

1) www.citylifemagazine.net - 2/3/2016

The screenshot shows the homepage of City Life Magazine. At the top, there is a navigation menu with buttons for HOME, CHI SIAMO, NEWS, ARCHIVIO, EVENTI, TEMI, and CONTATTI. Below this is a secondary navigation bar with categories: SMART CITY, SMART GRID, MOBILITÀ, EFFICIENZA, ENERGIA, and a SEARCH box. The main content area features an article titled 'DIALOGHI SOPRA LA SOSTENIBILITA'' dated 'marzo 2, 2016' by 'Andrea Calatroni'. The article includes a photo of a panel discussion on a stage. To the right of the article is a sidebar with a 'TEMI' section listing categories like SMART CITY, SMART GRID, MOBILITÀ, EFFICIENZA, and ENERGIA, and an 'ULTIMA PUBBLICAZIONE' section showing a 'CITY LIFE' logo.

I cookie ci aiutano a fornire i nostri servizi. Utilizzando tali servizi, accetti l'utilizzo dei cookie da parte nostra. [Accetto](#) [Leggi di più](#)

DIALOGHI SOPRA LA SOSTENIBILITA'

A Milano, presso Palazzo Bovara, sede Asseprim/Unione del Commercio, si è svolta ieri la seconda tappa del road show Dialoghi sopra la sostenibilità, si è discusso di sostenibilità come approccio e come valore aggiunto, allo sviluppo economico e urbano. I lavori sono stati aperti da Alberto Salsi che, in qualità di Consigliere Asseprim e Vice Presidente Argis. Si sono poi avvicendati Sara Brandimarti (Product Manager CSR Europe TÜV), Filippo Maria Bocchi (Direttore CSR Hera Ambiente) e Laura Marchini (Corporate affairs manager Carlsberg Italia).

L'evento è stato patrocinato da Unicom (Unione Nazionale delle Imprese di comunicazione) che riconosce nella sostenibilità uno dei valori guida e un tema su cui si focalizzeranno attenzione ed energie da parte degli addetti ai lavori nei prossimi anni. Ribadisce Alessandro Ubertis – Presidente neo eletto dell'Associazione – è compito di noi comunicatori supportare attività di disseminazione, raccolta del consenso ed informazione che un approccio alla sostenibilità rende indispensabili". Il road show che vedrà nel prossimo futuro altrettante puntate nel Centro e Sud Italia nasce dal desiderio e dall'obiettivo di Maria Grazia Persico e Federico Rossi, coautori del manuale "Comunicare la sostenibilità: comunicare il nuovo paradigma per un vantaggio competitivo", di diffondere e divulgare una corretta cultura del tema sostenibilità.

In tal senso, il manuale Comunicare la sostenibilità spiega in modo inequivocabile quanto la sostenibilità e la comunicazione ambientale rappresentino una leva strategica e un'opportunità competitiva per le aziende, che riconoscono la crescente rilevanza dell'ambiente tra i temi che devono tenere in considerazione nelle relazioni con i propri stakeholder e nelle proprie strategie di comunicazione. È proprio sui contenuti della comunicazione, infatti, che si gioca la partita della credibilità. Il manuale mette in risalto proprio come la sostenibilità, nelle sue componenti ambientali ed economico-sociali, va comunicata in maniera forte e responsabile.

2) www.alternativasostenibile.it - 26/1/2016

The screenshot shows the homepage of **ALTERNATIVASOSTENIBILE.IT**. At the top, there's a navigation bar with 'CONSULENZAAMBIENTALE.COM' and 'ALTERNATIVASOSTENIBILE.shirt'. Below it is a search bar and a banner for 'Otranto-Hotel La Punta' starting at €56. The main navigation menu includes: HOME, CHI SIAMO, FORMAZIONE, CONTATTI, PARTNERS, MAPPA SITO, YouTube, facebook, twitter. A secondary menu lists: NOTIZIE, EVENTI, CORSI E SEMINARI, TESTI UTILI, SPECIALI, FINANZA AGEVOLATA, NORMATIVA, AZIENDE, LAVORO. The main heading is 'Alternativa Sostenibile: Ambiente'. On the left, 'Servizi di Consulenza' lists: Ambiente, Acquisti Verdi, Cultura, Edilizia Sostenibile, Enogastronomia, Energia, Mobilità, Turismo Sostenibile. The central content features a book announcement: '26 Gennaio 2016 - 19:01' for 'Comunicare la sostenibilità', with a road show presentation in February and March. On the right, there are buttons for 'Collabora con noi' and 'Iscrizione Newsletter', and a vertical banner for 'MP POLITECNICO DI MILANO GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS INTERNATIONAL MBA & MASTER'.

