

# PERCORSO FORMATIVO SULLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE

*a cura della Direzione Turismo:*

# TAKE IT SLOW

23.03.2022 Marco Pesce:  
**I vantaggi della sostenibilità**



## MARCO PESCE, PhD



### Sustainability Coordinator

---

- Coordinatore di progetto, Responsabile area ambientale e R&D in ARB S.B.P.A.
- Docente presso Università Ca' Foscari di Venezia, Politecnico Torino, Sole24Business School e altri enti di alta formazione.
- Svolge ricerca applicata sui temi Circular Economy, Corporate Sustainability e Climate Change Risk Management
- Esperto di Sistemi di Gestione Ambientale (ISO 14001 and EMAS), Carbon and Water Footprint, Life Cycle Assessment e Sustainability Reporting



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

Seguici su: [f](#) [t](#)

## Economia

CERCA



[HOME](#) [MACROECONOMIA](#) [FINANZA](#) [LAVORO](#) [DIRITTI E CONSUMI](#) [AFFARI&FINANZA](#) [OSSERVA ITALIA](#) [CALCOLATORI](#) [GLOSSARIO](#) [LISTINO](#) [PORTAFOGLIO](#)



### Imprese e sostenibilità: ultima chiamata dalla Ue (e dal mercato)

di Roberto Orsi



▲ (ansa)

*Non solo profitto. Dare più importanza agli obiettivi sostenibili non è più un invito, ma una necessità di sopravvivenza*

# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno



Data: 08.02.2021 Pag.: 7  
Size: 379 cm2 AVE: € 42827.00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



## IL NUOVO DIGITALE? È LA SOSTENIBILITÀ

L'applicazione dei criteri Esg avrà un impatto paragonabile alla rivoluzione tecnologica degli ultimi venti anni. Chi l'ha compreso è già avanti a tutti...

di **Marco Mazzucchelli**

**R**esilienza e sostenibilità sono diventati due termini molto diffusi nelle narrazioni quotidiane. Il primo tuttavia è solo la goffa traduzione di un termine inglese che a forza di essere ripetuto a ritornello, ha assunto contorni di vaghezza e fumosità ai limiti della parodia. Il secondo, lungi dall'essere l'elisir mediatico del momento, incorpora la maggiore trasformazione socio-economico del prossimo quarto di secolo. Come la rivoluzione digitale negli ultimi due decenni.

Un futuro «sostenibile» è quanto oggi tutti dichiarano di desiderare; eppure onestamente nemmeno ieri qualcuno avrebbe mai pensato di dichiararsi favorevole a un domani «insostenibile». Proviamo ad abbandonare il vuoto storytelling della sostenibilità «da salotto» e migrare verso un concetto diverso: la strategia Esg, ovvero il vettore che riorienterà i modelli di business (e di società), la matrice di un nuovo sistema di valori, metriche di misurazione, definizioni di rischio.

Iniziamo dalla E, il pilastro ecologico dell'agenda. Nell'ultimo anno almeno 1.500 grandi aziende mondiali hanno annunciato il target di

pena la scarsa credibilità complessiva del piano di transizione.

Cosa significa Social, il perno centrale della triade della sostenibilità? È la componente più complessa da inquadrare, data l'ampiezza della tematica e l'assenza di tassonomie e metriche univoche di misurazione. Ma in tempi come quelli che stiamo attraversando aumenta la consapevolezza che l'impatto sociale si debba estendere a tutte le categorie di stakeholders che interagiscono con un'azienda, in particolare i clienti, le comunità e i territori di riferimento, con una vera logica di scopo tipica delle organizzazioni «purpose-driven». Sono molte le aziende che si sono già orientate in questa direzione, basti pensare a Ferrero e Brunello Cucinelli.

Un'attenzione speciale va inoltre riservata a collaboratori e dipendenti, mettendo in atto politiche di buona condotta, applicando concretamente la Diversità e Inclusione (D&I), investendo risorse finanziarie ed educative sui piani di welfare aziendale, potenziando le competenze digitali e la dotazione tecnologica di tutto il personale. A cominciare da chi è ormai confinato al lavoro in remoto: lo sguardo agli aspetti



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

NUOVE LINEE GUIDA EBA – EUROPEAN BANK AUTHORITY

l'EBA, nelle proprie "Linee guida in materia di origination e monitoring dei crediti" ha inserito, nell'ambito degli standard volti a migliorare concessione e monitoraggio dei crediti, i rischi ESG ambientali, sociali e di governance.

