Mensile

Data 06-2013

Pagina 54/61



La sensibilità ambientale e i comportamenti ecologici sono una delle cartine di tornasole più rilevanti per chi oggi si occupa di organizzazione di eventi e ospitalità e rappresentano anche un'opportunità per creare posti di lavoro e dare nuova linfa al sistema economico. Ecco i trend più attuali e gli esempi più virtuosi

Dario Ducasse

È previsto che in futuro gli eventi a basso impatto potranno generare un giro d'affari superiore a quelli tradizionali

erché vale la pena, anche negli affari e nel business turistico, avere un occhio di riguardo per la natura che ci circonda ed essere coerenti con le regole più avanzate di tutela ambientale? Forse perché, come diceva già tantissimi secoli fa Aristotele, "la natura non fa nulla di inutile". Partendo da questa consapevolezza di un approccio green, rispettoso del mondo che ci circonda, e dalla sensibilità che sempre più persone dimostrano verso la questione ecologica, non si

può, insomma, non notare come nella nostra vita quotidiana il concetto di eco sostenibilità sia in continua espansione ed evoluzione. E, naturalmente, anche turismo e accoglienza si adeguano, proponendo strutture a basso impatto ambientale e soggiorni, non solo leisure ma anche business, nei quali il rispetto della natura, il valore della cultura locale e il benessere dell'ospite rappresentano sempre più il cuore dell'offerta. Basti pensare al "green work", l'ultima tendenza dei meeting aziendali, che considera il contatto

54

6 2013 www.mastermeeting.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SPECIALE ECO&NATURA

con la natura come un prerequisito sempre più ricercato per favorire la concentrazione e il brain storming durante un incontro di lavoro.

Il maggior numero di strutture turistiche Ecolabel si trova in Italia

Un trend che si sta affermando con successo anche in Italia. Anche perché il nostro Paese è tra quelli in Europa, che oggi vantano il maggior numero di strutture turistiche (oltre un centinaio) a cui è stato riconosciuto il prestigioso marchio Ecolabel, riconoscimento europeo usato per certificare il ridotto impatto ambientale dei prodotti o dei servizi offerti dalle aziende, turistiche e non, che ne hanno ottenuto l'utilizzo. Ma tra gli imprenditori dell'ospitalità grande interesse e successo riscuote oggi anche l'etichetta ecologica "dell'associazione del Cigno" che Legambiente rilascia alle strutture turistiche e agli hotel che rispondono a criteri di eco sostenibilità. In Italia sono già quattrocento gli esponenti dell'accoglienza leisure e business che aderiscono a questo progetto per un turismo più sostenibile. E i trentadue più meritevoli sono pure stati premiati con gli "Oscar dell'Ecoturismo" all'ultima edizione della fiera del turismo Bit di Milano. Il motivo di questo sviluppo? Innanzitutto il fatto che negli ultimi anni sono aumentati i singoli viaggiatori e i meeting planner del turismo business che, nella scelta di una destinazione, pongono grande interesse nel rispetto della natura e optano per alberghi e strutture ricettive che fanno della eco-sostenibilità un vanto e, soprattutto, una scelta strategica. «L'Italia, ricca di storia e paesaggi da cartolina» spiega Angelo Gentili (foto),





«responsabile di Legambiente Turismo», «non può privarsi di tutelare ciò che la distingue dagli altri, proprio in un settore che ne rappresenta la linfa vitale dell'economia. E siamo orgogliosi di dire che questa esperienza legata all'etichetta rappresenta oggi la più importante iniziativa italiana per la qualificazione in chiave sostenibile dell'ospitalità turistica e che gli stessi Oscar dell'Ecoturismo sono un modo per premiare quelle strutture che si muovono in questa direzione, dimostrando che l'idea di turismo basata sul rapporto con il territorio e la sostenibilità ambientale rappresenta davvero una scelta che favorisce sia l'economia che la tutela ambientale».