“Solo chi sarà realmente sostenibile eserà in grado di comunicarlo in modo chiaro, trasparente e puntuale, sopravviverà”.

È questo il filo conduttore del libro “Comunicare la sostenibilità” scritto da Maria Grazia Persico e Federico Rossi per FrancoAngeli. Il manuale, frutto di un’esperienza più che decennale di entrambi gli autori nel settore della comunicazione e della sostenibilità, verrà presentato nel corso di un road show che vedrà le sue tappe nelle città di Venezia e Milano, che assumerà la veste di convegno tematico dal titolo “Dialoghi sopra la sostenibilità”.

Comunicare la sostenibilità spiega in modo inequivocabile quanto la sostenibilità e la comunicazione ambientale rappresentino una leva strategica e un’opportunità competitiva per le aziende, che riconoscono la crescente rilevanza dell’ambiente tra i temi che devono tenere in considerazione nelle relazioni con i propri stakeholder e nelle proprie strategie di comunicazione.

È proprio sui contenuti della comunicazione, infatti, che si gioca la partita della credibilità. Il manuale mette in risalto proprio come la sostenibilità, nelle sue componenti ambientali ed economico-sociali, va comunicata in maniera forte e responsabile.

Solo una comunicazione obiettiva e trasparente, basata su fatti documentabili, risulta realmente efficace nel lungo periodo. Ed è per questo motivo che il riconoscimento dell'importanza della comunicazione ambientale si è tradotto anche nell'emanazione di norme internazionali.

“Con questo testo – sostiene Maria Grazia Persico – ci siamo posti l'obiettivo di fare cultura e chiarezza in un mondo caratterizzato da mode del momento e intuizioni vestite talvolta di falsa professionalità. Ritengo che solo avendo analizzato e/o accompagnato aziende nel difficile e articolato processo che porta all'essere sostenibili si possa fornire al lettore un valido contributo informativo e di conoscenza oltre a presentare proiezioni future di possibili sbocchi e sviluppi di mercato resi possibili da norme nazionali e internazionali vincolanti in materia”.

“La sostenibilità – analizza Federico Rossi - rappresenta per le aziende un vero e proprio cambio di paradigma che presuppone inizialmente una profonda revisione dei processi e dei prodotti e successivamente una corretta strategia di comunicazione. Una comunicazione che differisce per molti aspetti dalla tradizionale comunicazione commerciale. La sostenibilità cambierà le regole della competizione e le aziende saranno chiamate a un repentino cambiamento per non restare tagliate fuori. Per questo per promuovere il nostro libro abbiamo optato non per una serie di eventi di presentazione ma per un vero e proprio road show di divulgazione, informazione e confronto di esperienze aziendali”.

Gli autori del libro:

Maria Grazia Persico

Milanese, classe 1968, laureata in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi, ha all'attivo vent'anni di esperienza nel settore della comunicazione. Ha iniziato la sua carriera nelle relazioni pubbliche di Associazioni di Categoria e Amministrazioni locali. Dal 2002 è alla guida di MGP&Partners, società di consulenza nel campo della comunicazione e delle relazioni istituzionali. Giornalista pubblicista, dal 2013 è Direttore Editoriale del magazine online Nonsoloambiente.it. È membro del Consiglio Direttivo di Unicom, di Ferpi Sociale, di CSR Manager Network e Vice Presidente del Chiostro per la trasparenza delle lobby.

Federico Rossi

Veneziano, classe 1972, consulente aziendale, socio fondatore di Sintesi Comunicazione, società di consulenza operante nel campo del marketing e della comunicazione. Vanta una pluriennale esperienza nel mondo dell'associazionismo imprenditoriale (Confindustria e Unicom). Docente e speaker in numerosi corsi di formazione e convegni nell'ambito del marketing e della comunicazione è anche consulente per la comunicazione di sostenibilità del web magazine nonsoloambiente.it. Ideatore del progetto Sintesi Sostenibile basato su un'innovativa sinergia tra valutazione tecnico-scientifica della sostenibilità e comunicazione ambientale.

