

## COMUNICATO STAMPA

---

**CONVEGNO NAZIONALE ETHICSGO<sup>®</sup>**  
**VERONA, MARTEDÌ 20 MAGGIO 2025**

### **LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, ECONOMICA E SOCIALE NELLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO E D'IMPRESA**

**L'iter di verifica e validazione dei claim etici, sostenibili, ESG**

**Con i prestigiosi interventi di ACCREDIA (Ente Italiano di Accreditamento)  
e UNI (Ente Italiano di Normazione).**

**Due autorevoli garanzie istituzionali di competenza, rigore tecnico e imparzialità**

Un cambiamento radicale nella cultura della comunicazione aziendale. È questo l'obiettivo ambizioso del convegno nazionale organizzato e promosso da **EthicsGO<sup>®</sup>**, in programma **martedì 20 maggio 2025 alle 14.30** presso lo **Spazio Convegni di Confindustria Verona (Piazza Cittadella, 12 – Verona)**, dal titolo **“La sostenibilità ambientale, economica e sociale nella comunicazione di prodotto e d'impresa. L'iter di verifica e validazione dei claim etici, sostenibili, ESG”**.

#### **OBIETTIVI DEL CONVEGNO: ETICA, VERITÀ E CONFORMITÀ NELLA COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

**L'evento, rivolto alle imprese dei settori Industria & Territorio, Food & Beverage, Economia & Finanza**, intende fare luce su uno dei temi più urgenti del panorama attuale: la necessità di adottare criteri rigorosi per la verifica e la validazione delle asserzioni etiche e sostenibili

In un contesto normativo europeo sempre più stringente e in un mercato dove il rischio di Greenwashing è all'ordine del giorno, **EthicsGO<sup>®</sup>** propone un confronto di alto livello tecnico e scientifico tra i **maggiori esperti italiani** di normazione, certificazione, comunicazione, diritto e finanza sostenibile.

Il convegno non solo esplorerà gli **strumenti operativi** per valutare la veridicità dei claim ambientali, sociali ed economici, ma presenterà anche il **primo ed unico modello di verifica e validazione** multidisciplinare sviluppato da **EthicsGO<sup>®</sup>**, che rappresenta oggi il riferimento più autorevole in Italia nel contrasto all'ESG washing e nella promozione di una comunicazione d'impresa trasparente, verificabile e coerente con gli obiettivi dell'**Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**.

Nel cuore di questa iniziativa c'è un'urgenza regolatoria e culturale. Le nuove **direttive europee**, in particolare la **Direttiva 2024/825 sui Green Claims**, stanno trasformando il quadro normativo imponendo alle imprese una maggiore responsabilità nella comunicazione etica e sostenibile. Le dichiarazioni generiche come “prodotto naturale”, “emissioni zero” o “ecologico” non saranno più tollerate se prive di basi verificabili. **EthicsGO<sup>®</sup>**, in quanto ad oggi **primo organismo di verifica e validazione della comunicazione etica e sostenibile accreditato in**

**Italia**, si pone come ponte tra le nuove esigenze regolatorie e le pratiche di comunicazione aziendale, garantendo che ogni claim sia validato in modo indipendente, trasparente e conforme ai criteri legislativi più all'avanguardia stabiliti dall'Unione Europea.

Al centro del dibattito permane anche la necessità di contrastare in maniera efficace il fenomeno delle **fake news** in ambito ambientale e sociale ed economico-finanziario. I messaggi fuorvianti o manipolati, che circolano senza verifica delle fonti e spesso amplificati da logiche virali, danneggiano gravemente la credibilità dei brand e confondono i consumatori. Il convegno ha come obiettivo quello di sottolineare e rendere evidente come la **verifica preventiva dei claim** rappresenti una soluzione concreta e scientificamente fondata, per garantire che ogni comunicazione pubblicitaria o istituzionale sia supportata da dati, evidenze e analisi tecniche solide.

