***Nasce il primo team di esperti di comunicazione con il “placet” dell’Associazione Consumatori e Utenti e il supporto di Strategy Innovation, spin off di Ca’ Foscari***

**Nasce Comunicabile-Sostenibile**

**Il primo pool di comunicatori uniti a legali e tecnici anti- greenwashing**

**dell’Associazione Consumatori e Utenti**

**Relatori pubblici, pubblicitari e lobbisti insieme a tecnici e giuristi ambientali per garantire un approccio interdisciplinare alla sostenibilità prevenire il greenwashing e dare corrette informazioni a consumatori e istituzioni**

Comunicare sostenibilità può costare multe salate se le aziende – anche se spinte da un genuino desiderio di mostrare gli sforzi per proteggere il pianeta, poi sconfinano nel greenwhasing. Una comunicazione non corretta infatti potrebbe portare a gravi danni reputazionali, accuse di concorrenza sleale e di pubblicità ingannevole. Meglio avvalersi dell’aiuto di esperti per garantire corrette informazioni a consumatori e istituzioni.

**Encanto Public Relations, Welcome e Noesi Public Affairs Lobbying & Communication** - tre agenzie di comunicazione in Pr, Marketing e Lobby – insieme danno vita al progetto **“Comunicabile-Sostenibile”** per offrire il primo team di esperti per tutti i servizi di comunicazione con la supervisione di tecnici e legali [info@comunicabilesostenibile.it](mailto:info@comunicabilesostenibile.it) .

Al progetto aderiscono **Giusto&Sostenibile** società benefit emanazione **dell’Associazione Consumatori e Utenti** e **Strategy Innovation**  spin-off **dell’Università Ca’ Foscari. Il primo** fornisce una consulenza professionale in materia di tutela dell’ambiente con un team legale esperto di diritto ambientale, greenwashing, DNF Disclosure not financial; ESG Environmental, Social Governance; LCA Life Cycle Assessment**. Il secondo** si occupa di pianificazione strategica della sostenibilità e di modelli di business sostenibili.

Con “Giusto & Sostenibile” e “Strategy Innovation”, le 3 agenzie - Encanto Pr, Welcome e Noesi - garantiscono **un approccio interdisciplinare qualificato alla comunicazione di sostenibilità** **che eviti il rischio di greenwashing**. Il team di “Comunicabile-Sostenibile” con il placet degli esperti validerà i contenuti e valorizzerà gli sforzi di ogni azienda perché possano essere raccontati.

Il **Presidente** di **Giusto&Sostenibile**, **Giuseppe d’Ippolito**, cassazionista e giurista ambientale, ricorda che le pratiche di greenwashing sono sempre più condannate in Italia e all’estero, dai tribunali nazionali, dalle Autorità di Vigilanza e dalle istituzioni dell’Unione Europea. “*La corretta comunicazione dei requisiti ambientali e dei report di sostenibilità (DNF Disclosure not financial; ESG Environmental, Social Governance; LCA Life Cycle Assessment) è già oggi molto consigliata ma diventerà obbligatoria, a partire dal 2024 e costituirà elemento di prevalutazione per la partecipazione a bandi e gare pubbliche, nazionali ed europee. I consumatori sono sempre più attenti e sensibili al “green marketing”, ma esso rischia di diventare un disvalore in termini di reputazione e immagine aziendale, quando non è realizzato in modo assolutamente corretto*”.

“Comunicare la sostenibilità non è solo una leva reputazionale – spiega **Roberto Gazzini** di **Encanto Pr** - ma un’azione concreta per fare business in modo nuovo, a partire dal cambiamento che le parole possono veicolare. Alla sostenibilità oggi sono più attenti tutti: il consumatore, le istituzioni, ma anche il legislatore”.

“La sostenibilità è un percorso che coinvolge l’azienda nel suo complesso e tende sempre più a rappresentare un asset strategico. – afferma **Giorgio Cortella** di **Welcome** – Vi sono diversi gradi di approccio alla sostenibilità: è importante acquisire consapevolezza sul proprio livello e comunicarlo correttamente, sia all’interno della propria organizzazione sia all’esterno. Farsi accompagnare in una corretta ed efficace comunicazione di sostenibilità non solo è indispensabile per vedersi riconosciuto il giusto vantaggio competitivo, ma anche per evitare il rischio di greenwashing”.

Per **Claudio Sestili**, **fondatore** **e direttore** di **Noesi**, “Comunicare la sostenibilità è diventata ormai un’opportunità e una sfida per ogni azienda che va strutturata attraverso una vera e propria strategia di comunicazione integrata rivolta a clienti e stakeholder, elaborata da professionisti del settore. Affinché questo processo risulti effettivamente efficace esso deve seguire una parola d’ordine: informare. Cosa significa? Tre cose principalmente: evitare il greenwashing, evitare la comunicazione commerciale e offrire dati certi ed affidabili, verificabili”.

**Ufficio stampa: Encanto Public Relation**

**Cristina Cobildi**, [cristina.cobildi@encantopr.it](mailto:cristina.cobildi@encantopr.it)

**Maria Cristina Cadario**, [mariacristina.cadario@encanto.it](mailto:mariacristina.cadario@encanto.it) -348.5430217