



ROAD MAP PER L'AZIONE NEL PROGETTO VETTING GREEN



Co-funded by
the European Union



SOMMARIO

| | |
|---|----|
| ACRONIMI | 3 |
| 0. EXECUTIVE SUMMARY | 4 |
| 1. INFORMAZIONI GENERALI SUL PROGETTO E SULLA ROADMAP | 5 |
| 1.1. CONTESTO GENERALE | 5 |
| 1.2. IL PROGETTO | 5 |
| 1.3. I GRUPPI TARGET | 6 |
| 2. IL CORSO E LA PIATTAFORMA E-LEARNING | 7 |
| 3. PERCHÈ QUESTA ROADMAP? | 8 |
| 3.1. CHE COS'È UNA ROADMAP? | 9 |
| 4. METODOLOGIA NELLA DEFINIZIONE DELLA ROADMAP | 10 |
| 4.1. DETTAGLIARE GLI STEP: | 10 |
| 5. AZIONI PER I PER TARGET GROUP | 13 |
| 5.1. PROFILO 1: DESIGNER DI CALZATURE | 13 |
| 5.2. PROFILO 2: FORMATORE VET | 15 |
| 5.3. PROFILO 3: MANAGER AZIENDALE | 17 |
| 6. TRASFERIBILITÀ AD ALTRI SETTORI | 20 |
| 6.1. I 2 CLUSTER NEL PROGETTO VETTING GREEN: CALZATURA & ABBIGLIAMENTO | 20 |
| 6.2. OLTRE I CLUSTER VETTING GREEN | 21 |
| 7. COME PERSONALIZZARE I MATERIALI FORMATIVI VETTING GREEN IN NUOVI CURRICULA | 27 |
| 7.1. MATERIALI TRASFERIBILI E MODIFICHE | 29 |
| 7.2. TRASFERIMENTO VERSO SETTORI DIVERSI - ESEMPIO | 30 |
| 8. CONCLUSIONI | 34 |
| 9. REFERENCES | 35 |



ACRONIMI

| | |
|--------|--|
| EQAVET | European Quality Assurance for Vocational Education Training |
| EQF | European Qualification Framework |
| LO | Learning Outcomes |
| R&D | Research and Development |
| SME | Small and medium-sized enterprise |
| VET | Vocational Education and Training |
| WP | Work Package |



0. EXECUTIVE SUMMARY

VETting Green è un progetto Erasmus+ il cui obiettivo è quello di facilitare la trasparenza e una comprensione comune delle pratiche e dei concetti sostenibili tramite la creazione di una piattaforma di e-learning, di contenuti formativi e di altri output complementari. Questa comprensione andrà a prevenire pratiche di greenwashing intenzionali e non da parte delle aziende del calzaturiero, dell'abbigliamento e di altri settori affini.

Il Progetto mira anche ad aumentare la consapevolezza ed a promuovere lo sviluppo di strumenti innovativi per la formazione VET che possano raggiungere un pubblico più ampio affrontando i temi principali del greenwashing. In aggiunta, si cerca di coinvolgere professionisti, educatori e formatori, studenti e cittadini in generale diminuire la disinformazione ed incoraggiare la partecipazione a percorsi formativi che possano avere un impatto sulle loro abitudini quotidiane.

Uno dei pacchetti di lavoro del progetto è focalizzato sulla connessione tra formazione VET ed applicazioni reali nell'industria calzaturiera e dell'abbigliamento per il supporto di pratiche sostenibili. Il pacchetto promuove collaborazioni tra settori diversi per la modernizzazione dei curricula VET per preparare professionisti e studenti a diventare agenti della transizione verde. Tramite la creazione di risorse trasferibili e supportando la connessione tra settore della produzione e della formazione, questo pacchetto incoraggia l'applicazione pratica di competenze, lo scambio di conoscenze tra industria diverse e lo sviluppo di sinergie tra settore calzaturiero e dell'abbigliamento.

Come risultato del pacchetto di lavoro menzionato, questo roadmap è stata creata per supportare una trasformazione sostenibile nei settori del calzaturiero dell'abbigliamento tramite la formazione vocazionale (VET). La roadmap mira a spiegare il background del progetto, quali sono i gruppi target e l'uso della piattaforma di e-learning per la promozione delle competenze verdi, assicurando un'implementazione attiva tramite azioni specifiche definitive per passare dalla teoria alla pratica quotidiana.

In breve, questa roadmap trasforma la visione strategica del progetto VETting Green e della formazione della sua [piattaforma e-learning](#) in passi attivi, misurabili e trasferibili, assicurando un impatto a lungo termine in termini di sostenibilità degli obiettivi di progetto.

Si tratta di una guida pratica che possa aiutare gli studenti ad applicare le conoscenze in contesti reali. Serve come piano strutturato in cui sono sottolineati gli step, le priorità e le tempistiche per aumentare la consapevolezza ed assicurare la replicabilità delle pratiche sostenibili nella formazione VET dei settori calzatura ed abbigliamento. La metodologia proposta in questo documento include otto step strutturati, dalla definizione degli obiettivi fine all'innovazione.

Fornisce anche delle azioni specifiche per i profili professionali, come il designer di calzature, manager e formatori VET ed esplora come questi strumenti e materiali possano essere adattati ad altri settori. Questo assicura che l'approccio VETting Green possa supportare diverse pratiche di sostenibilità ben oltre i suoi target originali.

Leggi con attenzione questo documento, metti in pratica le raccomandazioni e sii parte del cambiamento verde!



1. INFORMAZIONI GENERALI SUL PROGETTO E SULLA ROADMAP

1.1. CONTESTO GENERALE

Al giorno d'oggi, è molto comune trovare sul mercato prodotti che affermano di essere "più sostenibili", "ecologici", "bio", "ecologici", "carbon neutral", "biodegradabili", tra gli altri. Tuttavia, nella maggior parte dei casi, questi attributi non sono supportati da alcuna prova o da prove e prove o schemi di certificazione riconosciuti. Ciò può portare al greenwashing, ovvero alla diffusione di informazioni false o fuorvianti, creando confusione e sfiducia tra i consumatori. Per superare questo limite/problema, la Commissione europea ha pubblicato una proposta di direttiva sulle dichiarazioni ecologiche che affronta il greenwashing, contrastando le false dichiarazioni ambientali fatte ai consumatori e fermando la proliferazione delle etichette ambientali. La presente direttiva garantisce che le dichiarazioni ecologiche siano affidabili, comparabili e verificabili.

1.2. IL PROGETTO

In un contesto globale in cui è urgente passare a un'economia verde e in cui aumenta la pressione dei consumatori verso prodotti sostenibili, è essenziale che tutti noi abbiamo la stessa e vera comprensione della produzione sostenibile e combattiamo la disinformazione. Con questo progetto, i partner faciliteranno la trasparenza e una comprensione comune e reale delle pratiche e dei concetti sostenibili per evitare il greenwashing intenzionale e non intenzionale da parte delle aziende del settore calzaturiero e non solo.

L'obiettivo globale di VETting Green è quello di facilitare la trasparenza e una comprensione comune e veritiera delle pratiche e dei concetti sostenibili attraverso la creazione di una [piattaforma online e di altri risultati complementari](#). Questa comprensione eviterà il greenwashing, intenzionale o non intenzionale, da parte delle aziende del settore calzaturiero, dell'abbigliamento e dei settori correlati.

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

- Sostenere i responsabili politici e le autorità pubbliche nella promozione di politiche più ecologiche nel settore calzaturiero e nei settori correlati (ad esempio tessile, cuoio), in collaborazione con le parti interessate come le PMI e i consumatori, affrontando nel contempo le dichiarazioni ambientali ingannevoli.
- Fornire alle comunità e ai professionisti dell'IFP le conoscenze necessarie per guidare il cambiamento sostenibile nelle aziende attraverso l'apprendimento permanente.
- Sviluppare una formazione coinvolgente in linea con il Patto per le competenze dell'UE per aiutare il settore calzaturiero a identificare e combattere il greenwashing e promuovere una comunicazione trasparente dei prodotti.
- Sensibilizzare lavoratori e consumatori sui temi della tracciabilità e dell'etichettatura per favorire scelte consapevoli e premiare le aziende realmente sostenibili.
- Fornire strumenti per aiutare i futuri professionisti della calzatura a distinguere le vere strategie di sostenibilità dal greenwashing.

In questo progetto sono diverse le attività che verranno sviluppate, tra le principali ci sono:

- Generare un policy brief per combattere il greenwashing.



- Progettare e sviluppare una formazione online per lavoratori del settore calzaturiero e dell'abbigliamento, rappresentanti di aziende o studenti e insegnanti di IFP sul greenwashing.
- Sviluppare prodotti innovativi per il settore dell'istruzione e della formazione professionale che potrebbero essere estesi anche ad altri gruppi target per aumentare la consapevolezza su argomenti che li riguardano tutti.

Il progetto si propone di raggiungere i seguenti risultati:

- Generare conoscenze a livello dell'UE nel settore calzaturiero per definire, identificare e combattere correttamente il greenwashing e la disinformazione.
- Sensibilizzare i lavoratori e i consumatori a fare scelte migliori.
- Preparare studenti di formazione professionale, insegnanti, imprenditori e professionisti attuali nei processi di apprendimento permanente sulle questioni ambientali.
- Creare strumenti digitali di formazione professionale per il settore calzaturiero e dell'abbigliamento con contenuti replicabili.