LE NUOVE LINEE GUIDA EBA - EUROPEAN BANK AUTHORITY



## I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

Il turismo e l'organizzazione degli eventi sono i settori più colpiti dalla pandemia di COVID-19. Nel 2020, gli arrivi internazionali sono diminuiti del 74% a causa della diffusione delle restrizioni ai viaggi e delle sfide socioeconomiche, rappresentando una perdita stimata di 1,3 trilioni di dollari di ricavi delle esportazioni e circa 120 milioni di posti di lavoro diretti a rischio.

Le donne, che costituiscono la maggior parte della forza lavoro turistica, i giovani e i lavoratori migranti con accesso limitato o nullo alla protezione sociale, sono tra le più vulnerabili all'impatto del COVID-19 sul turismo

Ci sono ulteriori impatti, ancora difficili da quantificare, come l'inquinamento da plastica causato dai dispositivi di protezione individuale nelle destinazioni o le minacce alla conservazione della fauna selvatica e della biodiversità, che dipendono dalle entrate del turismo.

## I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

Per la partecipazione alle gare per le opere del PNRR **la sostenibilità è elemento fondamentale** non solo per avere punteggi aggiuntivi ma anche per potervi partecipare.

Si viene esclusi per un anno a partecipare ad ulteriori procedure se non si hanno i requisiti espressi qui di seguito:

**"Le aziende, anche di piccole dimensioni (sopra i 15 dipendenti) che partecipano alle gare per le opere del PNRR e del Fondi complementare e che risultino affidatarie dei contratti hanno l'obbligo di presentare un rapporto sulla situazione del personale in riferimento **all'inclusione delle donne nelle attività e nei processi aziendali**. in caso di violazione dell'obbligo, è prevista l'applicazione di penali e l'impossibilità di partecipare per 12 mesi a ulteriori procedure.**



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

Finanza

Il Sole

24 ORE

Ad

FINANZA

BlackRock, Larry Fink ai ceo: la sostenibilità porta profitti



(AFP)

L'amministratore delegato di BlackRock avverte che le aziende rimarranno indietro se non adottano pratiche commerciali sostenibili

18 gennaio 2022

f

t

in



E già nel 2020..



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

È un passo sicuramente importante la modifica di due articoli della nostra Costituzione italiana in ottica di sostenibilità, un segnale di cambiamento che riprende nelle parole la definizione di [#svilupposostenibile](#) quando fa riferimento alle [#generazionifuture](#).

Vedremo modificati gli articoli della Costituzione 9 e 41: nel primo, in cui si precisa che «la Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica», è stato aggiunto che «tutela [l'ambiente](#), la [#biodiversità](#) e gli [#ecosistemi](#), anche nell'interesse delle [#futuregenerazioni](#). La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali». L'articolo 41 invece dice che l'iniziativa economica è libera ma «non può svolgersi in contrasto con l'[#utilitàsociale](#) o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla [#dignitàumana](#)». Erano già principi di sostenibilità a cui vengono aggiunti anche «alla [#salute](#), all'[#ambiente](#)».



La tutela dell'ambiente e della biodiversità è stata introdotta in Costituzione - Il Post



# I vantaggi di essere sostenibili, un passo indietro: sostenibilità non è solo green!



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario di oggi

**Sasb identifica cinque dimensioni** (ambiente, capitale sociale, capitale umano, business model & innovation, leadership & governance)

in base a 26 variabili ESG:

