



# 1- VISIONE, INNOVAZIONE E SVILUPPO

## SCENARI DEL CAMBIAMENTO

500 €

### RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Giornata introduttiva al programma di formazione dell'Accademia. Illustra le basi culturali di riferimento e i principali risvolti gestionali in grado di comprendere l'attuale evoluzione epocale dei mercati e degli stili di consumo nel contesto della Transizione Ecologica in atto e del modello di Economia Sostenibile di PLEF.
- Permette di migliorare e rendere più efficaci le scelte strategiche delle imprese già esistenti, di individuare nuovi assi di sviluppo competitivo e l'inserimento di nuove figure professionali.
- Permette la comprensione delle tematiche specialistiche previste nei diversi seminari al fine di rendere davvero praticabile la trasformazione organizzativa dell'Impresa.

### PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Sorprendente e coinvolgente comprensione del nuovo che avanza nella Transizione Ecologica in atto e nel prossimo ciclo industriale post Covid.
- Identificazione dei riferimenti critici e delle opportunità, utili per l'individuazione delle decisioni gestionali più corrette.
- Visione «laterale» e pragmatica della cultura d'impresa rispetto alle prassi esistenti.

### PROGRAMMA

❖ *Mattino (9.00 – 13.00)*

- Illustrazione degli scenari evolutivi per le imprese del terzo millennio Impegnate nella **Transizione Ecologica**.
- Utilizzo dei «sei principi naturali» e della **Bio-ispirazione** come filtro per prendere le corrette decisioni gestionali.
- Crisi di mercato e **nuove opportunità**: dalla Green alla Blue Economy.
- Nuovo ciclo economico nuovi bisogni, nuovi mercati, nuove professioni: le **prospettive concrete**.
- Dal Profitto al Valore Aggiunto: come migliorare il **benessere** dell'impresa, della società civile e del territorio senza rinunciare al Profitto.
- I cinque pilastri della **gestione sostenibile d'Impresa**.

❖ *Pranzo con buffet (13.00 – 14.00)*

❖ *Pomeriggio (14.00 – 18.00)*

- Individuazione delle **metodologie di base** per ogni funzione d'impresa, in plenaria (rispetto agli altri 8 moduli dell'Accademia).





## 2 - STRATEGIA COMPETITIVA

### DIREZIONE SOSTENIBILE

500 €

#### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Senza smentire la propria strategia competitiva, questo seminario affronta il tema di come sia possibile migliorare il proprio profilo strategico in un contesto di mercati e stili di vita sostenibili.
- Permette di comprendere e identificare le proprie forze esclusive non replicabili e renderle veri perni strategici durevoli.
- Permette di edificare nel tempo una identità di marca e una personalità autorevole nel contesto della Transizione Ecologica in atto per le imprese Profit o non Profit.

#### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Utilizzo dei principi naturali per una revisione critica delle proprie prassi gestionali.
- Utilizzo dell'esclusiva matrice PLEF di Posizionamento Strategico Sostenibile per individuare la propria direzione strategica difendibile e competitività ad elevato Valore Aggiunto.
- Matrici valide sia per le grandi imprese, sia per le PMI di territorio, sia per l'individuazione delle strategie competitive dei territori stessi.

#### **PROGRAMMA**

❖ *1° sessione (9.30 – 13.30)*

- Il **quadro di riferimento** competitivo nel contesto dell'evoluzione degli stili di consumo e dei nuovi mercati emergenti.
- **Mappa di segmentazione** delle forze esclusive delle organizzazioni Profit e Non Profit.
- Mappa del **quadro competitivo** di riferimento.
- Illustrazione dell'originale modello di **Posizionamento Strategico Sostenibile** dell'Accademia applicabile anche alle PMI di territorio e ai territori stessi.
- **CASE HISTORY: UN'IMPRESA, UN TERRITORIO**

Presentazione e briefing per un esercizio di soluzione da svolgere in home working per la 2° sessione.