1.3. I GRUPPI TARGET

Il progetto VETting Green si rivolge a un'ampia e diversificata gamma di gruppi target nei settori dell'istruzione, dell'industria e delle politiche, riflettendo il suo obiettivo di promuovere una transizione globale verso la sostenibilità nelle industrie calzaturiere e dell'abbigliamento che svolgono un ruolo chiave nel guidare o sostenere l'innovazione verde:

- **I responsabili politici** sono fondamentali per la definizione di regolamenti e incentivi che incoraggino pratiche sostenibili nella produzione, nella formazione e nel consumo. Il loro coinvolgimento garantisce che i risultati siano in linea con le più ampie politiche ambientali ed educative.
- **I consumatori e le associazioni dei consumatori** sono fondamentali per spostare la domanda verso prodotti più trasparenti ed eco-consapevoli. Sensibilizzando e promuovendo scelte consapevoli, contribuiscono a ridurre il greenwashing e sostengono i brand sostenibili.
- **Gli erogatori di istruzione e formazione professionale**, insieme agli insegnanti e ai formatori **dell'istruzione e della formazione** professionale, sono attori chiave nell'integrazione della sostenibilità nei programmi di istruzione professionale. Forniscono le conoscenze e le competenze di cui gli studenti hanno bisogno per contribuire a settori più ecologici.
- **Gli studenti dell'IFP** rappresentano la prossima generazione di professionisti e agenti di cambiamento che porteranno avanti pratiche sostenibili nelle loro future carriere.
- All'interno delle aziende, il progetto si rivolge a molteplici ruoli:
- **I manager** sono responsabili delle decisioni strategiche e della definizione delle priorità di sostenibilità.
- **Le persone chiave** (come i responsabili della sostenibilità o i leader della produzione) implementano politiche e pratiche ecologiche sul campo.
- **I lavoratori** sono impegnati nell'adozione di nuove tecniche e approcci sostenibili nelle loro attività quotidiane.
- **Designer e tecnici** contribuiscono all'eco-innovazione nello sviluppo dei prodotti, dei materiali e dei processi.



- **I ricercatori** supportano lo sviluppo di soluzioni sostenibili attraverso l'innovazione continua, l'analisi dei dati e la sperimentazione di nuove tecnologie.

Questi gruppi offrono vari modi di influenzare, influenzare e trasferire le conoscenze al proprio ambiente di lavoro a breve, medio e lungo termine grazie a diversi:

- Competenza, background accademico e professionale, esperienza, conoscenze pregresse sui temi del progetto.
- Preoccupazioni, interessi sui temi del progetto.
- Attività, compiti, ruolo all'interno delle organizzazioni, rapporti con gli altri dipartimenti.

Rivolgendosi a diversi gruppi, VETting Green garantisce un impatto multilivello e interfunzionale, promuovendo una responsabilità condivisa e uno sforzo collaborativo verso la sostenibilità nell'ecosistema VET e nelle industrie correlate.

2. IL CORSO E LA PIATTAFORMA E-LEARNING

Il principale risultato del progetto VETting Green è un corso di formazione completo progettato per fornire una solida comprensione dei principi di sostenibilità e delle migliori pratiche nel settore delle calzature e dell'abbigliamento. Il corso è strutturato in cinque moduli dinamici, ognuno dei quali si concentra su concetti e strategie chiave per aiutarti a navigare nella moda sostenibile e per identificare quali sono le principali pratiche di greenwashing.

Al termine di questo corso, i partecipanti saranno esperti nei principi e nelle pratiche della sostenibilità nel settore calzaturiero e dell'abbigliamento. Sarai in grado di navigare nel panorama legale, implementare efficaci strategie di marketing verde, utilizzare gli strumenti chiave per la sostenibilità e selezionare i materiali più innovativi e sostenibili per i tuoi prodotti.

Il corso si focalizza sulle seguenti dimensioni:

- **Fondamenti della sostenibilità:** Esplora i principali concetti e strategie di sostenibilità su misura per l'industria calzaturiera e dell'abbigliamento. Ottieni informazioni dettagliate sulla legislazione più importante che influisce sulle dichiarazioni ambientali e comprendi le differenze tra gli sforzi di sostenibilità autentici e le pratiche di greenwashing attraverso esempi e casi di studio del mondo reale.
- **Quadro giuridico e conformità:** approfondisci la legislazione critica che regola le dichiarazioni ambientali nel settore. Scopri come garantire che la tua azienda rispetti queste normative ed evitare le insidie del greenwashing.
- **Strategie di marketing verde:** In qualità di azienda impegnata per l'ambiente, scopri le ultime strategie di marketing ecologico per raggiungere e coinvolgere efficacemente i consumatori. Scopri come comunicare i tuoi sforzi per la sostenibilità in modo autentico e convincente.
- **Strumenti e tecniche di sostenibilità:** focus sui principali strumenti di sostenibilità, tra cui l'eco-design, le dichiarazioni ambientali di prodotto e l'analisi del ciclo di vita. Scopri come implementare questi strumenti per migliorare la sostenibilità e l'efficienza operativa dei tuoi prodotti.
- **Materiali innovativi e sostenibili:** esplora i materiali più innovativi e sostenibili disponibili per calzature e abbigliamento. Comprendi le certificazioni e gli standard



che garantiscono la sostenibilità di questi materiali, aiutandoti a prendere decisioni informate per le tue linee di prodotti.

I contenuti della piattaforma online sono suddivisi in diversi moduli contenenti un elenco organizzato di argomenti.

- **M0 INTRODUZIONE**
- **M1 SOSTENIBILITÀ E CONTESTO ATTUALE**
- **M2 DIFFERENZE TRA GREEN MARKETING E GREENWASHING**
- **M3 MARKETING VERDE**
- **M4 ECO-DESIGN E DESIGN SOSTENIBILE**
- **M5 MATERIALI E STRUMENTI SOSTENIBILI**
- **GLOSSARIO M6**

La struttura completa del corso e l'elenco dei contenuti di ciascun modulo [sono disponibili online qui](#).

3. PERCHÈ QUESTA ROADMAP?

Questa tabella di marcia è stata sviluppata nell'ambito del VETting Green come continuazione della sua piattaforma di formazione. Il documento permette di mettere in pratica tutto ciò che è stato appreso online grazie al corso del progetto o di trasferirlo a diversi settori, promuovendo la trasformazione sostenibile nell'industria calzaturiera e dell'abbigliamento attraverso l'istruzione e la formazione professionale (VET). Inizia offrendo informazioni generali sul progetto, il suo contesto e i suoi gruppi target, tra cui professionisti dell'IFP, studenti e attori del settore impegnati nell'innovazione verde.

La roadmap introduce il corso e la piattaforma di e-learning, spiegando come supporta l'apprendimento autonomo per un aggiornamento incentrato sulla sostenibilità. Delinea quindi lo scopo di questo strumento, sottolineando l'importanza di una road map come strumento per applicare le nuove conoscenze acquisite in contesti del mondo reale e per supportare il miglioramento continuo.

Una sezione centrale presenta la metodologia per la stesura delle road map, suddivisa in otto passaggi pratici: dal chiarimento delle conoscenze e dalla definizione degli obiettivi all'implementazione delle azioni, all'ottenimento di feedback e infine all'innovazione, alla riflessione e alla revisione.

Il documento esplora poi azioni specifiche su misura per diversi gruppi target, a partire dal profilo del Footwear Designer, del manager aziendale e del formatore VET, dimostrando come la metodologia si applichi a ruoli professionali reali e invitando gli utenti a estrapolare la metodologia ad altri profili.

Infine, la tabella di marcia discute la trasferibilità dei risultati dei progetti ad altri settori. Presenta i due principali cluster di Vetting Green - calzature e abbigliamento - e delinea come i materiali e le metodologie possono essere personalizzati e adattati ad altri settori. Fornisce esempi concreti e strategie di modifica per garantire una più ampia applicazione degli strumenti di formazione di Vetting Green in vari settori impegnati in pratiche sostenibili.



3.1. CHE COS'È UNA ROADMAP?

Una roadmap è un piano strategico o una rappresentazione visiva che delinea i passaggi, le pietre miliari e gli obiettivi necessari per raggiungere un obiettivo specifico o un risultato desiderato. Serve come guida per aiutare gli individui, i team o le organizzazioni a rimanere concentrati, organizzati e allineati mentre progrediscono verso i loro obiettivi.

Una roadmap è sia uno strumento di pianificazione che di comunicazione, che aiuta a chiarire la direzione e a facilitare il progresso. Funge da guida strategica, trasformando le conoscenze in competenze utili e preziose che guidano il successo personale e organizzativo. Una tabella di marcia:

- **Collega teoria e pratica:** fornisce passaggi attuabili che facilitano la transizione dall'apprendimento all'azione, riducendo la complessità ed eliminando l'inerzia.
- **Migliora l'apprendimento e la memorizzazione:** rafforza le conoscenze attraverso l'applicazione nel mondo reale, la ripetizione e l'uso strutturato, migliorando la comprensione e la padronanza a lungo termine.
- **Si allinea con gli obiettivi dell'ambiente di lavoro:** garantisce che le conoscenze siano pertinenti agli obiettivi dell'ambiente di lavoro, supporta il monitoraggio dei progressi e favorisce l'allineamento con le priorità del team e dell'organizzazione.
- **Costruisce motivazione e responsabilità:** crea un senso di responsabilità, aumenta la motivazione e aumenta la fiducia attraverso progressi gradualmente e misurabili.
- **Consente l'adattamento e il miglioramento continuo:** incoraggia il perfezionamento attraverso il feedback, rivela intuizioni pratiche e ne consente l'utilizzo negli ambienti di lavoro.