- 6 AMBIENTALI
- 10 SOCIALI
- 10 GOVERNANCE





# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

I TREND 2020 DI REPUTATION INSTITUTE

## Reputazione, il peso sociale del brand vale il 40%

In questi giorni di inizio 2020 una lettera ha scosso la finanza globale. A scriverla è stato Larry Fink, a capo del colosso statunitense di investimenti BlackRock, quasi quindicimila dipendenti impegnati a gestire un patrimonio di oltre seimila miliardi di dollari, di cui un terzo in Europa. Fink ha sottolineato come il rischio climatico significhi oggi rischio d'investimento. «Cosa succederà ai mutui trentennali – un tassello chiave della finanza – se chi li eroga non è in grado di stimare l'impatto del rischio climatico su un arco di tempo tanto lungo e se non sussistono opportunità di mercato per le assicurazioni contro incendi o inondazioni nelle aree interessate?». Questo si è chiesto il Ceo del più importante fondo pensionistico americano, scrivendo agli amministratori delle società che finanzia. Una serie di interrogativi e un monito: uscire da investimenti con elevati rischi legati alla sostenibilità. E la necessità di azioni mirate, efficaci, coerenti, urgenti. Proprio BlackRock è entrato a far parte di Climate Action 100+,



**Fabio Ventoruzzo.**  
È vice-presidente di Reputation Institute

un gruppo di oltre 370 gestori di investimenti con un patrimonio complessivo di 41 trilioni di dollari. «Un modo per fare pressione sui maggiori produttori di gas serra del mondo per ridurre l'impatto ambientale e divulgare ulteriori informazioni su come i cambiamenti climatici influenzeranno le loro attività», ha scritto Annie Massa su Fortune America.

D'altronde la partita di business e reputazione – due facce della stessa medaglia – si gioca sul campo della sostenibilità. Lo certifica anche il nuovo rapporto del Reputation Institute chiamato «Global Trend in Reputation»: il climate change emerge prepotentemente in ben 5 dei 10 trend evidenziati per l'anno 2020, arrivando a tagliare tutti gli ambiti del fare impresa: dal purpose agli investimenti responsabili, dall'impatto tecnologico alle azioni di rappresentanza, fino all'approvvigionamento sostenibile nel disegnare nuove filiere. Per identificare queste tendenze i ricercatori hanno intervistato centinaia di top manager di 18 settori di

55 Paesi tra America, Europa, Asia. «Oggi il 40% della reputazione di un brand è legato all'impatto sociale e ambientale, il prodotto pesa attorno al 35%. A seguire col 25% gli elementi «corporate», ossia le performance economico-finanziarie e quelle legate alla leadership», afferma Fabio Ventoruzzo, vice-presidente di Reputation Institute, realtà presente in più di 40 mercati e impegnata a misurare ogni anno la performance reputazionale di oltre diecimila aziende nel mondo. Di fatto a livello reputazionale cosa si vende impatta di meno del come si produce quello che si vende. Così l'ambiente e la comunità si ritagliano una centralità strategica. Si tratta di una nuova consapevolezza: oggi il 70% degli intervistati ritiene che la crisi ambientale sia la priorità più rilevante da gestire. «Le aziende, mai come ora, si trovano davanti ad un punto di non ritorno dettato dall'urgenza di una loro risposta sulle questioni ambientali. Non basta più avere una posizione. Bisogna prendere impegni chiari da integrare nei modelli di busi-

ness. La sostenibilità sarà sempre più collegata alla leadership, alla visione, alle performance. Oggi la responsabilità – soprattutto quella ambientale – è il principale driver per la reputazione dei Ceo», precisa Ventoruzzo. Un'urgenza plurale, da declinare nel segno della partecipazione. «Gli stakeholder vogliono prendere parte a questi passaggi e decidere. L'incoerenza tra comunicazione e comportamenti diventa deflagrante per la reputazione dell'azienda. Così anche i nuovi influencer che emergono sono diversi: non è una questione di follower o di visibilità, ma di credibilità e di capacità di influenza. Sono influencer che hanno una dimensione più «corporate», la cui credibilità su temi specifici si riverbera sulla reputazione complessiva dell'azienda», sottolinea Ventoruzzo. Oltre il volto conosciuto, a caccia di una visione. Perché negli anni incerti è tempo di un patto nuovo tra pubblici e impresa nel segno dell'autenticità e della coerenza.