Il verde che attira

Ma se le strutture italiane sono oggi appunto all'avanguardia in fatto di approccio green all'ambiente circostante, cosa si può dire a proposito di quegli eventi mice che molto spesso in esse vanno in scena? C'è, e quindi qual è, oggi la sensibilità eco anche in questo settore? Partiamo da una premessa, ovvero che di norma gli obiettivi che gli eventi si prefiggono di raggiungere sono ovviamente molteplici e diversi da una manifestazione all'altra, ma che una delle motivazioni che accomuna la maggior parte di essi è quella di generare turismo nella zona che li ospita. Certo nel caso di incontri business, come convegni o convention ad esempio, che hanno un fine più tecnico e contenutistico l'impatto col territorio è meno "invasivo" poiché si muovono da e per la meta di riferimento numeri più esigui di persone. In questo contesto però possono essere comunque sviluppati eventi green a basso impatto ambientale, in grado di fornire ulteriori elementi di attrattiva turistica sia verso quei target caratterizzati da un'alta sensibilità a queste tematiche sia per il tipo di appeal che queste manifestazioni generano a livello d'interesse e di attenzione. Si

Il Relais del Colle, tra le verdi colline marchigiane, è una delle strutture premiate da Legambiente. Sotto il brand Ecolabel che certifica l'ok in sostenibilità dalla UE

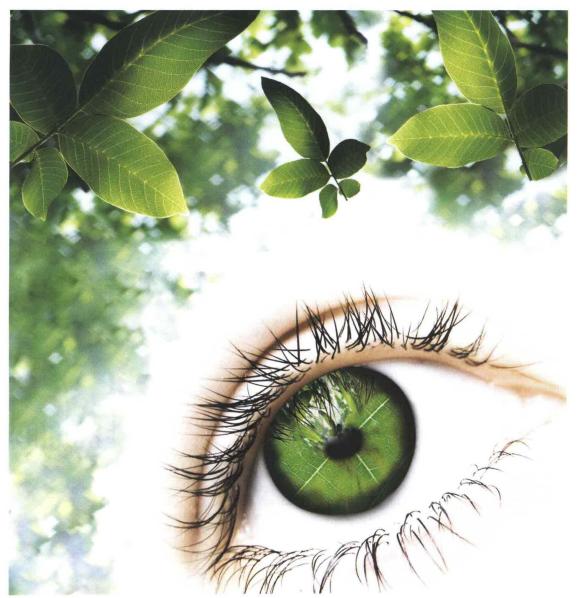


6 2013 www.mastermeeting.it

sile Data 06-2013

Pagina **54/61**Foglio **3/8**

SPECIALE ECO&NATURA



Incontri business a basso impatto ottengono un sempre più alto livello di interesse e di attenzione dal mercato italiano del è parlato proprio di queste possibilità importanti per il business travel lo scorso maggio a Perugia, in occasione di IT FITS – Forum Italiano sul Turismo e la Sostenibilità. E in particolare il tema è stato tratto nel focus group "Gli eventi fra turismo e sostenibilità", che ha affrontato queste tematiche prendendo spunto da un progetto europeo, "Interreg IV C ZEN – Zero Impact Cultural Heritage Event Network", che ha lo scopo di sviluppare un

«Un turismo basato sul rapporto con il territorio e il rispetto della natura rappresenta una scelta che favorisce l'economia» modello europeo di policy per il sostegno alla riduzione degli impatti degli eventi nei centri storici. Secondo Chiara Dall'Aglio di Sviluppumbria, società promotrice del progetto, «oggi sempre più importante è il discorso del place branding, cioè di come un evento arrivi a rappresentare l'identità dei territori ospitanti e incida nella loro attrattività turistica, attraverso un richiamo al nome stesso del territorio piuttosto che ad una sua importante cultura produttiva. Per questo l'approccio sostenibile diventa fondamentale sia a livello organizzativo che di marketing e promozione, vista la crescente consapevolezza sui temi ambientali. La discussione e l'analisi su come gli eventi a basso impatto ambientale generano e

