

meeting@ congressi

INCENTIVE
CONVENTION
EVENTI

SPECIALE PER
MEETING PLANNER
CORPORATE

IN PRIMO PIANO

VOCO® HOTELS,
DIFFERENTI
PER VOCAZIONE

IL GRUPPO DEL MESE

CLUB DEL SOLE:
IL WORKIN'GLAMP
PER GLI EVENTI ACTIVE

DOSSIER

sostenibilità a
360 GRADI



DOSSIER

CONVENTION
BUREAU e DMO

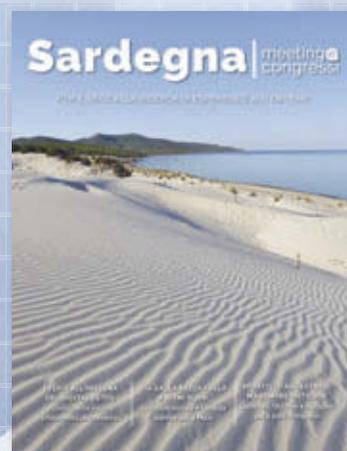


IL PERSONAGGIO DEL MESE



MATTEO
GAROSIO
PNGROUP

LO SPECIALE



IL CENTRO CONGRESSI DEL MESE

TRIESTE CC DIVENTA
GENERALI CONVENTION
CENTER TRIESTE

MAR-APR | 2024
numero **01**

Mice e tariffe alberghiere

L'AUMENTO DEI PREZZI DEL RICETTIVO:
CONGIUNTURALE O FORIERO DI NUOVI TREND?



Sostenibilità? Coerente, visibile e credibile

Storie di sostenibilità di imprese della meeting industry, nate da esigenze interne e sviluppate nel contesto di una visione strategica e innovativa, che vede sostenibilità e competitività come due aspetti tra loro perfettamente conciliabili e capaci di creare valore sia per l'impresa sia per la società

di NICOLETTA TOFFANO

«Un evento sostenibile è ormai essenziale perché rende concreti i valori che vengono narrati dalla comunicazione aziendale». Lo dice **Alessandro Faccendetti**, *Ceo Italy and Spain di Sps Global*, un out-sourcer con sede a Zurigo che opera in oltre venti Paesi come leader di mercato per le soluzioni di processo e i servizi innovativi in ambito document management. Una grande realtà che utilizza e conosce bene tutte le potenzialità della comunicazione Mice e che, nello specifico di Sps Italy, si è attivata in ambito Esg (Environmental, Social and Governance) già nel 2017 attra-

verso un percorso di innovazione sostenibile: «Iniziando con la stesura del bilancio di sostenibilità su base volontaria – spiega il manager – e introducendo molte iniziative a beneficio non solo interno, ma anche dei nostri clienti (dalle prime auto elettriche, al trike con pedalata assistita, alla fornitura di energia elettrica da fonti rinnovabili) abbiamo dato un senso pratico a quello che è nel Dna della nostra azienda. La sostenibilità è un fattore ritenuto sempre più importante soprattutto dalle nuove generazioni di lavoratori, attratte da realtà aziendali in linea con i propri ideali».



Da queste parole si comprende come l'implementazione dei principi Esg (procedure interne, relazioni con fornitori e clienti, rapporti con il personale) abbia l'obiettivo di creare valore a lungo termine per tutti gli attori coinvolti. Ne consegue che, in questa logica, anche gli eventi aziendali debbano necessariamente rientrare nella catena virtuosa della sostenibilità: da un lato rappresentano un ottimo strumento di comunicazione presso tutti gli stakeholder, dall'altro lato la sostenibilità attuata proprio nella loro realizzazione evidenzia la coerenza con i principi aziendali espressi. Come risponde la meeting industry a questa esigenza? Lo abbiamo chiesto a diversi protagonisti, che ci hanno virtualmente aperto le porte delle proprie aziende parlandoci di azioni, di percorsi e di prospettive future.