—G.Coll.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno

**«Come confermato da un'ampia letteratura e da studi empirici, le imprese attente ai fattori ESG sono generalmente meno esposte a rischi operativi, legali e reputazionali, e sono più orientate all'innovazione e all'efficienza nell'allocazione delle risorse; per questo motivo sono valutate come più interessanti dagli investitori e beneficiano di un minore costo del capitale «2**

**nella nota 2 troviamo questa spiegazione:**

**In proposito l'analisi di circa 200 studi empirici condotta da Clark, Feiner e Viehs nel 2015 evidenzia che le "buone pratiche" sotto il profilo ESG permettono alle imprese di beneficiare di vantaggi competitivi, minori costi del capitale e migliori performance operative e di mercato. Un'altra analisi, condotta da Friede, Busch e Bassen nel 2015, ha preso in considerazione circa 2.200 ricerche accademiche dedicate alla relazione tra performance di mercato delle imprese quotate e pratiche sui temi ESG concludendo che nella maggior parte dei casi il contributo delle "buone pratiche" è positivo e stabile nel tempo**



# I vantaggi di essere sostenibili: 2017 Piano Strategico del Turismo in Italia e anno internazionale del turismo sostenibile delle Nazioni Unite



L'assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha approvato l'adozione del 2017 come Anno Internazionale del Turismo Sostenibile.

Obiettivi da parte dell'ONU:

1. promuovere il tema fra il maggior numero di persone possibile,
2. diffondere consapevolezza della grande patrimonio delle varie civiltà
3. Maggior apprezzamento delle diverse culture, contribuendo così al rafforzamento della pace nel mondo.

# I vantaggi di essere sostenibili: 2017 Piano Strategico del Turismo in Italia e anno internazionale del turismo sostenibile delle Nazioni Unite



## PRINCIPI TRASVERSALI

PST 2017  
2022  
Italia Paese per Viaggiatori

*Si tratta di elementi strategici che agiscono in modo trasversale su tutti gli obiettivi e gli interventi del PST:*



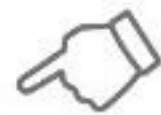
**SOSTENIBILITÀ**



**INNOVAZIONE**



**ACCESSIBILITÀ**



**A** Innovare, specializzare e integrare l'offerta nazionale



**B** Accrescere la competitività del sistema turistico



**C** Sviluppare un marketing efficace e innovativo



**D** Realizzare una governance efficiente e partecipata nel processo di elaborazione e definizione del Piano e delle Politiche turistiche





# I vantaggi di essere sostenibili: 2017 Piano Strategico del Turismo in Italia e anno internazionale del turismo sostenibile delle Nazioni Unite

*Scopo del piano strategico è di dotare di una visione unitaria l'Italia del turismo e della cultura, rispondendo all'esigenza **di porre il settore turistico al centro delle politiche di sviluppo del Paese.***

*Il Piano intende promuovere una nuova modalità di fruizione turistica del patrimonio del nostro Paese, basata sul rinnovamento e ampliamento dell'offerta turistica delle destinazioni strategiche e sulla valorizzazione di nuove mete e nuovi prodotti, per accrescere il benessere economico, sociale e sostenibile e rilanciare così, su basi nuove, la leadership dell'Italia sul mercato turistico internazionale.*

*il Piano propone, da una parte, alcuni chiari orientamenti e individua linee strategiche di intervento che possano aiutare l'Italia ad acquisire una **nuova leadership fondata su sostenibilità, innovazione e competitività, e a integrare nelle politiche turistiche il tema della valorizzazione responsabile del patrimonio territoriale, ambientale e culturale.**»*

# I vantaggi di essere sostenibili: 2017 Piano Strategico del Turismo in Italia e anno internazionale del turismo sostenibile delle Nazioni Unite





# I vantaggi di essere sostenibili: lo scenario odierno



## Green Transition of Tourism for Planet



# I vantaggi di essere sostenibili: 2017 Piano Strategico del Turismo in Italia e anno internazionale del turismo sostenibile delle Nazioni Unite



[Tourism for SDGs – Welcome To The Tourism For SDGs Platform!](http://tourism4sdgs.org)  
 [\(tourism4sdgs.org\)](http://tourism4sdgs.org)



# I vantaggi di essere sostenibili: 2017 Piano Strategico del Turismo in Italia e anno internazionale del turismo sostenibile delle Nazioni Unite

## THE T4SDG PLATFORM

---

In 2015, world governments agreed on a common 2030 Agenda.