La roadmap è:

- Orientato all'obiettivo: focalizzato sul raggiungimento di risultati specifici.
- Sequenziale: presenta i passaggi in un ordine logico.
- Limitato nel tempo: include tempistiche, scadenze o traguardi.
- Flessibile: può essere regolato in base alle priorità o alle circostanze.
- Chiaro e visivo: un diagramma/infografica per una facile comprensione.

La tabella di marcia VETting Green per sostenere il trasferimento delle conoscenze acquisite in applicazioni reali prevede un approccio strutturato e attuabile che collega l'apprendimento con l'implementazione. Esso si articola in due parti principali:

- Una checklist e un itinerario per chi utilizza la Piattaforma di Formazione del progetto per mettere in pratica alla fine ciò che ha appreso attraverso questo strumento. Incorpora idee principali, suggerimenti pratici, modi per analizzare la realtà di ogni partecipante per applicare l'apprendimento, ecc.
- Una parte con linee guida trasversali e generali su come trasferire le conoscenze del progetto ad altri settori che potrebbero essere legati alla calzatura e all'abbigliamento o in cui i contenuti della Piattaforma di Formazione potrebbero essere in qualche modo utilizzati per la loro transizione verso percorsi più sostenibili (design, arredamento, abbigliamento, ecc.).



4. METODOLOGIA NELLA DEFINIZIONE DELLA ROADMAP

Questa roadmap per trasferire le conoscenze acquisite in applicazioni reali prevede un itinerario passo dopo passo e un approccio attuabile che collega l'apprendimento con l'implementazione:



Immagine 1 – Itinerario passo dopo passo per trasferire le conoscenze acquisite in applicazioni reali.

4.1. DETTAGLIARE GLI STEP:

La metodologia in 8 fasi per redigere le tabelle di marcia fornisce un approccio strutturato per trasformare la conoscenza in un'azione efficace e reale.

Si inizia con **la Fase 1: Chiarire le conoscenze**, in cui gli studenti identificano un'abilità o un concetto specifico che hanno acquisito, lo suddividono in parti attuabili e lo collegano alle sfide del mondo reale. Nella **Fase 2: Definire obiettivi chiari**, definiscono obiettivi specifici e misurabili e stabiliscono pietre miliari che si concentrano su aree di applicazione ad alto impatto. **Fase 3: Identificare le opportunità pratiche** incoraggia la ricerca di contesti pertinenti, come luoghi di lavoro o scuole, in cui le conoscenze possono essere applicate, comprese le simulazioni per una pratica sicura.

Successivamente, **Passaggio 4: Implementare gradualmente** l'applicazione delle conoscenze passo dopo passo, riflettendo sui risultati e apportando le modifiche necessarie. Nella **Fase 5: Raccogliere feedback**, gli studenti cercano input costruttivi dagli altri per migliorare le loro prestazioni e perfezionare le loro strategie. **Fase 6: Il mainstreaming** si concentra sul trasformare l'applicazione delle conoscenze in un'abitudine regolare, integrandola nelle routine quotidiane e utilizzando strumenti per la responsabilità.



Le ultime due fasi della metodologia della tabella di marcia si concentrano sull'approfondimento e sul mantenimento dell'impatto delle conoscenze applicate. **Step 7: Expand and Innovate** incoraggia gli studenti ad andare oltre l'uso di base applicando le loro conoscenze in modi più complessi o creativi, integrandole con altre competenze per migliorarne l'efficacia e condividendole con gli altri per rafforzare la propria comprensione e acquisire nuove prospettive. **Passaggio 8: Riflettere e correggere** sottolinea l'importanza di valutare regolarmente i risultati per determinare se gli obiettivi vengono raggiunti, identificare eventuali sfide incontrate e adattare la tabella di marcia secondo necessità per riflettere nuove intuizioni, esperienze o condizioni mutevoli. Insieme, questi passaggi garantiscono l'apprendimento continuo, l'adattamento e la rilevanza a lungo termine.

Il diagramma seguente riassume questa metodologia in 8 fasi che elenca le attività specifiche che dovrebbero essere intraprese per implementare ciascuna fase.



Immagine 2 – Itinerario passo dopo passo per trasferire le conoscenze acquisite in applicazioni reali.



5. AZIONI PER I PER TARGET GROUP

In questa sezione, vengono presentati diversi esercizi riguardanti l'applicazione diretta delle conoscenze acquisite fornite dal corso VETting Green a diversi gruppi target, seguendo gli 8 passaggi suggeriti.

5.1. PROFILO 1: DESIGNER DI CALZATURE

Descrizione del profilo: Progettare e sviluppare calzature, tenendo conto delle tendenze della moda, della qualità, delle strategie commerciali e degli elementi tecnici di produzione. Questo lavoro consiste nel raccogliere e analizzare le tendenze della moda e del mercato, i materiali, adattare le informazioni sulle tendenze della moda alla gamma di prodotti e ai mercati, sviluppare nuove collezioni di calzature, collaborare alla costruzione e all'industrializzazione di prototipi, analizzare la fattibilità dei processi di modellazione e produzione, nonché gli standard di qualità e i requisiti funzionali del prodotto.

Obiettivo dell'esercizio di trasferimento: integrare efficacemente le conoscenze acquisite dal corso nel proprio lavoro, garantendo un impatto tangibile e positivo sugli sforzi di sostenibilità della propria azienda evitando il greenwashing.

STEP 1. Chiarificare le Conoscenze

Fondamenti della sostenibilità: comprendere i principi fondamentali della sostenibilità, come l'impatto del ciclo di vita, l'economia circolare e l'impronta di carbonio.

Quadro giuridico e conformità: familiarizza con le leggi e i regolamenti che regolano le dichiarazioni ambientali e la sostenibilità dei prodotti.

Strategie di marketing ecologiche: scopri come comunicare gli sforzi di sostenibilità in modo trasparente e accurato.

Strumenti e tecniche di sostenibilità: acquisisci esperienza nell'utilizzo di strumenti come valutazioni del ciclo di vita (LCA), software di eco-design o certificazione.

Materiali innovativi e sostenibili: acquisisci conoscenze su materiali come polimeri biodegradabili, tessuti riciclati e pelle e alternative biobased.

STEP 2. Definire Obiettivi Chiari

Obiettivi a breve termine:

- Identifica le pratiche non sostenibili negli attuali processi di progettazione delle calzature.
- Integra almeno un materiale o una tecnica sostenibile nella prossima linea di prodotti.
- Assicurati che i materiali di marketing evitino affermazioni fuorvianti.



| | |
|--|---|
| | <p>Obiettivi a lungo termine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transizione di tutti i modelli di calzature per includere pratiche incentrate sulla sostenibilità. • Stabilire un quadro di conformità per le dichiarazioni ecologiche. ▪ Innova con concetti di calzature sostenibili all'avanguardia. |
| STEP 3. Identificare Opportunità Pratiche nel tuo Contesto | <p>Selezione dei materiali: collabora con i fornitori per reperire materiali ecologici e certificati per i progetti.</p> <p>Processo di progettazione: riprogetta le linee di calzature esistenti per ridurre gli sprechi, semplificare la produzione e consentire la riciclabilità.</p> <p>Iniziative sul posto di lavoro: sostenere una revisione della sostenibilità delle pratiche di produzione e imballaggio dell'azienda.</p> <p>Coinvolgimento dei consumatori: utilizza strategie di marketing ecologico per educare i clienti sulle caratteristiche sostenibili dei prodotti.</p> |
| STEP 4. Implementare Gradualmente | <p>Progetto pilota: Iniziare con una singola linea di prodotti per testare materiali o tecniche sostenibili.</p> <p>Sforzi collaborativi: lavorare con i team di produzione per garantire la fattibilità di cambiamenti sostenibili.</p> <p>Piccole modifiche: introduci modifiche incrementali, come adesivi ecologici o riduzione dello spreco di materiale.</p> |
| STEP 5. Raccogliere Feedback | <p>Revisioni interne: presentare i progetti ai colleghi e ai supervisori per ottenere input sugli aspetti di sostenibilità.</p> <p>Discussioni con i fornitori: Chiedi consiglio sulla praticità e la scalabilità dei materiali proposti.</p> <p>Consumer Insights: utilizza sondaggi o focus group per valutare l'accoglienza dei clienti nei confronti dei progetti sostenibili.</p> |
| STEP 6. Mainstreaming | <p>Procedure operative standard: sviluppare linee guida per integrare la sostenibilità in ogni fase del processo di progettazione.</p> <p>Condivisione delle conoscenze: formare i colleghi sui principi e gli strumenti di sostenibilità appresi durante il corso.</p> |



| | |
|---------------------------------|---|
| | Cultura aziendale: sostenere l'adozione a livello aziendale di obiettivi e iniziative di sostenibilità. |
| STEP 7. Espandere e Innovare | <p>Innovazione dei materiali: sperimenta materiali sostenibili all'avanguardia, come le alternative a base biologica alla pelle e i componenti stampati in 3D.</p> <p>Design circolare: esplora i modelli/design di calzature modulari che consentono riparazioni facili e una maggiore durata del prodotto.</p> <p>Collaborazioni: collabora con istituti di ricerca o startup per co-sviluppare soluzioni innovative.</p> |
| STEP 8. Riflettere e Correggere | <p>Valutare i risultati: valutare regolarmente l'impatto delle misure di sostenibilità sulla qualità del design, sui costi di produzione e sulle prestazioni ambientali.</p> <p>Impara dalle sfide: identifica gli ostacoli incontrati durante l'implementazione e adatta le strategie.</p> <p>Iterazione: aggiornamento di progetti, processi e strategie in base al feedback e all'evoluzione degli standard di settore.</p> |

5.2. PROFILO 2: FORMATORE VET

Descrizione del profilo: progettare, erogare e valutare programmi di istruzione e formazione professionale (VET), sostenendo l'acquisizione di conoscenze, abilità e competenze professionali in linea con le esigenze del mercato del lavoro e i requisiti specifici del settore. Questo ruolo prevede lo sviluppo di materiali formativi, la valutazione dei progressi degli studenti e l'integrazione di metodologie didattiche innovative, compresi strumenti digitali e orientati alla sostenibilità. I formatori VET devono collaborare con aziende ed esperti del settore per garantire un apprendimento aggiornato e basato sulla pratica, adattando la formazione alle tendenze attuali, ai progressi tecnologici e all'evoluzione degli standard professionali. Inoltre, svolgono un ruolo chiave nell'orientare gli studenti, sostenere lo sviluppo della carriera e promuovere la cittadinanza attiva e i valori dell'apprendimento permanente.

