



Percorso

LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ IN BANCA

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

15, 16, 22, 23 e 24 giugno 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 di realtà aziendali appartenenti a diversi settori economici, 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 i moduli laboratoriali online. Attraverso il workshop progettuale in presenza sarà possibile esercitarsi nell'ideazione di una Green Strategy per un caso aziendale a scelta. Questo ulteriore progetto pratico permetterà di mettere in campo conoscenze e le competenze acquisite nel corso e di sviluppare una proposta concreta.

L'iniziativa formativa si articola in 5 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 (CSRD, CSDDD, Green Claims, Empowering Consumers).
- Promuovere una **cultura aziendale condivisa della sostenibilità**, capace di allineare messaggi interni, comportamenti organizzativi e comunicazione esterna.



1° MODULO | 15 giugno (10.00 - 16.00)

GREENWASHING IN BANCA: RISCHI, RESPONSABILITÀ, GOVERNANCE

- Evoluzioni normative
- Cos'è il greenwashing nel settore finanziario: definizioni, evoluzione, casi reali
- ESG, finanza sostenibile, finanza etica e d'impatto: differenze e ambiguità
- Tassonomia UE e SFDR: implicazioni operative per le banche
- Greenwashing intenzionale e non intenzionale: dove nasce il rischio in banca
- Impatti reputazionali, legali e commerciali
- Il ruolo delle Autorità europee (ESMA, EBA, EIOPA)
- Green claims: cosa è consentito, cosa è rischioso, cosa è vietato
- Greenwashing e socialwashing.
- Il greenwashing come problema organizzativo e culturale, non solo comunicativo

🔍 LABORATORIO

- Mappa dei punti di rischio di greenwashing lungo i processi bancari (prodotto, credito, comunicazione, HR, reporting)

2° MODULO | 16 giugno (10.00 - 16.00)

GREENWASHING: VINCOLI, METODOLOGIE E PARAMETRI TECNICI

- Greenwashing: non solo frode, ma anche rischio metodologico
- Le diverse forme di greenwashing
- Greenwashing consapevole e colpevole: comunicazioni volutamente fuorvianti.
- Greenwashing involontario derivato da cambiamenti metodologici, evoluzione degli standard, complessità tecnica dei dati ambientali.
- L'instabilità delle metodologie come fattore critico di comunicazione
- Standard e framework: perché conoscerli è indispensabile per comunicare
- Il ruolo dei principali standard
- Emissioni dirette e indirette: un terreno ad alta complessità

▶ Casi d'uso

- Le metriche ambientali *non sono statiche*:
 - fattori di conversione (es. energia > emissioni),
 - perimetri di calcolo,
 - logiche temporali di contabilizzazione

▶ Esempio pratico

- riduzione dei kWh consumati,
- aumento delle emissioni a seguito del cambiamento dei fattori emissivi.



3° MODULO | 22 giugno (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
- Cos'è il Green Marketing
- Che cos'è il Green Marketing e in cosa differisce dal Marketing convenzionale?
- Dalla Strategia al Green Marketing
- Linguaggi della sostenibilità: cosa cambia tra interno ed esterno
- Reputazione, fiducia e credibilità nel tempo


► 3A – Focus on: Area Crediti e Finanziamenti

- Integrazione dei fattori ESG nelle richieste di finanziamento
- Questionari ESG: differenza tra rating, score e narrazione

 **LABORATORIO** | valutazione ESG, simulazione istruttoria, revisione di un questionario

► 3B - Focus on: Funzione ESG / Sostenibilità

- Coerenza tra prassi operative, reporting e comunicazione
- Qualità dei dati ESG e loro traduzione comunicativa

 **LABORATORIO** | Costruzione della Sustainable Wheel per costruire un linguaggio condiviso e partire da una fotografia iniziale dello stato ESG. Punti di forza e aree da potenziare: quali priorità, ambizioni e leve interne da attivare

► 3C - Focus on: HR, Comunicazione, Marketing

- La sostenibilità come valore organizzativo
- Comunicazione interna come leva di cambiamento culturale
- Coinvolgimento delle persone e formazione continua
- Dialogo con stakeholder esterni

 **LABORATORIO** | progettazione di messaggi interni coerenti con la strategia ESG Value Creation: dal valore alla comunicazione, come comunicare in modo coerente l'impatto ESG, e come collegare le ambizioni strategiche con proposte concrete, soluzioni e creazione di valore ESG tangibile



4° MODULO | 23 giugno (10.00 - 16.00)

GREENWASHING: RICONOSCERLO PER EVITARLO

- Analisi di casi
- Dalla narrazione alla verità: indicatori di rischio comunicativo
- Come evitarlo: linee guida, regolamenti, check-list
- Utilizzo dell'IA contro il greenwashing

LABORATORIO | CHECK-UP PREVENTIVO DELLA COMUNICAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

Il laboratorio prevede **analisi di campagne** su aspetti come chiarezza del messaggio, coerenza, canali di comunicazione, trasparenza delle informazioni e allineamento agli obiettivi. L'obiettivo è fornire gli strumenti per ottimizzare la comunicazione e garantire un impatto positivo e coerente

5° MODULO | 24 giugno (10.00 - 16.00)

IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

- Esempi di corretta comunicazione per il bilancio di sostenibilità

WORKSHOP CONCLUSIVO