ESG e relatórios de sustentabilidade

Comunicação responsável e prevenção do greenwashing

Um dia para comunicar sobre as suas ações ambientais e sociais sem expor a empresa ao greenwashing. Alegações vagas, compensação, rótulos, comparações, metas futuras: aprende a ligar cada mensagem a uma evidência, a escolher formulações exatas e a implementar uma validação interna, a partir dos seus materiais reais — sítio web, fichas de produto, relatório, respostas aos clientes.

Duração : 1 dia

Objetivos

1. Reconhecer as formas de greenwashing: alegações vagas, omissões, rótulos não reconhecidos, compensação apresentada como neutralidade
2. Explicar as regras que enquadram as alegações: ISO 14021:2026, diretiva (UE) 2024/825 para o mercado europeu, exigências dos compradores
3. Aplicar um método de verificação de uma mensagem: perímetro, evidência, base de comparação, prazo de validade
4. Redigir mensagens exatas sobre um produto, um sítio ou a empresa
5. Implementar um circuito de validação das comunicações de RSE

Programa

Dia 1 — manhã

• O que faz de uma comunicação de RSE um risco: clientes, consumidores, investidores, concorrentes, autoridades

• Alegações ambientais: ISO 14021:2026, diretiva (UE) 2024/825 para o mercado da União, cadernos de encargos dos distribuidores

• Neutralidade carbónica, compensação, conteúdo reciclado, reciclabilidade, « natural »: formulações a evitar e alternativas

• Comunicação social e ética: compromissos, números, rótulos e certificações citados

Dia 1 — tarde (oficina)

• Evidências: dados, cálculos, certificados, prazo de validade e atualização

• Metas futuras e compromissos climáticos: o que é preciso publicar ao mesmo tempo

• Oficina: revisão dos seus materiais e reescrita das mensagens de risco

• Teste de conhecimentos e procedimento de validação interna das mensagens

Metodologia

• Revisão crítica dos seus próprios materiais: sítio web, catálogos, embalagens, relatório, apresentações comerciais

• Exercícios de reescrita de mensagens, do vago ao verificável

• Análise de exemplos de alegações retiradas ou contestadas, sem citar empresas

• Trabalho em dupla comunicação e RSE

• Teste final sobre as regras de alegação e as evidências

Avaliação e documentos

Teste de conhecimentos no fim do dia, avaliação a quente em D+1. Certificado de formação numerado, verificável online, para cada participante; relatório de formação e lista das mensagens reescritas entregues à empresa.

Materiais bilingues para cada participante; cada formação presencial inclui o seu gémeo digital no OmniLearn.

Bom saber

Para aprofundar as alegações sobre os produtos e as suas evidências técnicas, veja « Alegações ambientais: ISO 14021:2026 e diretiva (UE) 2024/825 ». Os compromissos de neutralidade carbónica são tratados em « Net zero: IWA 42, ISO/DIS 14060 e norma SBTi ».

Informações práticas

Duração	1 dia
Público	Comunicação, marketing, RSE, comercial, jurídico
Número de participantes	Grupos de 6 a 12 participantes, na empresa
Formato	Na empresa, presencial nas suas instalações
Língua	Francês, darija ou inglês; materiais bilingues
Financiamento	Contratos especiais de formação da OFPPT (TFP), GIAC, Maroc PME: preparamos os processos consigo, sem custo adicional.
Personalização do programa	Programa adaptado aos seus procedimentos, aos seus equipamentos e ao seu público

Perguntas frequentes

Qual a diferença para a formação « Alegações ambientais: ISO 14021:2026 e diretiva (UE) 2024/825 »?
Aquela aprofunda as alegações feitas sobre os produtos e as suas evidências técnicas. Este dia cobre toda a comunicação de RSE da empresa, incluindo as mensagens sociais, éticas e climáticas, e o procedimento interno de validação.

Ainda se pode dizer que um produto é neutro em carbono?
Na comunicação aos consumidores da União, a diretiva (UE) 2024/825 proíbe afirmar que um produto tem um impacto neutro ou reduzido no ambiente com base na compensação de emissões. Noutros contextos, uma tal declaração deve, no mínimo, assentar num referencial reconhecido, num plano de redução e em evidências publicadas.

Quem deve participar?
As pessoas que redigem ou validam as mensagens: comunicação, marketing, comercial, RSE e, se possível, jurídico. O procedimento de validação construído na oficina precisa quem revê o quê.