❖ *2° sessione (9.30 – 13.30)*

- Laboratorio ed esercitazione in cui le singole tavole di segmentazione e matrici di posizionamento sviluppate sulla case history saranno commentate e discusse assieme ai docenti al fine di sedimentare una corretta conoscenza e pratica per un'implementazione nella propria organizzazione.
- Ogni partecipante potrà elaborare di propria iniziativa lo stesso materiale sul proprio caso aziendale per trattarlo individualmente con i docenti.





## 3 - DIAGNOSI D'IMPRESA IDENTIFICAZIONE FATTORI CRITICI E OPPORTUNITA'

500 €

### RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Questo seminario affronta il tema di come individuare e gestire i punti di forza e di debolezza in relazione alle coerenze con i temi della sostenibilità e con la strategia competitiva dell'Impresa, delle organizzazioni Non-Profit, dei Territori.
- Permette di comprendere – in autovalutazione - come selezionare le attività e le priorità volte ad avviare i processi di cambiamento necessari e trasformazione progressiva dell'intera organizzazione.
- Permette di avviare subito questa evoluzione in autofinanziamento recuperando risorse all'interno delle attività gestionali ordinarie.

### PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Utilizzo dello strumento esclusivo PLESI (Planet Life Economy Sustainability Index), approcciabile su 3 livelli di funzionalità organizzativa (proprietà, management e organico). 274 domande fondamentali, svolte su 7 livelli della funzionalità gestionale d'Impresa.
- Particolarmente semplice, efficace e molto economico rispetto ad ogni altro possibile indice di analisi gestionale o certificazione ambientale e sociale.

### PROGRAMMA

#### ❖ 1° sessione (9.30 – 13.30)

- Illustrazione dell'indice di valutazione **PLESI** (Planet Life Economy Sustainability Index), settorialmente definibile, e dell'importanza dell'integrazione dei comparti d'impresa analizzati.
- Logica e criteri degli algoritmi impiegati ai fini della valutazione degli **indicatori di performance**.
- Sintesi della rappresentazione dei singoli indici e infografica di comparto e totale.
- Valutazione critica dei possibili risultati.
- Identificazione delle **priorità d'azione** e adattamento culturale dell'organizzazione.

#### • **CASE HISTORY AZIENDALE**

Presentazione e briefing per un esercizio di valutazione da svolgere in home working per la 2° sessione.

#### ❖ 2° sessione (9.30 – 13.30)

- Laboratorio ed esercitazione in cui i singoli PLESI sviluppati sulla case history saranno commentati e discussi assieme ai docenti al fine di sedimentare una corretta conoscenza e pratica per una successiva implementazione nella propria organizzazione.
- Ogni partecipante potrà elaborare di propria iniziativa lo stesso materiale sul proprio caso aziendale per trattarlo individualmente con i docenti.





## 4 - DIAGNOSI DI MERCATO GAP STRATEGICI DA COLMARE

500 €

### RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Questo seminario permette di identificare i punti critici di raccordo tra le attese dei propri clienti/consum-attori e l'immagine/reputazione dell'organizzazione in relazione ai temi della sostenibilità.
- Permette di comprendere come selezionare le attività e le priorità volte ad avviare i processi di cambiamento sui GAP riscontrati rispetto al PLESI.

### PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Tramite l'utilizzo dello strumento gestionale PLECAS - Planet Life Economy Consumer Awareness Survey - è possibile esaltare l'incrocio tra domanda ed offerta rendendo particolarmente efficaci gli investimenti dedicati e minimizzando i rischi.
- Forte sintesi delle problematiche gestionali volte al mercato, senza dispersioni, costi e attività improduttivi.
- Particolarmente semplice ed economico rispetto ad ogni altra possibile ricerca di mercato.

### PROGRAMMA

❖ 1° sessione (9.30 – 13.30)

- Illustrazione dell'indice di valutazione **PLECAS** - Planet Life Economy Consumer Awareness Survey - in relazione alla percezione dell'impresa Profit o Non Profit presso i propri clienti/consum-attori.
- Logica e criteri di coerenza con i potenziali cambiamenti degli **stili di consumo e nuovi mercati**.
- Analisi didattica e metodologica dei possibili **GAP** esistenti tra percezione interna e percezione esterna.
- Valutazione critica della scelta sulle **priorità d'azione** a prescindere delle apparenti forze e debolezze.