Obiettivo dell'esercizio di trasferimento: la tabella di marcia garantisce che le conoscenze dell'IFP Green siano efficacemente tradotte in pratica educativa, promuovendo la consapevolezza e le competenze in materia di sostenibilità tra i discenti e i professionisti dell'IFP.

| | |
|------------------------------------|--|
| STEP 1. Chiarificare le Conoscenze | Fondamenti della sostenibilità: comprendere i principi di base dello sviluppo sostenibile e la sua rilevanza per l'industria calzaturiera e dell'abbigliamento. |
|------------------------------------|--|



| | |
|--|---|
| | <p>Quadro giuridico e conformità: scopri le leggi, i regolamenti e gli standard applicabili relativi alla protezione dell'ambiente e alla produzione sostenibile.</p> <p>Strategie di marketing green: cogli come la trasparenza e la comunicazione veritiera promuovono i marchi sostenibili e prevengono il greenwashing.</p> <p>Strumenti e tecniche di sostenibilità: familiarizza con l'analisi del ciclo di vita, i metodi di eco-design e gli strumenti di valutazione della sostenibilità.</p> <p>Materiali innovativi e sostenibili: studia i materiali ecologici emergenti e le loro proprietà.</p> |
| STEP 2. Definire Obiettivi Chiari | <p>Obiettivi a breve termine: Integrare i concetti di sostenibilità negli attuali moduli di formazione e sensibilizzare gli studenti sulla produzione verde.</p> <p>Obiettivi a lungo termine: Sviluppare programmi di studio completi orientati alla sostenibilità e stabilire partnership con aziende locali per progetti pratici.</p> |
| STEP 3. Identificare Opportunità Pratiche nel tuo Contesto | <p>Selezione dei materiali: incoraggiare l'uso di materiali sostenibili nei progetti di design degli studenti.</p> <p>Processo di progettazione: incorporare i principi di eco-design in incarichi e workshop.</p> <p>Iniziative sul posto di lavoro: collabora con le aziende per offrire stage o progetti dal vivo incentrati sulla sostenibilità.</p> <p>Coinvolgimento dei consumatori: Educare gli studenti a comunicare i vantaggi della sostenibilità ai consumatori finali.</p> |
| STEP 4. Implementare Gradualmente | <p>Progetto pilota: Lancio di un modulo di corso pilota incentrato su temi di sostenibilità all'interno dei programmi di formazione professionale esistenti.</p> <p>Sforzi collaborativi: collabora con colleghi ed esperti del settore per arricchire i contenuti e condividere le migliori pratiche.</p> <p>Piccoli aggiustamenti: aggiorna continuamente i piani delle lezioni in base al feedback e alle tendenze emergenti</p> |



| | |
|---------------------------------|---|
| STEP 5. Raccogliere Feedback | <p>Revisioni interne: raccogli input da studenti e colleghi formatori sull'efficacia del corso.</p> <p>Discussioni con i fornitori: interagisci con i fornitori di materiali per verificare le dichiarazioni di sostenibilità e raccogliere informazioni.</p> <p>Consumer Insights: Coinvolgi i consumatori finali attraverso sondaggi o workshop per comprendere le aspettative sui prodotti green.</p> |
| STEP 6. Mainstreaming | <p>Procedure operative standard: Formalizzare le pratiche di sostenibilità in linee guida didattiche e criteri di valutazione.</p> <p>Condivisione delle conoscenze: organizzare sessioni di formazione regolari per i formatori per diffondere contenuti e metodi aggiornati.</p> <p>Cultura aziendale: Promuovere una mentalità di sostenibilità all'interno dell'ente di formazione e delle aziende partner.</p> |
| STEP 7. Espandere e Innovare | <p>Innovazione dei materiali: esplorare e introdurre materiali sostenibili all'avanguardia nei programmi di studio e nei progetti.</p> <p>Design circolare: insegna i principi dell'estensione, del riutilizzo e del riciclo della vita del prodotto nei processi di progettazione.</p> <p>Collaborazioni: costruire reti con altri centri di formazione professionale e operatori del settore per co-sviluppare soluzioni sostenibili innovative.</p> |
| STEP 8. Riflettere e Correggere | <p>Valutare i risultati: misurare i risultati dell'apprendimento degli studenti e l'impatto dell'integrazione della sostenibilità sulle loro competenze.</p> <p>Impara dalle sfide: identifica gli ostacoli incontrati durante l'implementazione e pianifica le soluzioni.</p> <p>Iterazione: aggiornare regolarmente la Road Map e l'approccio didattico in base alle nuove intuizioni e alle esigenze in evoluzione del settore.</p> |

5.3. PROFILO 3: MANAGER AZIENDALE



Descrizione del profilo: pianificare, coordinare e supervisionare le operazioni e la direzione strategica di un'azienda o di un'unità aziendale, garantendo efficienza, redditività e sostenibilità. Questo ruolo comporta la definizione degli obiettivi aziendali, la gestione dei team, l'allocazione delle risorse e il monitoraggio degli indicatori di performance tra i reparti. Un manager aziendale analizza le tendenze del mercato, identifica le opportunità di crescita e guida l'innovazione per rimanere competitivo. Sono inoltre responsabili di garantire la conformità ai quadri giuridici e normativi, di mantenere gli standard di qualità e di promuovere una cultura aziendale positiva. Nel contesto della sostenibilità, integrano la responsabilità ambientale e sociale nelle strategie aziendali, promuovendo pratiche sostenibili, coinvolgimento degli stakeholder e creazione di valore a lungo termine.

Obiettivo dell'esercizio di trasferimento: Questa road map fornisce un percorso strutturato e realistico per i manager per guidare le loro aziende verso un modello di business più verde, più responsabile e pronto per il futuro, allineandosi con i principi e gli strumenti promossi dal progetto VETting Green.

| | |
|---|---|
| STEP 1. Chiarificare le Conoscenze | <p>Fondamenti della sostenibilità: comprendere il business case per la sostenibilità e la sua rilevanza strategica nel migliorare la competitività e il valore del marchio.</p> <p>Quadro giuridico e conformità: identifica le normative ambientali rilevanti per il tuo settore e garantisci la conformità per evitare rischi legali.</p> <p>Strategie di marketing green: scopri come comunicare gli sforzi di sostenibilità in modo trasparente e credibile, evitando il greenwashing.</p> <p>Strumenti e tecniche di sostenibilità: acquisisci familiarità con le metriche di sostenibilità (ad esempio, impronta di carbonio, analisi del ciclo di vita) per monitorare l'impatto e i progressi.</p> <p>Materiali innovativi e sostenibili: esplora alternative sostenibili per le materie prime e gli imballaggi in linea con i principi dell'economia circolare.</p> |
| STEP 2. Definire Obiettivi Chiari | <p>Obiettivi a breve termine: audit delle operazioni in corso per identificare le lacune di sostenibilità e i miglioramenti rapidi (ad esempio, riduzione dell'energia, ottimizzazione dei materiali).</p> <p>Obiettivi a lungo termine: integrare la sostenibilità nella strategia principale dell'azienda, con KPI chiari e strutture di reporting in tutti i reparti.</p> |
| STEP 3. Identificare Opportunità Pratiche nel tuo Contesto | <p>Selezione dei materiali: modificare le pratiche di approvvigionamento per dare priorità ai fornitori che offrono materiali sostenibili e certificati.</p> |