Un focus importante sarà dedicato al fenomeno del **Greenwashing**, inteso come l'insieme di strategie comunicative che simulano una sostenibilità ambientale non riscontrabile nella realtà operativa dell'azienda. Durante i lavori EthicsGO<sup>®</sup> illustrerà una serie di "vizi capitali del Greenwashing" – dalla vaghezza informativa alla mancanza di prove, dall'irrelevanza all'omessa informazione – e proporrà strumenti metodologici per evitarli. Attraverso un'analisi integrata delle fonti normative e dei modelli tecnici di validazione, il convegno offrirà linee guida operative per evitare sanzioni, costruire un'identità aziendale autentica e generare valore reputazionale. Partecipare al convegno significa dunque comprendere come muoversi in un contesto in rapida evoluzione, dove le **norme, la verità e la trasparenza** non sono solo principi etici ma **requisiti imprescindibili** per la sopravvivenza e la competitività aziendale del futuro.

## **I RELATORI: COMPETENZE E LEADERSHIP PER UNA COMUNICAZIONE SOSTENIBILE**

Il panel di relatori del convegno è costituito da alcune delle voci nazionali più autorevoli nel campo della certificazione, della normazione tecnica, della comunicazione etica e della consulenza ESG. Figure professionali di primo piano che, attraverso i propri interventi, offriranno una visione d'insieme sulle sfide e le opportunità legate alla sostenibilità nella comunicazione d'impresa.

- **Giuseppe Patat (EthicsGO<sup>®</sup>):** giornalista dal 1980, già cronista parlamentare alla Camera dei Deputati e collaboratore di "Prima Comunicazione" e "L'Espresso". È founder di EthicsGO<sup>®</sup>, primo organismo accreditato per la verifica e la validazione della comunicazione etica e sostenibile, nonché ideatore dello schema CertiCLAIM<sup>®</sup> Sustainability Programme, basato su oltre 400 parametri che le imprese devono rispettare per contribuire al raggiungimento dei 17 Obiettivi dell'Agenda ONU 2030. Rappresenta UNI presso ISO per la nuova norma ISO 14019 (Sustainability information – Part 1: General principles and requirements for validation and verification). È autore del libro *Dittatura fake o marketing ignorante* (Cierre, 2019) e applica da sempre il motto: "La verità non è una virtù ma una passione".
- **Emanuele Riva (ACCREDIA Ente Italiano di Accreditamento):** Vicedirettore Generale di ACCREDIA, Direttore del Dipartimento Certificazione e Ispezione, Presidente di IAF (International Accreditation Forum), è tra i principali referenti italiani per le politiche di accreditamento e conformità legate alla sostenibilità.
- **Giacomo Riccio (UNI Ente Italiano di Normazione):** Project Manager dell'Ente Italiano di Normazione (UNI), è il referente tecnico per l'utilizzo del Marchio UNI e delle normative volontarie applicate alla comunicazione etica.

- **Ambra Morelli (SGS Italia):** ESG Manager di SGS Italia, società leader nei servizi di ispezione, verifica, analisi e certificazione. Con un background tecnico multidisciplinare, opera per sostenere le aziende nella costruzione di modelli di sostenibilità certificabili.
- **Massimo Teruzzi (Banca Intesa Sanpaolo):** Innovation Specialist Direzione Regionale Veneto Ovest e Trentino Alto Adige, coordina i progetti ESG oriented della banca a supporto delle PMI italiane in transizione sostenibile.
- **Elisabetta Guolo (Bugnion):** Avvocata specializzata in proprietà intellettuale e diritto della comunicazione commerciale. Esperta legale ed esperta in green claim, rilascia pareri preventivi di conformità normativa e ammissibilità all'attività di verifica da parte di EthicsGO®.
- **Eleonora Troiano (EthicsGO®):** Responsabile della Segreteria Tecnica e Analista scientifico della comunicazione etica e sostenibile. È la responsabile scientifica delle attività di verifica e validazione di claim etici e di sostenibilità, inclusa la valutazione dell'analisi di materialità e dei rischi ESG dell'azienda cliente. Ricopre il ruolo di osservatrice ISO per lo sviluppo della nuova norma ISO 14019 (Sustainability information – Part 1: General principles and requirements for validation and verification). In qualità di RST si occupa del coordinamento delle attività tra le organizzazioni clienti e il team multidisciplinare di ET.