3) www.eco-sostenibile.blogspot.it - 26/1/2016

ECO-SOSTENIBILE

CORRIERE DEL WEB 

DECLINATA A 360° GRADI: AMBIENTE, ENERGIA, MOBILITÀ, TURISMO, BIODIVERSITÀ E URBANISTICA, INNOVAZIONE E SVILUPPO, PRODUZIONE E CONSUMI, INIZIATIVE, PROGETTI, STUDI, RAPPORTI, CONVEGNI, MOSTRE, FIERE, EVENTI, PER UN MONDO A MISURA DEL PIANETA TERRA.

NEWS NETWORK DEL CORRIEREDELWEB.IT

Home [Corriere del Web](#) [it](#) [Tutto Fiere](#) [Tutto Mostre](#) [Tutto Formazione](#) [Tutto Teatro](#) [Tutto Donna](#) [Marketing & Comunicazione](#) [Tutto Salute](#)

[Milano](#) [Notizie](#) [Il Comunicato](#) [Stampa](#) [Tutto Poesia](#) [Tutto ICT](#) [Tutto Fotografie](#) [Tutto Turismo](#) [Tutto Arredamento](#) [Tutto Normativa](#) [Oggi Arte](#) [Tutto Disco](#)

Publicizzati con Google
Con Google AdWords è facile iniziare subito con un credito di €75

[Eco & Tutti](#) [Eco Green](#) [Green Day](#) [Insurance](#) [Eco Eventi](#)

CORRIERE DEL WEB 



Venerdì 19 febbraio - ore 16
presso il Campus scientifico Ca' Foscari, via Torino 155 - Mestre

Martedì 1 marzo - ore 17:30
presso Asseprim/Unione del Commercio - Palazzo Bovara, Corso Venezia 51 - Milano

"Solo chi sarà realmente sostenibile e sarà in grado di comunicarlo in modo chiaro, trasparente e puntuale, sopravviverà".

È questo il filo conduttore del libro "Comunicare la sostenibilità" scritto da Maria Grazia Persico e Federico Rossi per FrancoAngeli. Il manuale, frutto di un'esperienza più che decennale di entrambi gli autori nel settore della comunicazione e della sostenibilità, verrà presentato nel corso di un road show che vedrà le sue tappe nelle città di Venezia e Milano, che assumerà la veste di convegno tematico dal titolo "Dialoghi sopra la sostenibilità".

Comunicare la sostenibilità spiega in modo inequivocabile quanto la sostenibilità e la comunicazione ambientale rappresentino una leva strategica e un'opportunità competitiva per le aziende, che riconoscono la crescente rilevanza dell'ambiente tra i temi che devono tenere in considerazione nelle relazioni con i propri stakeholder e nelle proprie strategie di comunicazione.

È proprio sui contenuti della comunicazione, infatti, che si gioca la partita della credibilità. Il manuale mette in risalto proprio come la sostenibilità, nelle sue componenti ambientali ed economico-sociali, va comunicata in maniera forte e responsabile.

Solo una comunicazione obiettiva e trasparente, basata su fatti documentabili, risulta realmente efficace nel lungo periodo. Ed è per questo motivo che il riconoscimento dell'importanza della comunicazione ambientale si è tradotto anche nell'emanazione di norme internazionali.

"Con questo testo – sostiene Maria Grazia Persico – ci siamo posti l'obiettivo di fare cultura e chiarezza in un mondo caratterizzato da mode del momento e intuizioni vestite talvolta di falsa professionalità. Ritengo che solo avendo analizzato e/o accompagnato aziende nel difficile e articolato processo che porta all'essere sostenibili si possa fornire al lettore un valido contributo informativo e di conoscenza oltre a presentare proiezioni future di possibili sbocchi e sviluppi di mercato resi possibili da norme nazionali e internazionali vincolanti in materia".

"La sostenibilità – analizza Federico Rossi - rappresenta per le aziende un vero e proprio cambio di paradigma che presuppone inizialmente una profonda revisione dei processi e dei prodotti e successivamente una corretta strategia di comunicazione. Una comunicazione che differisce per molti aspetti dalla tradizionale comunicazione commerciale.

La sostenibilità cambierà le regole della competizione e le aziende saranno chiamate a un repentino cambiamento per non restare tagliate fuori.

Per questo per promuovere il nostro libro abbiamo optato non per una serie di eventi di presentazione ma per un vero e proprio road show di divulgazione, informazione e confronto di esperienze aziendali".