#### • CASE HISTORY AZIENDALE

Presentazione e briefing per un esercizio di valutazione da svolgere in home working per la 2° sessione.

❖ 2° sessione (9.30 – 13.30)

- Laboratorio ed esercitazione sui risultati della diagnostica espressa sulla case history presentata e possibile confronto individuale su quanto sviluppato dai singoli partecipanti per la propria impresa.





## 5 – SOSTENIBILITA' AMBIENTALE IN SUPPLY CHAIN ED ECONOMIA CIRCOLARE

500 €

### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Il seminario fornisce un sintetico aggiornamento dello status e dei trend della Sostenibilità in Supply Chain e delle progettualità di Economia Circolare nelle Imprese.
- Facilita la selezione di criteri e metodologia per lo sviluppo più adatto all'Impresa della Sostenibilità in Supply Chain e dell'Economia Circolare.
- Rende accessibile la complessità della materia attraverso principi, regole e linee di sviluppo utili all'Impresa.

### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Come organizzare e gestire managerially la transizione verso il Business sostenibile.
- Integrazione della Sostenibilità e dell'Economia Circolare nelle attività correnti.
- Approccio sistemico dalle strategie ai risultati.

### **PROGRAMMA**

❖ *1 giornata (09.00 – 18.00, con buffet ore 13.00)*

- Definizioni e ambito di applicazione della Sostenibilità Ambientale in **Supply Chain** e dell'**Economia Circolare**. Status e trend, link al Budget, processi e progetti.
- Benchmarking, sistema di governance, priorità, obiettivi, strategie, metodologie, criteri, strumenti, KPI, frequenze, modalità di misura, criticità e gestione dei rischi, Green Marketing vs. Green Washing.
- Linee guida, certificazioni, standard, regolamenti, protocolli, etichette, audit, rating, iniziative multistakeholder, SDG, SBT, Net-Zero, Zero-Waste.
- **Project management** e trasformazione digitale per la sostenibilità.
- Esercitazioni e case study.





## 6 – SOSTENIBILITÀ SOCIALE E SUPPLY CHAIN COMPETITIVA

### SCENARI DI CAMBIAMENTO

500 €

#### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Altro modulo dedicato alla Supply Chain, ma con focus sulla dimensione «sociale».
- Permette di comprendere l'importanza degli impatti diretti e indiretti della gestione della Supply Chain sulle persone e sulla comunità.
- Migliora e aumenta la consapevolezza sulla gestione sostenibile della Supply Chain oltre la comune e ben conosciuta dimensione ambientale.

#### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Identificazione dei riferimenti critici e delle opportunità, utili per l'individuazione delle decisioni più corrette.
- Visione «olistica» rispetto alle prassi esistenti di gestione sostenibile della Supply Chain.

#### **PROGRAMMA**

❖ 1 giornata (09.00 – 18.00, con buffet ore 13.00)

- Illustrazione degli **scenari evolutivi e trend** sugli aspetti sociali della supply chain.
- Uno **sguardo sul mondo**. Cosa succede nelle altre Nazioni.
- **Definizione dei modelli e dell'approccio** appropriato per costruire e sviluppare una supply chain rispettosa delle persone e della comunità.
- La **diversità e l'inclusione** nella supply chain.
- L'inclusione lavorativa obbligatoria delle persone con disabilità (Legge68/99) e il **social procurement**.
- **Esempi di cattive e di buone pratiche** a livello nazionale e internazionale.
- **CASE HISTORY AZIENDALE**





# 7 – LA COMUNICAZIONE SOCIETARIA SULLA SOSTENIBILITA’ FATTORI AMBIENTALI, SOCIALI, DI GOVERNANCE (ESG) E IMPATTI SUL VALORE D’IMPRESA