56

6 2013 www.mastermeeting.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

06-2013 Data

54/61 Pagina 4/8 Foalio

SPECIALE ECO&NATURA



possono generare in futuro un giro d'affari importante e superiore rispetto agli eventi "tradizionali" è solo all'inizio, vista la storia abbastanza recente e ancora poco frequentata degli eventi green. Le potenzialità di business emerse sono però elevate». Insomma un approccio green può partire dalla base di un evento. E diventa allora importante sottolineare come, nell'organizzare un incontro a basso impatto ambientale, una delle azioni più semplici da attuare, e di maggior impatto nei confronti dei partecipanti, è quella di dotarsi di prodotti di consumo e forniture per i lavori che rispondano a precisi criteri di sostenibilità. Seguendo la pratica che è comunemente definita col nome di "green procurement", o acquisti verdi.

Consigli per gli acquisti

Infatti, dalla comunicazione al food e beverage, passando per la segreteria organizzativa e la gestione dei rifiuti, è oggi possibile trovare diverse soluzioni green che si adattino al tipo di iniziativa che si deve costruire. Esempi? Materiale informativo realizzato in carta riciclata o gadget provenienti dal mercato equo e solidale. È chiaro quindi che la scelta di una pratica di questo tipo ha chiaramente un vantaggio comunicativo, dato dal rafforzamento dell'immagine sostenibile che l'evento assume verso i vari stakeholder. A questo si associa la sensibilizzazione verso l'utilizzo di questi prodotti o ogget«L'organizzazione di un evento a basso impatto ambientale, comincia dal place branding e dal green procurement, ovvero dalla capacità di utilizzare prodotti eco sostenibili»



vestire in partnership o sponsorship per promuoversi in un contesto molto ricettivo e potenzialmente interessato ai loro prodotti. E se oggi vari soggetti legati al mondo mice hanno dedicato una pagina apposita al mondo del green procurement per eventi sostenibili, non va dimenticato che se la politica di green procurement nasce in realtà nel solco della pubblica amministrazione, il problema degli acquisti verdi legati agli eventi viene affrontato marginalmente dagli enti pubblici. Ecco allora che sono nate manifestazione che sono delle vere kermesse dedicate agli acquisti verdi, primo tra tutti il Forum CompraVerde - BuyGreen. Manifestazione giunta ormai alla settima edizione (in programma a Milano i prossimi 30 e 31 Ottobre), nasce per mettere in mostra le migliori realtà del green procurement di tutti i settori in un evento organizzato, ov-

Due momenti dell'ultima edizione del Forum CompreVerde - Buy Green, mecca del green procurement per eventi sostenibili



6 2013 www.mastermeeting.it

Ritaglio stampa uso esclusivo del destinatario, riproducibile.

5/8 Foglio

MASTER

MEETING

SPECIALE ECO&NATURA



L'allestimento sensibile all'ambiente circostante realizzato da EcoCongress per un evento dello scorso anno

Alla premiazione dell'Award Sostenibilità sono state protagoniste le imprese impegnate nela creazione di eventi green

viamente, in modo sostenibile. «La "green economy" non è soltanto una parola», spiega Marco Gisotti, direttore scientifico dell'evento, «ma è la vera speranza per l'ambiente e per le nuove generazioni. I trend di crescita nel settore dimostrano che investire sulla sostenibilità ambientale è un ottimo modo per creare posti di lavoro, motivare i giovani e dare nuova linfa a tutto il sistema economico». La pensano allo stesso modo anche esperti del mondo mice, ovvero il vice presidente di Federcongressi & Eventi del Lazio Emilio Milano e la delegata dello stesso ente per la Lombardia Anna Grossi. Che, animatori di due eventi andati in scena a fine maggio, a Milano e a Roma, proprio sul tema dei meeting ecosostenibili, han-

