

Sabato 11 luglio 2009

FINANZA & MERCATI Sette

13

ENERGIA & AMBIENTE

AZIENDE

Eventi, piccoli passi ecosostenibili

Solo il 30% delle società italiane organizza iniziative green: nei Paesi del Nord Europa, in Canada e Gran Bretagna sono otto su dieci. All'origine del gap limiti culturali e strutturali

LIVIO PAROLA

«Il mercato degli eventi green in Italia è ai primi passi, come in molte altre parti del mondo, tant'è che sino a oggi non esiste uno standard internazionale per la realizzazione di eventi ecosostenibili. Sulla base della nostra esperienza, però, registriamo una doppia velocità tra aziende nostrane e multinazionali straniere, che attualmente guidano questo settore». Andrea Vernengo, amministratore delegato e senior partner di Gvst Event Management, agenzia specializzata nell'organizzazione di eventi ecosostenibili, traccia un bilancio sul settore nel nostro Paese. «Se in Italia - spiega Vernengo - solo il 30% delle aziende realizza eventi ecosostenibili, nei Paesi del Nord Europa, Gran Bretagna e Canada ci aggiriamo intorno all'80 per cento. Un gap importante, riconducibile principalmente a due aspetti: l'assenza di una rete strutturata di fornitori in grado di offrire tecnologie green e la mancanza nelle aziende e nei consumatori di una cultura del rispetto ambientale».

Le voci da considerare per tracciare un bilancio ambientale sono molteplici. La mobilità dei partecipanti è una delle più importanti: mediamente arriva a incidere sino all'80% sull'impatto ambientale complessivo dell'evento. «Questo significa - spiega Vernengo - che bisogna intervenire in maniera organica se si vuole ridurre significativamente l'impatto ambientale dell'evento. Ed è qui che subentrano i limiti strutturali e culturali. Strutturali perché mancano i fornitori



Andrea Vernengo, ad di Gvst Event Management, spiega: «Ci sono poche vetture ecologiche e scarsa disponibilità a cambiare abitudini»

Andrea Vernengo



di tecnologie green: per esempio, in Italia risulta difficile trovare fornitori in grado di noleggiare una flotta di vetture ecologiche, mentre in Paesi come il Canada e la Gran Bretagna esistono numerose opportunità di questo tipo. Culturali perché il consumatore stesso non sempre

è disposto a cambiare abitudini a favore di soluzioni più ecologiche. Ne è un esempio il *car sharing*, pratica molto utilizzata nei Paesi del Nord Europa e molto efficace ai fini della riduzione

delle emissioni di CO2, ma che in Italia stenta a prender piede, proprio per la mancanza di disponibilità a cambiare abitudini». Limiti che hanno un costo importante sull'ambiente, come spie-

ga ancora Vernengo. «Attuando una serie di interventi mirati in fase di progettazione, è possibile ridurre oggi, con gli strumenti a disposizione, sino al 30% l'impatto ambientale di un evento. Percentuale destinata a salire nel momento in cui questo nuovo approccio agli eventi diventerà prassi diffusa e si andranno a superare i vincoli strutturali e culturali. Le aree di intervento sono molteplici: la location, i consumi energetici e i materiali utilizzati, la mobilità, la ristorazione, la comunicazione, sino alla gestione dei rifiuti e al post evento. Ed è proprio per cercare di dare una risposta concreta a questa situazione che abbiamo deciso di creare il brand *Friendly Event* per la realizzazione di eventi ecosostenibili, che mette a disposizione delle aziende un profondo know how nel settore eventistico, unito a una rete di fornitori e partner specializzati in ambito green». Sembra che qualcosa stia cambiando, come rileva Vernengo. «Negli ultimi tempi si avverte un'aria di cambiamento. Segnali che ci fanno pensare che stia arrivando il tempo per avviare una rivoluzione green anche in questo settore. Nel giro di pochi anni prevediamo, infatti, che il 50% delle aziende italiane inizieranno ad attuare una più attenta politica ambientale anche per gli eventi. Il primo passo è sicuramente un cambiamento culturale, nelle aziende e nei consumatori. La definizione di uno standard internazionale per la realizzazione di eventi ecosostenibili - conclude Vernengo - potrebbe dare un forte impulso a questo processo».

ENERGIA & AMBIENTE FINANZA & MERCATI AZIENDE

Eventi, piccoli passi ecosostenibili

Solo il 30% delle società italiane organizza iniziative green: nei Paesi del Nord Europa, in Canada e Gran Bretagna sono otto su dieci. All'origine del gap limiti culturali e strutturali



Andrea Vernengo, ad di Gvst Event Management, spiega: «Ci sono poche vetture ecologiche e scarsa disponibilità a cambiare abitudini»

Ai consumatori piace biologico
Nei supermercati del gruppo Carrefour si segnala una crescita: 73 persone su 100 preferiscono i prodotti bio. Anche perché hanno un prezzo più alto.