500 €

## RAGION D’ESSERE E OBIETTIVI

- Questo seminario ha l’obiettivo di illustrare i recenti sviluppi normativi del reporting di sostenibilità aziendale per la comunicazione delle informazioni ambientali, sociali e la governance (ESG).
- Si propone di fornire ai partecipanti le chiavi di lettura delle buone pratiche e delle metodologie operative in merito alla disclosure nella Dichiarazione di carattere non finanziario (DNF) delle informazioni ESG.
- Permette di comprendere come i valori e gli indici intangibili (KPI immateriali) d’impresa influiscono sul valore dell’impresa e la sua reale capacità di competere in modo durevole e sostenibile.

## PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Comprensione delle opportunità e dei rischi fisici e di transizione attraverso strumenti di reporting standard delle informazioni di sostenibilità.
- Gli elementi centrali del regime di rendicontazione della sostenibilità che sta alla base del Strategia dell’UE per la finanza sostenibile (Il regolamento UE SFDR, la tassonomia, insieme alla direttiva sull’informativa non finanziaria (NFRD).
- EFRAG: nuovo standard di reporting della sostenibilità per le PMI.
- Miglioramento della valutazione finanziaria e della Sostenibilità delle Imprese Profit e Non Profit.
- Comprensione delle evoluzioni globali sui temi della qualità di vita e sostenibilità.

## PROGRAMMA

❖ 1° sessione (9.30 – 13.30)

- La comunicazione societaria sulla sostenibilità ex D.Lgs. 254/2016 e successive normative europee.
- La **doppia materialità** delle informazioni di sostenibilità.
- Strategia di investimento per gli obiettivi di **Finanza Sostenibile**.
- Gli indici qualitativi **BES** (Benessere Equo Sostenibile).
- I **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (SDGs) dell’ONU 2030.
- **CASE HISTORY: UN’IMPRESA, UN TERRITORIO**

Presentazione e briefing per un esercizio di valutazione da svolgere in home working per la 2° sessione.

❖ 2° sessione (9.30 – 13.30)

- I partecipanti si confronteranno con i docenti sulla case history presentata e sperimenteranno l’esercizio di una rendicontazione per un’azienda del proprio settore in rapporto allo stesso territorio presentato nel caso, specificando aree di intervento, iniziative, motivazioni e misurazioni.





## 8 – ESTETICA E CREATIVITA' DELLA SOSTENIBILITA' ASPETTI CRITICI NELLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

500 €

### RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Creare le premesse per lo sviluppo del potenziale creativo della Persona.
- Connettere alla SOSTenibilità il potenziale creativo emerso facendolo diventare una leva operante.
- Favorire l'eccellenza prestazionale dei Partecipanti.
- Sperimentare l'utilizzo pratico degli apprendimenti acquisiti.

### PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Il metodo operativo proposto utilizza la connessione tra Estetica e Creatività per lo sviluppo dei processi di innovazione, creando motivazione e consapevolezza.
- Il format del Seminario e del suo Workshop si basano sul Modello della Bottega Rinascimentale, eloquente paradigma di riferimento per l'eccellenza prestazionale, nonché metodo di lavoro che costituisce la Via Italiana alla SOSTenibilità (VIS).

### PROGRAMMA

❖ 1° sessione (9.30 – 13.30)

- Ricerca dei nessi tra il sentire estetico del Partecipante e la SOSTenibilità.
- Valorizzazione della **connessione tra Estetica e Creatività** nei processi di Innovazione sostenibile, paradigma di riferimento per l'eccellenza prestazionale, nonché metodo di lavoro che costituisce la Via Italiana alla SOSTenibilità (VIS).
- Illustrazione e condivisione di un **caso di studio** emblematico.
- Azione di **scuotimento creativo** volta a favorire il passaggio da IO quotidiano a IO creativo.
- Assegnazione dell'**Home-Work** ai Partecipanti.

❖ 2° sessione (9.30 – 13.30)

- **Valorizzazione degli homework** affidati ai Partecipanti alla conclusione della prima parte del Seminario. Sessione in condivisione.
- **Sperimentazione della Metodologia** di ricerca estetico-creativa per l'innovazione applicata ai casi concreti portati dai Partecipanti: la Bottega Rinascimentale in azione.
- **Metabolizzazione degli apprendimenti** e modalità di trasferimento nella propria realtà organizzativa: il mio primo passo concreto sulla strada della SOSTen-abilità.







## 9 – CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI INTEGRATE IL MODELLO LICET-BES-SDGs PER UNA QUALITÀ TERRITORIALE

500 €

### RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Modulo mirato a generare nuovi leader che con una visione olistica a 360° creano più qualità di vita e di lavoro con un essenziale quadro normativo UNI ed ISO consapevoli del perché è necessario andare oltre alle classiche certificazioni.
- Insegna ad utilizzare un linguaggio per tutti basato su 5 valori e 38 criteri correlati alle 12 dimensioni dell'indice di Benessere Equo e Sostenibile (BES) e ai 17 obiettivi di Sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030 (SDGs).
- Permette di effettuare un passo importante e propedeutico verso la pianificazione/progettazione sostenibile e partecipata di prodotti/servizi per il benessere durevole con il sapiente uso delle risorse territoriali.

### PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Capire come imprimere l'identità del Luogo, reggere i ritmi dell'Innovazione, fare percepire valore Competitivo, non sprecare e fare in modo Ecologico, Tutelare i bisogni di tutti: l'acronimo è LICET, dal latino è possibile!
- Diversi strumenti e metodologie utili a condividere un approccio olistico per analizzare i rischi/opportunità di cambiamento, misurare i risultati ottenuti, comunicare per distinguersi, crescere per migliorare se stessi ed il territorio.

### PROGRAMMA

❖ 1 giornata (09.00 – 18.00, con buffet ore 13.00)

- Creare un «mondo fatto bene» con la **normazione**; UNI e ISO chi sono e cosa fanno?
- Le norme che contribuiscono al successo degli **obiettivi SDGs dell'ONU**.
- **Certificazioni**, il punto di vista dell'impresa e dell'auditor. Esercitazione: creiamo una check list di audit.
- Perché serve un **linguaggio per tutti** per migliorare la qualità della vita propria, delle aziende e del territorio.
- Il modello **LICET®** e la correlazione con il BES e gli SDGs - case history: Il Premio Bezzo.
- Strumenti di misura e comunicazione della sostenibilità che genera qualità di vita: la **SMART LABEL LICET®**.





# 10 – COMUNICARE LA SOSTENIBILITA' AL MERCATO E IN AZIENDA

500 €

## **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Saper ripensare il business dell'azienda - la sostenibilità come leva strategica per l'innovazione.
- Una Leadership sostenibile - modelli e spunti di riflessione.
- Sostenibilità che attraversa le varie funzioni aziendali.
- Il comportamento organizzativo sostenibile all'interno dell'azienda.
- Work life balance.

## **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Apprendere nuove e consolidate tecniche e strumenti per Creare il Valore della Sostenibilità e Comunicarlo al mercato e in azienda

## **PROGRAMMA**

❖ 1 giornata (09.00 – 18.00, con buffet ore 13.00)

- Come utilizzare la sostenibilità come requisito integrante e come nuovo **approccio sistemico al business** e non come elemento pubblicitario.
- Riprogettare a base zero il business, declinando tutte le azioni di sistema in chiave di sostenibilità.
- Ripensare le funzioni strategiche dell'azienda.
- Identificare un centro di controllo e di promozione interno.
- Pianificare la comunicazione esterna valorizzando la sostenibilità per i clienti, per la comunità, per il territorio.
- Sostenibilità e Valore: **Cosa** è il Valore Sostenibile e quali sono i DRIVER del Valore Sostenibile / **Come** si percepisce il Valore Sostenibile ? **Quando** si percepisce il Valore Sostenibile: i Momenti della Verità.