no raccontato al pubblico numeroso e interessato di addetti ai lavori che: «esiste nel business travel oggi sempre più attenzione verso l'ambiente e le modalità di protezione del mondo che ci circonda. Sempre più spesso le aziende chiedono agli operatori mice di prendere in considerazione l'organizzazione di eventi tenendo conto l'impatto ambientale e la realizzazione di progetti eco-sostenibili. Ma un conto è la produzione di materiali dei quali sia possibile definire nel dettaglio i livelli di inquinamento e di conseguenza i rimedi, un conto è fare la medesima valutazione nel momento che si eroga un servizio, dall'impatto difficilmente quantificabile. Questo oggi è insomma il vero impegno: quello di costruire una "griglia" organizzativa condivisa che permetta di creare e gestire eventi a bassissimo impatto ambientale».



E che la sostenibilità sia un buon affare lo testimoniano diverse case history aziendali, prima tra tutti quella di EcoCongress, società tra le altre cose vincitrice del premio "Vendor Rating" proprio all'ultima edizione del Forum CompraVerde -BuyGreen. Nata infatti con lo scopo di organizzare meeting e congressi che mirano a ridurre l'impatto sul territorio e veicolare l'impegno per la sostenibilità, contribuendo a generare benefici economici, sociali e ambientali per le location e per



6 2013 www.mastermeeting.it

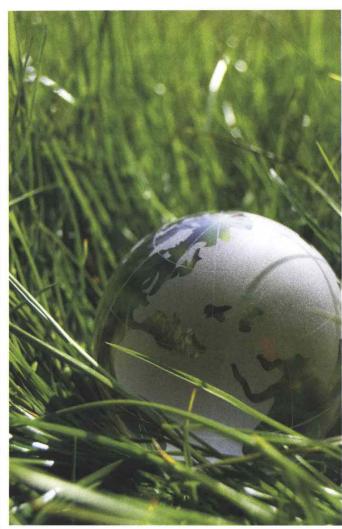
> Ritaglio stampa uso esclusivo del destinatario, riproducibile. ad

06-2013 Data

54/61 Pagina 6/8 Foglio

SPECIALE ECO&NATURA

gli attori coinvolti nei nostri progetti, EcoCongress è all'avanguardia anche perché ha lei stessa sviluppato EBI 2012, il disciplinare italiano per l'organizzazione di eventi a basso impatto e la misurazione del livello di sostenibilità di qualsiasi tipo di manifestazione. Di che cosa si tratta? In pratica di una svolta importante nel settore degli eventi in Italia, perché è un regolamento che unisce alla classica forma delle linee guida la sua natura di "strumento di misura", e quindi la possibilità di valutare quantitativamente i risultati associati alle azioni concrete che vengono suggerite all'organizzazione per la messa in opera di un evento a basso impatto. Ogni evento insomma con EBI 2012 viene analizzato prendendo in considerazione le sei categorie di impatto che lo contraddistinguono (organizzazione, location, food&beverage, trasporti, comunicazione, ospitalità) e poi valutato secondo uno schema a tre livelli. Nella fase iniziale di progettazione pre-evento il soggetto organizzatore, compilando l'apposita scheda, dichiara quali politiche sostenibili intende portare avanti nelle sei categorie appena dette; nelle fasi di svolgimento e post-evento verrà dunque verificata, ad opera di un ente terzo qualora richiesto, l'effettiva implementazione di tali politiche attraverso sopralluoghi e riscontri documentali ai fini della validazione dell'evento. Al termine dell'analisi, infatti, ogni evento riceverà un attestato che testimonia il livello di sostenibilità raggiunto, misurato tramite lo schema di punteggi numerici predisposto. Certo non tutte le imprese italiane, comprese quelle che hanno un approccio green nell'organizzazione di eventi sono così all'avanguardia. Lo testimoniano i dati del Rapporto "GreenItaly 2012" di Unioncamere e Symbola: secondo questa recentissima ricerca solo il 23,6% delle imprese italiane punta sulla green economy per uscire dalla crisi. Si potrebbe fare molto meglio insomma, come sostiene anche il presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanello: «L'economia verde può rappresentare una chiave strategica per superare questa lunga crisi, uscendone più forti e meglio in grado di costruire un futuro diverso, più sostenibile e più ricco di possibilità. Grazie ad un modello di sviluppo che si fonda sui valori tradizionali dei territori e dei si-