Gli autori del libro

Maria Grazia Persico

Milanese, classe 1968, laureata in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi, ha all'attivo vent'anni di esperienza nel settore della comunicazione. Ha iniziato la sua carriera nelle relazioni pubbliche di Associazioni di Categoria e Amministrazioni locali. Dal 2002 è alla guida di MGP&Partners, società di consulenza nel campo della comunicazione e delle relazioni istituzionali. Giornalista pubblicista, dal 2013 è Direttore Editoriale del magazine online Nonsoloambiente.it. È membro del Consiglio Direttivo di Unicom, di Ferpi Sociale, di CSR Manager Network e Vice Presidente del Chiostro per la trasparenza delle lobby.

Federico Rossi

Veneziano, classe 1972, consulente aziendale, socio fondatore di Sintesi Comunicazione, società di consulenza operante nel campo del marketing e della comunicazione. Vanta una pluriennale esperienza nel mondo dell'associazionismo imprenditoriale (Confindustria e Unicom). Docente e speaker in numerosi corsi di formazione e convegni nell'ambito del marketing e della comunicazione è anche consulente per la comunicazione di sostenibilità del web magazine nonsoloambiente.it. Ideatore del progetto Sintesi Sostenibile basato su un'innovativa sinergia tra valutazione tecnico-scientifica della sostenibilità e comunicazione ambientale.

4) www.dmcmagazine.it - 4/3/2016

cerca nel sito...

Direct Marketing
Marketing
Comunicazione d'impresa

dmc
MAGAZINE.it

Il punto di riferimento
per chi si interessa di
marketing e
comunicazione

► [Clicca qui per sfogliare l'ultimo numero della rivista](#)

Direttore Ugo Canonici

Fatti trovare con
la pubblicità di Google

Inizia Ora

Con un credito di €75

Google AdWords

DIALOGHI SOPRA LA SOSTENIBILITÀ

Categoria: [Comunicati](#)

Publicato Venerdì, 04 Marzo 2016 10:35

Scritto da [uff. stampa](#)

Visite: 76

di Angela Valentino

Si è svolto a Milano, presso Palazzo Bovara, sede Asseprim/Unione del Commercio, la seconda tappa del road show Dialoghi sopra la sostenibilità, dove – alla presenza di primari esponenti del contesto pubblico e privato - si è discusso di sostenibilità come approccio e come valore aggiunto.

I lavori sono stati aperti da Alberto Salsi che, in qualità di Consigliere Asseprim e Vice Presidente Argis, ha sottolineato come "Asseprim cerca di diffondere da tempo la cultura della Sostenibilità e della Responsabilità Sociale d'Impresa come vantaggio competitivo. Su questa tematica la strada da fare è ancora molta ma, con questo testo, la road map è ora più chiara"

*Molti nostri soci – ribadisce Umberto Bellini, Presidente Asseprim - i più innovativi, hanno già capito che seguire pratiche eco-sostenibili non significa solo essere responsabili nei confronti dell'ambiente, ma si traduce in un aumento dei profitti e in un miglioramento del business. Abbiamo

Per realizzare
indimenticabili eventi
sulla costa di Portofino

EXCELSIOR PALACE
HOTEL
a Rapallo

amazon.it

Si è svolto a Milano, presso Palazzo Bovara, sede Asseprim/Unione del Commercio, la seconda tappa del road show Dialoghi sopra la sostenibilità, dove – alla presenza di primari esponenti del contesto pubblico e privato - si è discusso di sostenibilità come approccio e come valore aggiunto.

I lavori sono stati aperti da Alberto Salsi che, in qualità di Consigliere Asseprim e Vice Presidente Argis, ha sottolineato come "Asseprim cerca di diffondere da tempo la cultura della Sostenibilità e della Responsabilità Sociale d'Impresa come vantaggio competitivo. Su questa tematica la strada da fare è ancora molta ma, con questo testo, la road map è ora più chiara"

"Molti nostri soci – ribadisce Umberto Bellini, Presidente Asseprim - i più innovativi, hanno già capito che seguire pratiche eco-sostenibili non significa solo essere responsabili nei confronti dell'ambiente, ma si traduce in un aumento dei profitti e in un miglioramento del business. Abbiamo creduto in questa iniziativa perché riteniamo fondamentale il dialogo ed il confronto tra imprese e tra associazioni per diffondere la conoscenza e la consapevolezza nei confronti di una tematica tanto importante e socialmente utile. Agire in maniera green non è più un salto nel vuoto, ma un passo verso un futuro ecosostenibile e profittevole."

Si sono poi avvicinati, in una Tavola Rotonda di grande impatto i contributi di Sara Brandimarti, Product Manager CSR Europe TUV che ha fornito un overview legislativo nazionale ed internazionale sul tema seguito dalle expertise di referenti aziendali come Filippo Maria Bocchi, Direttore CSR Hera Ambiente e Laura Marchini, Corporate affairs manager Carlsberg Italia.

