



Percorso

LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ IN BANCA

Dalla prevenzione del greenwashing alla comunicazione interna ed esterna trasparente, coerente ed efficace

19 e 20, 24 e 25 novembre 2026 • Aula virtuale



Il 24 marzo è entrato in vigore il Decreto Legislativo n.30, che recepisce la direttiva Ue 2024/825 sulla responsabilizzazione dei consumatori nella transizione verde ("Attuazione della direttiva (UE) 2024/825 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 febbraio 2024, che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione").

Il decreto introduce nel sistema giuridico italiano una disciplina più stringente per **contrastare il fenomeno del greenwashing**, e diventa operativo dal 27 settembre 2026, per consentire alle imprese di familiarizzare con le nuove norme.

La normativa costituisce un importante tassello di un percorso di attenzione del regolatore alla trasparenza; infatti, nel contesto attuale, la sostenibilità rappresenta una leva strategica sempre più centrale per il settore bancario, tuttavia, insieme alle opportunità, cresce anche la complessità della comunicazione: clienti, investitori e stakeholder richiedono **trasparenza, coerenza e credibilità**.

Il percorso è pensato per far acquisire le competenze utili a raccontare, valorizzare e promuovere le azioni mirate alla sostenibilità attraverso una corretta strategia di Green Marketing e comunicazione che eviti il greenwashing e che contribuisca a generare fiducia, valore sociale ed economico per tutti gli stakeholder.

Oltre alle conoscenze teoriche, il corso offre l'opportunità di applicare direttamente i concetti appresi attraverso attività laboratoriali.

L'iniziativa formativa si articola in 4 moduli, ognuno dei quali prevede:

- inquadramento teorico e normativo
- casi reali bancari e/o laboratori pratici (analisi, simulazioni, role play)

OBIETTIVI DEL PERCORSO

Il percorso è finalizzato a:

- Fornire una **cornice chiara e operativa sui rischi di greenwashing nel settore bancario**, con particolare attenzione ai profili reputazionali, regolamentari e di tutela del cliente.
- Integrare la sostenibilità **nei processi, nei comportamenti e nei linguaggi** delle diverse funzioni bancarie (credito, rete, ESG, HR, comunicazione, marketing).
- Rafforzare le competenze di **comunicazione della sostenibilità**, sia **interna** sia **esterna**, adattandole ai diversi contesti (istituzionale, corporate, commerciale, organizzativo).
- Supportare una **comunicazione trasparente ed equilibrata** di prodotti e servizi finanziari sostenibili, coerente con le norme e con gli standard di mercato, a tutela del cliente consumatore.
- Approfondire i risvolti operativi delle normative europee ed extra UE che disciplinano la comunicazione della sostenibilità e contrastano il greenwashing.
- Promuovere una **cultura aziendale condivisa della sostenibilità**, capace di allineare messaggi interni, comportamenti organizzativi e comunicazione esterna.



1° MODULO | 19 novembre (10.00 - 16.00)

GREENWASHING IN BANCA: RISCHI, RESPONSABILITÀ, GOVERNANCE

► Cos'è il Greenwashing nel settore finanziario

- Green claim, Greenwashing, Greenhushing, Socialwashing: comprendere il fenomeno nelle sue diverse forme
- Greenwashing volontario e involontario: dove nasce il rischio in banca
- Le conseguenze del fenomeno: impatti reputazionali, legali e commerciali

► Le recenti evoluzioni del quadro normativo in ambito greenwashing

- Direttiva UE sui Green Claims
- Le posizioni espresse dalle Autorità europee (ESMA, EBA, EIOPA)
- I richiami in ambito Tassonomia UE e SFDR

► Leve operative per una comunicazione strutturata e credibile delle iniziative ESG

- Definizione di ruoli, responsabilità e controlli tra le funzioni aziendali
- Processo di identificazione del rischio: ESG Claim Assessment
- Standard e framework: perché conoscerli è indispensabile per comunicare

LABORATORIO

Mappa dei punti di rischio di greenwashing lungo i processi bancari

2° MODULO | 20 novembre (10.00 - 16.00)

GREENWASHING: VINCOLI, METODOLOGIE E PARAMETRI TECNICI

► Metriche ambientali e loro evoluzione: conversioni energia-emissioni, logiche temporali

► Perimetri di calcolo e fattori di conversione

► Impatti di modifiche dei fattori emissivi: esempi pratici

► Approfondimenti su strumenti di misurazione: LCA, indicatori quantitativi e qualitativi

► Introduzione ai principali standard tecnici per la comunicazione ESG

LABORATORIO

- Analisi casi d'uso: variazione dei consumi e delle emissioni a seguito di cambiamenti metodologici.
- Applicazione pratica di metriche e fattori di conversione



3° MODULO | 24 novembre (10.00 - 16.00)

COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ IN BANCA: RUOLI, FUNZIONI, PROCESSI

- ▶ **Principi per una corretta pianificazione della Comunicazione di Sostenibilità**
- ▶ **Coerenza tra strategia, operatività e comunicazione**
- ▶ **Introduzione al Green Marketing e differenze dal Marketing convenzionale?**
- ▶ **Linguaggi della sostenibilità: interno vs esterno**
- ▶ **Reputazione, fiducia e credibilità**

- ▶ **Approfondimenti focalizzati sulle diverse aree tematiche:**
 - Crediti e Finanziamenti: integrazione ESG nelle richieste di finanziamento; questionari ESG.
 - ESG / Sostenibilità: coerenza prassi operative, reporting e comunicazione; qualità dati ESG.
 - HR, Comunicazione, Marketing: sostenibilità come valore organizzativo; comunicazione interna; coinvolgimento persone; dialogo con stakeholder esterni

LABORATORIO PER AREE TEMATICHE

- Valutazione ESG, simulazione istruttoria, revisione questionari.
- Costruzione della Sustainable Wheel: fotografia stato ESG, punti di forza e aree da potenziare.
- Progettazione messaggi interni coerenti con la strategia ESG Value Creation

4° MODULO | 25 novembre (10.00 - 16.00)

GREENWASHING: RICONOSCERLO PER EVITARLO

- ▶ **Analisi casi reali: dalla narrazione alla verità; indicatori di rischio comunicativo.**
- ▶ **Come evitare greenwashing: linee guida, regolamenti, check-list operative.**
- ▶ **Utilizzo di strumenti digitali e IA per migliorare la comunicazione ESG.**
- ▶ **Esempi di corretta comunicazione per il bilancio di sostenibilità.**
- ▶ **Preparazione laboratorio conclusivo**

LABORATORIO FINALE

- **Check-up preventivo della comunicazione di sostenibilità:** chiarezza del messaggio, coerenza, canali di comunicazione, trasparenza informazioni, allineamento agli obiettivi.
- Obiettivo: strumenti pratici per ottimizzare la comunicazione e garantire impatto coerente e positivo