A moderare l'evento sarà il giornalista scientifico **Giovanni Caprara**, editorialista del Corriere della Sera e Presidente UGIS (Unione Giornalisti Italiani Scientifici).

## PROGRAMMA

- **Ore 14:00** – Accoglienza e registrazione partecipanti.
- **Ore 14:30** – Saluti istituzionali di Confindustria Verona e introduzione ai lavori a cura di **Giovanni Caprara**.
- **Ore 14:40** – **Giuseppe Patat (EthicsGO®): “Green o Greenwashing? Le asserzioni etiche di responsabilità per lo sviluppo sostenibile”**
- **Ore 15:00** – **Emanuele Riva (ACCREDIA): “Strumenti, standard e certificazioni a supporto della Comunicazione in tema di sostenibilità”**
- **Ore 15:15** – **Giacomo Riccio (UNI Ente Italiano di Normazione): “Il ruolo della normazione: dall'Agenda ONU 2030 all'applicazione del mercato”**
- **Ore 15:30** – **Ambra Morelli (SGS): “Qual è il miglior antidoto all'ESGwashing? Le certificazioni che attestano le asserzioni di sostenibilità ambientale, economica e sociale.”**
- **Ore 15:45** – Coffee Break e Networking.
- **Ore 16:05** – **Massimo Teruzzi (Banca Intesa Sanpaolo): “ESG e Finanza: il ruolo di Banca Intesa per la crescita sostenibile delle imprese”**
- **Ore 16:20** – **Elisabetta Guolo (Bugnion): La conformità legale della comunicazione di prodotto e di impresa: la verifica del claim sostenibile nell'attività di pre-audit”**
- **Ore 16:35** – **Eleonora Troiano (EthicsGO®): “L'iter di verifica e validazione dei claim sostenibili ed ESG: focus Food & Beverage e imprese di costruzione”**
- **Ore 17:00** – Sessione interattiva di domande e risposte con i relatori.
- **Ore 18:00** – Chiusura dei lavori e saluti finali.

## ABSTRACT DEGLI INTERVENTI

### GIUSEPPE PATAT (ETHICSGO®)

#### **“Green o Greenwashing? Le asserzioni etiche di responsabilità per lo sviluppo sostenibile”**

Il **Greenwashing** è oggi una vera emergenza sociale che danneggia non solo i consumatori, in particolare quelli meno informati, ma compromette anche la libera e leale concorrenza tra imprese, penalizzando quelle realmente virtuose, etiche e sostenibili.

Secondo una ricerca della Commissione Europea, oltre il 50% delle dichiarazioni ambientali sui prodotti venduti nell’UE è vago, infondato o fuorviante, mentre il 40% non è supportato da prove concrete.

In Italia, l’83,8% dei prodotti nella grande distribuzione presenta etichette “green”, spesso prive di validazione scientifica, alimentando così una concorrenza sleale.

A livello globale, il mercato dei prodotti sostenibili vale oggi circa 355 miliardi di dollari e potrebbe raggiungere i 692 miliardi entro il 2033. Tuttavia, una parte significativa di questo valore è a rischio, poiché generato da **dichiarazioni ambientali non verificabili**. Il fenomeno erode la fiducia dei consumatori — solo il 14% in Italia crede realmente alle affermazioni aziendali sulla sostenibilità — **minando le basi della democrazia economica** e premiando chi manipola la percezione pubblica a scapito di chi opera con trasparenza.

Su questi temi, EthicsGO® offrirà un quadro completo a livello internazionale, europeo e italiano, supportato da dati concreti. I rappresentanti di UNI, ACCREDIA, SGS, Intesa Sanpaolo e Studio Bugnion presenteranno soluzioni reali, basate sulla certificazione etica e sostenibile di parte terza: uno strumento essenziale per tutelare trasparenza, concorrenza leale e responsabilità sociale d’impresa.