stemi produttivi italiani di piccola impresa: qualità, innovazione, eco-efficienza, rispetto dell'ambiente. Una ricetta che oggi dimostra di saper sposare i valori etici alla competitività e che ha il grande merito di favorire la coesione tra i territori. Una coesione che coinvolge migliaia di piccole e medie imprese, sempre più spesso operanti in rete tra loro, nel dare vita a questo che è ormai un vero e proprio "laboratorio verde" dell'Italia di domani».

Quando la meta è green?

Non manca però, nell'universo dei comportamenti green legati all'ospitalità, business e leisure, l'idea di un corretto approccio alla gestione ambientale di una meta di vacanza. Se ne è parlato proprio qualche giorno fa a Stintino, in Sardegna, nel corso di un convegno internazionale centrato sui tempi dell'ambiente e della sostenibilità. Intitolato appunto "Gestione ambientale di una destinazione turistica:

Il turismo è un industria "pesante" per il territorio e i suoi effetti vanno monitorati con cura e indirizzati con politiche

6 2013

Data

MASTER **MEETING**

SPECIALE ECO&NATURA





Hilton Worldwide porta avanti nelle sue strutture, come il Doubletree by Hilton Acaya Resort di Lecce, dal 2009 un piano strategico per la tutela dell'ambiente circostante ambiente naturale e culturale, acqua, energia e rifiuti", e organizzato dal Comune di Stintino, con il patrocinio del Fondo Sociale dell'Unione Europea, del Ministero dell'Ambiente, della Regione autonoma della Sardegna e della Provincia di Sassari, ha visto prendere la parola alcuni esperti del settore dell'approccio green al turismo. Tra questi anche Arnaldo Bibo Cecchini, Direttore del Dipartimento di Architettura Design e Urbanistica dell'Università di Sassari, il quale ha parlato di relazioni future e sostenibili nel rapporto tra turismo di massa e pianificazione del territorio. «Il turismo è un'"industria pesante" e come tale i suoi effetti sui territori investiti dal fenomeno sono significativi sia nel bene (sviluppo economico diretto, "apertura", indotto) sia nel male

(iniquità nella ripartizione dei benefici, impatti ambientali e sociali, rischi di monocultura). In realtà più che di turismo si dovrebbe parlare di turismi, più che pensare ai turisti come gruppo separato dai residenti dovremmo pensare a diverse popolazioni che in un territorio vivono, lavorano o studiano, comprano, si divertono. È per questo che per ottenere effetti positivi dai turismi servono politiche pubbliche che siano in primo luogo politiche territoriali, ma di lungo periodo, resilienti, adattabili, sostenibili. Politiche adatte ai luoghi, ai tempi ed ai contesti, da attuare ad esempio rinunciando all'ingenua pretesa di attrarre turisti ovunque e non rinunciando a rivendicare un'equa ripartizione dei benefici generati dal turismo anche per le zone coinvolte. E politiche che siano sostenibili perché le risorse che rendono attraenti un'area si consumano rapidamente con effetti devastanti».

