



SOSTENIBILITÀ, una parola che diventa realtà

Il percorso verso la sostenibilità delle diverse attività che afferiscono alla meeting industry (alberghiera, congressuale, turistica, ristorativa, logistica, tecnologica, etc) è stato intrapreso, tra accelerazioni e frenate, più di cinquant'anni fa, proprio da quando, dalle pagine di Meeting e Congressi, tra i tanti temi trattati, iniziarono a emergere una nuova sensibilità verso ambiente e comunità e un nuovo sentimento di responsabilità delle aziende produttive verso il mondo

di NICOLETTA TOFFANO

Se all'inizio il concetto di sostenibilità era più che altro un impulso ambientalista, quasi romantico, delegato all'emotività della singola persona, col tempo l'obiettivo è apparso sempre più globale e chiaro: un evento è sostenibile quando è ideato, pianificato e realizzato in modo da minimizzare l'impatto

negativo sull'ambiente e tale da lasciare una eredità positiva alla comunità che lo ospita. Abbiamo quindi la convinzione che essere oggi una industria degli eventi veramente sostenibile, significhi aver maturato e attuato questi teoremi, aver seguito un impegnativo percorso che ha assorbito tempo, risorse e ri-

chiesto analisi del mercato e studio di nuovi formati. Ma vediamo, decennio per decennio come si è sviluppata questa affascinante storia che ha coinvolto e coinvolge ancor oggi persone, società, nazioni, modi di pensare e visioni future.

L'INIZIO: UOMO E AMBIENTE UNA RELAZIONE NECESSARIA

Facciamo un lungo passo indietro, partendo dal dopoguerra, epoca di una società interamente protesa verso la conquista del benessere e che mostra assoluta indifferenza riguardo ai temi della "qualità dello sviluppo". Ad ammonire contro gli eccessi di una crescita economica cieca non c'è che uno sparuto gruppo di intellettuali. Bisognerà infatti attendere il decennio successivo affinché il movimento ambientalista, raccolto sotto la nuova tematica dell'inquinamento, diventi un fenomeno globale: la nascita e lo sviluppo rapidissimo dell'industria petrochimica, la diffusione di stili di consumo intensivi, a cominciare dal possesso dell'automobile, (dal 1961 al 1970 il numero di automobili private circolanti in Italia passa da due milioni e quattrocentomila a oltre dieci milioni) evidenziano l'impatto inquinante di gran parte delle attività umane. L'ecologismo esce quindi dai circoli intellettuali diventando un fenomeno popolare: dalla fine degli anni Sessanta si apre una nuova stagione per i movimenti ecologisti rivolti verso la critica al consumismo e alla cultura della produttività.