### EMANUELE RIVA (ACCREDIA Ente Italiano di Accreditamento)

#### **“Strumenti, standard e certificazioni a supporto della comunicazione in tema di sostenibilità”**

Nel contesto dello sviluppo sostenibile, strumenti, standard e certificazioni rivestono un ruolo fondamentale nel garantire **una comunicazione ambientale corretta e trasparente**. La valutazione di conformità è un passaggio cruciale per assicurare che prodotti e servizi rispettino standard precisi di sostenibilità. Centrale è il tema della **fiducia nelle asserzioni di sostenibilità** e, soprattutto, della verifica della loro affidabilità.

Fondamentale è anche la **competenza e l’imparzialità degli organismi certificatori**, che devono essere qualificati e indipendenti, in grado di gestire certificazioni su prodotti, sistemi di gestione e anche a livello individuale. Le asserzioni ambientali devono sempre essere verificabili e supportate da dati concreti. È importante distinguere tra affermazioni basate su dati passati, oggetto di verifica, e stime future, soggette a validazione.

Cresce inoltre **l’attenzione verso la comunicazione ambientale**, spinta da normative europee più rigorose, che mirano a contrastare il greenwashing e a rendere le dichiarazioni ambientali sempre più chiare e fondate. Le aziende sono chiamate a **comunicare il proprio impatto in modo accurato** e trasparente, evitando affermazioni vaghe o prive di riscontro. In sintesi, certificazioni e valutazioni di conformità sono strumenti chiave per promuovere una sostenibilità autentica e per rendere credibili e affidabili le comunicazioni ambientali.

### GIACOMO RICCIO (UNI Ente Italiano di Normazione)

#### **“Il ruolo della normazione: dall’Agenda ONU 2030 all’applicazione del mercato”**

Il ruolo della normazione tecnica rappresenta una **garanzia di credibilità e trasparenza per i claim etici**, sostenibili ed ESG nella comunicazione di prodotto e di impresa. L’intervento illustrerà come le norme tecniche

supportino l'attuazione degli obiettivi dell'Agenda ONU 2030, traducendo i principi di sostenibilità in requisiti misurabili e verificabili. Verrà messo in luce il **valore aggiunto del percorso di verifica e validazione dei claim** e il loro impatto sul mercato, sottolineando il contributo della normazione nel rafforzare la fiducia di consumatori e imprese, nonché nel promuovere competitività e innovazione responsabile.

#### **AMBRA MORELLI (SGS)**

**“Qual è il miglior antidoto all'ESGwashing? Le certificazioni che attestano le asserzioni di sostenibilità ambientale, economica e sociale”**

La **comunicazione dell'impegno delle organizzazioni in ambito ESG** (Environmental, Social, Governance) rappresenta oggi un fattore strategico, non solo per rispondere alle crescenti richieste di stakeholder e shareholder, ma anche per consolidare e **sviluppare il proprio posizionamento sul mercato**. In un contesto in cui la credibilità costituisce un asset imprescindibile, le dichiarazioni ESG devono poggiare su basi solide.

Associare le proprie asserzioni a schemi certificativi rigorosi — sia integrati e complessi (come EthicsGO®), sia focalizzati su ambiti specifici (quali ISO 14067 per la carbon footprint o PDR 125 per la parità di genere) — consente alle organizzazioni di rispondere in modo strutturato, trasparente e credibile alle aspettative delle diverse parti interessate, contrastando in modo efficace il rischio di ESG washing.

#### **MASSIMO TERUZZI (BANCA INTESA SANPAOLO)**

**“ESG e Finanza: Il ruolo di Banca Intesa per la crescita sostenibile delle imprese”**

Il cambiamento climatico e la conseguente necessità di transizione verso un'economia sostenibile dal punto di vista ambientale porteranno a **trasformazioni nell'economia reale**, che a loro volta avranno un **impatto diretto sul settore finanziario**, generando nuovi rischi e opportunità.

L'EBA invita le istituzioni ad agire in modo proattivo, integrando le considerazioni ESG nella propria strategia aziendale e nella gestione del rischio. La transizione sostenibile richiede un percorso graduale che parta dalla sensibilizzazione, approfondendo le principali tematiche ESG, fino a raggiungere una piena consapevolezza del proprio posizionamento. Da qui nasce l'impegno a **investire in iniziative sostenibili**, valorizzando il proprio operato nei confronti di tutti gli stakeholder. Per tutte queste fasi della transizione, è necessario prevedere un supporto dedicato alle aziende, affinché possano **migliorare il proprio posizionamento sui mercati** e accrescere l'attrattività nei confronti di clienti, fornitori e risorse umane.

#### **ELISABETTA GUOLO (STUDIO BUGNION)**

**“La conformità legale della comunicazione di prodotto e d'impresa: la verifica del claim sostenibile nell'attività di pre-audit”**

Nel crescente panorama della comunicazione sostenibile, i **green claim rappresentano uno strumento potente** ma ad alto rischio, che richiede un'attenta valutazione giuridica. Nel suo intervento l'Avv. Elisabetta Guolo di Bugnion S.p.A., in qualità di unità legale di EthicsGO®, illustrerà il **contributo del diritto nell'analisi dell'ammissibilità**, della correttezza formale e della coerenza sostanziale dei messaggi ambientali.

Sarà evidenziata l'importanza di un'analisi strutturata e motivata, condotta alla luce delle normative cogenti applicabili alla comunicazione commerciale green, con particolare attenzione alla solidità della documentazione a supporto. Un **focus specifico sarà dedicato alla dichiarazione esplicativa**, elemento chiave per garantire

trasparenza, chiarezza e attendibilità del messaggio rivolto al consumatore. In chiusura, si affronteranno anche i profili di **tutela del claim sotto il versante della proprietà intellettuale**.

#### **ELEONORA TROIANO (ETHICSGO<sup>®</sup>)**

**“L’iter di verifica e validazione dei claim sostenibili ed ESG: focus Food & Beverage e imprese di costruzione”**

Il **CertiCLAIM<sup>®</sup> Sustainability Programme** è uno schema proprietario di verifica e validazione indipendente, riconosciuto da Accredia il 14 settembre 2022, pensato per **attestare la veridicità, eticità e sostenibilità dei claim** ambientali, sociali ed economici delle imprese. In un contesto dove trasparenza e conformità sono indispensabili, il programma si propone come strumento qualificato contro dichiarazioni fuorvianti, basandosi su evidenze dimostrabili e riferimenti normativi-scientifici.

Elemento chiave è la distinzione tra *claim* (affermazione sintetica) e *dichiarazione esplicativa* (documentazione strutturata), sviluppata da un’analisi di materialità. Il processo si articola in due fasi - pre-audit e verifica - e si conclude con il **rilascio di un attestato ufficiale**, che certifica la conformità ai criteri di ammissibilità, veridicità ed eticità. L’attestato include anche una **valutazione dell’impegno dell’impresa rispetto agli Obiettivi ONU 2030**, offrendo una lettura strategica dell’evoluzione aziendale.

La forza distintiva del programma è nell’approccio **multidisciplinare, con 9 Unità di Competenza** che integrano ambiti giuridici, scientifici, linguistici, comunicativi e sociologici. Particolarmente **centrale è l’Unità Scientifica**, che garantisce rigore tecnico e adesione agli standard internazionali. Ogni comunicazione viene valutata rispetto a contenuto, mezzo e contesto, secondo normative cogenti, standard volontari e principi ESG. Le aziende devono fornire evidenze documentali solide, inclusi standard riconosciuti e analisi dei rischi ESG.

#### **ETHICSGO<sup>®</sup> – ORGANISMO DI VERIFICA E VALIDAZIONE DELLA COMUNICAZIONE ETICA E SOSTENIBILE**

**EthicsGO<sup>®</sup> è il primo organismo nazionale accreditato da ACCREDIA per la verifica e validazione della comunicazione etica e sostenibile.** Fondato nel 2015 da Giuseppe Patat, rappresenta oggi un punto di riferimento imprescindibile per tutte le imprese che desiderano costruire un’identità reputazionale solida, trasparente e coerente con i principi dell’Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

**L’approccio unico e multidisciplinare** adottato da EthicsGO<sup>®</sup> integra competenze giuridiche, scientifiche, semiotico-semantiche, sociologiche, linguistiche, di comunicazione, marketing e archivistica. Il cuore operativo del sistema è il **modello CertiCLAIM<sup>®</sup>**, una **metodologia di verifica e validazione** strutturata su quattro fasi: pre-incarico, verifica tecnica, riesame e rilascio dell’attestato. **L’attestato EthicsGO<sup>®</sup> è riconosciuto in 96 Paesi** e consente alle aziende di misurare il proprio grado di sostenibilità secondo indicatori tracciabili e validabili. La mission di EthicsGo è contrastare il Greenwashing, l’Ethical washing, ESG washing e il Pinkwashing in base alle più evolute norme internazionali del settore: UNI ISO/IEC 17033, UNI CEI EN ISO/IEC 17029, UNI/PdR 102:2021. EthicsGO<sup>®</sup> è anche **ideatore dell’Albero della Comunicazione Etica e Sostenibile**, uno strumento innovativo di mappatura che guida le imprese nella costruzione di messaggi etici e responsabili, classificando oltre 115 contesti comunicativi attraverso 58 forme di comunicazione, suddivise in 3 aree tematiche e articolate su 10 media.

Tra i **servizi offerti da EthicsGO<sup>®</sup>** alle aziende:

- **Verifica e validazione** di claim ambientali, sociali ed economici (CertiCLAIM<sup>®</sup>) nei settori Food&Beverage, Consumer & Goods, Industria & Territorio, Economia & Finanza, Comunicazione Marketing e PR
- **Valutazione dei Claim ESG**

- **Check di conformità del contesto di comunicazione** al fine di garantire agli utenti e ai consumatori ogni possibile messaggio fuorviante e ingannevole
- **Test e audit tecnici di verifica in campo**

La promessa del brand è molto chiara: “Verifichiamo e validiamo la tua comunicazione etica e sostenibile.” La visione strategica è quella di promuovere una tenace cultura della verità nella comunicazione d’impresa, in un’epoca in cui trasparenza e responsabilità sono fondamentali non solo per la reputazione, ma soprattutto per la competitività sul mercato globale.

EthicsGO<sup>®</sup> non è solo un organismo tecnico, ma un vero e proprio **attore culturale** impegnato nella trasformazione della comunicazione d’impresa. La sua filosofia è radicata nell’idea che la verità non sia solo una virtù, ma una necessità sistemica in un’epoca in cui le fake news, il marketing distorto e il Greenwashing compromettono la fiducia nei brand e nei mercati.

La struttura organizzativa di EthicsGO<sup>®</sup> si fonda su una serie di **Unità di Competenza Specializzate** che lavorano in sinergia: legale, scientifica, semiotico-semantica, storica, archivistica, sociologica, linguistica, marketing e comunicazione. Ogni unità partecipa attivamente alla valutazione dei claim applicando il **modello E.GO**, uno schema proprietario basato sulla qualità tecnica e l’etica della comunicazione.

EthicsGO<sup>®</sup> è anche membro attivo e rappresentante tecnico UNI nei tavoli di normazione volontaria per la ISO 14019 sulle informazioni di sostenibilità e promuove il rispetto delle direttive europee più avanzate, come la Direttiva 2024/825 sui Green Claims, che impone alle imprese l’obbligo di verificare in modo indipendente le dichiarazioni ambientali. In questo contesto, l’accreditamento rilasciato assume un valore strategico: garantisce l’indipendenza, la terzietà e la competenza tecnica degli attestati emessi.

L’**Albero della Comunicazione Etica e Sostenibile**, sviluppato da EthicsGO<sup>®</sup>, rappresenta un sistema unico nel suo genere per classificare le forme di comunicazione e guidare le aziende verso scelte linguistiche, iconografiche e semantiche coerenti con l’etica e la sostenibilità. Il modello identifica 58 forme di comunicazione, suddivise in tre aree (istituzionale, commerciale, sociale) e declinate in oltre 100 contesti specifici.

Con **Sustainability Claim Program**, EthicsGO<sup>®</sup> interviene su ogni fase della comunicazione: dalla progettazione dei messaggi pubblicitari alla verifica pre-diffusione (pre-audit), fino alla validazione finale e al rilascio del marchio CertiCLAIM<sup>®</sup>. Questo approccio accurato non solo tutela il consumatore, ma crea anche un vantaggio competitivo per le aziende virtuose.