SOSTENIBILITÀ È COMPETITIVITÀ

Sostenibilità e Mice è una relazione che coinvolge tanti soggetti (dalle aziende organizzatrici ai fornitori, dai clienti ai partecipanti) e che porta con sé diversi aspetti: la riduzione dell'impatto ambientale, la valorizzazione del territorio, il coinvolgimento delle comunità locali, il risparmio delle risorse, il miglioramento della reputazione e la fidelizzazione dei clienti. Insomma per le aziende della meeting industry intraprendere percorsi di sostenibilità non rappresenta più un'opzione, ma una necessità su cui si baserà la competizione futura. Di questo ci parla **Tobia Salvadori**, direttore di *Convention Bureau Italia*: «Dal punto di vista del Convention Bureau la sostenibilità è un dovere morale nei confronti di un contesto, ambientale e sociale, nel

quale viviamo e che dobbiamo preservare. Inoltre preme la dinamica di competitività soprattutto internazionale, quando l'essere sostenibili rappresenterà sempre più un criterio di scelta: sia come preferenza di etica aziendale sia come necessità visto che, per le grandi società comunitarie, l'obbligo di redigere il bilancio di sostenibilità coinvolgerà tutta la catena dei fornitori. Avviare, quindi, una transizione verso la sostenibilità sarà sempre più una questione di sopravvivenza delle aziende del nostro settore». Ed è nella consapevolezza di questa sfida che un anno fa il Convention Bureau Italia lanciava il suo progetto "Sustainable Events Industry". Primo step fu la messa a punto dell'handbook, cui seguì un grande lavoro di sensibilizzazione per diffondere un questionario di autoanalisi che, con il supporto delle associazioni di categoria e della nostra casa editrice, Ediman, raggiunse settemila aziende. «Tirando le prime conclusioni, il riscontro di questa operazione non può definirsi soddisfacente – commenta Tobia Salvadori – non più di 140 risposte: questo ci fa comprendere che nel segmento Mice da un lato la sostenibilità non si trova ancora in cima alle priorità aziendali, dall'altro lato che è scarsa la consapevolezza di molte aziende sulle proprie modalità operative, paradossalmente molto spesso già rispondenti ai criteri di sostenibilità». Vero è che anche i nostri competitor europei, come Germania, Francia, Spagna, Inghilterra si trovano più o meno nella nostra condizione. «La sfida sarà muoversi in modo coordinato sin da subito e per i prossimi tre-cinque anni, che saranno fondamentali per la competitio-



ALESSANDRO FACCEDETTI
Ceo Italy and Spain di Sps Global

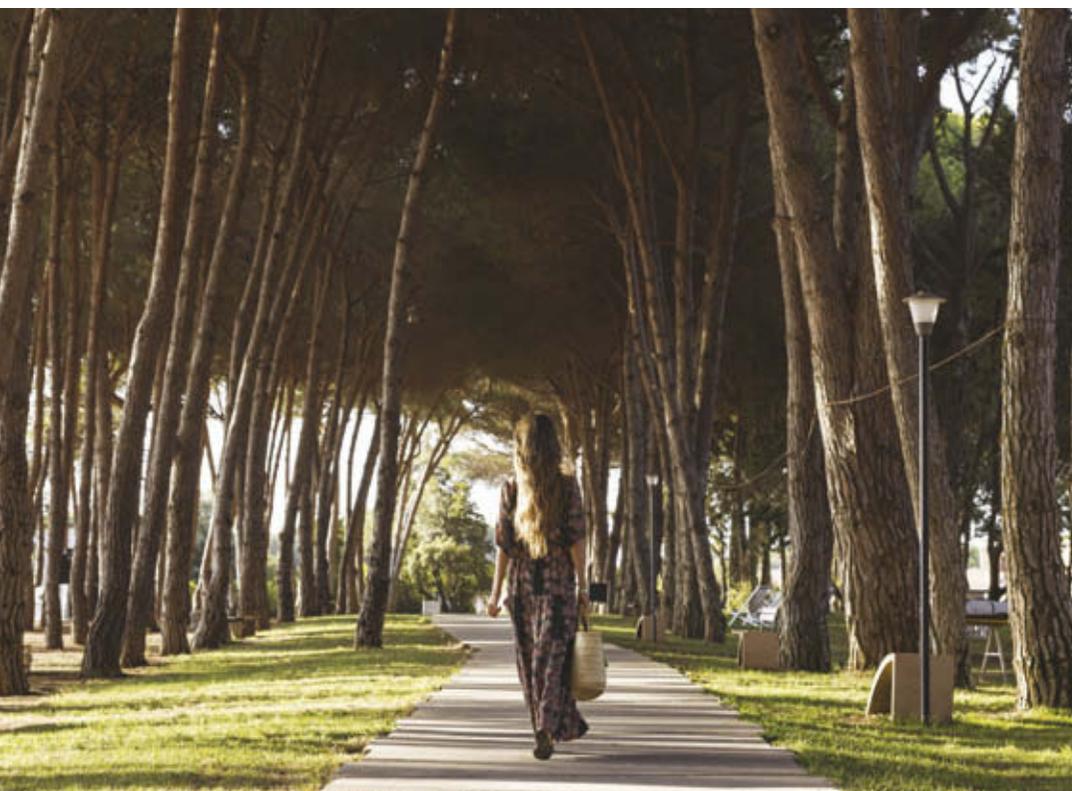
«Un evento sostenibile è ormai essenziale perché rende concreti i valori che vengono narrati dalla comunicazione aziendale. (...) La sostenibilità è un fattore ritenuto sempre più importante soprattutto dalle nuove generazioni di lavoratori, attratte da realtà aziendali in linea con i propri ideali».