17 Sustainable Development Goals (SDGs) geared to end poverty, save our planet and create a prosperous world for all by 2030.

Tourism can play a huge part in achieving the SDGs and UNWTO is committed to provide the global tourism community with a space to come together and realize the 2030 Agenda.

The Tourism for SDGs (T4SDG) is a co-creation platform for all, to make tourism matter on the journey to 2030.

Research, education, and training, events, initiatives, policy papers, company CSR and stories- all in one space.

Public bodies, international organizations, donors, travellers, companies, academia and civil society and travellers; this space is for you!

# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

Il turismo sostenibile è definito formalmente dal Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente e dall'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite come "un turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, affrontando le esigenze dei visitatori, dell'industria e delle comunità ospitanti".

La sostenibilità nel turismo è fortemente collegata agli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, sviluppati dalle Nazioni Unite come invito all'azione per promuovere la prosperità globale proteggendo il pianeta. Il turismo è riconosciuto come un settore chiave nella sfida per raggiungere i 17 SDG.



# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

Durante il processo di ripresa del turismo post COVID-19, è anche importante ricordare che le tendenze e le sfide che incidono sull'approccio e la fattibilità del settore a medio e lungo termine non si limitano alle implicazioni della pandemia.

Ci sono numerose tendenze sociali, ambientali e di settore a lungo termine che influenzeranno gli attori dell'industria dei viaggi e del turismo negli anni a venire, sia dal lato dell'offerta che della domanda.

Queste tendenze evidenziano la crescente necessità di innovazione, sostenibilità, prestazioni in materia di salute e sicurezza e ottimizzazione dei costi come elementi importanti di differenziazione e competitività nei prossimi anni.

# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

La competitività è il fattore chiave del business per la sostenibilità.  
Le aziende possono trarre vantaggio dall'Agenda 2030,  
abbracciando modelli e pratiche di business sostenibili.



# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

- Reclutare, formare e assumere i membri della comunità locale, inclusi coloro che vivono in povertà, e integrarli nella catena del valore del turismo (come produttori, fornitori, distributori, venditori).
- Supportare ed incoraggiare agricoltori su piccola scala, sostenendo le comunità di coltivatori, sviluppando partnership con cooperative e organizzazioni di produttori che supportano piccoli agricoltori.
- Investire nello sviluppo del turismo della salute.
- Fornire ai dipendenti continue opportunità di miglioramento delle loro competenze per il loro impiego attuale e futuro.



# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

- Pagare la stessa retribuzione, compresi i benefici, per un lavoro di uguale valore e impegnarsi a pagare un salario di sussistenza a tutte le donne e gli uomini.
- Dare priorità all'efficienza idrica in tutte le operazioni installando le migliori pratiche tecnologiche per la conservazione dell'acqua, in particolare nelle aree a scarsità d'acqua.
- Mirare a fornire il 100% del fabbisogno di elettricità operativa da fonti rinnovabili.
- Promuovere la cultura imprenditoriale, investire o seguire i giovani imprenditori e incoraggiare le startup legate al turismo.





# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

- Investire in nuove infrastrutture resilienti o adattando le infrastrutture esistenti per renderle più sostenibili.
- Investire in attività di sradicamento della povertà guidate dalle imprese (ad es. sviluppare una politica del salario di sussistenza).
- Utilizzare le competenze tecnologiche per aiutare a sviluppare la capacità del settore dell'ospitalità per fornire soluzioni per migliorare l'efficienza energetica negli edifici e consentire pratiche di gestione degli edifici valide utilizzando dati validi sulle prestazioni di un edificio.
- Implementare strumenti di analisi del portafoglio di prodotti e servizi turistici per comprendere l'impronta ambientale e sociale di questi. L'innovazione deve allineare prodotti e applicazioni per affrontare adeguatamente i megatrend della sostenibilità.



