


Creare Contenuti Responsabili e Etici

Scrivere i nuovi racconti delle organizzazioni responsabili

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.000,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.92

Grazie a questa formazione, i partecipanti acquisiranno le competenze necessarie per integrare i principi di una produzione di **contenuti responsabili, sinceri ed etici**, privi di "washing" (sia green che pink). Questo corso li aiuterà inoltre a identificare e mettere in atto le azioni e i metodi che permettono di impegnarsi rapidamente in una pratica virtuosa.

Di fronte alle sfide della transizione ecologica e alla crescente attenzione a tematiche di responsabilità sociale, le pratiche di comunicazione delle aziende devono oggi trasformarsi profondamente. Trasmettere i messaggi della CSR in modo responsabile, parsimonioso nelle risorse, rispettoso delle parti interessate e, allo stesso tempo, prefigurare nuovi scenari responsabili, sono oggi le chiavi di una comunicazione impegnata per i temi **ESG**. Quest'ultima deve allo stesso tempo dimostrare la **durabilità degli impegni** dell'organizzazione in modo sostenibile e responsabile nelle sue pratiche. Deve garantire un perfetto allineamento tra ciò che l'organizzazione comunica e promette e gli impegni che effettivamente si assume, in modo coerente e integrato a livello di comunicazioni ufficiali (campagna pubblicitaria, social media, redazione di un rapporto integrato, ecc.).

A chi è rivolto

- Responsabile Comunicazione/Marketing
- Community Manager
- Responsabile CSR
- HR Manager
- Tutti i professionisti coinvolti nella produzione di contenuti

Programma

Identificare le sfide della comunicazione responsabile

- Definire la CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)
- Integrare le sue sfide nella propria strategia
- Identificare i pilastri della comunicazione responsabile
- Evitare il "green/pink/social washing"
- Conoscere i riferimenti normativi: SA 8000, ISO 26000, Direttiva UE 2022/2464 c.d. CSRD (Corporate Responsibility Reporting Directive)

Implementare l'eco-comunicazione (o eco-editorializzazione) dei propri contenuti

- Costruire narrazioni che combinino sobrietà e creatività
- Proporre rappresentazioni che valorizzino nuovi comportamenti responsabili
- Definire i messaggi che favoriscano una rappresentazione inclusiva della società
- Focus sul linguaggio inclusivo e sul riconoscimento dei BIAS

Eco-progettare i propri supporti di comunicazione

- Integrare le buone pratiche in tutto il ciclo di vita dei propri supporti, dalla progettazione alla diffusione
- Ridurre i propri impatti e contribuire alla sobrietà editoriale
- La matrice di materialità a supporto di questo obiettivo

Socio-progettazione: la dimensione collettiva e integrata di un progetto di comunicazione responsabile

- Riconoscere il ruolo di pivot dei team di comunicazione e marketing
- Collective Ownership: come costruire la strategia in un progetto collettivo
- Creare sinergia fra le parti interessate definendo le responsabilità

Comunicare la strategia CSR

- Lanciare la strategia e stabilire la propria governance
- Gestire e misurare i propri risultati
- Comunicare ed evidenziare i riferimenti normativi e la composizione dei prodotti
- Il supporto dell'AI

PROJECT WORK - progettare e diffondere una comunicazione a forte rilevanza sostenibile



Obiettivi del corso

- Identificare le sfide della CSR e dell'etica nella produzione di contenuti
- Progettare i propri messaggi e contenuti evitando di fare washing
- Impegnare la propria organizzazione in un percorso consapevole di miglioramento



Esercitazioni

- Palestra della scrittura
- Project work sulla creazione di una comunicazione a forte impatto sociale



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 13 lug

date 18 dic