| | |
|---|--|
| | <p>Processo di progettazione: coinvolgere i team di ricerca e sviluppo e di progettazione nell'esplorazione dei principi di eco-design.</p> <p>Iniziative sul posto di lavoro: lanciare campagne interne di sostenibilità (ad esempio, riduzione dei rifiuti, risparmio idrico).</p> <p>Coinvolgimento dei consumatori: sviluppare strategie di etichettatura e comunicazione dei prodotti che informino e coinvolgano i clienti eco-consapevoli.</p> |
| STEP 4. Implementare Gradualmente | <p>Progetto pilota: avviare un progetto di sostenibilità su piccola scala (ad esempio, una linea di prodotti ecologici o una riprogettazione del packaging).</p> <p>Sforzi collaborativi: formare team interfunzionali (ad esempio, approvvigionamento, marketing, operazioni) per garantire un'esecuzione allineata.</p> <p>Piccole modifiche: apporta modifiche progressive alle operazioni, ai materiali e ai flussi di lavoro per evitare interruzioni e migliorare le prestazioni.</p> |
| STEP 5. Raccogliere Feedback | <p>Revisioni interne: Organizza riunioni periodiche del team per esaminare i progressi e raccogliere i suggerimenti dei dipendenti.</p> <p>Discussioni con i fornitori: Stabilire un dialogo con i fornitori per valutare le loro pratiche di sostenibilità ed esplorare l'innovazione congiunta.</p> <p>Consumer Insights: raccogli il feedback dei clienti sulle caratteristiche di sostenibilità e sul branding attraverso sondaggi o recensioni di prodotti.</p> |
| STEP 6. Mainstreaming | <p>Procedure operative standard: Formalizzare le pratiche di sostenibilità in linee guida didattiche e criteri di valutazione.</p> <p>Condivisione delle conoscenze: organizzare sessioni di formazione regolari per i formatori per diffondere contenuti e metodi aggiornati.</p> <p>Cultura aziendale: Promuovere una mentalità di sostenibilità all'interno dell'ente di formazione e delle aziende partner.</p> |
| STEP 7. Espandere e Innovare | <p>Innovazione dei materiali: investire in ricerca e sviluppo per esplorare materiali e tecnologie sostenibili all'avanguardia.</p> |



| | |
|---------------------------------|---|
| | <p>Design circolare: lanciare iniziative incentrate su programmi di riparazione, riutilizzo, riciclaggio o ritiro.</p> <p>Collaborazioni: collabora con altre aziende, istituti di ricerca e fornitori di IFP per co-creare soluzioni sostenibili.</p> |
| STEP 8. Riflettere e Correggere | <p>Valutare i risultati: monitorare i KPI relativi alla sostenibilità (ad esempio, emissioni, spreco di materiali, soddisfazione del cliente).</p> <p>Impara dalle sfide: analizza le battute d'arresto o le resistenze e adatta le strategie di conseguenza.</p> <p>Iterare: utilizzare le lezioni apprese per perfezionare continuamente la roadmap della sostenibilità e ispirare una trasformazione a lungo termine.</p> |

6. TRASFERIBILITÀ AD ALTRI SETTORI

L'obiettivo di questa sezione è quello di differenziare i percorsi di formazione effettivamente sviluppati e il materiale di formazione preparato per l'industria **calzaturiera** e dell'abbigliamento verso **altri settori e cluster**. Scopriamo quindi come può essere emanato e, soprattutto, come possono essere progettati nuovi percorsi formativi prendendo come terreno comune i risultati di VETting Green.

6.1. I 2 CLUSTER NEL PROGETTO VETTING GREEN: CALZATURA & ABBIGLIAMENTO

A livello globale, l'industria calzaturiera produce oltre 24 miliardi di paia di scarpe all'anno in tutto il mondo. L'Asia domina la produzione (in particolare Cina, India e Vietnam), mentre l'Europa è un hub per il design di alta qualità, l'innovazione e i marchi di lusso, soprattutto in Italia, Spagna e Portogallo. I mercati europei pongono sempre più l'accento sulla sostenibilità, sull'innovazione dei materiali e sulla produzione etica.



Risultato dell'immagine per l'abbigliamento Risultato dell'immagine per immagini di design di calzature.



Entrambi i settori sono ad alta intensità di risorse, dipendono da grandi volumi di acqua, energia e materie prime (cuoio, tessuti, materiali sintetici) e spesso generano notevoli rifiuti e inquinamento. Il fast fashion e le pratiche di produzione di massa hanno accelerato questi impatti, provocando una forte pressione pubblica e normativa per la riforma.

Con l'aumento della consapevolezza dei consumatori, la sostenibilità è diventata una priorità competitiva. I marchi affermano sempre più spesso di offrire prodotti "ecologici", "sostenibili" o "carbon neutral". Tuttavia, questo ha anche dato origine al greenwashing, quando le aziende ingannano i consumatori esagerando o fabbricando i loro sforzi ambientali.

L'UE sta affrontando attivamente il greenwashing attraverso il Green Deal, il piano d'azione per l'economia circolare e l'imminente direttiva sulle dichiarazioni ecologiche, che richiederanno dichiarazioni ambientali verificabili, valutazioni del ciclo di vita e trasparenza dei prodotti, nonché passaporti digitali dei prodotti e strumenti di tracciabilità. Il mercato europeo beneficia anche di una forte difesa dei consumatori e di un monitoraggio della società civile, che contribuiscono a spingere verso una sostenibilità reale, non superficiale.

Concentrandosi su calzature e abbigliamento, Vetting Green affronta due dei settori più incisivi e visibili, guidando il cambiamento attraverso l'istruzione, lo sviluppo professionale e strumenti pratici per la trasformazione sostenibile.

6.2. OLTRE I CLUSTER VETTING GREEN

L'applicazione strategica delle pratiche di sostenibilità si estende oltre i cluster calzaturieri e tessili a un'ampia gamma di altri settori tradizionali che hanno un significato culturale ed economico. Questi settori, tra cui **l'arredamento, la ceramica, la vetreria, la produzione di vino, la pelletteria, l'artigianato lapideo, il sughero**, condividono una sfida comune: preservare il loro patrimonio, evitando il greenwashing, adattandosi alle richieste di un mercato globale in rapida evoluzione. Sfruttando le pratiche sostenibili e la trasparenza nella comunicazione, questi settori possono identificare e integrare pratiche all'avanguardia che migliorano la qualità, l'efficienza e la sostenibilità, garantendone la redditività e la rilevanza a lungo termine.



L'**industria globale** del mobile contribuisce in modo significativo all'economia, con una domanda trainata dall'edilizia, dallo sviluppo immobiliare e dalle tendenze dello stile di vita dei consumatori. Il settore spazia dall'arredamento residenziale, all'ufficio e al contract, con diversi materiali (legno, metallo, plastica, tessuti) e lavorazioni.

L'Europa è uno dei principali produttori ed esportatori di mobili al mondo, noto soprattutto per l'alto valore del design, la produzione di qualità e il know-how artigianale. Italia, Germania e Polonia sono i principali produttori, con forti PMI in paesi come Spagna, Portogallo e paesi nordici. C'è una tendenza crescente verso il design sostenibile, i modelli di economia circolare e l'innovazione nei materiali

a base biologica o riciclati.

Poiché i consumatori richiedono scelte sostenibili, il marketing verde è esploso, ma non sempre in modo veritiero. Le comuni tattiche di greenwashing nell'industria del mobile includono affermazioni non verificate come "ecologico" o "naturale" senza spiegare cosa significano, l'uso di un'estetica verde (toni della terra, immagini della natura) per implicare la sostenibilità, evidenziando una singola caratteristica ecologica ignorando altre pratiche dannose, la mancanza di trasparenza nell'approvvigionamento dei materiali o l'impatto del ciclo di vita. L'UE sostiene inoltre iniziative specifiche per i mobili, come quelle dell'EFIC (Confederazione europea delle industrie del mobile) e il marchio di qualità ecologica per i mobili, per promuovere miglioramenti misurabili.

Adattando la roadmap e i materiali di e-learning di Vetting Green, i fornitori di istruzione e formazione professionale, i manager delle aziende e i designer del settore dell'arredamento possono acquisire le competenze necessarie per implementare pratiche ecologiche autentiche e creare fiducia con consumatori sempre più consapevoli.



Le **industrie** della **ceramica** e del **vetro** sono cruciali per il settore manifatturiero globale in quanto producono un ampio numero di prodotti – da oggetti per uso domestico, fino all'applicazione all'elettronica, automotive e costruzioni. Il settore del vetro supporta anche il mercato degli imballaggi (bottiglie, vasi), dell'architettura (finestre, facciate) e dell'energia rinnovabile (pannelli solari).

L'Europa ospita alcune delle più prestigiose e innovative industrie ceramiche e vetrarie, in particolare in Italia, Spagna, Germania, Francia e Portogallo. L'industria ceramica europea comprende sia produttori su scala industriale che produttori artigianali basati sul patrimonio. Allo stesso modo, il settore vetrario europeo è noto per l'eccellenza del design, gli standard di alta qualità e l'innovazione nella sostenibilità, come le vetrature ad alta efficienza energetica.



Nonostante la loro importanza culturale e industriale, la ceramica e la lavorazione del vetro sono settori ad alta intensità energetica con notevoli sfide ambientali. C'è anche una crescente attenzione alle condizioni di lavoro, in particolare nelle piccole imprese o nelle catene di approvvigionamento esternalizzate. Man mano che la sostenibilità guadagna terreno, alcuni produttori utilizzano un marketing ecologico che potrebbe non riflettere le pratiche effettive. I consumatori e i progettisti (ad esempio architetti, designer) richiedono sempre più una sostenibilità supportata dai dati e le affermazioni vaghe sono sotto esame.

Il progetto Vetting Green offre strumenti altamente rilevanti e trasferibili al cluster della ceramica e del vetro. Applicando la metodologia della roadmap in 8 fasi di Vetting Green, gli stakeholder dei settori della ceramica e del vetro possono acquisire competenze reali in materia di sostenibilità, migliorare la trasparenza e creare fiducia con i mercati eco-consapevoli.