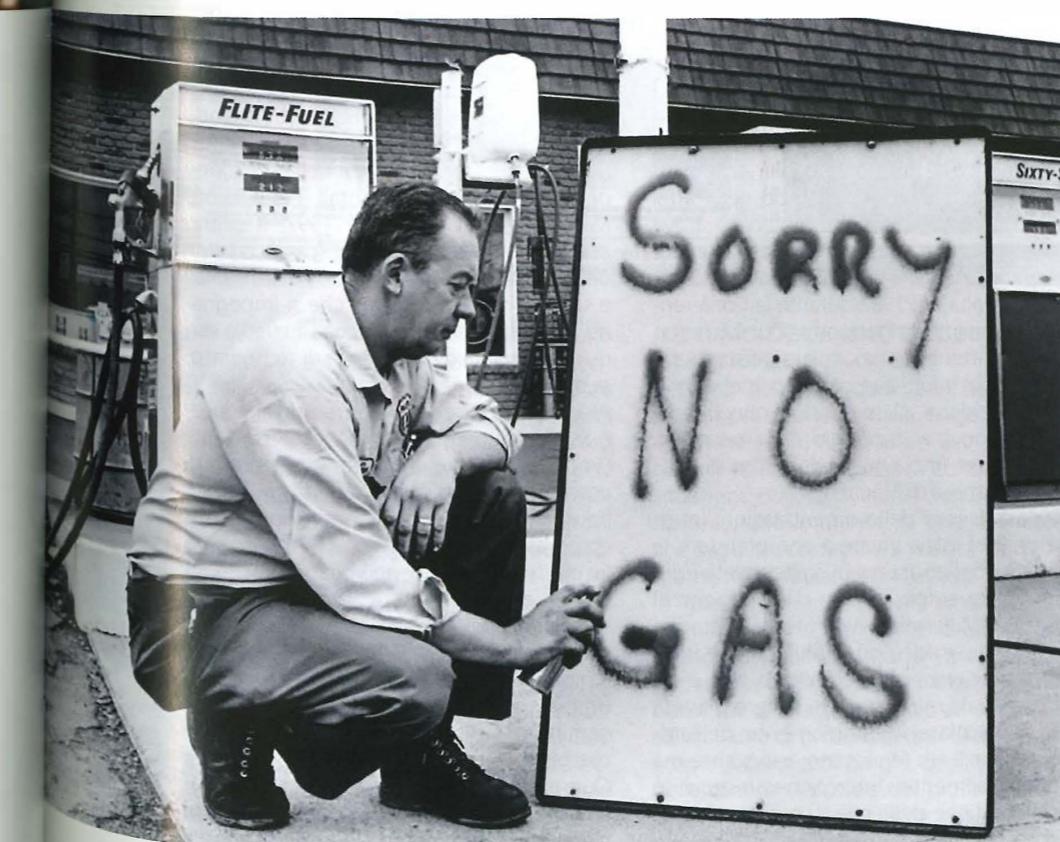
ANNI SETTANTA: I LIMITI DELLO SVILUPPO

Negli anni Settanta il formarsi di una coscienza ecologica diffusa porta a mettere in relazione diversi problemi dell'uomo con i temi della qualità della vita urbana; il bisogno di verde si fa via via più pressante e assume da prima i toni della generica protesta dovuta a un disagio collettivo, poi si indirizza verso richieste più precise: introduzioni d'impianti di depurazione, attenzione alle aree paesaggistiche fragili, creazione di nuovi parchi dentro e fuori dalle città. Ma altri fatti si susseguono rapidamente: il 1970 è dichiarato anno europeo della conservazione della natura e il 22 aprile dello stesso anno viene istituita la Giornata della Terra. Ed è nel pieno del dibattito sul futuro ecologico del pianeta, poco prima dell'inizio della prima Conferenza delle Nazioni Unite sull'ambiente umano (Stoccolma, 1972) che appare un libretto precursore dei tempi e per certi versi profetico, intitolato "I limiti dello sviluppo" (D.H. Meadows e altri, The limits to growth, New York, Universe Books, 1972). È la prima volta che l'azione dell'uomo sull'ambiente viene approcciata con una ricerca scientifica: alcuni ricercatori del Massachusetts Institute of Technology avevano messo a punto un modello matematico "globale", capace di simulare le interazioni fra l'aumento della popolazione e l'esaurimento delle risorse naturali, e fra la produzione e gli inquinanti. Ma la bomba che apre definitivamente gli occhi ai più, esplode nell'ottobre 1973 quando i pa-



SUSANNA PRIORE
Ceo FORMEDICA

«Il primo evento sostenibile non si dimentica mai! Era il 2018 e una delle nostre più giovani collaboratrici ci annunciò che uno dei nostri eventi sarebbe diventato "sostenibile", con attenzione all'ambiente e alla sostenibilità sociale ed economica. E così partimmo con il progetto: l'utilizzo di app per ridurre la stampa di cartaceo e gestire procedure paper free, l'ottimizzazione delle corse da e per la sede congressuale a vantaggio dell'ambiente, le borracce personalizzate per i partecipanti al posto di centinaia di bicchieri di plastica, la produzione di allestimenti realizzati con materiali riciclabili. Che dire... una piccola rivoluzione che ha poi reso più responsabili e attenti tutti i membri dello staff!».



Accanto e sotto, nell'ottobre 1973 i Paesi produttori ed esportatori di petrolio, che da tempo erano uniti nel cartello dell'Opec, decidono di aumentare il prezzo del greggio, innescando una crisi economica senza precedenti





ANDREA VERNENGO
Ceo GVST Event Experts

«È con orgoglio che ricordo la primissima volta che convincemmo il Waldorf Cavalieri Hilton di Roma a fare la donazione del cibo in eccesso per un nostro evento nel 2012.

Dalla voglia di fare, il lavoro e la passione delle persone nascono le abitudini.

Il primo passo verso la sostenibilità è ottenere dei cambiamenti comportamentali e abitudinali e trasformarli in quotidianità».

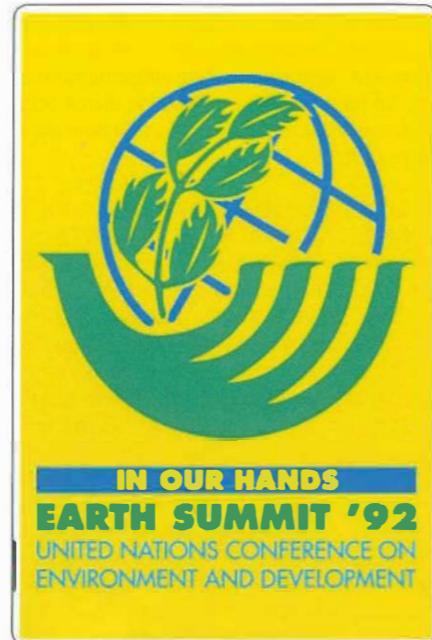


FRANCO GATTINONI
Presidente Gruppo Gattinoni

«Cinquant'anni di Meeting & Congressi, quarant'anni di Gruppo Gattinoni: cosa è cambiato di più nel mondo degli eventi? La consapevolezza

che la sostenibilità sia un elemento intrinseco. Una componente che intreccia l'aspetto ambientale con quello

socio-economico. Noi abbiamo scelto di sensibilizzare le aziende per rendere gli eventi più carbon neutral, coinvolgendo collaboratori e invitati. Un piccolo gesto per il futuro del nostro pianeta e del nostro settore».



esi produttori ed esportatori di petrolio, che da tempo erano uniti nel cartello dell'Opec, decidono di aumentare il prezzo del gergio, innescando una crisi economica senza precedenti. Una crisi di materie prime, come aveva preconizzato il libro: in tutti i Paesi industriali vengono presi affrettatamente provvedimenti atti a diminuire i consumi energetici e di petrolio, e a dare il via alla ricerca di fonti energetiche alternative.