Simona Mesciulam, Direttore marketing Generale Conserve – ha evidenziato come in General Conserve (ndr. Nel testo inserito con la best practice Asdomar) i capisaldi sono: il dialogo con la grande varietà di stakeholder per venire incontro il più possibile alle loro esigenze, la ricerca del miglioramento costante in termini di qualità di prodotto e servizio, un approccio di business sostenibile che garantisce una gestione dell'approvvigionamento della risorsa ittica in ottica di sviluppo continuativo e la salvaguardia del potere d'acquisto dei consumatori e dei lavoratori, attraverso la "localizzazione" della produzione. Per questo abbiamo deciso di comunicare con trasparenza le nostre attività e sensibilizzare i consumatori sull'impegno dell'azienda.

Per Laura Marchini, Corporate Affairs Manager di Carlsberg: "La sostenibilità deve smettere di essere un gergo per iniziati e deve essere sempre più in grado di acquistare rilevanza per i cittadini ed i consumatori. La via è trovare modalità di comunicazione semplici (ma non semplicistiche) che però garantiscano correttezza e trasparenza. L'impegno di Carlsberg Italia va in questa direzione: combattere l'insostenibile peso della comunicazione della sostenibilità"

"Negli ultimi anni è cresciuta la consapevolezza che i sistemi di produzione e gli stili di consumo influenzano l'ambiente in cui viviamo, il clima e il futuro del pianeta" sostiene Lorenzo Nannariello, Environmental Manager Tetra Pak. La promessa di Tetra Pak®, racchiusa nel motto "Protegge la bontà" rappresenta anche questo: protezione dei prodotti e dei consumatori, coniugando responsabilità sociale e rispetto dell'ambiente. Il nostro impegno per la sostenibilità rappresenta un'autentica strategia; perseguiamo costantemente l'innovazione, fondamentale per la crescita, ed il continuo miglioramento dell'efficienza dei processi, riducendo al contempo l'impatto ambientale delle nostre soluzioni di confezionamento. Stiamo ottenendo risultati importanti nella diffusione di confezioni certificate FSC®, nell'utilizzo di polimeri da fonte vegetale, nella riduzione dell'impatto sul clima, nell'incremento della raccolta differenziata e riciclo delle nostre confezioni. In questo modo intendiamo contribuire ad uno sviluppo sostenibile fornendo ai nostri clienti prodotti e servizi che abbiano un concreto valore aggiunto, con soluzioni di confezionamento capaci di fare la differenza a livello di efficienza, funzionalità ed elevato profilo ambientale.

L'evento è stato patrocinato da Unicom (Unione Nazionale delle Imprese di comunicazione) che riconosce nella sostenibilità uno dei valori guida e un tema su cui si focalizzeranno attenzione ed energie da parte degli addetti ai lavori nei prossimi anni. Ribadisce Alessandro Ubertis – Presidente neoeletto dell'Associazione – "E' compito di noi comunicatori supportare attività di disseminazione, raccolta del consenso ed informazione che un approccio alla sostenibilità rende indispensabili"

Il road show che vedrà nel prossimo futuro altrettante puntate nel Centro e Sud Italia nasce dal desiderio e dall'obiettivo di Maria Grazia Persico e Federico Rossi – coautori del manuale "Comunicare la sostenibilità: comunicare il nuovo paradigma per un vantaggio competitivo", uscito a febbraio 2016 su territorio nazionale, di diffondere e divulgare una corretta cultura del tema sostenibilità.

In tal senso, il manuale Comunicare la sostenibilità spiega in modo inequivocabile quanto la sostenibilità e la comunicazione ambientale rappresentino una leva strategica e un'opportunità competitiva per le aziende, che riconoscono la crescente rilevanza dell'ambiente tra i temi che devono tenere in considerazione nelle relazioni con i propri stakeholder e nelle proprie strategie di comunicazione. È proprio sui contenuti della comunicazione, infatti, che si gioca la partita della credibilità. Il manuale mette in risalto proprio come la sostenibilità, nelle sue componenti ambientali ed economico-sociali, va comunicata in maniera forte e responsabile. Solo una comunicazione obiettiva e trasparente, basata su fatti documentabili, risulta realmente efficace nel lungo periodo. Ed è per questo motivo che il riconoscimento

dell'importanza della comunicazione ambientale si è tradotto anche nell'emanazione di norme internazionali.