La produzione vinicola è una delle industrie agricole più antiche e culturalmente radicate del mondo. Si estende su tutti i continenti, con Francia, Italia e Spagna come leader globali, seguiti da Stati Uniti, Argentina, Australia, Cile e Sud Africa. L'Europa domina la produzione vinicola mondiale, sia in volume che in tradizione. L'UE rappresenta circa il 65% della produzione mondiale di vino e il 70% delle esportazioni mondiali. Regioni come Bordeaux, Rioja, Toscana e Douro non sono solo indicazioni geografiche, ma anche simboli di qualità e patrimonio.



I produttori di vino europei sono sempre più sotto pressione a causa dei cambiamenti climatici, che richiedono adattamenti nella coltivazione dell'uva, nell'uso dell'acqua e nelle pratiche di fermentazione.

La produzione vinicola è strettamente legata all'uso del suolo e alla gestione delle risorse naturali, con diverse sfide in termini di sostenibilità. C'è anche una spinta verso un'etichettatura trasparente, che metta in risalto la sostenibilità ambientale e sociale. Mentre la sostenibilità diventa un punto di forza, anche il settore vinicolo sta vivendo problemi di greenwashing. I consumatori spesso non dispongono degli strumenti per verificare tali affermazioni e alcuni produttori sfruttano questa lacuna.

La metodologia della road map e i materiali di formazione del progetto Vetting Green sono altamente applicabili al settore vitivinicolo:

- I formatori VET possono personalizzare i contenuti per sviluppare competenze in viticoltura e vinificazione sostenibili
- I manager e i produttori possono utilizzare le fasi della roadmap per modificare gradualmente le pratiche ed evitare il greenwashing
- I professionisti del marketing possono imparare la comunicazione responsabile e la verifica delle affermazioni
- L'ispirazione intersettoriale (ad esempio, dall'abbigliamento e dalle calzature) può favorire le idee per il packaging, il design e la riduzione dei rifiuti.



L'industria della pelletteria comprende la produzione di borse, portafogli, cinture, accessori e articoli di lusso. Con un valore globale di oltre 400 miliardi di euro, il settore è guidato dalle tendenze della moda, dal consumo di lusso e dalla domanda di prodotti funzionali. I principali attori includono marchi multinazionali in Europa, Stati Uniti e Asia, insieme ad artigiani specializzati. L'Europa svolge un ruolo di primo piano nella pelletteria premium e di lusso, con paesi come Italia, Francia, Spagna e Portogallo che sono hub per il design e l'artigianato. Le regioni italiane della Toscana

e del Veneto sono note per la produzione di pelle di alta qualità. Il settore è interconnesso con le calzature, la moda e l'arredamento, supportando un vasto ecosistema VET.

Il settore della pelletteria pone notevoli sfide ambientali ed etiche e i marchi stanno investendo nella trasparenza, in particolare quelli che rispondono alle pressioni del Green Deal dell'UE. Nonostante gli sforzi verso la sostenibilità, il greenwashing è molto diffuso nel settore della pelletteria. Iniziative nazionali in Italia, Francia e Spagna sostengono la produzione sostenibile di pelle attraverso incentivi e programmi di innovazione. La metodologia Vetting Green, la piattaforma di formazione e lo strumento della road map sono direttamente rilevanti per il settore della pelletteria la cui trasformazione richiede non solo nuovi materiali ma una cultura della sostenibilità, e Vetting Green fornisce un approccio strutturato per consentire questa transizione.



L'industria del sughero un settore specializzato che si occupa principalmente della raccolta e della lavorazione della corteccia di sughero, utilizzata in un'ampia gamma di applicazioni come tappi per il vino, pavimenti, isolanti, accessori di moda e materiali di design. Il mercato globale del sughero è stato valutato in circa 2 miliardi di euro, con una domanda significativa di materiali ecologici e rinnovabili. L'Europa rappresenta oltre l'80% della produzione mondiale di sughero, con il Portogallo in testa (con una produzione di quasi il 50%), seguito da Spagna, Italia e Francia. Le foreste portoghesi di Montado sono ecosistemi cruciali con un'elevata biodiversità e importanti funzioni di assorbimento del carbonio. L'industria del sughero è considerata un modello per la gestione sostenibile delle foreste, in particolare nel bacino del Mediterraneo, ed è economicamente vitale per le aree rurali.

L'industria del sughero è spesso elogiata per il suo impatto ambientale positivo. Dal punto di vista sociale, l'industria sostiene l'occupazione rurale, l'artigianato e la gestione forestale a lungo termine, tuttavia, la tracciabilità e la trasparenza della catena di approvvigionamento possono variare, in particolare nei prodotti secondari a base di sughero.

Il settore del sughero è sempre più integrato nel design, nell'architettura e nella moda sostenibili ed è promosso come materiale naturale, riciclabile e biodegradabile, in linea con gli obiettivi del Green Deal dell'UE. Nonostante la sua immagine sostenibile, l'industria del sughero non è immune al greenwashing: con l'aumento della domanda, aumenta il rischio di un'eccessiva semplificazione del marketing, soprattutto nei mercati della moda e dell'arredamento per la casa.

L'approccio Vetting Green offre opportunità chiave per il settore del sughero e offre un modello unico di sostenibilità, ma deve essere protetto dalla diluizione dovuta a un marketing ingannevole. Gli strumenti di Vetting Green, come la metodologia della Road Map e le risorse di formazione, aiutano i professionisti di tutta la catena del valore a supportare un'autentica transizione sostenibile.



Il settore **dell'artigianato della pietra** comprende l'uso artigianale e industriale della pietra naturale - come marmo, granito, ardesia e arenaria - per scopi decorativi, architettonici, funzionali e artistici. Comprende la produzione di piastrelle, sculture, monumenti, mobili, gioielli e altri oggetti artigianali.

L'Europa ha una ricca storia di artigianato della pietra, in particolare in Italia, Spagna, Portogallo e Grecia, noti per il loro patrimonio di marmo, granito e artigianato. Il settore è profondamente legato alla conservazione culturale, all'architettura del patrimonio e alle economie locali, soprattutto nelle regioni rurali e montuose. Il settore dell'artigianato lapideo europeo è spesso costituito da PMI e imprese a conduzione familiare, dove le competenze

tradizionali vengono tramandate di generazione in generazione, sempre più combinate con strumenti digitali e metodi sostenibili.

Il settore si sta evolvendo con pratiche eco-consapevoli e c'è un crescente interesse per l'etichettatura ecologica, la riduzione dell'impronta di carbonio e la gestione delle risorse naturali. Nonostante la sua immagine "naturale", il settore dell'artigianato della pietra è vulnerabile al greenwashing, in particolare nel marketing e il settore spesso manca di una chiara comunicazione sulla sostenibilità e si basa su affermazioni vaghe come "naturale" o "autentico".

Il controllo delle metodologie e degli strumenti di formazione Green può portare grandi benefici al settore dell'artigianato lapideo. Il progetto Vetting Green sostiene il trasferimento di competenze, la sensibilizzazione e la modernizzazione dei programmi di studio, che sono essenziali per aiutare questo settore tradizionale a prosperare in un'economia più verde senza cadere nelle trappole del greenwashing.

Per concludere...

Anche settori come la costruzione di barche tradizionali, la fabbricazione della carta e l'artigianato storico come la tessitura o la lavorazione del legno possono essere influenzati dagli strumenti VETting Green. La formazione può consentire a queste industrie di incorporare strumenti e materiali sostenibili, come compositi leggeri o progettazione assistita da computer, nei loro processi, garantendo precisione e sostenibilità. Allo stesso tempo, consente loro di commercializzare i loro prodotti come offerte uniche e di alto valore che si rivolgono a mercati di nicchia, sottolineandone l'importanza culturale e artigianale e la sostenibilità.

In tutti questi settori, la formazione può fungere da forza trasformativa, guidando le industrie tradizionali attraverso le complessità della modernizzazione in uno spirito di sostenibilità e trasparenza. Ciò consente a tali industrie di onorare la loro eredità storica abbracciando al contempo l'innovazione, garantendo che rimangano contributori vitali alle economie regionali e ai paesaggi culturali. Adottando un approccio lungimirante, questi settori possono adattarsi alle sfide e alle opportunità moderne, raggiungendo un equilibrio sostenibile tra tradizione e progresso.



7. COME PERSONALIZZARE I MATERIALI FORMATIVI VETTING GREEN IN NUOVI CURRICULA

Questa sezione è dedicata ai professionisti dell'IFP che mirano ad adattare i materiali di apprendimento e formazione creati da VETting Green a studenti o lavoratori legati ad altri settori al di fuori di quello calzaturiero e tessile. Grazie ad esso, è possibile sviluppare o adattare nuovi curricula sfruttando tutti i contenuti sviluppati lungo il progetto intorno al tema del greenwashing.

Il normale diagramma di flusso per la progettazione dei curricula

Il normale diagramma di flusso per la progettazione dei curricula in un dato settore, per un dato gruppo target e all'interno di un dato argomento, secondo l'EQF (Quadro Europeo delle Qualifiche) e i presupposti dei Risultati di Apprendimento (LO), che collegano all'ECVET (European Credit Transfer for Vocational Education Training) e all'EQAVET (European Quality Assurance for Vocational Education Training) può essere descritto in 8-10 fasi, a seconda dei dettagli della metodologia. Questo è stato applicato a VETting Green to design Curriculum su "evitare il greenwashing".

La proposta di VETting Green è quella di redigere un curriculum sui temi della sostenibilità attraverso l'approccio del reverse engineering, partendo dalla bozza del Curriculum o dell'itinerario formativo in VETting Green, modificando il normale ordine della metodologia di progettazione dei curricula, adattando passo dopo passo le piccole conquiste dei normali passaggi in un nuovo schema che rispetti allo stesso modo le esigenze formative del nuovo settore.