# I vantaggi di essere sostenibili: L'impatto delle aziende nel turismo sugli SDG

- Ridurre la domanda interna di trasporti dando priorità alle telecomunicazioni e incentivando modalità a minor consumo energetico come il viaggio in treno rispetto al trasporto automobilistico e aereo.



- Tenere traccia del ciclo di vita di prodotti e materiali per capire come vengono smaltiti e quali prodotti potrebbero trovare la loro strada negli ambienti marini e terrestri.



- Educare i viaggiatori su culture e credenze diverse, rendendoli più tolleranti l'uno verso l'altro e quindi trasformandoli in agenti di pace.



- Incoraggiare e promuovere partenariati pubblici, pubblico-privati e della società civile efficaci, basandosi sull'esperienza e sulle strategie di risorse dei partenariati.





## Focus sull'organizzazione di eventi:

I grandi eventi possono avere un grande impatto sull'ambiente e sulla società, come i rifiuti generati dagli utensili di plastica e l'uso estensivo dell'elettricità per alimentare palchi, luci e altoparlanti. E sebbene non sia immediatamente visibile, l'anidride carbonica dei veicoli alimentati a combustibili fossili che guidano da e verso gli eventi può avere un impatto negativo sull'atmosfera.

Ma non tutti i grandi eventi devono avere un effetto dannoso sull'ambiente. Attraverso una pratica nota come gestione sostenibile degli eventi, gli organizzatori di eventi grandi e piccoli possono trovare processi che proteggano l'ambiente creando al contempo un'esperienza di cui i partecipanti apprezzeranno.

Man mano che la società moderna diventa più attenta all'ambiente e agli aspetti sociali, è probabile che anche la gestione sostenibile degli eventi aumenterà in popolarità offrendo opportunità gratificanti per le persone che possono creare e organizzare eventi sostenibili mentre cercano di fare la differenza positiva nel mondo.

## Focus sull'organizzazione di eventi:

Gli eventi sostenibili offrono numerosi vantaggi e contribuiscono in modo evidente allo sviluppo sostenibile. Non solo aiutano a ridurre le emissioni di CO2, ma promuovono anche le pari opportunità, l'inclusione e le economie locali.

Un evento sostenibile è, secondo le Nazioni Unite, progettato e organizzato per raggiungere due obiettivi: ridurre al minimo tutti i potenziali impatti negativi sull'ambiente e lasciare un'eredità benefica per la comunità ospitante e tutti i soggetti coinvolti.

Organizzare un evento sostenibile rappresenta un atto responsabile nei confronti dell'ambiente e delle persone. Le aziende che optano per questo tipo di eventi dimostrano un fermo impegno per le pari opportunità, l'inclusione e la protezione dell'ambiente. Contribuiscono inoltre a rafforzare la trasparenza e considerano le parti interessate come attori rilevanti.

È un compito che richiede una pianificazione e un coordinamento significativi per raggiungere obiettivi e azioni specifici che vengono valutati regolarmente e infine verificati attraverso le agenzie autorizzate.



## Focus sull'organizzazione di eventi:

Gli eventi sostenibili possono minimizzare gran parte del loro impatto ambientale.

- Riducono la quantità di rifiuti generati (SDG 11 e 13) e garantiscono una corretta gestione dei rifiuti;
  - Riducono il consumo di acqua ed elettricità (SDG 12);
  - Mitigano l'inquinamento atmosferico, acustico e luminoso (SDG 7).
- In questo tipo di eventi sono importanti anche gli spazi che hanno luce naturale e aria pulita; la mobilità sicura, sana e sostenibile (SDG 11) è incoraggiata, ad esempio, attraverso l'uso del trasporto pubblico e condiviso;
  - le aziende di catering scelte sono tenute a evitare imballaggi, utilizzare stoviglie e stoviglie riutilizzabili, dare la priorità all'uso di distributori sfusi e barattoli per alimenti e bevande e promuovere prodotti locali e stagionali che siano biologici o del commercio equo e solidale.
- Anche la riduzione delle emissioni di CO2 è un vantaggio. Molti eventi sostenibili sono a loro volta carbon neutral, il che significa che tengono conto di quelle emissioni che non potevano essere evitate durante l'evento.
- A tal fine, molte aziende calcolano queste emissioni di CO2 al fine di compensarle acquisendo crediti di carbonio volontari da un progetto vantaggioso dal punto di vista ambientale, sociale ed economico, ottenendo così emissioni nette zero.

