzione agli indicatori ambientali, sociali e di governance.
- Dati disponibili, dati mancanti e responsabilità interne nella raccolta.
- Come selezionare poche metriche significative per iniziare.
- Esempi: consumi energetici, emissioni GHG, rifiuti, salute e sicurezza, formazione e parità di genere.

Modulo 3 — AGISCI: definire priorità, obiettivi e azioni

- Come tradurre i risultati dell'analisi in priorità aziendali.
- Definizione di obiettivi misurabili e indicatori di monitoraggio.
- Individuazione delle azioni e delle risorse necessarie.
- Assegnazione di responsabilità e tempistiche.
- Monitoraggio dei risultati e revisione periodica del piano.
- Esempio di piano d'azione per una PMI manifatturiera.

Modulo 4 — COMUNICA: rendere visibili i risultati in modo credibile

- Come comunicare impegni, azioni e risultati senza confonderli.
- Differenza tra obiettivi futuri e risultati già conseguiti.
- Dati, evidenze e documentazione a supporto delle dichiarazioni.
- Rischi di greenwashing e principali attenzioni nella comunicazione ambientale.
- Introduzione alla Direttiva Empowering Consumers for the Green Transition (EmpCo) e al quadro italiano applicabile.
- Come evitare affermazioni vaghe, assolute o non dimostrate.

Modulo 5 — Laboratorio: costruire un primo percorso di sostenibilità

- Analisi di un caso aziendale.
- Individuazione di tre priorità di sostenibilità.
- Definizione di un indicatore, un obiettivo e un'azione per ciascuna priorità.
- Identificazione delle evidenze necessarie per comunicare i progressi.
- Costruzione di una prima roadmap aziendale secondo il metodo MAC

07. L'impatto ambientale dei prodotti: LCA, Carbon Footprint ed EPD.

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI interessati a comprendere e migliorare le prestazioni ambientali dei propri prodotti.
- Responsabili e addetti alla qualità, all'ambiente e alla gestione dei processi produttivi.
- Responsabili tecnici e referenti coinvolti nella progettazione e nello sviluppo dei prodotti.
- Referenti per la sostenibilità e la comunicazione ambientale.

Obiettivi del corso:

Il corso si propone di fornire le conoscenze di base per comprendere e distinguere i principali strumenti di valutazione e comunicazione degli impatti ambientali dei prodotti. Attraverso un approccio pratico, i partecipanti approfondiranno i principi della Life Cycle Assessment (LCA), della Carbon Footprint di prodotto (CFP) e delle Environmental Product Declaration (EPD), con particolare attenzione alle etichette ambientali di I, II e III tipo. L'obiettivo è aiutare le aziende a individuare gli strumenti più adatti alle proprie esigenze, interpretare correttamente le informazioni ambientali e valorizzare le prestazioni dei propri prodotti attraverso dati e dichiarazioni documentati.

Programma:

Modulo 1 — Come si valuta l'impatto ambientale di un prodotto

- Gli impatti ambientali lungo il ciclo di vita: materie prime, produzione, trasporto, utilizzo e fine vita.
- Confini del sistema: cradle-to-gate, cradle-to-grave e altri perimetri.
- Unità funzionale e unità dichiarata: perché sono importanti per i confronti.

Modulo 2 — LCA e Carbon Footprint: strumenti a confronto

- Che cos'è uno studio di Life Cycle Assessment (LCA).
- ISO 14040 e ISO 14044: principi e fasi dello studio.
- Carbon Footprint di prodotto (CFP): focus sui cambiamenti climatici e sulle emissioni di gas a effetto serra.
- ISO 14067: impostazione e requisiti principali.
- Differenze tra impronta climatica e valutazione di più categorie d'impatto.
- Dati primari, dati secondari, fattori di emissione e qualità dei dati.

Modulo 3 — EPD e dichiarazioni ambientali di prodotto

- Che cos'è una Environmental Product Declaration (EPD).
- ISO 14025, Program Operator e Product Category Rules (PCR).
- Verifica indipendente, pubblicazione e validità della dichiarazione.
- Come leggere un'EPD: indicatori, unità dichiarata, confini e risultati.

Modulo 4 — Etichette ambientali di I, II e III tipo

- Tipo I — ISO 14024
- Tipo II — ISO 14021
- Tipo III — ISO 14025
- Differenze nella metodologia, nella verifica e nel contenuto informativo.
- Come riconoscere lo strumento più adatto alle esigenze aziendali e dei clienti.

Modulo 5 — Dallo studio alla decisione aziendale

- Quando ha senso realizzare una CFP, uno studio LCA o una EPD.
- Quali dati raccogliere e quali funzioni aziendali coinvolgere.
- Come utilizzare i risultati per individuare opportunità di miglioramento del prodotto.
- Come confrontare prodotti evitando confronti impropri.
- Come utilizzare le informazioni ambientali nella relazione con clienti e committenti.

08. Acquisti sostenibili: come integrare criteri ESG nella scelta dei fornitori.

Durata: 4 ore

A chi è rivolto:

- Imprenditori e titolari di PMI interessati a integrare la sostenibilità nei processi di acquisto.
- Responsabili e addetti agli acquisti e alla gestione della catena di fornitura.
- Responsabili amministrativi e referenti aziendali coinvolti nella selezione e gestione dei fornitori.
- Referenti per la sostenibilità, la qualità e l'ambiente.

Obiettivi del corso:

Il corso si propone di fornire ai partecipanti le conoscenze di base per integrare i principi della sostenibilità nei processi di acquisto e nella gestione dei rapporti con i fornitori, in linea con gli orientamenti della ISO 20400:2017.

Attraverso un approccio pratico, i partecipanti approfondiranno come individuare gli impatti, i rischi e le opportunità associati agli acquisti, definire criteri di selezione coerenti con le priorità aziendali e valutare le prestazioni dei fornitori considerando gli aspetti ambientali, sociali ed economici lungo il ciclo di vita di beni e servizi.

Programma:

Modulo 1. Acquisti sostenibili: principi e contesto

- Definizione e principi degli acquisti sostenibili secondo la ISO 20400.
- Il ruolo degli acquisti nel perseguimento degli obiettivi di sostenibilità aziendale.
- Gli impatti ambientali, sociali ed economici lungo la catena di fornitura.
- Rischi, opportunità e responsabilità connessi alle decisioni di acquisto.

Modulo 2. Integrare la sostenibilità nella strategia di acquisto

- Allineamento degli acquisti agli obiettivi e alle priorità aziendali.
- Individuazione degli aspetti di sostenibilità rilevanti e definizione delle priorità.
- Coinvolgimento delle funzioni aziendali e dialogo con i fornitori.
- Definizione di criteri e requisiti di sostenibilità per beni e servizi.

Modulo 3. La sostenibilità nel processo di acquisto e nella gestione dei fornitori

- Integrazione dei criteri di sostenibilità nella definizione del fabbisogno e nelle specifiche di acquisto.
- Selezione e valutazione dei fornitori sulla base di requisiti ambientali, sociali ed economici.
- Analisi del ciclo di vita e considerazione dei costi complessivi di beni e servizi.
- Raccolta e valutazione delle informazioni e delle evidenze fornite dai fornitori.
- Monitoraggio delle prestazioni e miglioramento continuo del rapporto di fornitura.

CONTATTI

Per prenotare una Call conoscitiva con il team:

Benedetta – consulente
per Misurazione e Azione

Mail:
benedetta.becchi@nuuks.it

Cell: 346 4123227

Erica – consulente per
Comunicazione e Azione

Mail:
erica.balbarani@nuuks.it

Cell: 350 5815288



@www.nuuks.it



info@nuuks.it



@NUUKS



@nuuks.agency



@Nuuks