Obiettivo ultimo di EthicsGO<sup>®</sup> è contribuire in modo concreto al raggiungimento dei 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell’Agenda ONU 2030, dimostrando che la comunicazione può e deve essere uno strumento di responsabilità collettiva.

“Qualcuno pensa che la verità sia una virtù. Per noi di EthicsGO<sup>®</sup> è passione. Ogni azienda che comunica in modo onesto e verificabile costruisce un frammento di futuro sostenibile. Noi siamo qui per garantirlo, validarlo, attraverso l’analisi di ogni parola, simbolo, promessa ed immagine.” ovvero nel contesto di ogni media sui quali verranno veicolate al fine di garantire ai consumatori/utenti ogni possibile distorsione o ingannevolezza - Giuseppe Patat, Fondatore e Amministratore Unico di EthicsGO<sup>®</sup>.

Un messaggio forte che sintetizza la visione dell’intero progetto EthicsGO<sup>®</sup>: **ridare alla comunicazione il suo valore originario** di ponte tra responsabilità, identità e sviluppo sostenibile.

### PERCHÉ PARTECIPARE: UN'OPPORTUNITÀ UNICA PER LE IMPRESE

Il convegno rappresenta una tappa fondamentale per costruire una **cultura della responsabilità** nella comunicazione aziendale. EthicsGO<sup>®</sup> invita tutte le imprese interessate ad adottare standard superiori di comunicazione, contribuendo attivamente alla creazione di un mercato più equo, trasparente e sostenibile.

Il convegno promosso da EthicsGO<sup>®</sup> rappresenta una tappa cruciale per tutte le imprese che intendono distinguersi nel mercato contemporaneo.

In un'epoca in cui la sostenibilità non è più una scelta accessoria, ma un elemento centrale del posizionamento strategico, partecipare all'evento significa acquisire strumenti reali per:

- **Evitare il rischio reputazionale** legato al Greenwashing e ad altre forme di comunicazione ingannevole
- Comprendere come **rendere i propri claim trasparenti, verificabili e conformi** alle normative europee
- **Approfondire i vantaggi concreti** delle certificazioni accreditate in termini di fiducia, valore di marca e attrattività sul mercato globale
- **Conoscere le best practices** adottate dalle aziende più virtuose e scoprire il potenziale competitivo della comunicazione etica
- **Interagire direttamente con gli esperti** per confrontarsi e ricevere indicazioni personalizzate.

EthicsGO<sup>®</sup> non si limita a certificare: forma, orienta, supporta. Partecipare a questo appuntamento significa non solo aggiornarsi, ma anticipare in modo strategico il futuro della comunicazione sostenibile.

### INFORMAZIONI UTILI E ISCRIZIONE

**DOVE:** Spazio Convegni Confindustria Verona | Piazza Cittadella, 12 – Verona

**QUANDO:** Martedì 20 maggio 2025 – dalle ore 14:30 alle 18:00

**DESTINATARI:** Imprese operanti nei settori: Industria & Territorio, Food & Beverage, Economia & Finanza

**INGRESSO:** Libero su prenotazione: [info@terzomillennium.net](mailto:info@terzomillennium.net)



Al link ufficiale

Durante l'evento sarà disponibile **materiale informativo esclusivo** solo per i partecipanti e saranno presenti desk tematici per approfondimenti individuali con lo staff di EthicsGO<sup>®</sup>.

**I posti sono limitati, si raccomanda la prenotazione anticipata.**

### CONTATTI PER INTERVISTE E APPROFONDIMENTI:

**SILVIA FRANCESCHINI**

Communication and Press Office

Terzomillennium

Tel. +39 045 6050601 | Cell. +39 348 6949703

E-mail: [pressoffice@terzomillennium.net](mailto:pressoffice@terzomillennium.net)

[www.terzomillennium.net](http://www.terzomillennium.net)

Via Mirandola, 27 | 37059 S. Maria di Zevio (VR)