I commenti degli autori

"Con questo testo – sostiene Maria Grazia Persico – ci siamo posti l'obiettivo di fare cultura e chiarezza in un mondo caratterizzato da mode del momento e intuizioni vestite talvolta di falsa professionalità. Ritengo che solo avendo analizzato e/o accompagnato aziende nel difficile e articolato processo che porta all'essere sostenibili si possa fornire al lettore un valido contributo informativo e di conoscenza oltre a presentare proiezioni future di possibili sbocchi e sviluppi di mercato resi possibili da norme nazionali e internazionali vincolanti in materia."

"La sostenibilità – analizza Federico Rossi - rappresenta per le aziende un vero e proprio cambio di paradigma che presuppone inizialmente una profonda revisione dei processi e dei prodotti e successivamente una corretta strategia di comunicazione. Una comunicazione che differisce per molti aspetti dalla tradizionale comunicazione commerciale. La sostenibilità cambierà le regole della competizione e le aziende saranno chiamate a un repentino cambiamento per non restare tagliate fuori. Per questo per promuovere il nostro libro abbiamo optato non per una serie di eventi di presentazione ma per un vero e proprio road show di divulgazione, informazione e confronto di esperienze aziendali".



Roadshow a Milano per la presentazione del libro "Comunicare la sostenibilità"

28/01/2016 / in Uncategorized / by MGPadmin

Il 1° Marzo, Milano ha ospitato la tappa milanese in occasione dell'uscita del libro "Comunicare la sostenibilità" di Maria Grazia Persico e Federico Rossi, edito da Franco Angeli.

La presentazione dell'evento si è tenuta presso Asseprim/Unione del Commercio in Palazzo Bovara per la tappa milanese del Road show di presentazione.

L'evento ha avuto inizio alle 17:30, con i saluti istituzionali introdotti da Alberto Salsi (Consigliere Asseprim); successivamente, Sara Brandimarti, Product Manager CSR Europe ha preso in analisi lo stato dell'arte delle normative in ambito di sostenibilità.

Ampio spazio dedicato alla tavola rotonda, in cui le aziende hanno avuto modo di prendere parola: Filippo Maria Bocchi per Hera Ambiente, Laura Marchini per Carlsberg e Simona Mesciulam per Generale Conserve.

L'evento è organizzato da Asseprim, Mgp&Partners e Sintesi Comunicazione ed è patrocinato da Unicom - Unione Nazionale Imprese di Comunicazione.

Ultime News

-  8° Rapporto Annuale sul sistema di ritiro e trattamento dei Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE)
09/03/2016 - 06:34
-  Dialoghi sopra la sostenibilità: Roadshow del libro "Comunicare la sostenibilità"
22/02/2016 - 11:08
-  Roadshow a Milano per la presentazione del libro "Comunicare la sostenibilità"
28/01/2016 - 14:40
-  Comunicare la sostenibilità: il libro di Maria Grazia Persico
27/01/2016 - 12:29

6) www.e-gazette.it - 1/3/2016

e-gazette.it
Notiziario ambiente energia on-line dal 1999

Visitaci anche su:

albo notanda lapillo

DIALOGHI SOPRA LA SOSTENIBILITÀ

MILANO 01/03/2016 - 17:30

Asseprim, MGP Comunicazione e Sintesi comunicazione invitano al road show di presentazione del libro "Comunicare la sostenibilità". L'appuntamento è per martedì 1° marzo alle 17.30 presso Palazzo Bovara (Corso Venezia, 51). Partecipazione gratuita, richiesta l'iscrizione.
Info: savethedate.sintesisostenibile.it/

- PRIMA PAGINA
- ECOLOGIA
- ENERGIA
- ELETTRICITÀ
- RINNOVABILI
- UTILITIES
- EFFICIENZA ENERGETICA
- IMBALLAGGI
- TECNOLOGIA
- ALBO NOTANDA LAPILLO
- APPROFONDIMENTI
- CHI SIAMO
- TAGS

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

PER ISCRIVERSI ALLA NEWSLETTER SETTIMANALE GRATUITA UTILIZZARE IL **FORM CONTATTI** IN

Nuova edizione - del 1 gennaio 1970

Dialoghi sopra la sostenibilità

Dove: Milano, Palazzo Bovara – Corso Venezia 51

Quando: 1 marzo 2016

Road show di presentazione del libro "Comunicare la sostenibilità". Il manuale mette in risalto come la sostenibilità, nelle sue componenti ambientali ed economico-sociali, va comunicata in maniera forte e responsabile. Solo una comunicazione obiettiva e trasparente, basata su fatti documentabili, risulta realmente efficace nel lungo periodo. Ed è per questo motivo che il riconoscimento dell'importanza della comunicazione ambientale si è tradotto anche nell'emanazione di norme internazionali.



