

# **SPUNTI E RIFERIMENTI PER LA GESTIONE AMBIENTALE DEI GRANDI EVENTI (proposte per Milano Expo 2015)**

## **Premessa**

La gestione ambientale di un evento (specie se complesso e della durata di anni) fa parte integrante della sua progettazione, della sua organizzazione e del suo bilancio.

Quindi la società che lo gestisce deve vedere le competenze ambientali (ben individuate) come parte integrante della sua struttura organizzativa e funzionale.

Vale la pena usare il Festival Internazionale dell'Ambiente per una verifica di possibili metodologie e partner-fornitori in vista dell'Expo 2015.

Di seguito vi propongo alcuni esempi ed esperienze di gestione ambientale di eventi che in tutto o in parte possono essere simili a quelli che vedranno la luce con Milano Expo 2015. Da cui "copiare" o attingere esperienze.

## **1) Gestione e compensazione ambientale di eventi culturali (ad es. per Festival Internazionale Ambiente).**

Salone di Gusto – Terra Madre di Torino 2008 è un esempio:

- di valutazione degli impatti diretti e indiretti (semplificata e stimata) dell'evento, che tiene conto sia della città (regione) ospitante che delle conseguenze planetarie dell'evento.
- di soluzioni di riduzione degli impatti (rifiuti, CO2, trasporti...), al fine di ridurre i costi delle compensazioni necessarie.
- di coinvolgimento degli attori coinvolti nell'evento (produttori di eventi, promotori, partecipanti, ospiti...).
- di compensazione delle emissioni di CO2 generate con progetti di forestazione (gestiti da Azzeroco2).
- notevole impatto di comunicazione.

Ordine di grandezza della spesa: 15 – 20 mila euro di consulenza e lavoro e 20.000 euro di compensazione di CO2.

E' possibile trovare sponsor che si facciano carico di una parte di queste spese (in cambio di visibilità)?

Vedi file allegato: [Laexpo\\_ManifImpact\\_SaloneGusto.pdf](#)

## **2) valutazione delle emissioni climalteranti e gestione ambientale di Grandi eventi e opere connesse.**

Ecco alcune note metodologiche e funzionali, basate sulla nostra esperienza (Legambiente), di intervento di compensazione delle emissioni climalteranti di Grandi Eventi.

### *1. Valutazione preventiva delle emissioni totali di CO<sub>2</sub> equivalenti dovute allo svolgimento dell'Expo.*

La valutazione preventiva delle emissioni sarà effettuata sulla base dei dati progettuali contenuti nel Dossier di candidature e del Master Plan in seguito elaborato, in particolare sul numero atteso di visitatori, la loro tipologia e permanenza e sui fabbisogni energetici e di risorse. Le stime dovranno distinguere tra le varie sorgenti e tra le emissioni che si generano sui siti (soprattutto in provincia di Milano) e le emissioni che si generano fuori dai siti Expo. Si dovrà prevedere un sistema di monitoraggio e verifica in corso d'opera (rapporto annuale) delle emissioni generate.

### *2. Individuazione dei progetti di abbattimento del carico di CO<sub>2</sub> equivalente.*

Il passo successivo consisterà nell'individuazione delle modalità d'assorbimento del carico di CO<sub>2</sub> prodotta. Al monitoraggio e alla ricerca su scala internazionale dei migliori progetti di Joint Implementation o Clean Development Mechanism, si devono individuare anche sullo scenario locale-regionale progetti certificabili di riforestazione/afforestazione, efficienza energetica, uso di fonti rinnovabili.

L'attività prevederà:

(a) analisi dei progetti disponibili e certificabili (operativi o in corso di realizzazione), già presenti sul mercato, nel campo dell'efficienza, delle fonti rinnovabili e della forestazione sostenibile (si tratta di oltre 100 progetti, come ordine di grandezza). Priorità sarà garantita a quei progetti che intrinsecamente associano obiettivi di sostenibilità ambientale e di sostenibilità sociale.

(b) sulla base di questa review, svolta internamente, sarà predisposto un sintetico report relativo ad ogni intervento, che saranno analizzati rispetto alla loro efficacia ambientale, al loro contenuto sociale, ai costi economici, alla certificabilità e alla comunicabilità. Si potrà così decidere di concentrare gli interventi

su pochi principali progetti (per una percentuale significativa di emissioni neutralizzate) su cui è possibile concentrare le capacità di intervento e la relativa comunicazione.

(c) la selezione dei progetti definitivi sarà svolta da Toroc

(d) saranno predisposti report e materiale informativo di comunicazione sui casi prescelti.

### *3. Valutazione del costo d'abbattimento della CO<sub>2</sub>.*

Dall'incrocio delle informazioni ricavate dalle azioni precedenti e gli andamenti del mercato delle emissioni risulteranno i costi unitari e totali per rendere l'Expo 2015 a impatto neutro sul clima. Da una adeguata selezione dei progetti è pertanto possibile ottenere significativi contenimento dei costi.