TOBIA SALVADORI
direttore di Convention Bureau Italia

«Dal punto di vista del Convention Bureau la sostenibilità è un dovere morale nei confronti di un contesto, ambientale e sociale, nel quale viviamo e che dobbiamo preservare. Inoltre preme la dinamica di competitività soprattutto internazionale, quando l'essere sostenibili rappresenterà sempre più un criterio di scelta».

A fianco, dal 2023 il Garden Toscana Resort ha attivato un protocollo di sostenibilità con il Politecnico di Torino, il cui modello di riferimento si basa sui 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'agenda Onu 2030





MAURO ZANIBONI
(nella foto con **MONICA SELLARI**
e **STEFANO MONTALBETTI** a sinistra)
amministratore delegato di **MZ Events**

«Noi vogliamo certificarci come organizzazione sostenibile di eventi sostenibili. Questo vuole dire che abbiamo messo in atto delle regole che erano già dentro di noi: no plastica, paperless, raccolta differenziata, iniziative sociali per esempio con il Banco Alimentare. La decisione di certificarci parte dalle nostre convinzioni».

ne. Infatti oggi stiamo già strutturando azioni destinate a presentare le best practice delle aziende che nel nostro settore hanno negli ultimi tempi ottenuto certificazioni o riconoscimenti». In coerenza con il proprio lavoro di divulgazione lo stesso Convention Bureau Italia ha da tempo messo in atto procedure interne di sostenibilità diventate punto focale della stessa mission aziendale: «È infatti importante potere veicolare, attraverso le nostre stesse azioni, un certo tipo di messaggio, che possa sensibilizzare e spingere verso l'adozione di determinate pratiche. Le azioni intraprese sono tante e vanno da quelle dirette come il no-plastica, la riduzione delle trasferte, la valorizzazione e soddisfazione del nostro "capitale umano", a quelle indirette orientate alla sostenibilità sociale come la valorizzazione del territorio, del cibo e degli artigiani locali fino al sostegno del capitale intellettuale italiano attraverso programmi come Italian Knowledge Leaders».

SOSTENIBILITÀ È WELFARE E AMBIENTE

Sostenibilità per acquisire un vantaggio competitivo, una ragione importante, ma non sufficiente, ci dicono i nostri interlocutori, poiché per attivarsi verso processi di sostenibilità e dare concretezza agli obiettivi dei grandi framework internazionali ambientali e sociali (come Green Deal europeo, Cop 28 e Agenda 2030 Onu per lo sviluppo sostenibile) sono fondamentali soprattutto le

convinzioni personali. Sono queste motivazioni individuali che hanno mosso le grandi agenzie Mice, come MZ Events, storica realtà milanese, a ottenere, proprio questo marzo, la certificazione Iso 2021 (che definisce i criteri per un sistema di gestione sostenibile degli eventi). Ci parla del percorso, partito anni fa con un pionieristico approccio welfare, **Mauro Zaniboni**, con **Monica Sellari** e **Stefano Montalbetti** amministratore delegato della società: «Una certa attenzione era insita nella nostra personalità, e poi tutto si è accelerato durante e dopo la vicenda Covid, quando ci è risultato evidente che il nostro personale era la risorsa più preziosa che avevamo. Desideravamo quindi fare ancora di più: abbiamo acquisito la certificazione per parità di genere, Iso PdR 125, ed è stato lo spunto per formalizzare il nostro piano di welfare». Difficile elencare tutte le azioni, molto concrete, messe in atto a supporto dei lavoratori e delle giovani famiglie, che vanno dal prestito aziendale per la prima casa, all'assicurazione sanitaria, ai flexible benefit, al lavoro e orari flessibili e poi una vera strategia di sostegno alla maternità che, prendendo in considerazione dalla gravidanza al rientro al lavoro, contempla sia un bonus economico sia la conciliabilità organizzativa per favorire le neo-mamme. Queste le premesse alla certificazione Iso 2021, che per MZ Events ha rappresentato non solo un riconoscimento, ma una ridefinizione procedurale delle tante azio-



Sopra, la sostenibilità passa anche attraverso i dettagli e la consapevolezza personale. **GVST Event Expert** ha registrato un proprio marchio, **Friendly Event** (un gioco di parole dove si vede l'environment integrato con l'evento)

SOSTENIBILITÀ: UN PO' DI NUMERI

Il bilancio di sostenibilità è un'informativa al mercato che descrive l'impegno dell'azienda sui temi Esg. Oggi solo le società quotate e gli enti pubblici sono tenuti obbligatoriamente alla redazione del bilancio di sostenibilità, ma la direttiva europea 2022/2464 prevede la graduale estensione dell'obbligo di redigere il rendiconto: dal 2024 saranno interessate le aziende rilevanti di interesse pubblico, dal 2026 saranno tenute a depositare i rendiconti anche le piccole medie imprese (Pmi) quotate. L'analisi dei documenti presentati al Registro imprese tenuto da InfoCamere, tra il 2020 e 2022 relativo alle aziende, evidenzia una crescita del numero di bilanci di sostenibilità: le imprese che hanno depositato i documenti sono 303, delle quali 141 (46% circa) sono Pmi; il numero, raddoppiato rispetto al 2022, resta tuttavia molto basso rispetto agli 877mila bilanci aziendali analizzati.

Lo studio sul ruolo del sustainability manager nelle aziende, realizzato da Deloitte, evidenzia invece come solo il 3% delle organizzazioni abbia già implementato un piano di sostenibilità; un altro 3% ha in programma di introdurne uno, mentre l'11% delle organizzazioni sta valutando l'idea di implementarlo. Infine, una panoramica europea: secondo il movimento B Corp (aziende che insieme formano un movimento globale con l'obiettivo di diffondere un paradigma più evoluto di business) la Francia è il Paese Ue con il più alto numero di aziende certificate (304 B Corp) cui seguono Italia (231 B Corp) e Paesi Bassi (212 B Corp). La certificazione B Corp identifica le aziende che, oltre ad avere obiettivi di profit-to, rispondono ai più alti standard di performance sociali e ambientali, trasparenza e accountability. In Italia, il fatturato di queste aziende ammonta a 10,9 miliardi di euro e offre lavoro a circa 16mila persone.



ni aziendali già messe in campo in tema di sostenibilità ambientale e sociale, come dice il manager: «Noi vogliamo certificarci come organizzazione sostenibile di eventi sostenibili. Questo vuole dire che abbiamo messo in atto delle regole che erano già dentro di noi: no plastica, paperless, raccolta differenziata, iniziative sociali per esempio con il Banco Alimentare. La decisione di certificarci parte dalle nostre convinzioni, tanto è che per coinvolgere i nostri clienti abbiamo messo a punto dei criteri di applicazione formulati in tre step: da quello base, che offriamo gratuitamente e comprende una ventina di azioni di carattere organizzativo (come gli inviti spediti per suggerire mezzi di trasporto meno inquinanti, la proposta di sedi certificate, il riciclo dei badge, etc.) a quelli più avanzati, come per esempio la messa a dimora di alberi per la compensazione di CO2 prodotta da un evento. E qui arriviamo a un punto critico: la sostenibilità negli eventi per chi la applica ha un costo, ma nonostante ciò notiamo che le nostre proposte (e noi abbiamo l'obbligo di proporre ma questo non comporta necessariamente un obbligo all'accettazione) soprattutto nel mondo corporate, vengono sempre più comprese e accettate».

SOSTENIBILITÀ È UN MODUS OPERANDI

Particolare la storia di sostenibilità portata avanti da GVST Event Experts, l'azienda romana che da più di trent'anni opera nel Mice e che, pionieristicamente, da ben dieci anni ha approcciato il tema, tanto da avere registrato un proprio marchio Friendly Event (un gioco di parole dove si vede l'environment integrato con l'evento) che evidenzia l'approccio sostenibile e socialmente responsabile del processo di costruzione degli eventi. L'agenzia già nel 2010 crea un vademecum interno e realizza una pubblicazione su come si prepara un piano di sostenibilità in termini di mobilità, energia, strumenti di comunicazione, reputation; nel 2011 si rende paperless e nel 2014 diventa ambasciatrice Life Gate. Dalla breve cronaca della storia di sostenibilità di GVST Event Experts si comprende quanto sia il valore etico quello che determina tante azioni dell'azienda, come specifica **Sara Bonardelli**, *account executive*: «Per noi è importante far sapere ai clienti o ai partecipanti l'impatto che stanno avendo alcune azioni, per diffondere consapevolezza e rendere note le conseguenze delle proprie scelte: decidere di essere sostenibili in un evento prevede la condivisione dell'obiettivo



SARA BONARDELLI account executive di GVST Event Experts

«Vediamo tanti eventi che si proclamano sostenibili solo perché hanno effettuato alcune scelte sostenibili, ma poi hanno un impatto devastante sulle destinazioni che li ospitano. La chiave è adottare un approccio olistico e integrato, che tenga conto di tutti gli aspetti della sostenibilità».



ANDREA VERNENGO
Ceo di GVST Event Experts

«C'è la consapevolezza di alcune pratiche, ma da questo al creare un vero e proprio piano di sostenibilità come principale focus dobbiamo ancora lavorare. Certamente una riflessione è che questo comporta un costo economico: essere sostenibili costa di più perché bisogna limitare molte cose, o rinunciare a servizi comodi, ma impattanti».

e un impegno da parte di tutti. Vediamo tanti eventi che si proclamano sostenibili solo perché hanno effettuato alcune scelte sostenibili, ma poi hanno un impatto devastante sulle destinazioni che li ospitano. La chiave è adottare un approccio olistico e integrato che tenga conto di tutti gli aspetti della sostenibilità: dall'organizzazione logistica alla comunicazione fino all'impatto sul territorio». E oggi qualcosa inizia a muoversi, sebbene (a parte gli eventi della Pubblica amministrazione) non esistano ancora obblighi normativi si cerca di comprendere in cosa consista un evento ecosostenibile certificato. Ce lo spiega in estrema sintesi **Luca Vernengo**, *general manager di GVST Event Experts*: «Esistono in questo caso diversi comportamenti dovuti, ossia la pianificazione dettagliata dell'evento, tenendo conto degli aspetti ambientali, sociali ed economici. Poi la scelta della sede che dimostri politiche e pratiche sostenibili, come la gestione dei rifiuti, l'efficienza energetica, la conservazione dell'acqua e la certificazione ambientale. Da non dimenticare anche le partnership e le collaborazioni con gli sponsor che condividono valori di sostenibilità e responsabilità sociale». La sensazione è che nel mondo Mice, sebbene la strada verso la sostenibilità sia stata intrapresa, il percorso, tra sensibilizzazione e convincente applicazione dei principi, sia ancora

lungo e tortuoso, e ce lo conferma **Andrea Vernengo**, *Ceo della società*: «C'è la consapevolezza di alcune pratiche, ma da questo al creare un vero e proprio piano di sostenibilità come principale focus dobbiamo ancora lavorare. Certamente una riflessione è che questo comporta un costo economico: essere sostenibili costa di più perché bisogna limitare molte cose, o rinunciare a servizi comodi, ma impattanti».

SOSTENIBILITÀ È COMUNITÀ

La certificazione di sostenibilità per i centri congressi garantisce che le strutture siano progettate, costruite e gestite secondo criteri che minimizzano l'impatto ambientale e promuovono il benessere della comunità locale. Sono diversi i grandi centri congressuali che da tempo hanno intrapreso verifiche legate all'ambito Esg, come Italian Exhibition Group che, grazie alla partnership con il Gruppo Hera, ha conseguito la certificazione Iso 20121 per i quartieri fieristici di Rimini e Vicenza, il Palacongressi di Rimini e il Salone Ecomondo. Non meno virtuose sono le location storiche, come il Centro Espositivo e Congressuale Villa Erba che a febbraio, in occasione della convention annuale di Federcongressi&eventi, si è aggiudicato il Member Choice Award 2024 per "Sostenibilità per un futuro migliore", un progetto



DAL GREENWASHING AL GREENHUSHING

Il greenhushing, o silenzio verde, è un fenomeno poco conosciuto, ma molto frequente tra le aziende italiane e consiste nel comunicare poco le proprie iniziative e i propri obiettivi in materia di sostenibilità. Si tratta di un concetto opposto al greenwashing (ossia il presentare come sostenibili attività o prodotti che in realtà hanno un impatto negativo sull'ambiente o nel rendere esplicite alcune

azioni di sostenibilità per "ripulire" la reputazione del brand) messo in pratica per diverse motivazioni: timore di essere criticati o accusati di greenwashing se le azioni sostenibili non sono sufficienti o coerenti con il settore di appartenenza; incertezza sull'efficacia e sulla misurabilità delle proprie politiche ambientali; scarsa consapevolezza o importanza attribuita al tema della sostenibilità; volontà di mantenere un vantaggio

competitivo rispetto ai concorrenti, evitando di rivelare le proprie strategie e i propri risultati. Il greenhushing è una scelta che non fa bene a niente e a nessuno: le aziende perdono l'opportunità di migliorare le buone pratiche e i benefici che la sostenibilità può portare in termini di efficienza, risparmio, qualità e differenziazione nonché la reputazione e la fiducia dei consumatori. Di fatto si appiattisce la competitività e l'innovazione tra le aziende, che non si stimolano a potenziare le proprie pratiche sostenibili e a collaborare tra loro per affrontare le sfide ambientali. Inoltre, trattandosi di un comportamento omissivo, il fenomeno del greenhushing non è facile da quantificare: secondo il report GreenItaly 2020 della Fondazione Symbola e di Unioncamere, il 57% delle imprese italiane ha adottato almeno una misura per ridurre l'impatto ambientale della propria attività, ma solo il 18% ha comunicato le proprie azioni verdi; questo significa che il 39% delle imprese italiane ha fatto greenhushing, non rendendo noti i propri sforzi per la sostenibilità.

NON BUTTARLO!

Donalo.



Rendi più sostenibile il tuo evento.

Con **Food for Good** puoi recuperare il cibo non consumato. È facile e veloce, basta agire per tempo e fornire poche informazioni a Federcongressi&eventi. I volontari verranno a recuperarlo e lo porteranno in una mensa caritatevole vicina. Fai sapere a clienti e ospiti che il tuo evento combatte lo spreco.

Molti vantaggi, poco impegno e il tuo cibo sarà due volte buono.

www.foodforgood.it





PIERO BONASEGALE
direttore generale del Centro Espositivo
e Congressuale Villa Erba

«Abbiamo investito in azioni da un lato indirizzate al benessere dei collaboratori, con piani formativi personalizzati, lavoro flessibile e una serie di benefit inclusi nella piattaforma welfarehub, d'altro lato indirizzate alla crescita del territorio comasco con iniziative culturali, economiche, sociali, turistiche e ambientali che coinvolgono l'intera comunità».

che ha visto lo sviluppo di iniziative, in tema di sostenibilità ambientale, sociale e nella gestione delle risorse umane, integrandole nel modello di business e creando un percorso di sviluppo sostenibile che ha portato nel 2022, anticipando i futuri obblighi normativi, alla redazione del primo bilancio di sostenibilità. «È per noi un riconoscimento importante – dice **Piero Bonasegale**, direttore generale della struttura, illustrando il progetto – la sostenibilità in senso ampio, intesa come cura e tutela dell'ambiente, attenzione al benessere aziendale e sviluppo della comunità è uno dei punti cardine che guida l'operato di Villa Erba. L'obiettivo nel breve e medio termine è quello di offrire agli organizzatori la possibilità di realizzare eventi a impatto zero». A Villa Erba l'aspetto ambientale della sostenibilità si è sempre accompagnato a quello sociale con particolare attenzione allo sviluppo umano, spiega ancora Bonasegale: «Abbiamo investito in azioni da un lato indirizzate al benessere dei collaboratori, con piani formativi personalizzati, lavoro flessibile e una serie di benefit inclusi nella piattaforma welfarehub, d'altro lato indirizzate alla crescita del territorio comasco con iniziative culturali, economiche,

sociali, turistiche e ambientali che coinvolgono l'intera comunità».

SOSTENIBILITÀ È CULTURA

L'ultimo tassello sul tema sostenibilità e Mice riguarda le strutture ricettive che, proattive, spesso si sono già mosse: dalle grandi catene con la produzione dei bilanci di sostenibilità (per altro obbligatori per strutture con oltre 250 dipendenti) ad altre interessanti iniziative come quelle messe in campo dall'Hotel Cosmopolitan di Bologna e dal Garden Toscana Resort di San Vincenzo (Li) sulla riviera toscana.

Ad aprirci le porte del Cosmopolitan, raccontandoci la sua storia di sostenibilità, partita proprio con azioni dirette alle persone e alla società è **Agostino Scialfa**, chief executive officer e presidente della filiera cultura e turismo di Confindustria Emilia: «Da quando siamo nati, nel 2009, abbiamo avuto un rapporto con il nostro staff molto stretto. Facciamo un audit all'anno con tutti i nostri dipendenti per capire come conciliare al meglio l'ambito privato e lavorativo. E poi tra le varie iniziative: promuoviamo la mobilità alternativa, supportiamo il progetto Vaia, aiutiamo la mensa dei senzatetto dell'Antoniano di Bologna». Parlando invece di investimenti per il miglio-



Sopra, Food for Good, l'iniziativa di Federcongressi&eventi, consente di donare il cibo che avanza dagli eventi a enti caritatevoli. A fianco, Villa Erba punta a proporre eventi a impatto zero nel medio e breve termine





ramento dell'impatto ambientale la struttura ha avviato dal 2020 una virtuosa partnership con l'Università di Bologna che ha portato, attraverso la misurazione delle emissioni alla programmazione di un pacchetto di investimenti green. Si tratta di un ambizioso progetto in più step che porterà la struttura ad avere emissioni zero nel 2027. Conclude il manager: «Oggi incominciano ad arrivare richieste in cui si chiede di monitorare i consumi di rendicontare ciò che si sta facendo. La sostenibilità va sostenuta per visione, anche se il prodotto veramente sostenibile avrà anche un vantaggio competitivo nel giro di pochissimi anni o addirittura mesi». È invece dal 2023 che il Politecnico di Torino è il partner del Garden Toscana Resort con il quale è stato attivato un protocollo di sostenibilità il cui modello di riferimento si basa sui 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'agenda Onu 2030. La storia di sostenibilità della bella struttura toscana parte però qualche anno prima e ce la racconta **Luca Tonelli**, *general manager*: «Dal 2018, abbiamo progettato e implementato un nuovo modello, chiamato #Principionaturale, di valorizzazione e fruizione del nostro vasto patrimonio ambientale che è stato nel

tempo implementato in molteplici aspetti, alcuni dedicati alle esperienze da proporre agli ospiti. Nel 2022 abbiamo attivato un vasto piano di efficienza energetica e oggi stiamo provvedendo all'implementazione del nostro parco fotovoltaico». E poi il lavoro congiunto con il Politecnico di Torino per indirizzare una traiettoria di continua evoluzione, tale da far permeare i principi di sostenibilità in ogni forma di crescita della comunità del Garden. Sono stati così definiti gli obiettivi, le azioni e i risultati misurabili, su un percorso di breve e medio periodo; tra i punti all'attenzione: limitare gli sprechi di cibo attraverso associazioni locali a cui destinare il recupero, continuare a promuovere l'utilizzo di alimenti a chilometri zero, mantenere un corretto bilanciamento per genere e configurazione multi-etnica degli assunti, valutare le azioni intraprese per limitare gli sprechi idrici ed energetici e per la valorizzazione del territorio. Conclude il racconto Tonelli: «Confermo l'impegno di tutta l'azienda nel condividere questo percorso di consapevolezza e ringrazio l'istituzione torinese per aver compreso appieno lo spirito del nostro concept #Principionaturale, in un'ottica strategica e sostenibile». **e**



LUCA TONELLI
general manager
Garden Toscana Resort

«Dal 2018 abbiamo progettato e implementato un nuovo modello, chiamato #Principionaturale, di valorizzazione e fruizione del nostro vasto patrimonio ambientale che è stato nel tempo implementato in molteplici aspetti, alcuni dedicati alle esperienze da proporre agli ospiti».



AGOSTINO SCIALFA
chief executive officer
Hotel Cosmopolitan

«Da quando siamo nati, nel 2009, abbiamo avuto un rapporto con il nostro staff molto stretto. Facciamo un audit all'anno con tutti i nostri dipendenti per capire come conciliare al meglio l'ambito privato e lavorativo. E poi tra le varie iniziative: promuoviamo la mobilità alternativa, supportiamo il progetto Vaia, aiutiamo la mensa dei senzatetto dell'Antoniano di Bologna».