Renato Drusiani di Federutility, federazione che riunisce le aziende di servizi pubblici locali che si occupano di energia elettrica, gas e acqua, ha posto l'accento invece sull'importanza delle scelta consapevole del turista che, oggi sempre più informato, è sempre più attento a premiare chi si occupa del proprio territorio preservandolo anche come destinazione di viaggio. «La gestione del servizio idrico è proprio l'esempio migliore di un fattore che se adeguatamente considerato permette a una meta di richiamare nella propria area una presenza turistica evoluta e

6 2013 www.mastermeeting.it

www.ecostampa.i

Data

SPECIALE ECO&NATURA

che dispone di strumenti di informazione 2.0, legati al web, grazie ai quali non solo controlla la sostenibilità pregressa alla sua permanenza ma può poi diventare un polo di persuasione positiva o negativa in base alla sua esperienza personale».

Focus sull'hotellerie

Fino a qui abbiamo visto le ultime linee guida e le prospettive che le imprese e gli organizzatori di eventi stanno seguendo per costruirsi un futuro green e di successo pensando a un mice eco sostenibile. Ma se gli organizzatori di eventi sono in molti casi all'avanguardia nelle loro attività con prospettiva ecologica, che cosa si può dire di quelli che spesso sono i loro partner favoriti, ovvero le (grandi e piccole) società alberghiere ben introdotte nel circuito mice? Si può dire sempre meglio sicuramente perché sono diversi anni che molti tra gli alberghi, e le catene mondiali dell'ospitalità, operano in direzione del corretto approccio green del loro business. La dimostrazione? Ecco due esempi importanti che, a due diversi livelli, ovvero globale e locale, mostrano come molte e importanti realtà del settore hanno ben compreso l'importanza del pensare "in verde". «La sostenibilità?», spiega il Ceo di Hilton Worldwide Christopher J. Nassetta, «È semplicemente un buon affare. Soprattutto per un'azienda mondiale come la nostra che accoglie, per eventi o semplici soggiorni, migliaia e migliaia di persone ogni giorno. Siamo insomma una realtà che nel mondo vive profondamente e che opera volentieri per preservarne le bellezze naturali, che poi sono quelle che tutti i viaggiatori, leisure o business che siano, vogliono trovare e ammirano». Ecco allora che proprio Hilton Worldwide nel 2009 ha avviato un programma quinquennale, che si concluderà quindi l'anno prossimo, di iniziative green all'interno del proprio codice di ospitalità. Ridurre il consumo di energia del 20%, le emissioni di CO₂ del 20% e il consumo di acqua del 10% sono alcuni dei target operativi che alla catena internazionale si sono posti di raggiungere. Facendo della sostenibilità ambientale un vero brand da sviluppare. E per mostrare la voglia reale di conseguire risultati in quest'ambito Hilton Worldwide ha dato vita a un vero e proprio sistema di misurazione delle performance





dell'azienda in tema di sostenibilità. Si chiama LightStay ed è un valore aggiunto che la catena mette a disposizione di ogni singolo hotel per aumentare le proprie performance in fatto di rispetto dell'ambiente e di riduzione dei consumi. Di quest'ultimo fa parte anche il cosiddetto "Meeting Calculator" che permette di misurare l'impatto ambientale di ogni evento organizzato in una struttura del gruppo Hilton Worldwide.

Chi non si preoccupa invece del suo influsso sull'ambiente circostante, ma solo perché è stato fino dalla sua recentissima costruzione, un albergo totalmente improntato all'eco-sostenibilità, è l'Hotel Milano Scala del gruppo Worldhotels First Class, vincitore dell'"Hospitality Award 2012" nella categoria "Management & Project Innovation" per gli accorgimenti a basso impatto ambientale adottati nella struttura e condivisi dagli ospiti: dalla linea di cortesia nei bagni bio degradabile al 99%, alle schede magnetiche delle camere, fino al consumo contenuto dell'acqua, grazie all'utilizzo di filtri che ne riducono il flusso.

All'Hotel Milano Scala tutto, a partire dal progetto originale di restauro dell'immobile storico, è stato pensato in ottica green

6 2013