### *4. Marketing e raccolta contributi e finanziamento progetti di compensazione.*

Non è facile, né scontato, trovare supporto e finanziatori per progetti di compensazione ambientale: il ritorno di immagine è modesto se non si mettono in campo capacità e progetti di comunicazione. In particolare, saranno predisposti materiali informativi e progettuali e attivati contatti idonei a ricevere dalle istituzioni sia un supporto in termini finanziari sia un supporto in termini di creazione di crediti di emissione (cioè di attivazione di progetti di efficienza e sviluppo di fonti rinnovabili) per neutralizzare i gas climalteranti generati. Dovrà essere creato un modello finanziario per il reperimento delle risorse destinate a finanziare i progetti di compensazione della CO<sub>2</sub>. Potrà essere valutata anche l'opportunità (da attivare comunque in una seconda fase e esterna all'attuale offerta) di creare "certificati privati" di partecipazione all'operazione di neutralizzazione della CO<sub>2</sub> che coinvolga estesamente i consumatori e i visitatori degli eventi Expo. Legambiente e KyotoClub (con i suoi associati) potrebbero svolgere una attività di supporto al marketing orientata, in particolare, alle aziende, alle istituzioni locali e nazionali e ad alcuni organismi sovranazionali.

### *5. Tempi: partire subito.*

Entro 3 mesi il progetto, da studiare e realizzare con la costituenda struttura della Società Expo.

Partenza della comunicazione: festival Internazionale dell'Ambiente (giugno 2009).

Rapporti intermedi annuali e un rapporto finale di attività.

### **3) Gli sponsor degli eventi: criteri etici**

Ecco i principali criteri (tecnici) che si è cercato di adottare nell'esperienza TOROC (oltre al rispetto della legge):

- **LCA (Life Cycle Assessment):** è una metodologia per valutare l'impatto ambientale di un prodotto in tutto il suo ciclo di vita, dall'estrazione delle materie prime alla fase di produzione, distribuzione, utilizzo, riciclaggio, fino allo smaltimento finale dei relativi rifiuti. È codificata dalle norme: UNI EN ISO 14040 - UNI EN ISO 14041 - UNI EN ISO 14042 - UNI EN ISO 14043.
- **Ecolabel:** è il Regolamento comunitario per la certificazione ambientale dei prodotti, rientra nella tipologia di etichettatura ambientale classificata dall'ISO come Tipo 1 (norma UNI EN ISO 14024).
- **Altri marchi ambientali:** si tratta di altri marchi ambientali di prodotto, certificati da Enti esteri (per esempio der Blauer Engel, tedesco) sempre rispondenti al Tipo 1 ISO.
- **EPD (Environmental Product Declaration):** sarà una nuova tipologia di dichiarazione ambientale, relativa al prodotto, che potrà concretizzarsi ufficialmente quando l'ISO terminerà i lavori di elaborazione della norma ISO 14025.
- **OHSAS 18001:** è una guida inglese sul sistema di gestione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro.
- **SA8000:** è una specifica che non rientra nel sistema "ufficiale" della normazione e che suggerisce requisiti di etica basati in particolare sulle Convenzioni ILO per i diritti dei lavoratori.

L'esperienza di Torino ci dice che non è possibile rinunciare all'apporto di sponsor che non abbiano certificazioni di sorta e che la contrattazione sui criteri può essere inutile e defaticante. Si possono trovare forme di incentivo di sponsor etici, come

- maggior visibilità e riconoscimento,
- partecipazione a determinati eventi in via esclusiva,
- particolari partnership istituzionali...

## 4) Acquisti verdi (Green Procurement)

Esiste un panorama consolidato:

- all'estero con la guida della Comm EU -Buyng Green; quella di ICLEI -EcoProcura+.
- in Italia, con alcuni prodotti già scelti dalla Consip e, soprattutto, l'esperienza della Provincia di Cremona e, ancor meglio, dell'Arpat Toscana.
- sempre in Italia suggerisco le Linee Guida Acq verdi per Enti locali messo a punto dall'Istituto Ambiente Italia per la Provincia di Torino: <http://www.provincia.torino.it/ambiente-provto/agenda21/piano/guidagpp/>

Più insolito, ma di vitale importanza per Milano e per l'Expo, l'**accoglienza turistica**. Oltre all'Ecolabel europeo (per definizione di eccellenza e raro) Legambiente ha definito un label ("Legambiente Turismo) che associa ormai quasi 500 strutture recettive (dal grande albergo, all'agriturismo, al servizio di gestione familiare).

Appena uscite (allegato file [Laexpo\\_turismo\\_lineeguida\\_AeI.pdf](#)) le nuove Linee guida Acquisti Verdi nel settore turistico e ricettivo messo a punto per la Provincia di Rimini e appena presentate alla Conferenza Internazionale sul Turismo sostenibile (20 novembre 2008).

Sarebbe interessante, nel creare un incremento e qualificazione dell'accoglienza turistica per l'Expo, definire con Fiera Milano criteri di valorizzazione di un'offerta qualificata dal punto di vista ambientale, da mettere a punto e sviluppare subito per tutti gli eventi fieristici di Milano (area di influenza regionale).