La metodologia in 6 fasi per le modifiche ai curricula

Qui proponiamo un metodo semplificato prendendo come terreno comune il curriculum già abbozzato sui temi della SOSTENIBILITÀ.

Globalmente la metodologia suggerisce di partire dal curriculum definito, strutturato, orientato a diversi gruppi target, analizzando tutte le sue conoscenze, abilità, competenze pensando al nuovo settore a cui il curriculum sarà adattato, decidendo per ogni modulo/unità sulla necessità di implementare i cambiamenti, convalidando le nuove esigenze formative (per il nuovo settore), ricercando ulteriori dati/conoscenze per migliorare i moduli, redigere il nuovo curriculum e infine convalidarlo presso i referenti di settore.

Questa metodologia in sei fasi è illustrata nel seguente schema:

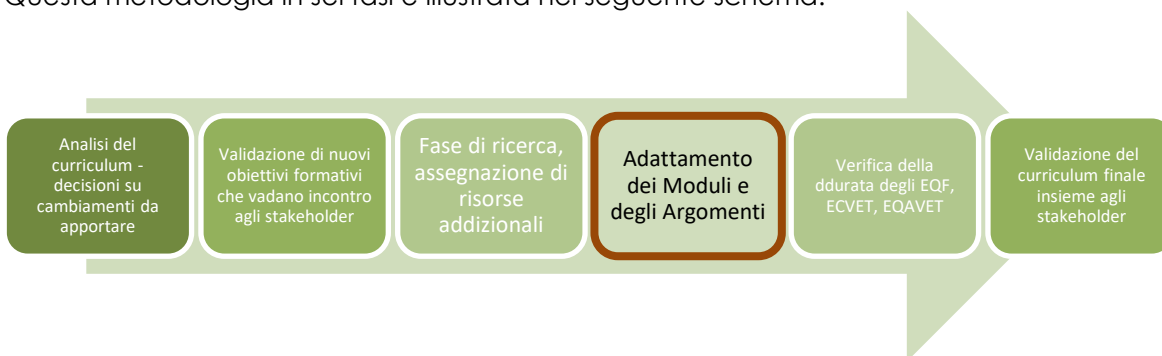




Figura 3 – Diagramma di flusso della metodologia in 6 fasi per la progettazione del curriculum.

Descrizione degli step:

| | |
|---|---|
| <p>Step 1- Analisi del curriculum VETting Green (o dei percorsi formativi)</p> | <p>Questo è il primo passo della metodologia in sei fasi che si propone di iniziare con l'analisi del curriculum già abbozzato, focalizzato sui risultati dell'apprendimento, dettagliato in conoscenze, abilità, autonomia e responsabilità e di decidere sulla necessità di cambiamento e/o adattare i suoi elementi al fine di adattarsi meglio alle esigenze formative percepite del nuovo gruppo target, nuovo settore. Questa analisi, che, ancora una volta, dovrebbe concentrarsi sui Learning Outcomes (LO), ovvero l'insieme di ciò che ci si aspetta che un discente sappia, sia in grado di fare e di comprendere al termine di un processo o sequenza di apprendimento, essendo in grado di agire con l'autonomia e la responsabilità necessarie. Questa analisi è la chiave del successo di questa metodologia, la capacità di proiettare il curriculum già esistente in un nuovo settore. L'obiettivo è anche quello di individuare le nuove esigenze formative dei nuovi gruppi target nel nuovo settore e fino a che punto il programma di studi è in grado di superare. La finalizzazione della fase 1 comporta la risposta alla domanda se è obbligatorio implementare le modifiche e in quali moduli e argomenti.</p> |
| <p>Step 2- Validazione della formazione prevista</p> | <p>L'adattamento di un curriculum a un nuovo settore di attività, mantenendo l'ambito e gli argomenti, obbliga a convalidare le esigenze formative. In questa metodologia, la fase 1 identifica i nuovi bisogni formativi che devono essere convalidati dai nuovi stakeholder rappresentativi del settore nella fase 2. La validazione può essere implementata attraverso focus group all'interno di workshop dedicati come è stato fatto nel progetto VETing Green, nei diversi paesi coinvolti. Le università e gli altri enti nel campo dell'IFP possono trovare ispirazione nelle pratiche ecologiche di VETing.</p> |
| <p>Step 3- Fase di ricerca e assegnazione di risorse aggiuntive</p> | <p>In questa fase la proposta è quella di analizzare la necessità di risorse aggiuntive, per determinare la necessità di ricerca per raccogliere informazioni per migliorare il curriculum esistente nella direzione delle nuove esigenze del settore. Questa è la fase della ricerca, dell'apprendimento e della raccolta di conoscenze teoriche e pratiche da applicare al nuovo curriculum.</p> |
| <p>Step 4- Adattamento degli Obiettivi formativi, dei Moduli e degli Argomenti</p> | <p>Questa è la fase in cui il curriculum viene modificato per soddisfare le nuove esigenze, le richieste del nuovo settore di attività. Questa è più la fase operativa della progettazione del curriculum, in cui l'adattamento si concretizza in cambiamenti tangibili nei LO, nei moduli e negli argomenti. È in corso la stesura di un nuovo programma di studi sulla base dei dati settoriali raccolti nella fase 3, che corrisponde alle esigenze di formazione convalidate nella fase 2.</p> <p>Il risultato è un nuovo curriculum, concettualmente simile al curriculum VETing Green, modificato per essere più in linea con le</p> |



| | |
|--|---|
| | specificità del nuovo settore in esame. Il nuovo curriculum avrà LO, moduli e argomenti ottimizzati. |
| Step 5- Verifica dei requisiti EQF, ECVET ed EQAVET | In questa fase, il nuovo curriculum sarà confrontato con quello VETing Green, in termini di durata (ore di apprendimento e autoapprendimento), livello EQF, punti ECVET e soddisfacimento degli indicatori EQAVET, che dovrebbero essere simili a quello già esistente. |
| Step 6- Validazione del curriculum finale | In questa fase finale, il nuovo curriculum sarà convalidato presso il panel degli stakeholder. Per la validazione si suggerisce di applicare un metodo quantitativo attraverso un'indagine tra le PMI, le associazioni imprenditoriali, che possano rappresentare il nuovo settore in cui il nuovo curriculum è stato adattato, prevedendo la raccolta di opinioni generali. Inoltre, suggeriamo di applicare un metodo di Qualità attraverso interviste con i principali esperti del nuovo settore che prevedono di ottenere considerazioni approfondite sul nuovo curriculum adattato. Suggeriamo di trarre ispirazione dai curricula VETing Green ed eventualmente di utilizzare i modelli disponibili. |

7.1. MATERIALI TRASFERIBILI E MODIFICHE

In questa sezione e tenendo conto della struttura dei diversi moduli, verrà presentato un esercizio per l'adattamento dei moduli di formazione ai diversi cluster.

In primo luogo, è necessario identificare quali moduli e argomenti possono essere implementati così come sono e quali necessitano di modifiche. Quindi, per capire come apportare tali modifiche.

La tabella successiva consiste nel primo esercizio che dovrebbe essere intrapreso sul curriculum sviluppato. Per ogni modulo viene definito un programma di formazione completo, dall'identificazione delle esigenze formative del gruppo target del progetto, alla definizione dei risultati di apprendimento in conoscenze, abilità e competenze e al dettaglio dei curricula in argomenti/sottomoduli. Grazie a questa tabella è possibile capire quali moduli e sottomoduli possono essere presi così come sono all'interno di diversi cluster e quali necessitano di modifiche.

| Argomenti dei Curricula | Modifiche necessarie? SI/NO | Commenti e Suggerimenti |
|---|--------------------------------|---|
| 1. CHE COS'È LA SOSTENIBILITÀ? | NO | Tutti gli argomenti sono generali e trasversali tra i principali settori tradizionali, dunque nell'implementazione della formazione nei nuovi settori, le modifiche necessarie saranno marginali. |
| 2. VISIONE GLOBALE DELLA SOSTENIBILITÀ | NO | |
| 3. SOSTENIBILITÀ NELLA CALZATURA E NELL'ABBIGLIAMENTO | SI | Da adattare ai nuovi cluster. |
| 4. GREENWASHING E GREEN CLAIMS | NO | Tutti gli argomenti sono generali e trasversali tra i principali settori tradizionali, dunque |



| | | |
|---|----|---|
| | | nell'implementazione della formazione nei nuovi settori, le modifiche necessarie saranno marginali. |
| 5. CONTENUTI PRINCIPALI DEI CORSI FORMATIVI | SI | Completa i curricula dei corsi nei nuovi argomenti |

7.2. TRASFERIMENTO VERSO SETTORI DIVERSI - ESEMPIO

Di seguito è riportata una versione adattata del curriculum per ciascuno dei cinque cluster specificati: ceramica, vetro, sughero, pelletteria e vino. Le modifiche allineano la struttura generale con le caratteristiche, le esigenze e le pratiche industriali uniche di ciascun settore.

Ogni curriculum è personalizzato per enfatizzare i processi, i materiali e le sfide del settore specifici, pur mantenendo gli obiettivi principali della struttura.

Abbiamo preso l'esempio del settore della pelletteria e abbiamo applicato la metodologia descritta per un modulo. Il curriculum finale sarà il seguente:

Cluster Pelletteria

MO INTRODUZIONE

1. CHE COS'È LA SOSTENIBILITÀ?

Definizione: esplorare i principi di sostenibilità con particolare attenzione alle dimensioni ambientali, sociali ed economiche rilevanti per la pelletteria.