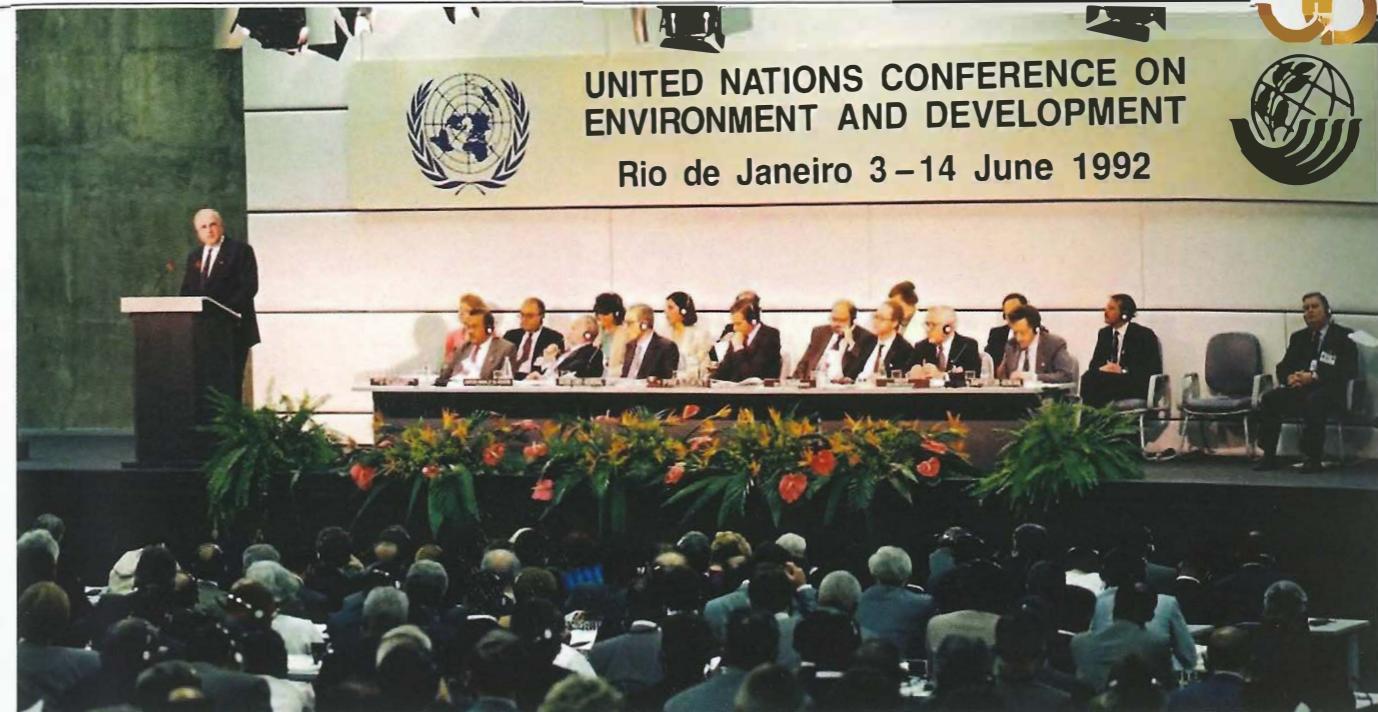
Ed è proprio il 1973 anche l'anno in cui nasce di fatto la meeting industry italiana, con la diffusione dei grandi congressi internazionali, compresi i primi – non solo tra capi di Stato, ma anche tra scienziati ed esperti – legati proprio alle tematiche ambientali, e l'anno in cui esce la pubblicazione numero uno di Meeting e Congressi.

ANNI OTTANTA: TRA LEGGEREZZA E PRESA DI COSCIENZA

L'internazionalità è il filo conduttore che si sviluppa negli anni Ottanta nel settore congressuale. Ecco un dato emblematico fornito da Enit: nel 1980 gli eventi internazionali sono trentamila e arrivano a 270mila nel 1988, con un fatturato complessivo di oltre ottomila miliardi di lire e un indotto pari a circa il doppio. Un vero boom che porta comunque con sé, insieme al numero vorticoso degli spostamenti, anche intercontinentali, conseguenze evidenti sulle economie e sulle culture locali.

Infatti gli anni Ottanta, passati alla storia per l'individualismo e il disimpegno sociale, sono il decennio in cui si diffondono e prendono piede le mode delle destinazioni esotiche, del wellness e del luxury travel, sia per i viaggi individuali sia per i congressi e gli incentive. Eppure è anche il periodo in cui in parallelo matura la consapevolezza di dover elaborare un approccio alternativo al turismo, meno consumistico e improntato alla sostenibilità. Ed è infatti proprio all'inizio degli anni Ottanta che il termine sostenibilità trova comprensione e diffusione: la definizione di sostenibilità viene adottata ufficialmente per la prima volta nel 1982 durante la Conferenza di Stoccolma nel rapporto "Our Common Future". L'attenzione mondiale verso i temi ambientali è infatti alta, complici anche i gravissimi incidenti susseguitisi in quegli anni: da Chernobyl, al naufragio della petroliera Exxon Valdez, fino a quello della fuga di diossina dall'Imesa di Meda.

Alla risonanza dei fatti internazionali segue una aumentata consapevolezza circa l'impatto umano sul pianeta e una presa di coscienza relativa alla necessità di attuare azioni concrete in ogni settore industriale, compreso quello turistico: il neologismo "ecoturismo" compare nel vocabolario dell'industria dei viaggi, sia leisure sia business, veicolando per la destinazione significati e valori di autenticità del luogo e delle esperienze collegate. È la risposta alla domanda di un pubblico che ormai viaggia molto e che comincia a farsi esigente e disincantato, oltre che più attento al proprio portafoglio. Queste riflessioni riguardano anche il settore Mice italiano, che proprio in questi anni viene specificatamente studiato e definito:



UNITED NATIONS CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT
Rio de Janeiro 3–14 June 1992



The Japan Times (Friday, December 12, 1997): "ALL THE NEWS WITHOUT FEAR OR FAVOR" - "60 nations adopt Kyoto Protocol" - "Developed countries to cut their gas emissions by 5.2%" - "Hashimoto vows efforts Gist of Kyoto Protocol".

