



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 managerialmente 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 - RENDICONTAZIONE NON FINANZIARIA

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 del Corporate Reporting per la comunicazione delle informazioni ambientali, sociali e la governance (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 attraverso i nuovi strumenti di corporate reporting.
- 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)

- Bilancio di Sostenibilità, Report Integrato e Dichiarazione di carattere non finanziario ex D.Lgs. 254/2016.
- La materialità delle informazioni non finanziarie.
- Metodologie per comunicare la **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.