Aspetti chiave per la pelletteria:

- Approvvigionamento etico di pellami e materiali alternativi.
- Minimizzazione dell'impatto ambientale durante i processi di concia e produzione.
- Garantire pratiche di lavoro eque lungo tutta la catena di approvvigionamento.

1.1. COMPARAZIONE CON SVILUPPI DELLA SOSTENIBILITÀ

- Sostenibilità vs. Sviluppo sostenibile: analizza in che modo le pratiche di sostenibilità nella pelletteria si allineano con gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) più ampi, come il consumo e la produzione responsabili (SDG 12).
- Esempi in Pelletteria:
- Gestione sostenibile della catena di approvvigionamento.
- Sostenere le comunità coinvolte nella produzione di pelle.



2. VISIONE GLOBALE DELLA SOSTENIBILITÀ

- Tendenze e standard:
- Panoramica delle tendenze globali della sostenibilità, delle certificazioni (ad esempio, Leather Working Group, GRS, FSC per il packaging) e delle normative che interessano l'industria della pelle.
- Differenze regionali:
- Esaminare le sfide e le opportunità di sostenibilità nelle regioni chiave (ad esempio, Europa, Asia, America Latina).
- Impatto sulla pelletteria:
- Scopri in che modo la domanda globale di prodotti sostenibili da parte dei consumatori guida il cambiamento nel settore della pelle.

3. SOSTENIBILITÀ NELLA PELLETERIA

- Materiali sostenibili:
- Opzioni di pelle alternative (ad esempio, pelle riciclata, pelli a base vegetale come la pelle di fungo e conca senza cromo).
- Innovazioni per ridurre al minimo gli sprechi derivanti dai modelli di taglio o dall'utilizzo creativo degli scarti.
- Processi ecologici:
- Metodi di conca e tintura efficienti dal punto di vista idrico.
- Riduzione delle emissioni di carbonio nella produzione.
- Imballaggio e logistica:
- Opzioni di imballaggio sostenibili (ad esempio, materiali biodegradabili o riciclati).
- Ridurre l'impatto ambientale dei trasporti e della logistica.

4. GREENWASHING E RECLAMI ECOLOGICI

- Capire il greenwashing:
 - Insidie comuni nell'industria della pelletteria, come l'esagerazione delle dichiarazioni ambientali o l'uso di un linguaggio ambiguo.
 - Esempi di affermazioni fuorvianti:
 - Termini come "ecopelle" senza certificazioni di supporto.
 - Affermazioni di "pelle biodegradabile" senza chiarezza sulle condizioni necessarie per la degradazione.
 - Comunicazione trasparente:
 - Linee guida per fare affermazioni ecologiche valide e supportate da prove.
 - Educare i team di marketing alla promozione etica degli sforzi di sostenibilità.

M2 DIFFERENZE TRA GREEN MARKETING E GREENWASHING

Focus: Distinguere il vero marketing green dalle pratiche ingannevoli (greenwashing) nel settore della pelletteria.

Rilevanza del settore: evidenziare l'importanza di una comunicazione trasparente per creare fiducia con i consumatori che cercano articoli in pelle sostenibili.



1. IL CONSUMATORE E IL MERCATO GREEN

Profilo del consumatore green:

- Understand the motivations, behaviours, and purchasing preferences of eco-conscious consumers in the leather goods market.
- Insights into demand for sustainably sourced leather, ethical practices, and transparent brands.

Market Trends:

- Growth of the sustainable luxury market and increasing scrutiny on leather sourcing and processing.

2. INTRODUZIONE AL GREEN MARKETING

Definizione e principi:

- Cosa costituisce il green marketing nel settore della pelletteria.
- Enfasi sull'autenticità, la trasparenza e gli sforzi misurabili per la sostenibilità.

Rilevanza per la pelletteria:

- Evidenziando i materiali ecologici, le catene di approvvigionamento etiche e la durata del prodotto come punti di marketing.

Coinvolgimento dei consumatori:

- Strategie per educare e coinvolgere i consumatori in iniziative di sostenibilità (ad esempio, officine di riparazione, programmi di riciclaggio).

3. DICHIARAZIONI AMBIENTALI E GREENWASHING

Concetti chiave:

Come vengono utilizzate le dichiarazioni ambientali nell'industria della pelletteria e le insidie comuni.

3.1. GREENWASHING

Definizione ed esempi:

- Pratiche comuni di greenwashing nell'industria della pelle, come affermazioni vaghe come "ecopelle" o "concia sostenibile" senza prove.

Impatto sul settore:



- Danni alla fiducia dei consumatori, conseguenze normative e rischi reputazionali.

3.2. DICHIARAZIONI VERDI

Best Practices per le Dichiarazioni Verdi:

- Linee guida per creare dichiarazioni ambientali specifiche, variabili e rilevanti.
- Uso di una terminologia chiara supportata dai dati, come “pelle trattato con il 30% in meno di acqua” oppure “realizzato con il 100% di pelle riciclata”.

3.3. ETICHETTE AMBIENTALI E CERTIFICAZIONI

Overview delle Certificazioni chiave:

- Leather Working Group (LWG), Global Recycled Standard (GRS), Forest Stewardship Council (FSC) for packaging, e OEKO-TEX per pelletteria.

Selezione delle Etichette appropriate:

- Assicurarsi che le certificazioni siano in linea con gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda e con il ciclo di vita del prodotto.

3.4. GUIDA PER IL CONSUMATORE: PASSO DOPO PASSO PER UNA VALUTAZIONE MIGLIORE DELLE DICHIARAZIONI AMBIENTALI E PER EVITARE IL GREENWASHING

Rafforzare il consumatore:

- Educare i consumatori a interpretare le certificazioni, le etichette e le dichiarazioni nel mercato dei prodotti in pelle.

Checklist per la Valutazione delle Dichiarazioni:

- Verificare la presenza di certificazioni rilasciate da parti terze
- Ricercare dichiarazioni specifiche, misurabili e che non utilizzano una terminologia vaga.
- Ricercare le pratiche generali dell'azienda in materia di sostenibilità e non solo dichiarazioni isolate.

4. CASI STUDIO E BUONE PRATICHE

Storia di successo:

Aziende nel settore pelletteria che hanno implementato con successo strategie di green marketing ed evitato il greenwashing.



Esempi: Marchi che utilizzano alternative vegetali di pelle, che offrono servizi di riparazione o che si impegnano per la totale trasparenza del ciclo di vita.

Lezioni imparate:

Analisi delle aziende che hanno avuto ritorni negative a causa dell'utilizzo del greenwashing e come evitare errori simili.

8. CONCLUSIONI

Questa roadmap funge da guida completa per supportare l'attuazione e la diffusione del progetto VETting Green, con l'obiettivo di promuovere la sostenibilità nei settori delle calzature e dell'abbigliamento attraverso l'istruzione e la formazione professionale (IFP). Presenta il quadro generale del progetto, identificando chiaramente i diversi gruppi target coinvolti, dai responsabili politici e dai fornitori di istruzione e formazione professionale alle aziende, ai consumatori e agli studenti, ognuno dei quali svolge un ruolo cruciale nella transizione verde.

Attraverso l'introduzione di un corso e di una piattaforma di e-learning su misura, questa roadmap offre opportunità di formazione complementari, accessibili e flessibili. Aiuta gli studenti a tradurre le conoscenze in azioni concrete e reali.

Il fulcro di questa roadmap risiede nella sua metodologia in 8 fasi, che consente agli utenti di fissare obiettivi, applicare le conoscenze gradualmente, cercare feedback e riflettere e innovare continuamente. Sono previste azioni specifiche per diversi ruoli professionali, con un focus sul profilo del designer di calzature, dimostrando come la metodologia possa essere adattata ai contesti lavorativi reali.

È importante sottolineare che questa tabella di marcia pone l'accento sulla trasferibilità, mostrando come l'approccio, le risorse e gli strumenti di VETting Green possano essere personalizzati e adattati ad altri settori oltre a quello delle calzature e dell'abbigliamento. Ciò garantisce un impatto più ampio e incoraggia la collaborazione intersettoriale per l'innovazione sostenibile.

In conclusione, questo documento non è solo uno strumento di apprendimento e una guida, ma anche una roadmap per l'azione, invitando tutte le parti interessate a contribuire attivamente a un ecosistema di produzione più sostenibile, trasparente e resiliente.



9. REFERENCES

- OECD Curriculum Reform: A Literature Review
- Curriculum Development: Related Literature and Studies
- Curriculum Planning, Implementation, Development, and Evaluation Strategies
[Curriculum Planning Implementation Development and Evaluation Strategies and Challenges for Modern Education A Literature Review .pdf](#)
- Wine Course in Portugal: Winemaking in Theory and Practice
[Wine course in Portugal - Winemaking in Theory and Practice](#)
- Stonemasonry Heritage Course (City & Guilds Assured)
[Stonemasonry Heritage Course \(City & Guilds Assured\) 19+, Full Time & Part Time | Courses | The Building Crafts College](#)
- Leather Goods Integrated Action
[Leather Goods Integrated Action](#)
- Product Design, Ceramics and Glass | ESAD.CR – IPLeiria
[Product Design, Ceramics and Glass | ESAD.CR](#)
- Training Diploma in Furniture Design – Designer's Education
[Training Diploma in Furniture Design – Designer's Education](#)