[Iscriviti a Comunicatori e Comunicazione »](#)

[Contatti »](#)
[per migliorare »](#)

Ricerche

Parola Chiave

Categoria

- Tutte -

[<< Indice](#)

Le ultime uscite

[04.04.2016] - N° 167 »
[28.03.2016] - N° 166 »
[21.03.2016] - N° 165 »
[14.03.2016] - N° 164 »
[07.03.2016] - N° 163 »
[29.02.2016] - N° 162 »

8) www.nonsoloambiente.it - 21/3/2016

The screenshot shows the homepage of the website 'non solo ambiente.it'. The header features the site's logo and a navigation menu with categories like 'CHI SIAMO', 'SERVIZI', 'EXPO 2015', 'AMBIENTE', 'RINNOVABILI', 'RIFIUTI', 'SOSTENIBILITÀ', 'SMART CITY', 'COMUNICAZIONE', and 'EVENTI GREEN'. Below the header is a search bar and a navigation bar with links for 'AMBIENTE', 'SOSTENIBILITÀ', 'RINNOVABILI', 'CLIMA', and 'INTERVISTE'. The main article is titled 'Milano: seconda tappa del Roadshow "Comunicare la sostenibilità"' and is dated March 21, 2016, written by Federico Rossi. The article features a large image of a presentation slide for 'Asseprim Palazzo Bovara - Milano martedì, 1 marzo 2016' with the hashtag #comunicaresostenibile. To the right of the article is a sidebar with 'ALTRI ARTICOLI' and 'CATEGORIE'.

Si sono tenute venerdì 19 febbraio e martedì 1 marzo le prime due tappe di “Dialoghi sopra la sostenibilità”, il road show di presentazione del libro *Comunicare la sostenibilità* scritto da Maria Grazia Persico e Federico Rossi ed edito da Franco Angeli.

Le sale storiche dell’Unione del Commercio a Palazzo Bovara a Milano hanno fatto da cornice a un format che prima di tutto vuole essere momento di informazione, divulgazione e confronto su un tema che sta rappresentando un cambio radicale del modo di fare business delle imprese.

La tappa milanese è stata introdotta dall’overview sullo stato dell’arte delle normative sostenibili da Sara Brandimarti (TÜV Italia), focalizzandosi sulle case history aziendali prese in considerazione e accuratamente selezionate, in modo da poter rappresentare uno spaccato significativo del panorama aziendale italiano in termini di dimensione e di settore merceologico.

L’intento degli autori e organizzatori del Roadshow di *Comunicare la sostenibilità* è chiaro: dimostrare come il corretto approccio alla sostenibilità non è appannaggio di certi settori o delle aziende più grandi ma debba tagliare in modo trasversale tutto il tessuto economico coinvolgendo necessariamente tutti i settori e anche le aziende più piccole.

E proprio il dialogo con gli stakeholders rappresenta uno dei fondamenti della strategia di Asdomar noto brand di Generale Conserve.

La visione dell’azienda è chiara: la sostenibilità come elemento imprescindibile per la sopravvivenza del business, ovvero la salvaguardia dell’ecosistema ittico (tramite tecniche di pesca sostenibile) come elemento fondamentale per preservare la continuità nel tempo dell’approvvigionamento del prodotto.

Particolarmente interessante, inoltre, l'approccio alla gestione dei prodotti ittici che vengono sfruttati in tutta la loro interezza andando a creare sottoprodotti e realizzando così nuove opportunità di business.

Altro relatore che ha presentato la propria case history è Tetra Pak; il suo payoff: "Protegge la bontà", sintetizza la promessa funzionale del prodotto (protezione dei prodotti e dei consumatori) con l'attenzione alla responsabilità sociale e al rispetto dell'ambiente.

In Tetra Pak si evidenzia come innovazione tecnologica e sostenibilità non siano più due elementi in antitesi; infatti, proprio dall'innovazione e dal continuo miglioramento dell'efficienza dei processi passa il raggiungimento degli obiettivi di riduzione degli impatti ambientali (confezioni certificate FSC®, utilizzo di polimeri da fonte vegetale, riduzione dell'impatto sul clima, incremento della raccolta differenziata e riciclo delle confezioni).