M&C MEETING & CONGRESSI (Organo Ufficiale Italcongressi): "IL VERDE ENTRA IN CONGRESSO" - "Inter-Continental lancia la formula 'tutto compreso'" - "Il congresso nella plenaria delle norme: 'una guida per 'controllare' il fisso" - "Un consorzio per vendere convegni in montagna".

M&C MEETING & CONGRESSI (Organo Ufficiale AIMP): "MEETING & CONGRESSI" - "CONGRESSI: IL FUTURO È VERDE?"

nel gennaio del 1991, con il finanziamento di Meeting e Congressi e del Palacongressi della Riviera di Rimini, viene realizzata da Econstat-Demoscopea la ricerca: "L'attività congressuale in Italia – Il mercato turistico più ambito". Si tratta della prima indagine sul nostro settore, condotta con un metodo scientifico atto a misurare le dimensioni del comparto, le categorie dei promotori di congressi, e spinta fino all'analisi dei partecipanti e dei loro modelli di consumo. Lo studio acquisirà autorevolezza anno dopo anno diventando di fatto uno strumento di lavoro indispensabile per tutti gli operatori del settore: conosciuto da tutti come l'Osservatorio Congressuale Italiano (Oci), fino al 2010 viene finanziato dalla rivista Meeting e Congressi e dal Convention Bureau della Riviera di Rimini e realizzato dall'Università di Bologna.

IL PRIMO DECENTNIO DEL 2000: GLI STILI DI VITA GREEN

Il primo decennio degli anni 2000 viene purtroppo sconvolto dalla tragedia dell'attentato alle Torri Gemelle del 2001, fatto che getterà un'ombra capace di condizionare la situazione politica di molti Paesi del mondo, Italia compresa, mentre la crisi economica che seguirà non faciliterà l'uscita da questo momento di incertezza. Tuttavia è proprio in questo contesto difficile (meno assembleamenti, meno viaggi, meno disponibilità economica) che nel nostro Paese nascono nuove sensibilità, che inducono alla ricerca di nuovi stili di vita, più naturali ed etici, basati sulla cultura di prossimità (per esempio la riscoperta dei piccoli borghi, degli agriturismi, delle cantine vinicole e dei prodotti locali a chilometro zero) e sulla ricerca di luoghi sani e confortevoli in cui vivere. Si diffonde la bio-

"Pensa globalmente – agisci localmente" è lo slogan coniato per promuovere la Conferenza di Rio de Janeiro del 1992 sull'ambiente e sullo sviluppo (nella foto in alto), detta anche "Il Summit della Terra", che vede riuniti i capi di Stato mondiali per affrontare per la prima volta a livello globale le emergenti problematiche ambientali

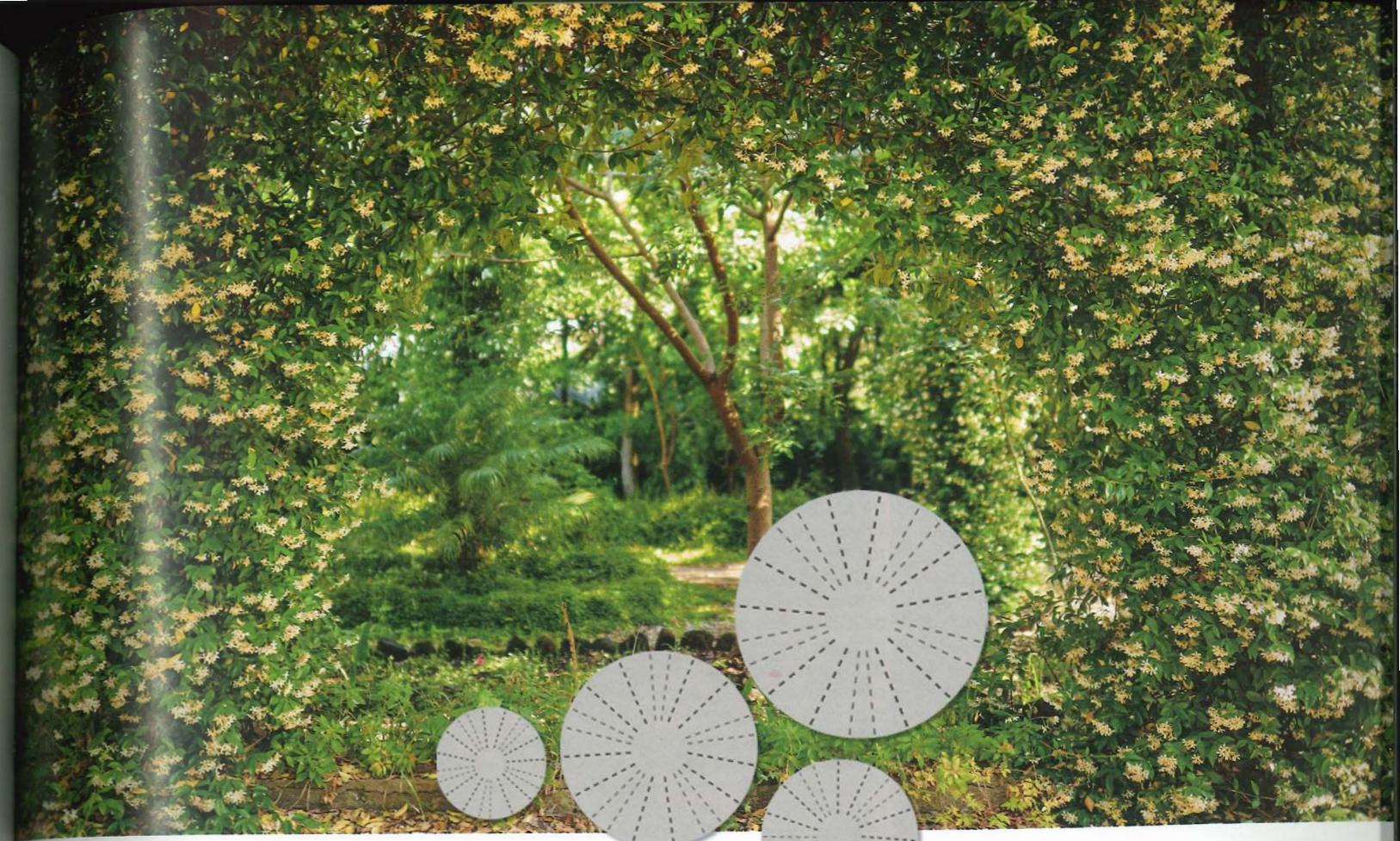


Sopra, Alessandra Albarelli, in veste di presidente di Federcongressi&eventi, presenta al Parlamento Europeo Food for Good, il progetto di lotta allo spreco alimentare del Mice italiano

architettura, si inizia a parlare dei valori energetici degli immobili e si creano nuovi rapporti tra costruito e verde, basti pensare che il pluripremiato Bosco Verticale di Milano è un progetto concepito da Stefano Boeri proprio alla fine di questo decennio.

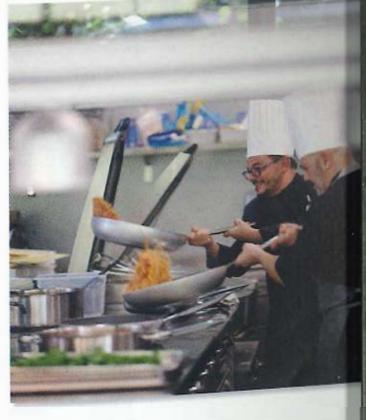
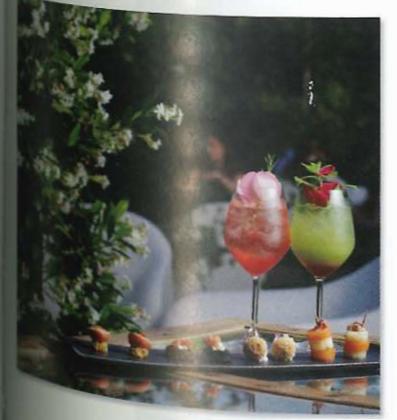
Decennio che si chiude con il XVII rapporto sul turismo italiano nel quale un intero capitolo, dal titolo "il green meeting per la sostenibilità ambientale degli eventi. Principi, obiettivi e principali esperienze in atto", è dedicato alla meeting industry. Per la prima volta viene distinto con chiarezza, in un documento ufficiale, il termine "green meeting", in contrapposizione al "brown meeting", per indicare un evento organizzato con accortezze atte

a ridurre l'impatto negativo sull'ambiente in tutte le sue fasi: dalla programmazione fino alla realizzazione dell'evento stesso (comprendendo anche la gestione del post evento). All'interno del documento sono riportati casi di studio di eventi con caratteristiche diverse sia per dimensione (si va dalla semplice conferenza fino all'Olimpiade) sia per durata e ricorsività (un evento singolo, un evento replicabile come un concerto in un tour, un evento di durata più lunga). Si mette anche in luce l'impatto che i meeting hanno sull'ambiente. Tanto per dare un'idea, si calcola che un evento di medie dimensioni, con la partecipazione di circa cinquecento persone della durata di tre giorni, produca 0,75



Ros'e mari FARM & GREENHOUSE

Il giardino segreto al centro della Sardegna
Eventi per il tuo business, workshop, meeting



ROS'E MARI FARM and GREEN HOUSE S.r.l.
Loc. Pauli Cannedu – Donigala Fenughedu 09170 ORISTANO
mail:marketing@rosemarifarm.it Tel. +39 3515838866
www.rosemarifarm.it

tonnellate di rifiuti e 1.595 kWh di consumo di elettricità (Fonte: Bsi British Standard Institute). A conclusione del documento si legge: "la tipologia dei "green event" è destinata a rappresentare il futuro degli eventi Mice, nell'ambizione che in dieci anni possa diventare uno standard consolidato dell'industria congressuale".

IL SECONDO DECENTNIO DEL 2000: L'ITALIA FA SCUOLA

Le esperienze di sostenibilità negli eventi illustrate nel XVII rapporto sul turismo italiano dimostrano come fino a quel momento siano state messe in atto soluzioni non omogenee e scarsamente coordinate. Si realizza di conseguenza la fondamentale necessità di introdurre, come riferimenti standard, precise indicazioni tecniche e normative. Questa necessità, unitamente all'opportunità di valorizzare e rendere visibile l'impegno ambientale, è alla base della creazione di marchi per la sostenibilità di quegli organizzatori che si adeguano e che siano per questo socialmente più recepibili e di conseguenza più visibili al pubblico. È così che sulla spinta del mercato, proprio all'inizio di questo decennio, le organizzazioni di certificazione nazionali (Bsi) e mondiali (Iso) emettono i primi documenti specifici che indicano linee e parametri standard di adeguamento per il conseguimento dei marchi: costituiranno i pilastri di riferimento per la meeting industry degli anni successivi. Nel 2012 il Gri (Global Reporting Initiative) fissa i principi di rendicontazione della sostenibilità e i requisiti internazionali di realizzazione dei bilanci di sostenibilità di organizzazioni ed enti. Nello stesso anno vengono pubblicate le Uni Iso 20121, ossia lo standard internazionale che specifica i requisiti di un sistema di gestione sostenibile

per gli eventi; è applicabile a tutti i tipi di soggetti coinvolti nella progettazione e realizzazione di un evento, dall'organizzatore a tutta la catena di fornitura. Il primo evento mondiale certificato sono le Olimpiadi di Londra dell'estate 2012.

Tra le aziende della meeting industry si difonde quindi in maniera sempre più puntuale la cultura degli eventi sostenibili nel senso di opportunità per fare, pensare e innovare l'attività d'impresa in un'ottica di equilibrio tra produrre servizi, creare valore, mitigare l'impatto ambientale. A sostenere gli operatori in questo cambiamento epocale iniziano a essere pubblicati manuali specifici e a essere avviati corsi dedicati agli operatori della filiera congressuale. A inizio 2016, dal progetto "Innovazione e Capacity Building 2015" finanziato dalla Fondazione Cariplo e condotto dall'Istituto Nazionale di Urbanistica dalla società Punto 3 di Ferrara, nasce il "Manuale per l'organizzazione degli eventi sostenibili". A marzo 2019, a Montecarlo si tiene il primo corso Sepc (Sustainable Event Professional Certificate) in Europa a cui partecipano operatori di event agency, della meeting industry, architetti e membri organizzativi di Uefa e del comitato olimpico. Tutto il passo anche il settore hospitality, che da anni ha già intrapreso, come abbiamo visto, il processo di certificazione EcoLabel (oggi l'Italia con 156 strutture ricettive certificate EcoLabel Ue – fonte Ispra ambiente – è prima in Europa per strutture alberghiere green) e nel 2019 Federalberghi pubblica una nuova guida destinata agli albergatori, dal titolo "Il mio futuro è sostenibile". Si tratta di un vero manuale per l'albergo empatico, che non si limita alle buone pratiche ambientali, ma tende a sollecitare una riflessione sulle azioni che ciascun hotel può intraprendere



MAURO ZANIBONI

Presidente MZ Events

«L'esigenza di sostenibilità è sempre più sentita ed è fondamentale per le generazioni future. Tutti noi dobbiamo imparare ad applicarla, con piccoli gesti quotidiani: negli uffici di MZ Events, per esempio, è stato installato il distributore di acqua per lo staff, che utilizza bottiglie in vetro, con totale eliminazione della plastica. Meno plastica, meno immondizia, più sostenibilità».

Sotto, risale al 2012 la primissima volta che GVST Events Experts dona il cibo in eccesso alla fine di un evento: all'epoca la lotta allo spreco alimentare era un'iniziativa ancora pionieristica



VIVOSA
for sustainable living
EOMIC

350 ROOMS | 500 PAX MEETING CENTER | UNIQUE & ECO TEAM BUILDING EXPERIENCES | EOMIC | ZERO CARBON FOOTPRINT EVENT

VIVOSA
APULIA RESORT

A Resort like no other
Salento | vivosaresort.com

Travelife
Gold Certified for
Accommodation Sustainability

CERTIFIED ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT SYSTEM
CQY
CERTICUALITY
UNI EN ISO 14001:2015

WORLD LUXURY HOTEL AWARDS
WINNER 2017
Italy's Leading
Luxury Eco Resort Europe

WORLD TRAVEL AWARDS
WINNER 2017
Italy's Leading
All-inclusive Resort



ECORESORT | SPARESORT | BEACHRESORT | A CORPORATE RETREAT RESORT LIKE NO OTHER



**TUTTO È BENE
CIO CHE
NON FINISCE
MALE.**

Stefania Agostini,
Event & Conference Director Italian Exhibition Group SpA

FOOD FOR GOOD è il progetto di recupero delle eccedenze alimentari degli eventi a cura di Federcongressi&eventi, in collaborazione con le onlus Banco Alimentare (organizzazione che persegue finalità di solidarietà sociale attraverso la ridistribuzione delle eccedenze alimentari) ed Equoevento (prima organizzazione in Italia a occuparsi degli sprechi alimentari nel settore degli eventi). Food for Good, il programma di recupero delle eccedenze alimentari dagli eventi a cura di Federcongressi&eventi. Il progetto è semplice: attraverso Banco Alimentare ed Equoevento, Federcongressi mette in contatto i responsabili delle società di catering con la onlus del territorio dove si svolge l'evento, affinché questa

FOODFOR GOOD from meetings to solidarity

FOOD FOR GOOD è il progetto di recupero delle eccedenze alimentari degli eventi a cura di Federcongressi&eventi, in collaborazione con le onlus Banco Alimentare ed Equoevento. Aderire al progetto è semplice, non comporta impegni gravosi né costi, e avviene nel rispetto delle normative della Legge Gadda. Contatta FEDERCONGRESSI per conoscere le modalità di adesione al progetto. www.foodforgood.it [@ProgettoFoodforGood](https://www.facebook.com/ProgettoFoodforGood)

Sopra, Stefania Agostini è stata una delle testimonial dell'iniziativa Food for Good

Sotto, i rivoluzionari Fridays for Future



FOOD FOR GOOD: IL MICE ABBATTE GLI SPRECHI ALIMENTARI

Nasce nel 2015 in collaborazione con le onlus Banco Alimentare (organizzazione che persegue finalità di solidarietà sociale attraverso la ridistribuzione delle eccedenze alimentari) ed Equoevento (prima organizzazione in Italia a occuparsi degli sprechi alimentari nel settore degli eventi), Food for Good, il programma di recupero delle eccedenze alimentari dagli eventi a cura di Federcongressi&eventi. Il progetto è semplice: attraverso Banco Alimentare ed Equoevento, Federcongressi mette in contatto i responsabili delle società di catering con la onlus del territorio dove si svolge l'evento, affinché questa

provveda al recupero del cibo in eccesso al termine del pranzo o della cena. Food for Good nel 2019 viene inserito tra le best practice presenti sulla Piattaforma dell'Ue sul tema degli sprechi alimentari (Eu Platform on Food Losses and Food Waste).



per rendere migliore la vita dei propri ospiti. Tra le iniziative dell'organizzazione, a giugno 2019, anche la firma dell'accordo con Wwf per avviare il processo che dovrà condurre all'eliminazione della plastica monouso nelle strutture ricettive italiane e anticipare, di fatto, la direttiva europea che stabilirà poi, a partire dal 2021, alcuni importanti divieti.

EVENTI A ECONOMIA CIRCOLARE

Avanzano nel frattempo anche nuovi concetti: quello di economia circolare, da applicarsi a materiali e forniture che possono ritrovare una nuova vita post evento e, soprattutto, quello dedicato a iniziative per la riduzione dello spreco alimentare. Su quest'ultimo punto è proprio l'Italia a fare scuola: nasce, nel 2015, Food for Good, il programma di recupero delle eccedenze alimentari dagli eventi a cura di

Federcongressi&eventi (vedi box). Ed proprio è dimezzare lo spreco alimentare entro il 2030 proprio uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che dal 2015 sono diventati centrali nelle politiche internazionali, ossia da quando le Nazioni Unite coinvolgendo imprese, istituzioni e Ong ha identificato all'interno dell'Agenda 2030 un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità: 17 Sustainable Development Goal, inquadrati da 169 target o traguardi e da oltre 240 indicatori. Centrali in questi propositi di cambiamento sono naturalmente le aziende, a cui sono dedicati due goal specifici: il numero nove (Imprese – Innovazione – Infrastrutture) e il numero 12 (Consumo e Produzione responsabili). Proprio l'applicazione dei suggerimenti contenuti nei goal sopracitati porta molte aziende (anche afferenti alla meeting industry) a intraprendere un percorso di Responsabilità Sociale d'Impresa. Ovvero la messa in atto di soluzioni per ridurre l'impatto ambientale e migliorare le ricadute sociali legate all'attività delle imprese nel territorio: riduzione dell'impronta climatica (emissioni di gas a effetto serra), miglioramento delle politiche del lavoro, partecipazione al commercio equo e solidale, attività di beneficenza, volontariato nella comunità, politiche aziendali a beneficio dell'ambiente, investimenti socialmente rispettosi dell'ambiente. Possiamo dire inoltre che il riconoscimento di un'azienda che abbia intrapreso un percorso verso la Responsabilità Sociale di Impresa è in aumento sia nelle aspettative sia nell'esperienza dei clienti, i quali sempre di più ricercano nei brand la condivisione dei propri valori e ideali; e questo risulta oggi evidente nei settori food, moda, ospitalità e anche Mice (la ricerca condotta da Promoleaf

a febbraio 2020 mostra che il sessanta per cento degli utenti indica come preferenza la partecipazione a eventi realizzati con pratiche sostenibili). Un approccio ampio alla sostenibilità, visto come parte integrante della cultura aziendale, può quindi rappresentare un ambito di distinzione nei confronti dei competitor e di fidelizzazione dei clienti. A conclusione di questo fondamentale decennio si può dire che il passo è compiuto: il tema della sostenibilità è entrato nella mentalità dei più, permeando molti aspetti della vita delle persone, nella consapevolezza che il futuro del pianeta dipenda sia dalle azioni delle politiche internazionali, ma anche dall'atteggiamento quotidiano di ognuno di noi. E dal 2018 la partecipazione ai Fridays for Future, organizzati sulla spinta del movimento di studenti ecologisti nato con Greta Thunberg (che solo a Milano ha portato in piazza, nella primavera del 2019, centomila persone) ne sono la chiara conferma. Ma qualcosa deve ancora avvenire...

GLI ULTIMI TRE ANNI: DALLE TEORIA ALL'AZIONE (IMMINENTE E NECESSARIA)

Esplosa a febbraio 2020, la pandemia da Covid-19 è stata come una bufera che all'improvviso ha scoperto un vaso di Pandora contenente gli elementi alla base del nostro mondo (ambiente, società ed economia) e così, nel caos generale, tutti hanno compreso all'improvviso quanto questi fattori fossero strettamente connessi e quanto al variare di uno di essi il sistema si sia rivelato fragile e inconsistente. Tuttavia la pandemia, per quanto devastante, pare essere stata utile per comprendere la necessità di costruire una società più resiliente, cioè in grado di resistere meglio a shock futuri, e più sostenibile, cioè che consenta di preservare parte delle risorse del pianeta per le future generazioni.

Dopo una prima fase (dettata dalla necessità di fare fronte all'emergenza) "non proprio ecologica" che ha visto l'introduzione di dispositivi monouso, colazioni e catering monoporzione, reintroduzione delle plastiche, uso di igienizzanti chimici, prende avvio la fase della consapevolezza di come sarà il "new normal". Per mantenere alta l'attenzione e l'informazione sul settore Mice (e anche a conforto degli operatori) sia nella fase del lockdown sia nella fase di ripresa, Meeting e Congressi continua la sua azione divulgativa: giorno dopo giorno si susseguono news, aggiornamenti, webinar, nuovi dossier. Vengono costantemente pubblicati dati e ricerche che aiutino le aziende a orientarsi nella nuova fase. Tra queste riportiamo due indagini particolarmente significative nell'indicare i trend futuri. La prima è la ricerca di Earnst & Young "Seize the change: futuri sostenibili": condotta su 260 imprese, mostra come il settanta per cento dei manager preveda un piano di sostenibilità con obiettivi nel post pandemia; mentre la ventesima edizione

Guida alla sostenibilità nel settore MICE 2023

CONVENTION BUREAU ITALIA

Grazie al patrocinio di: MINISTERO DEL TURISMO, ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, CONVENTION BUREAU ITALIA

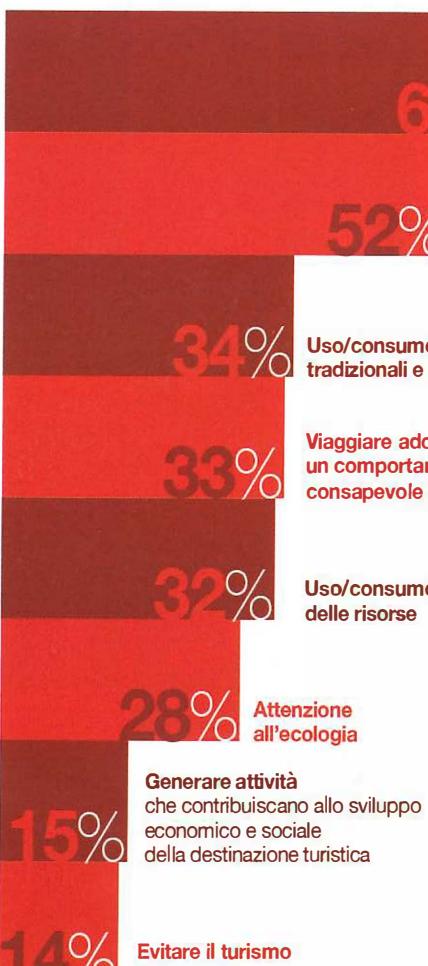
ECOEVENTS
LEGAMBIENTE
CERTIFIED
2021/03



Sopra, i 17 Sustainable Development Goal dell'Agenda 2030 e, nella pagina successiva, quali sono gli obiettivi che riguardano maggiormente i diversi attori della filiera Mice



Caratteristiche del turismo sostenibile



Rispetto e tutela all'ambiente delle comunità locali, mantenendo integro il paesaggio, i valori culturali e l'attrattività del territorio

Utilizzare trasporti green/ecosostenibili per ridurre l'impatto ambientale

Uso/consumo di prodotti locali, tradizionali e a chilometro 0

Viaggiare adottando un comportamento consapevole e rispettoso

Uso/consumo responsabile delle risorse

Attenzione all'ecologia

Generare attività che contribuiscono allo sviluppo economico e sociale della destinazione turistica

Evitare il turismo di massa

Fonte Deloitte, AICEO-Associazione Italiana Ceo; *Obiettivo sostenibilità: Nuove traiettorie di sviluppo per il turismo italiano*, 2022

eting industry, che decidono di applicare un sistema di gestione sostenibile per un evento, non esistono solo ritorni di immagine, ma un miglioramento organizzativo e di conseguenza anche economico. Per esempio avere sotto controllo i processi chiave aiuta: a ridurre i consumi, a ridurre i rischi e di conseguenza a stipulare coperture assicurative a prezzi più bassi, ma anche ad accreditare il proprio impegno a livello internazionale, ad aumentare l'appeal nei confronti di potenziali investitori e sponsor. Ogni evento gestito nell'ottica della sostenibilità inoltre favorisce il coinvolgimento dei partecipanti, rispettandone le aspettative; poiché l'attenzione verso la sostenibilità è sempre più intesa come sensibilità diffusa che diventa patrimonio comune di conoscenze e buone pratiche, e che si traduce in un comportamento quotidiano di piccole azioni virtuose. E attraverso la gestione di eventi sostenibili poter essere il veicolo di diffusione di questo fenomeno sarà la sfida futura e il vero successo! ☎

FORESTAZIONE? URBANA!

Sul tema delle destinazioni, un altro fenomeno, sta prendendo piede negli ultimi anni: si chiama forestazione urbana. Di cosa si tratta e cosa c'entra con il settore degli eventi? Ecco le risposte.

Tratta la qualità dell'ambiente dei grandi poli urbani (che coincidono con le maggiori destinazioni congressuali) dove se da un lato negli ultimi anni si è verificata una complessiva rincorsa all'abbattimento dei fattori inquinanti attraverso la diffusione della mobilità dolce, l'uso del car sharing e delle auto elettriche, dell'applicazione di nuove normative edilizie in termini di risparmio energetico e di utilizzo di energie rinnovabili, dall'altro lato la vera "rivoluzione" (partita con Milano che nel 2019 è stata la sede del World Forum on Urban Forests e rapidamente diffusa in altre città della Penisola) è stata la messa a punto di progetti di forestazione urbana, ossia programmi di messa a dimora di milioni di alberi entro il 2030. E sono proprio queste iniziative verdi a rientrare sempre più anche nelle buone pratiche messe a punto dalla meeting industry: adottare, acquistare, metter a dimora alberi nelle città ospitanti i congressi come compensazione delle emissioni di CO₂ prodotte.