## Focus sull'organizzazione di eventi:

Gli eventi sostenibili si occupano anche di lasciare un'eredità positiva per la comunità. A tal fine, promuovono l'inclusione e le pari opportunità (assumendo la stessa proporzione di uomini e donne) o persone diversamente abili (SDG 5, 8, 10 e 16). Incoraggiano inoltre l'accesso senza barriere per le persone con disabilità mobilità (SDG 10) e rilanciano l'economia locale assumendo imprese locali (SDG 8).

Il rafforzamento della comunicazione e della trasparenza con i gruppi di interesse e la sensibilizzazione su questo tipo di iniziative sono requisiti fondamentali fin dall'inizio. Si tratta di comunicare con gli stakeholder, come azionisti, fornitori e dipendenti in modo proattivo e attraverso vari canali, come ad esempio il sito web aziendale, per fornire loro informazioni sull'evento sostenibile, nonché apprendere, attraverso sondaggi, cosa si aspettano da un incontro di questo tipo e perché. Ottenere feedback è essenziale per pianificare in modo ragionevole e non lasciare indietro nessuno.

Anche la comunicazione gioca un ruolo chiave, poiché un evento sostenibile implica uno sforzo e un impegno che dovrebbero essere condivisi con la società. Secondo gli esperti, è molto importante che le aziende che organizzano questo tipo di eventi e incontri trasmettano questi valori alle persone che li frequentano e vi partecipano, al fine di sfruttare tutte le migliori pratiche ambientali, sociali ed economiche che sono state implementate e che siano consapevoli dei benefici che ciò comporta per il pianeta nel suo complesso. È importante trasmettere il messaggio che gli eventi sono e dovrebbero essere sostenibili.



## Focus sull'organizzazione di eventi:

La gestione sostenibile degli eventi è una raccolta di strumenti, processi e procedure che gli organizzatori e gli operatori di eventi utilizzano per rendere gli eventi più ecologici. Ciò può includere un festival del cinema che offre un servizio navetta gratuito e un parcheggio per biciclette per ridurre il numero di pendolari in auto e le conseguenti emissioni di CO<sub>2</sub>, o un festival gastronomico che serve articoli in contenitori biodegradabili che non verranno inviati alla discarica. Può anche includere organizzatori di eventi che inviano messaggi incoraggianti ai follower sulle loro pagine di social media chiedendo loro di considerare la loro produzione di rifiuti e l'impatto ambientale prima, durante e dopo l'evento.

## Focus sull'organizzazione di eventi:

Il Waste Management Phoenix Open è un torneo annuale PGA che si tiene in Arizona. Secondo un rapporto sulla sostenibilità dell'evento del 2016, nel 2012 gli organizzatori “hanno lanciato la **Zero Waste Challenge** per controllare i materiali dell'evento ed educare i partecipanti in modo che nessun rifiuto venga inviato in discarica. Da allora, non ci sono stati bidoni della spazzatura sul campo da golf; solo raccolta differenziata e compost”. Il rapporto sulla sostenibilità ha anche rilevato che gli organizzatori "hanno deviato il 100% di tutto il materiale del torneo dalla discarica".

Nel 2018, il Waste Management Phoenix Open ha avuto la più grande partecipazione di qualsiasi evento del PGA Tour quell'anno con 719.179 partecipanti. Ciò dimostra che metodi di smaltimento dei rifiuti alternativi e rispettosi dell'ambiente possono avere successo, anche per un grande evento sportivo di quattro giorni a cui partecipano centinaia di migliaia di fan, e che non devono necessariamente avere un impatto negativo sulla partecipazione o sulle vendite.



## Focus sull'organizzazione di eventi:

Il Waste Management Phoenix Open è un torneo annuale PGA che si tiene in Arizona. Secondo un rapporto sulla sostenibilità dell'evento del 2016, nel 2012 gli organizzatori “hanno lanciato la **Zero Waste Challenge** per controllare i materiali dell'evento ed educare i partecipanti in modo che nessun rifiuto venga inviato in discarica. Da allora, non ci sono stati bidoni della spazzatura sul campo da golf; solo raccolta differenziata e compost”. Il rapporto sulla sostenibilità ha anche rilevato che gli organizzatori "hanno deviato il 100% di tutto il materiale del torneo dalla discarica".