Per quanto riguarda l'innovazione tecnologica, il progetto Draught Master™ di Carlsberg sancisce in toto la proposta di sostenibilità di quest'ultimo. Un progetto che nasce nel settore HoReCa per mettere al centro una nuova modalità sostenibile di spillatura della birra ma che non vuole restare chiuso nell'ambito professionale aprendosi anche al cliente finale.

L'orientamento di Carlsberg è chiaro: la sostenibilità deve essere alla portata di tutti, ovvero incrementare la consapevolezza e la cultura della sostenibilità ambientale.

Obiettivo perseguibile solo con una comunicazione che sappia tradurre gli aspetti tecnici tipici di questi ambiti in un linguaggio fruibile dai più diversi stakeholders.

9) www.2duerighe.com - 9/2/2016

DISCLAIMER | PRESENTAZIONE | REDAZIONE | EDIZIONI 2DUERIGHE | CONTATTI

IL QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE PLURALISTA ED INDIPENDENTE

2duerighe.com
FONDATA DA LEONARDO ECHEONI

Breaking News: L'Italia (non) riparte e la colpa non è solo del Governo 22 ore ago

EDIZIONI LOCALI: ROMA MILANO NAPOLI BASILICATA SARDEGNA FIRENZE TORINO

Cerca nel sito... Q

HOME ITALIA ESTERI ECONOMIA ATTUALITÀ CULTURA MUSICA CINEMA SCIENZE TECNOLOGIA SPORT

SPECIALE FISCO E TASSE PROGETTO ROSA

CASA EDITRICE | REDAZIONE | CONTATTI

HOME ► LOMBARDIA ► REDAZIONE MILANO ► DIALOGHI SULLA SOSTENIBILITÀ: A PALAZZO BOVARA SI DISCUOTE DI COMUNICAZIONE E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Dialoghi sulla sostenibilità: a Palazzo Bovara si discute di comunicazione e sostenibilità ambientale

road show di presentazione del libro **Comunicare la sostenibilità**

ADVERTISEMENT

2duerighe

Segui @2duerighe

LIBRI LATEST COMMENTS TAGS

"Lost in translation. Cinquanta parole intraducibili dal mondo"

Lost in translation è un bel libro pubblicato pochi mesi fa da Marcos y Marcos, scritto e illustrato da Ella Frances Sanders e tradotto in italiano da Ilaria Dinamo. Sfolgendolo vi

Martedì 1 marzo alle ore 17.30 a Palazzo Bovara (Corso Venezia 51 – Milano), avrà luogo la seconda tappa del road show di presentazione del libro *Comunicare la sostenibilità* di Maria Grazia Persico e Federico Rossi

locandina road show_milano.jpg Il complesso rapporto tra business e sostenibilità è sempre più al centro del dibattito contemporaneo sul futuro e sullo sviluppo delle aziende. Dalla prima formulazione della teoria della Corporate Social Responsibility (CSR) ai contributi più recenti, l'opinione pubblica è gradualmente divenuta più sensibile alle tematiche relative all'impatto socio-ambientale dovuto alla crescita economica. I consumatori di oggi sono sempre meno «spiriti animali» e sempre più portatori di interesse attenti ed informati: la famosa frase di Milton Friedman «business of business is business» non rappresenta più l'unico dogma dei mercati internazionali. Per poter sopravvivere in questo contesto estremamente articolato, le aziende hanno bisogno di una strutturata strategia di comunicazione, che tenga presente tutte le variabili in campo.

È da questa esigenza che nasce il libro *Comunicare la sostenibilità* (FrancoAngeli) di Maria Grazia Persico e Federico Rossi, professionisti con esperienza decennale nel settore della comunicazione e della sostenibilità ambientale. Come precisa l'autrice, «con questo testo ci siamo posti l'obiettivo di fare cultura e chiarezza in un mondo caratterizzato da mode del momento e intuizioni vestite talvolta di falsa professionalità».

Comunicare-la-sostenibilità Il manuale analizza come un'accurata comunicazione sulla sostenibilità – al di là della rilevanza etica – possa rappresentare una risorsa e un importante vantaggio competitivo per le aziende. Infatti, facendo leva su tematiche vicine ai propri stakeholders, esse ricostruiscono la propria immagine percepita dall'esterno e, di conseguenza, la propria credibilità. Sarà la capacità di veicolare questi contenuti che determinerà quali aziende sopravvivranno e quali saranno eclissate nel difficile confronto imposto dall'economia globalizzata.