Nel 2018, il Waste Management Phoenix Open ha avuto la più grande partecipazione di qualsiasi evento del PGA Tour quell'anno con 719.179 partecipanti. Ciò dimostra che metodi di smaltimento dei rifiuti alternativi e rispettosi dell'ambiente possono avere successo, anche per un grande evento sportivo di quattro giorni a cui partecipano centinaia di migliaia di fan, e che non devono necessariamente avere un impatto negativo sulla partecipazione o sulle vendite.

## Focus sull'organizzazione di eventi:

Lollapalooza è un importante festival musicale che si tiene ogni anno nel Grant Park di Chicago. Il parco è adiacente ad una vasta area urbana. Tutti i partecipanti con un'automobile possono aggiungere molte emissioni di CO<sub>2</sub>. Tuttavia, gli organizzatori di Lollapalooza abbracciano una forte filosofia di gestione degli eventi sostenibile e prendono l'iniziativa incoraggiando i partecipanti a seguire un percorso "a basse emissioni" per il festival, ad esempio con il carpooling, in bicicletta e utilizzando i mezzi pubblici, secondo la pagina sulla sostenibilità del festival.

Lollapalooza collabora anche con un'organizzazione chiamata Green Mountain Energy per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> nella sede dell'evento da elementi come l'elettricità acquistata e generatori di eventi. Per i festival passati, Green Mountain Energy ha fornito "tag per i fan dell'energia". I frequentatori di concerti acquistano uno di questi fan tag per un piccolo prezzo al momento dell'acquisto dei biglietti. Quel denaro viene donato a un progetto di cattura del metano situato a Pierson, nel Michigan, che aiuta a ridurre il loro impatto complessivo sull'inquinamento.



## Focus sull'organizzazione di eventi:

Il Great American Beer Festival che si tiene ogni anno a Denver ha un vasto programma di sostenibilità che è stato riconosciuto dalla città di Denver.

Il festival collabora con diversi partner per rendere i suoi sforzi di sostenibilità il più efficaci possibile. Dal suo sito web: “Continuiamo a realizzare strategie che riducono l'impatto ambientale attraverso la riduzione dei rifiuti, il recupero delle risorse, l'uso dell'energia e l'istruzione. Le partnership con ZeroHero, Freeman Exhibit Services, Colorado Convention Center, Centerplate Catering e Colorado Carbon Fund ci aiutano a realizzare i nostri obiettivi annuali”. Alcune delle iniziative di sostenibilità includevano il riutilizzo di materiali come segnaletica e moquette, servire il cibo con piatti e utensili compostabili e coordinare gli sforzi di smaltimento dei rifiuti per evitare la diversione in discarica, in modo che i materiali siano riutilizzati, riciclati o compostati il più possibile, secondo il sito web del festival.

## Scheda Analitica Finale

### Vantaggi di essere sostenibili

- 1 Aprire nuovi mercati e attrarre più persone
- 2 Avviare il cambiamento, dare l'esempio
- 3 Ispirare la consapevolezza sul clima
- 4 Pensare a lungo termine
- 5 Ridurre gli sprechi e aumentare i risparmi
- 6 Ridurre l'impronta di carbonio
- 7 Trovare nuovi partner
- 8 Aumentare la propria reputazione
- 9 Diventa un successo sui social media
- 10 Le persone preferiscono eventi sostenibili dal punto di vista ambientale



## Concetti base e Keywords

- Sostenibilità connessa all'economia e ai finanziamenti
  - Sostenibilità come driver di mercato
- Sostenibilità: pilastro chiave per la strategia aziendale
  - Non solo Ambiente, ma anche Social e Governance
- Punti chiave: cambiamenti climatici, economia circolare, diversità e inclusione
  - Fondamentale per la resilienza (capacità di continuare a creare valore)
  - 2017: PST e Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo