



**POLITECNICO
DI TORINO**

Dipartimento
di Architettura e Design

Tesi di Laurea Magistrale in Design Sistemico
Anno Accademico 2019/2020

**Lille World Design Capital 2020 a ridotto impatto
ambientale.**

**Uno strumento design driven per organizzare,
gestire e monitorare un evento sostenibile.**

Candidata:

Francesca Cappa

Relatore:

Pier Paolo Peruccio

Correlatori:

Andrea Di Salvo

Luisa Bocchietto

Indice

Introduzione

1. Gli eventi

1.1 Definizione di evento

1.2 L'importanza degli eventi. Perché realizzare un evento

1.3 Le caratteristiche di un evento

1.4 Classificare gli eventi

1.4.1 Suddivisione temporale

1.4.2 Suddivisione per pubblico

1.4.3 Suddivisione spaziale

1.4.4 Altre suddivisioni

1.5 Classificazione di eventi alternative

1.5.1 Gli Special events: gli hallmark e i grandi eventi

1.5.2 I mega events

1.5.3 La legacy

1.6 Evento come sistema

1.6.1 Gli attori coinvolti

1.7 Il ciclo di vita di un evento

1.8 L'impatto degli eventi

1.8.1 Impatto economico

1.8.2 Impatto sociale

1.8.3 Impatto ambientale

2. Sostenibilità ed eventi

2.1 Il concetto di sostenibilità

2.3 Ambiti di intervento

2.3.1 Energia

2.3.2 Mobilità

2.3.3 Cibo

2.3.4 Acqua

2.3.5 Rifiuti

2.3.6 Materiali

2.3.7 Allestimento

2.4 Misurare la sostenibilità

I

1

3

4

6

7

7

8

8

8

10

11

12

13

14

14

16

18

18

19

19

21

23

27

27

28

29

29

29

30

31

32

2.5 Riferimenti normativi internazionali

2.5.2 BS:8901

2.5.3 ISO 20121

2.5.4 Global Reporting Initiative (GRI)

2.5.5 Accepted Practices Exchange (APEX)

2.6 Altre certificazioni

2.6.1 GO (Green Operator) Group

2.6.2 A Greener Festival

2.6.3 Julie's Bicycle

2.7 Considerazioni

3. Analisi dei casi studio

Introduzione al capitolo

3.1 Casi studio: eventi

3.1.1 Iberdrola Meeting

3.1.2 Mezza maratona di Gothenburg

3.1.3 Primavera Sound

3.1.4 Giochi Olimpici Londra 2012

3.1.5 Giochi Olimpici invernali Pyeongchang 2018

3.1.6 Oracle Open World

3.1.7 ØYA Festival

3.1.8 DGTL Festival

3.1.9 Roskilde Festival

3.1.10 California Academy of Science

3.1.11 Le Trev

3.1.12 We Love Green

3.1.13 Cheese

3.2 Casi studio: guide e manuali

3.2.1 FEI Sustainability handbook for event organizer

3.2.2 Neat event! An environmental guide for event organizers

3.2.3 Sustainable event guide

3.2.4 Green event guideline

3.2.5 Sustainability - Lyon guide de l'événement eco responsable

3.2.6 Major event - Greening guide

3.2.7 La realizzazione di eventi sostenibili

33

42

43

45

48

49

49

49

50

51

53

54

57

58

60

62

64

66

68

70

72

74

76

79

82

86

89

92

93

94

95

96

97

98

3.2.8 Planning a sustainable event	99
3.2.9 How to organize sustainable meeting	101
3.2.10 Sustainable event guide	102
3.2.11 Mon événement zero waste	103
3.2.12 Memento de l'éco-événement	104
3.2.13 My guide to a sustainable congress	105
3.2.14 Manuale Eventi Sostenibili	106
3.2.15 Manuale eventi sportivi sostenibili	107
3.2.16 Linee guida - Manuale per chi organizza eventi	108
3.2.17 SUSTAINABLE@WORK	109
3.2.18 Organisation d'évènements et développement durable	110
3.2.19 Cahier de préconisations pour un grand événement sportif international	111
3.2.20 Guide manifestation responsable	112
3.2.21 Manifestations sportives e Développement durable	113
3.3 Analisi comparativa e considerazioni	114
4. La World Design Organization e le World Design Capital	119
Introduzione al capitolo	121
4.2 La World Design Organization	123
4.2.1 La storia della WDO	125
4.2.2 L'organigramma della WDO	131
4.2.3 La programmazione	132
4.3 Le World Design Capital	139
4.3.1 World Design Capital programme	141
4.3.2 Come si diventa World Design Capital	141
4.3.3 Il programma di eventi della World Design Capital	144
4.3.4 La World Design Capital e l'allineamento agli SDGs	149
4.3.5 La città in carica: Lille WDC 2020	151
4.4 Le edizioni passate delle World Design Capital	157
4.4.1 Il network delle World Design Capital	158
4.4.2 Torino WDC 2008	160
4.4.3 Seoul WDC 2010	172
4.4.4 Helsinki WDC 2012	177
4.4.5 Cape Town WDC 2014	192

4.4.6 Taipei WDC 2016	205
4.4.7 Mexico City WDC 2018	211
4.5 Analisi comparativa e considerazioni	218
5. Il progetto	221
5.1 Scenario	223
5.2 Linee Guida	224
5.3 L'utente	226
5.4 La nuova piattaforma	229
5.4.1 Il concept	230
5.4.1 Naming e logotipo	233
5.6 Le font e i colori	233
5.7 Funzionalità	235
Bibliografia	254

Introduzione

Cinquant'anni fa il nostro mondo era un posto diverso, con problemi diversi e sfide diverse. Il mondo postindustriale ha dato origine al progresso sociale ed economico e l'urbanizzazione ha cambiato i modelli di sviluppo e alimentato la globalizzazione del mercato. Il design industriale ha rivoluzionato i beni di consumo ed è diventato il simbolo del progresso moderno. Le persone di tutto il mondo hanno accolto con favore prodotti più desiderabili e uno stile di vita migliore.

Oggi il nostro mondo deve affrontare una nuova serie di sfide. Il consumo eccessivo ha contribuito a problemi come l'inquinamento, la congestione del traffico, l'esaurimento delle risorse naturali, i cambiamenti climatici, la carenza di cibo e acqua. Entro il 2030, numerose proiezioni prevedono che la popolazione globale arriverà a 8,5 miliardi¹, che nello stesso istante si troveranno a condividere il nostro pianeta e a fare ancora più pressione sulla nostra ormai precaria e fragile casa.

Così come il nostro mondo è cambiato, così è mutato anche il mondo del design: si è evoluto ed è ora una professione interdisciplinare che sfrutta metodologia e creatività per risolvere i problemi e migliorare la qualità della vita delle persone.

Il design offre un occhio diverso con cui guardare al nostro modo. Si tratta di una visione critica e allo stesso tempo ottimistica perché riesce ad individuare nelle sfide e nelle criticità delle opportunità di cambiamento e miglioramento.

Il design sistemico sfida la grande problematicità del nostro tempo attraverso un approccio olistico, che riesce a visualizzare e collegare i vari aspetti interconnessi.

Il design quindi può essere una nuova chiave di lettura del mondo che stravolge la prospettiva riuscendo a raggiungere una visione amplificata dei progetti, delle criticità e del sistema mondo.

Il design si pone quindi come un efficace strumento per interfacciarsi anche alle problematiche ambientali che, sempre di più, sono riconosciute come sfide complesse e che richiedono un ripensamento completo ed urgente della nostra società e del nostro modello produttivo e di consumo.

È in questa cornice culturale e progettuale che si inserisce questa tesi.

Attraverso le capacità di analisi critica e di progettazione acquisite in questi anni di formazione universitaria, si è voluto condensare e focalizzare l'attenzione su una delle molte possibilità in cui il design può intervenire per apportare dei benefici, in particolare sull'impatto ambientale.

Il tema prescelto è stato quindi quello dell'evento, inteso come momento chiave di aggregazione sociale e di veicolazione di messaggi e valori.

Negli ultimi decenni l'industria degli eventi si è evoluta e ingrandita a dismisura, vedendo sbocciare in continuazione nuovi *format* e nuove occasioni per "festeggiare".

L'altro lato della medaglia di questa espansione è il conseguente aumento dell'impatto di questo settore sull'ambiente circostante, che viene riconosciuto sia dagli stessi organizzatori che dal pubblico che vi partecipa, sempre più attento alle tematiche della sostenibilità ambientale. Dunque, sebbene gli eventi, e soprattutto i grandi eventi, siano un'opportunità per le persone di riunirsi, celebrare, discutere, scambiare conoscenze,

¹ United Nations, Department of Economic and Social Affairs, & Population Division. (2019). *World population prospects Highlights, 2019 revision Highlights, 2019 revision*.

Introduzione

diffondere buone pratiche e generare esperienze significative, essi devono riconoscere e porre rimedio alla loro intrinseca capacità di impattare sull'ambiente circostante. Vengono infatti consumate risorse, generati dei rifiuti e rilasciate nell'atmosfera emissioni nocive, prodotte dagli spostamenti dei partecipanti all'evento.

A seconda delle dimensioni e dell'importanza dell'evento, si prefigura come indispensabile quindi integrare pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente.

E quale miglior banco di prova per intervenire sulla tematica come la World Design Capital, un evento internazionale incentrato, appunto, sul tema del design e del suo ruolo come promotore di innovazione e benessere per la società?

Si tratta infatti di una designazione biennale volta a premiare quelle città che hanno saputo distinguersi per il loro utilizzo del design come strumento innovativo per rilanciare le aree urbane e rafforzarne lo sviluppo economico, sociale, culturale e ambientale. È promosso dalla World Design Organization, che nel suo slogan racchiude il suo credo e la sua aspirazione: “ *Design for a Better World*”.

Per questa ragione si è scelto come caso studio la città di Lille che nel dicembre 2019 ha inaugurato i festeggiamenti per la sua designazione di World Design Capital 2020. Quest'anno sarà infatti animato da un innumerevole quantità di eventi, di dimensioni e tematiche diverse.

Partendo da una ricerca teorica e successivamente una *field research*, in collaborazione con il comitato organizzativo di Lille WDC 2020, si è cercato di rispondere alla necessità e volontà da parte degli organizzatori di cercare di ridurre l'impatto ambientale degli eventi in programmazione.

La ricerca si è mossa quindi prima verso un'analisi teorica per definire il significato, le potenzialità e i limiti di un evento, per andarlo poi a considerare come un sistema complesso di attori e variabili. In seguito, si è cercato di capire come il tema evento entrasse in relazione con il tema della sostenibilità ambientale, e di come da questo connubio nascesse un elemento di studio ancora più complesso.

Attraverso il confronto con il comitato organizzativo di Lille WDC e la comprensione delle necessità dell'ente stesso, la tesi si è diretta verso una fase progettuale che ha portato alla proposta di uno strumento, un *toolkit*, che possa facilitare gli organizzatori nella programmazione e nella gestione di un evento a ridotto impatto ambientale.

Si tratta di una proposta in divenire, che senza la presunzione di essere totalmente esaustiva rispetto alla problematica, vuole tentare apportare un suo contributo sulla tematica.

1.1 Definizione di evento

Guardando indietro alla storia, possiamo vedere che gli eventi hanno sempre avuto un ruolo importante nella società dell'uomo; si trattava di momenti chiave per una comunità, che rompevano il tedio e le fatiche della vita quotidiana, e scandivano lo scorrere dell'anno. Siamo in grado di tracciare tutti i tipi di eventi molto indietro nel tempo anche se sono il risultato di qualche recente "reinvenzione", come nel caso dei Giochi Olimpici che si svolsero per la prima volta nel 1776 a.C.

Ancora oggi gli eventi continuano ad avere un ruolo molto importante nella nostra società, e negli ultimi anni hanno raggiunto un interesse sempre maggiore, non solo da parte del pubblico, ma anche da parte di studiosi, aziende, enti culturali, istituzionali, ecc., che ne hanno riconosciuto l'importanza non solo come momento ricreativo ma anche come potente mezzo di comunicazione alternativa. Questo ha favorito la nascita di un vero e proprio settore specializzato nella loro organizzazione e gestione che coinvolge altri studi e ambiti come l'antropologia, il marketing, la sociologia, i servizi e il turismo.

Ma come definire la parola "evento"? Trattandosi di un oggetto così eterogeneo per le sue diverse forme, fini e significati, risulta difficile darne una definizione univoca.

Il termine deriva dal latino *eventus* -us, che a sua volta deriva dal verbo *evenire* che significa «accadere, riuscire»¹ ma il termine può assumere numerosi significati a seconda del contesto in cui viene utilizzato: nel campo del calcolo statistico e delle probabilità si tratta di uno dei casi che possono verificarsi con determinate probabilità; in fisica invece viene definito evento ogni fenomeno caratterizzato da una precisa collocazione spazio-temporale; in ambito giuridico legale si parla invece di evento per definire la modificazione del mondo esterno causata dal soggetto che delinque. Nonostante le sue diverse sfaccettature, ciò che risalta da queste definizioni è la comune natura limitata nel tempo e nello spazio del termine evento.

Nel contesto in cui mi accingo a trattare il tema si entra in un ambito i cui confini risultano forse ancora meno definiti e spaziano dal campo del marketing a quello socioculturale, come prima accennato.

La letteratura in merito è varia e nel tempo ne ha analizzato e cercato di definire i suoi diversi aspetti caratterizzanti. Il Professor Donald Getz, uno degli studiosi che più ha approfondito l'argomento, ha definito l'evento come "una celebrazione pubblica tematizzata che ha una durata limitata nel tempo"². Vengono invece definiti per i loro scopi come "avvenimenti, programmati o meno, che hanno una durata limitata e che nascono con una specifica finalità"³ da Sonia Ferrari, oppure, da Joe Jeff Goldbatt come manifestazione "riconoscibile in uno specifico momento temporale per l'intenzione e per i rituali svolti al fine di soddisfare bisogni"⁴.

Altri studiosi come Van Der Wagen invece ne evidenziano l'aspetto più relazionale ritenendo che "la maggior parte degli eventi siano, di fatto, relazioni all'interno di una

¹ evento in Vocabolario - Treccani, <http://www.treccani.it/vocabolario/evento>.

² Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation.

³ Ferrari, S. (2012). *Event marketing. I grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*. CEDAM.

⁴ Goldblatt, J. (1997). *Special Events: Best Practices in Modern Event Management*. Wiley.

comunità⁵, mentre altri ne riconoscono un aspetto più socioculturale, "come un bisogno originato dalla stessa comunità per celebrare momenti o caratteristiche del proprio modo di intendere la vita o la storia"⁶.

Trattandosi di un'occasione unica, l'evento viene anche definito come "quel fenomeno derivante da occasioni non di routine che, al di fuori delle normali attività del quotidiano, collocano nel tempo libero obiettivi culturali, personali o di organizzazione, il cui scopo è di illuminare, celebrare, intrattenere o sfidare l'esperienza di un gruppo di persone"⁷. Infine, altri autori ne riconoscono le potenzialità comunicative e promozionali, definendolo come "un'iniziativa di comunicazione complessa, circoscritta nel tempo, promossa da un'azienda/organizzazione per suscitare interesse, richiamare l'attenzione del suo pubblico e che prevede quindi la presenza/partecipazione diretta di un pubblico specifico, interessato ai contenuti esposti"⁸, o come "un'attività che consente di raggiungere un target in un preciso luogo e tempo, una riunione dove si indirizzano dei messaggi e si svolgono attività ricreative"⁹. Negli ultimi decenni questa accezione di evento si è mostrata in modo preponderante, e la loro valenza comunicativa è diventata tanto importante da farli diventare dei veri e propri strumenti di marketing e vere e proprie campagne di pubblicizzazione di beni o servizi in grado di raccogliere in un tempo e uno spazio più o meno limitato target di ogni genere e "gruppi di persone che comunicano tra loro in tempo reale su argomenti di comune interesse"¹⁰.

Da un lato catturando l'attenzione del pubblico, dall'altra veicolando informazioni e conoscenze specifiche, gli obiettivi di un evento possono andare dal rafforzamento dell'immagine di un'azienda, del riconoscimento sociale delle proprie attività o aumentare la fidelizzazione dei propri partners e clienti.

Si tratta dunque di un vero e proprio strumento di comunicazione alternativa in cui i contenuti da trasmettere sono il cuore dell'evento stesso.

1.2 L'importanza degli eventi. Perché realizzare un evento

Il tema degli eventi è diventato un tema di grande attualità superando forse l'importanza che essi già avevano nei tempi antichi, ben testimoniato dalle Olimpiadi di Atene o dal detto latino *panem et circenses*. Anche in tempi meno lontani si può riconoscere il ruolo.

Ad oggi però l'evento non si delinea solo come un momento di svago, ma è carico di altre finalità e potenzialità. Si configura infatti come una vera e propria "esperienza" durante la quale il pubblico viene coinvolto sul piano cognitivo, sensoriale e anche affettivo.

Durante questo momento il visitatore è inglobato in un mini-universo con il quale entra in connessione e con il quale avviene uno scambio, anche di informazioni.

In questo senso l'evento si configura come un importante strumento comunicativo attraverso il quale è possibile veicolare messaggi.

⁵ Wagen, L. V. der. (2010). *Event Management*. Pearson Higher Education AU.

⁶ Cit. in G. Iasevoli e S. Cherubini, *Il marketing per generare valore nel sistema evento*. Le tendenze del marketing, Ecole Supérieure de Commerce de Paris, 2005, pag. 26.

⁷ Shone, A., & Parry, B. (2011). *Successful event management: A practical handbook*. Cengage Learning Business Press.

⁸ Vecchiato, G. (2004). *Relazioni pubbliche e comunicazione. Strumenti concettuali. Metodologia. Case history*. FrancoAngeli.

⁹ Behrer, M., Larsson, Å., & Sandgren, J.-O. (2001). *Event marketing: Att använda evenemang som strategisk resurs i marknadsföringen*. Göteborg : IHM (Institutet för högre marknadsföringsutbildning).

¹⁰ Pecchenino, M. (2002). *Organizzare gli eventi: Come gestire convegni, manifestazioni e feste per la comunicazione d'impresa*. Il Sole 24 Ore.

Nonostante una manifestazione sia qualcosa di immateriale di per sé, è tuttavia in grado di configurarsi come un medium caratterizzato da una immediatezza che lo rende accostabile ad altri mezzi di comunicazione tradizionali come i giornali, internet e la televisione. In esso si possono infatti rintracciare tutti gli elementi caratterizzanti dei media.

Vi è una *fonte* che codifica il messaggio, ovvero l'ente che promuove la manifestazione e tutta le persone che concorrono alla sua organizzazione; vi è un *messaggio* che corrisponde con gli obiettivi per cui lo stesso evento viene realizzato; vi è un *canale* che si configura con le diverse modalità con cui l'evento viene creato e svolto; vi è un *destinatario*, individuabile nel pubblico che vi partecipa; ed infine, esiste il *feedback* che i visitatori elaborano, a seconda del successo o meno dell'evento, e rispediscono al mittente e che si può valutare dall'apprezzamento o meno del pubblico e dalla constatazione che quest'ultimo abbia assorbito o no i messaggi che volevano essere veicolati.

Partendo da questo presupposto si può evincere come la realizzazione di un evento permetta di inviare e allo stesso tempo ricevere informazioni, creando un continuo ciclo di *feedback* tra gli attori coinvolti e ricorrendo a contemporaneamente a diversi canali di trasmissione: quello visivo, verbale, gestuale e sonoro, rendendolo così un elemento meno immateriale e più immediato di quanto si possa immaginare.

In quest'ottica, un evento si configura come un importante mezzo di marketing, non solo a livello aziendale ma anche territoriale.

Sempre più spesso, questi momenti di aggregazione sono utilizzati da aziende private o da enti pubblici e organizzazioni no profit per fare comunicazione, sia interna che esterna.



Nel caso di aziende private solitamente la motivazione primaria che spinge alla pianificazione di un evento è di tipo economica e di utilità privata, e pone maggiormente l'accento sulla relazione tra costi e ricavi.

Per quanto riguarda invece promotori come enti pubblici o no profit, assume maggiormente importanza l'aspetto culturale e valoriale che si vuole comunicare.

Anche a livello territoriale un l'evento può apportare diversi vantaggi.

Si tratta di momenti ideali per promuovere o modificare l'immagine della città, sia nei confronti dei cittadini che nei confronti di attori esterni. Spesso si configurano anche come degli acceleratori di processi di rigenerazione urbana, in grado di attivare progetti per la riqualifica anche di aree dismesse o degradate della città¹¹ e di miglioramento dei servizi pubblici e delle infrastrutture.

Spesso possono comportare la realizzazione di opere pubbliche che, a loro volta, possono divenire veri e propri elementi di attrattività turistica: è il caso della Torre Eiffel che fu inizialmente innalzata nel 1889 in occasione dell'Esposizione Universale e che avrebbe

¹¹ La Rocca, R. A. (2008). Dall'evento all'impatto: Expo e mobilità urbana. *Trimestrale del Laboratorio Territorio Mobilità e Ambiente - TeMALab*, 1(2), 16.

dovuto essere successivamente rimossa. Si configurano quindi anche come catalizzatori dello sviluppo turistico, incrementando l'afflusso di turisti sul territorio e attraendone di nuovi.

1.3 Le caratteristiche di un evento

Come già detto nel primo paragrafo, quando si parla di evento, si tratta di un argomento molto vasto e poliedrico che per questa ragione è sempre stato difficile riassumere in una singola e univoca accezione. Tuttavia, anche da quanto emerge dalle diverse definizioni fornite dai diversi autori, si possono delineare le caratteristiche che accomunano tutti gli eventi e che per questa ragione possono essere considerati come le condizioni *sine qua non* affinché un evento possa essere considerato tale.



Innanzitutto, ciò che maggiormente caratterizza un evento è la sua **durata limitata nel tempo**. Un evento, che sia periodico o no, è temporalmente circoscritto e ha ben fissata una data di inizio e fine. Questo aspetto è sicuramente all'origine di gran parte della sua attrattiva. Non essendo possibile fruirne in qualsiasi momento, viene stimolata la partecipazione, e non solo dal punto di vista numerico, ma anche dal punto di vista emotivo: un pubblico interessato attende l'inizio di un particolare evento con particolare coinvolgimento e anche una certa tensione.

Altro fattore che li rende molto attrattivi è la loro **unicità e originalità**. L'elemento chiave di un evento è il fatto che ogni evento sia diverso da un altro, perché ciascuno di essi presenta delle caratteristiche irripetibili, conseguenza inevitabile di diversi fattori quali la durata limitata nel tempo, il legame instaurato con il territorio in cui lo stesso ha luogo, l'organizzazione, i soggetti coinvolti e soprattutto i partecipanti¹². Ciò non significa che esso non possa essere ripetuto ma che gli elementi che lo caratterizzano sono variabili e che nel loro complesso lo rendono unico e irripetibile.

Come i servizi, l'evento di per sé è qualcosa di immateriale. **L'intangibilità** è un'altra caratteristica fondamentale che accomuna qualsiasi tipo di evento. Gli organizzatori di eventi spesso cercano di renderlo meno intangibile attraverso l'offerta di qualcosa di materiale che possa fungere da ricordo dell'esperienza vissuta. Durante gli eventi è infatti usale trovarsi a ricevere brochure piuttosto che gadget di vario genere che dovrebbero portare la memoria dell'occasione ma che spesso, se non in caso di oggetti utili o riutilizzabili, vengono dimenticati o gettati via.

L'evento per sua natura è uno strumento di **aggregazione**, in quanto favorisce un momento di ritrovo in cui il pubblico possa socializzare o riconoscersi in un interesse comune e grazie alla condivisione dell'esperienza stessa.

Ogni evento è inoltre definibile come **modulare** in quanto, benché sia unico nella sua manifestazione, è composto da delle precise fasi di organizzazione e svolgimento, ovvero la fase di progettazione, di svolgimento e di post-evento.

Pensando ad eventi come le Olimpiadi, si pensa ad un *format* ben definito e consolidato nel corso dei secoli a partire dall'Antica Grecia. Ma ogni edizione in realtà si differenzia dall'altra, tra gli altri fattori, anche per il luogo in cui si svolge. Ogni evento infatti è anche spazialmente limitato e per questa ragione stringe una forte relazione con il contesto locale in cui si trova. La **territorialità** è quindi un'altra caratteristica fondamentale di un evento.

Altro aspetto fondamentale per un evento è la sua capacità di **comunicazione**. Come già detto in precedenza, un evento è l'occasione da parte dell'ente, dell'azienda o del singolo organizzatore dell'evento di veicolare dei messaggi e delle informazioni più o meno specifiche al pubblico di riferimento.

Durante lo svolgimento della manifestazione gli strumenti utilizzati per comunicare e per far vivere una determinata esperienza al pubblico possono essere innumerevoli e molto diversi tra loro. Per questa ragione si può definire la **multimedialità** come un altro elemento distintivo degli eventi.

1.4 Classificare gli eventi

La letteratura sulla classificazione è ampia tanto quanto le possibili forme di evento. La poliedricità che si cela dietro l'etichetta della parola "evento" ha reso difficile un raggruppamento univoco e, come è accaduto anche per la definizione del termine stesso, i diversi autori hanno formulato una suddivisione differente che evidenziasse l'attributo ritenuto più importante. Per questa ragione di seguito verranno elencate le diverse variabili secondo cui gli eventi possono essere catalogati.

1.4.1 Suddivisione temporale

La cadenza: la periodicità con cui si tiene l'evento. Secondo questa variabile gli eventi possono essere suddivisi tra eventi periodici, ovvero che si ripetono in archi temporali definiti e costati – come ad esempio le Olimpiadi o le celebrazioni delle World Design Capital-, o quelli occasionali. È inoltre possibile suddividerli nell'arco temporale dell'anno tra eventi che accadono in alta stagione o in bassa stagione. Quest'ultima divisione intende anche sottolineare la differenza dell'impatto sul territorio che può avere un evento in bassa stagione che cerca di regolarizzare i flussi turistici e ridurre la stagionalità di una località, al contrario di quanto accade con gli eventi in alta stagione che invece vogliono ulteriormente fortificare il turismo in quel determinato periodo dell'anno¹³.

La durata: la durata di un evento può variare significativamente. Può durare solo qualche ora o giorni o addirittura mesi. Ci sono casi in cui l'evento può protrarsi per un intero anno come nel caso delle celebrazioni delle World design Capitals.

¹² 12 Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation.

¹³ Gilberti, G. (2004). *L'evento in strada. Il progetto, la produzione, la gestione e il controllo come strategia di marketing*. FrancoAngeli.

1.4.2 Suddivisione per pubblico

Bacino di attrazione: questa variabile fa riferimento al pubblico che raggiunge l'evento che viene suddiviso per la sua provenienza. Da questo si può ulteriormente catalogare un evento come locale, regionale, piuttosto che nazionale, internazionale o addirittura mondiale.

Numero di visitatori: è la capacità di attrarre e accogliere più o meno persone ed è determinata oltre che dalla dimensione del bacino di persone a cui si rivolge, anche all'efficacia della comunicazione della pubblicizzazione. È un aspetto molto importante da valutare e stimare nel momento della pianificazione dell'evento stesso. È anche possibile che il numero di visitatori venga intenzionalmente limitato ad un numero chiuso.

Tipo di accesso: gli eventi possono essere ad accesso libero, in cui i visitatori possono accedere liberamente, senza limite di numeri e senza costi, ad accesso regolamentato per cui è prevista una forma di registrazione e/o pagamento. Esistono ancora degli eventi che utilizzano entrambe le modalità lasciando l'accesso libero e richiedendone uno regolamentato solo per alcune attrazioni al suo interno¹⁴.

Target di riferimento: "è individuato secondo criteri di segmentazione della domanda, considerando le varie variabili sociodemografiche della natura e finalità dell'evento. La possibilità di segmentare efficacemente il mercato e di attrarre porzioni specifiche, rende possibile progettare e realizzare l'evento in modo da massimizzare i livelli di soddisfazione dei partecipanti e consente inoltre di eseguire forme di comunicazione molto mirate"¹⁵.

1.4.3 Suddivisione spaziale

Localizzazione: questa categorizzazione attiene al luogo in cui si svolge l'evento. Si può trattare di un unico luogo, di una singola area attrezzata, oppure l'evento può essere localizzato in una o più zone e quartieri della stessa città, come spesso accade per i grandi eventi, come il Fuorisalone di Milano o l'evento della World Design Capital. Può inoltre essere fatta una distinzione tra gli eventi *indoor* o *outdoor* o misti. La scelta del luogo è estremamente importante e deve valutare diverse variabili tra cui il numero di persone previsto o in numero di attrazioni pianificate, come le finalità e il programma dell'evento stesso.

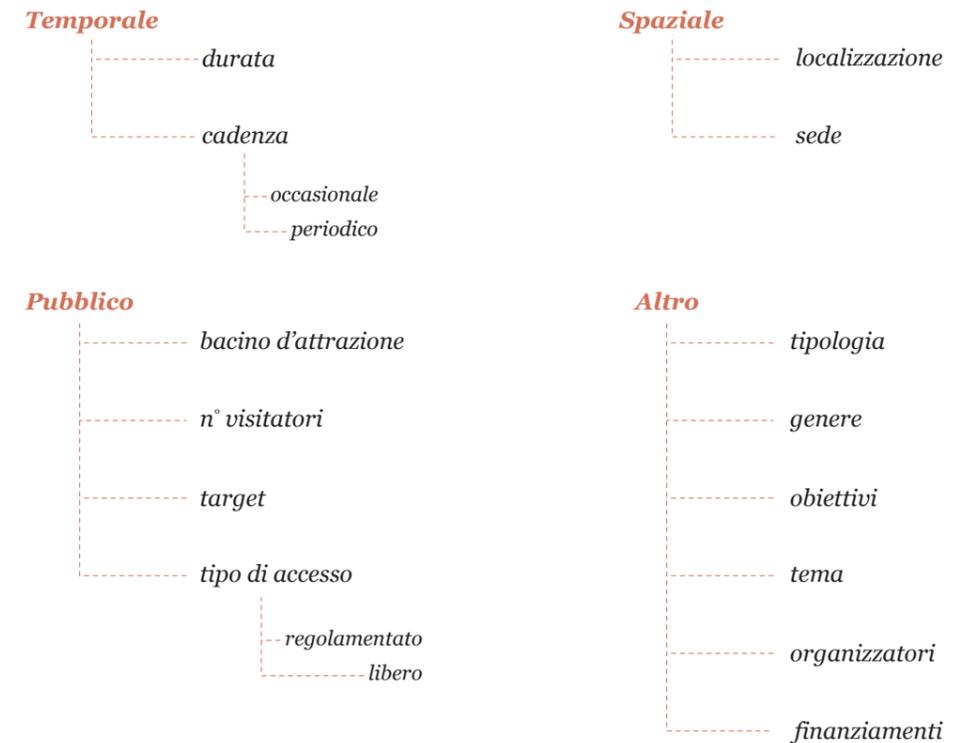
Sede: anche la sede può essere unica o molteplice e deve essere adeguata in termini di accessibilità, sicurezza e capienza. La sede di un evento può essere sempre la stessa, come ad esempio per il Salone Internazionale del Libro di Torino che si svolge presso il Lingotto Fiere, oppure cambiare di evento in evento come nel caso di concerti, spettacoli teatrali o mostre.

1.4.4 Altre suddivisioni

Tipologia: possono essere individuate alcune tipologie di eventi tra cui quella celebrativa, culturale, ricreativa, folkloristica, lavorativa, religiosa, sportiva, commerciale, politica, *fundraising*, ecc. Alcuni autori hanno saputo riassumere tutte queste diverse tipologie

¹⁴ Ferrari, S. (2012). *Event marketing. I grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*. CEDAM.

¹⁵ Campigotto, M. (2014). *Gli Eventi come elemento distintivo e di comunicazione nelle strutture ricettive*. Università Ca' Foscari di Venezia.



in quattro macro-categorie come: eventi per il tempo libero, eventi personali, eventi culturali, eventi organizzativi. È fondamentale tenere presente, quando si considera questa categorizzazione, come anche quelle per obiettivi, genere, ecc., che ci sono frequenti sovrapposizioni. Ad esempio, la laurea di uno studente all'università è sia un evento personale per lo studente e la sua famiglia, sia un evento organizzativo per l'università. Un carnevale del villaggio è sia un evento culturale, forse che celebra alcuni aspetti del patrimonio locale o del folklore, sia un evento ricreativo, probabilmente sia per la gente locale che per i turisti. Pertanto, le sovrapposizioni dovrebbero essere considerate inevitabili piuttosto che eccezionali.

Genere: *fiera*, concerto, competizione sportiva, meeting, expo, festività religiosa, mostra, commemorazione, congresso, festival.

Obiettivi: gli scopi di un evento possono essere molteplici. Può essere di semplice coesione sociale, o dal punto di vista del marketing o del turismo può prefiggersi come obiettivo quello di attrarre un maggior numero di persone su un territorio, rilanciare l'immagine di una località o di un'azienda, fidelizzare i consumatori, piuttosto che lanciare un nuovo *brand*, prodotto o servizio. Altri scopi sono invece intrinsecamente correlati alle caratteristiche dell'evento come in caso di eventi *no-profit*, religiosi o politici.

Tema: il tema di un evento è strettamente collegato agli obiettivi e alla tipologia dell'evento. Può essere monotematico, come nel caso di Cheese o SlowFish di Slow Food, oppure multi-tematico come nel caso del Salone del Gusto che raggruppa più temi all'interno del macro-tema del cibo

Organizzatori: gli organizzatori di evento possono essere di diversa tipologia, ma devono essere qualificati per poter gestire la complessità della realizzazione di un evento, dal più piccolo al più grande, ed è solitamente composto da un insieme di diverse persone che possano così condividere responsabilità e conoscenze.

Fonti di finanziamento: i finanziamenti per un evento possono derivare da diverse fonti che solitamente vengono coinvolti durante la fase di organizzazione dell'evento stesso. Possono essere fondi pubblici, o provenienti da privati o da sponsorizzazioni. Infine, la bigliettazione risulta essere un'altra fonte di finanziamento che però sopraggiunge solo nel momento dello svolgimento dell'evento stesso.

1.5 Classificazione di eventi alternative

Altri autori, nel corso dei decenni hanno invece individuato una diversa categorizzazione degli eventi che sottolinea il carattere *speciale* di alcuni di essi. Tale attributo è legato ad una serie di molteplici peculiarità che nel loro insieme lo distinguono da dei più comuni eventi.

Il termine *special event* viene citato per la prima volta da Rober Jani nel 1995 che lo definì come qualcosa che spezza e si differenzia dalla vita quotidiana, creando un'occasione unica celebrata con una cerimonia, con lo scopo di dare soddisfazione a dei bisogni specifici. Successivamente anche Getz ne diede una propria definizione descrivendolo come "un evento che ha luogo una sola volta, e non frequentemente, al di fuori del programma normale o dalle attività di routine dello sponsor o del soggetto che lo organizza. Per il visitatore, l'evento speciale è un'opportunità per il tempo libero e un'esperienza sociale, culturale o di intrattenimento che va di là delle possibilità ordinarie o delle esperienze quotidiane"¹⁶. Si tratta di eventi che possono essere considerati quasi come delle attrazioni turistiche, in grado dunque di attrarre un cospicuo flusso di persone e di grande risonanza a livello mediatico. Si tratta di eventi pianificati, volti solitamente a festeggiare o celebrare qualche avvenimento o occasione e hanno la peculiarità di accrescere e migliorare l'immagine e lo status di un ente piuttosto che di un luogo.

Anche sulla categorizzazione degli eventi speciali la letteratura si è divisa proponendo diversi tipi di raggruppamenti. Maurice Roche, nel suo libro "Mega events and modernity" (2000)¹⁷, inserisce gli *Special Events* nell'insieme dei grandi eventi insieme a i *Mega Events*, gli *Hallmark Events* e i *Community Events*.

Anche se meno recente, risulta molto interessante la suddivisione che ne fa Leo K. Jago, il quale ha sviluppato un quadro concettuale di eventi speciali che si contrapponevano agli eventi ordinari e che al loro interno erano suddivisi in *minor events*, *festivals* e *major events*. Quest'ultimi sono stati ulteriormente classificati in quegli eventi che possono essere considerati mega-eventi (ad esempio, i Giochi olimpici) e *hallmark-event* (ad esempio, la Boston Marathon o il Grand Prix di Monaco). Chiaramente, non ci sono confini assoluti tra le diverse categorie che sono state proposte in questo quadro. Proprio come Getz (1991) ha suggerito che la definizione di un evento speciale dipendesse dalla propria prospettiva, così anche qui è suggerito che la demarcazione tra le categorie tende anche a riflettere la propria prospettiva. Premesso ciò, nel successivo **paragrafo** si cercherà di delineare quali

¹⁶ Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation.

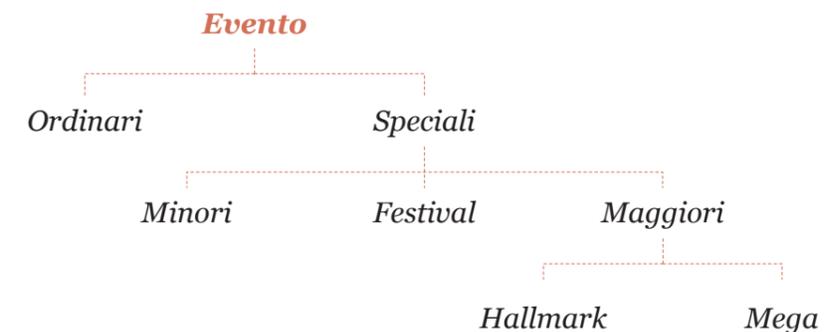
¹⁷ Roche, M. (2000). *Megaevents and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. Routledge. <https://books.google.it/books?id=xHSGAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=it#v=onepage&q&f=false>

sono gli attributi che fanno sì che si possa affermare che un evento appartenga più o meno ad una determinata categoria.

1.5.1 Gli Special events: gli hallmark e i grandi eventi

Seguendo le indicazioni della letteratura, in particolare quelle di Leo K. Jago che ha formulato la suddivisione che stiamo analizzando, si possono definire un *Major event* come un evento speciale, basato su grande bacino di attrazione e di prestigio, in grado di attirare una grande folla e un'ampia attenzione dei media. Tali eventi hanno spesso una tradizione e incorporano festival e altri tipi di eventi. Sono costosi da mettere in scena, ma allo stesso tempo sono in grado di attirare fondi nelle dalle istituzioni locali che lo ospitano e, per la loro grandezza, hanno la capacità di lasciare al sul territorio un'importante eredità, positiva o negativa, dal punto di vista economico, sociale, politico, nonché ambientale.

Basandosi sulla letteratura di riferimento, si possono rintracciare alcune caratteristiche che vengono attribuite maggiormente agli eventi speciali. Ovvero:



Fonte L. K. Jago 1997

- Attrarre turisti o sviluppo turistico;
- Essere di durata limitata;
- Essere un evento unico o raro;
- Sensibilizzazione, immagine o profilo di una regione;
- Attrarre l'attenzione dei media;
- Avere un grande impatto economico;
- Essere fuori dal comune o unico.

I *major events* includono al loro interno gli *hallmark events* e i *mega events* a cui vengono assegnati una serie di attributi che li caratterizzano. Essi sono infatti in grado di:

- Attrarre grandi folle;
- Coinvolgere prestigio e status;
- Attrarre fondi pubblici e locali;
- Lasciare un'eredità positiva o rinnovamento urbano;

- Coinvolgere la domanda di servizi correlati;
- Essere su scala nazionale o internazionale;
- Incorporare festival o altri eventi;
- Coinvolgere tradizione o simbolismo;
- Necessitare di un budget elevato;
- Essere su larga scala.

Gli *hallmark events* sono eventi più legati al luogo specifico in cui si svolgono, in cui la destinazione e l'evento diventano sinonimi, ma attirano pubblico e media su scala nazionale o internazionale. Per le sue peculiarità così strettamente interconnesse al luogo, se ben progettati e condotti, riescono a far rivalutare o ad accrescere la competitività e il prestigio dei luoghi ospitanti. Alcuni esempi possono essere il Festival di Sanremo o il Festival del Cinema di Cannes.

La definizione dei *mega events* è ancora fonte di dibattito tra i diversi studiosi. Sonia Ferrari lo definisce genericamente come un evento con le capacità di avere un grande impatto, non solo a livello continentale, ma anche mondiale. Anch'essi riescono ad attrarre molti finanziamenti, sponsorizzazioni e visitatori interessate al settore dell'evento.

1.5.2 I mega events

I mega-eventi possono essere definiti come eventi culturali, commerciali o sportivi su larga scala che coinvolgono ingenti investimenti di capitale e diversi gruppi di stakeholder¹⁸. Solitamente si tratta di eventi che per essere ospitati devono essere vinti attraverso delle competizioni.

In questi casi, la città o l'ente che si propone per ricevere l'evento deve formulare un'offerta, la *bid* in inglese, per dimostrare di possedere le risorse e le capacità organizzative per realizzare l'evento, e per fornire ulteriori motivazioni per cui l'ente dovrebbe essere scelto rispetto ad altri concorrenti.

I mega-eventi possono essere anche definiti come degli eventi, che sono così grandi da poter influenzare la città o le nazioni ospitanti.

Accogliere un mega evento si traduce normalmente in numerosi vantaggi economici, sociali e politici per la città ospitante. Infatti, riuscendo ad attrarre ingenti investimenti che sarebbero altrimenti difficili da ottenere, è in grado di accelerare la rigenerazione urbana, migliorare le infrastrutture e crearne di nuove, andando così ad influire anche sul benessere generale dei cittadini. Questo tipo di manifestazioni, generalmente, attirano l'attenzione dei media globali, aumentano l'afflusso di turisti e ne attraggono di nuovi, favorendo così anche l'affluenza di denaro sul territorio.

I più noti sono i Giochi olimpici, la Coppa del Mondo FIFA e la fiera mondiale dell'Expo.

Tuttavia, sono eventi che, per la loro dimensione, sono anche associati a notevoli impatti ambientali dovuti alla grande quantità di materiali da costruzione, all'utilizzo di energia e

¹⁸ Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity: Olympics and Expos in the growth of global culture*. London : Routledge. <https://trove.nla.gov.au/version/46667972>, pp. 1-30.

risorse idriche, alla generazione di rifiuti, all'inquinamento dell'aria e acustico¹⁹ che essi comportano.

Pertanto, il successo di un mega-evento non può essere misurato solo sulla base dei suoi benefici finanziari; una valutazione olistica di un mega-evento dovrebbe includere tutti gli aspetti della sostenibilità - economica, ambientale e sociale

1.5.3 La legacy

Un mega-evento come progetto complessivo è costituito dalle seguenti fasi principali²⁰: la costruzione, lo svolgimento e l'eredità. Pertanto, la pianificazione e la valutazione sostenibili di un tale progetto non dovrebbero essere focalizzate solo sull'evento stesso, ma dovrebbero tenere in considerazione tutte le sue fasi. Questo perché il principale utilizzo degli spazi che conterranno la manifestazione avverrà al termine di quest'ultima. La durata dell'evento reale infatti, anche se di un anno intero come nel caso della World Design Capital, è quasi irrilevante rispetto alla durata della fase di *legacy* misurata in decenni.

Un'eredità può essere quindi definita come l'impatto derivante dall'ospitare un mega-evento, che può essere sia positivo che negativo.

A causa dell'alto profilo di un simile progetto e dei suoi effetti significativi sulla città ospitante, gli organizzatori devono considerare gli impatti globali a lungo termine dell'intero evento piuttosto che concentrarsi sugli effetti a breve termine dell'organizzazione e della messa in scena dello stesso.

L'eredità positive sono quelle che creano benefici nel lungo periodo come la promozione del territorio, l'attrazione del turismo e degli investimenti, il miglioramento e l'utilizzazione efficiente delle infrastrutture degli eventi nel periodo post-evento. Le eredità negative si verificano ad esempio quando i luoghi creati o impiegati non vengono messi a disposizione della comunità ma vengono abbandonati, le infrastrutture non vengono utilizzate e la collettività non beneficia in alcun modo dell'*hosting* dell'evento.

Pertanto, dovrebbe essere adottato un approccio sistemico ed olistico che consideri tutte le fasi e crei benefici sul lungo termine.

¹⁹ Wang, F., Wang, K., & Wang, L. (2019). An examination of a city greening mega-event. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 538–548. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.018>

²⁰ Parkes, O. (2015). *Defining a comprehensive methodology for sustainability assessment of mega-event projects.pdf*. University College London.

1.6 Evento come sistema

L'evento per la sua complessità, si sta definendo sempre di più come un vero e proprio sistema composto non solo dagli *stakeholders* coinvolti in esso, ma anche dalle risorse utilizzate, dai servizi e i prodotti impiegati, e le relazioni che scaturiscono dall'insieme di questi elementi.

È importante che l'organizzatore sia in grado di individuare e visualizzare questa configurazione olistica dell'evento e che sappia coordinare oltre che le persone anche le risorse coinvolte.

La capacità di riconoscere le relazioni che intercorrono tra la realizzazione dell'evento e tutti i diversi elementi a cui è collegato rappresenta senza dubbio una variabile importante che può determinare il successo o meno dell'evento in sé e, senz'altro, del suo valore.

1.6.1 Gli attori coinvolti

Le parti interessate all'evento sono composte da una varietà di individui, gruppi e organizzazioni che sono influenzati o possono influenzare il risultato di un evento. Getz (1997) afferma che le parti interessate sono le persone e i gruppi coinvolti nell'evento e nei suoi risultati, compresi tutti i gruppi che partecipano alla produzione dell'evento, sponsor e finanziatori, rappresentanti della comunità e chiunque sia interessato dall'evento²¹.

Altri autori, come Allen et al.²², li hanno distinti in sei grandi gruppi:

- l'organizzazione ospitante, che si occupa attivamente della pianificazione e della realizzazione dell'evento
- la comunità ospitante, che viene considerata come un attore fondamentale in quanto vive ed opera nell'area geografica in cui si svolge l'evento. È necessario conoscerne le caratteristiche socioculturali e demografiche e individuarne le aspettative. Coinvolgere la comunità locale è un aspetto molto importante e la buona riuscita della manifestazione dipende anche dal fatto che essa venga percepita e accolta favorevolmente dal territorio.
- i partecipanti e gli spettatori. Parte di essi sicuramente confluisce dalla comunità ospitante, ma vengono considerati anche tutti quegli individui che giungono dall'esterno appositamente per partecipare alla manifestazione.
- i collaboratori, figure con un ruolo attivo nell'evento che possono essere artisti, delegati, atleti o dirigenti che prendono parte all'evento o si occupano di animare una parte di esso.
- gli sponsor e i partner, ovvero tutti quegli individui o organizzazioni che collaborano nell'organizzazione dell'evento procurando risorse di vario tipo, materiali, immateriali o economiche in cambio non obbligatoriamente di denaro ma soprattutto di visibilità d'immagine.
- i media, locali e non, che si occupano di documentare e pubblicizzare l'evento.

²¹ Donald Getz. (1991). *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold.

²² Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2008). *Festival and Special Event Management*. Wiley.

Tuttavia, possono essere individuate anche altre categorie come²³:

- i volontari, che, senza scopo di lucro, possono comunque avere un ruolo importante svolgendo servizi o fornendo risorse materiali e umane.
- Le istituzioni locali e centrali. Si tratta di *stakeholders* chiave, che possono essere coinvolte in modo diverso anche a seconda della dimensione e del rilievo dell'evento. Definiscono politiche e procedure che devono essere rispettate dagli organizzatori e possono facilitare o ostacolare la messa in atto della manifestazione.
- I servizi pubblici, in cui rientrano i servizi dei trasporti, della gestione dei rifiuti, dell'approvvigionamento idrico ed energetico, ecc. Si tratta di attori rilevanti il cui coinvolgimento può essere molto importante per il corretto svolgimento dell'evento.
- Il network economico-produttivo locale. Gli acquisti che i visitatori effettuano durante la partecipazione ad un evento non si limitano all'acquisto dell'ingresso, ma si riversano anche sul territorio tramite le spese fatte per i viaggi, il soggiorno, il ristoro, l'intrattenimento, lo shopping, ecc. coinvolgendo così diversi settori imprenditoriali locali. Questi possono quindi beneficiare nell'essere coinvolti nel sistema dell'evento e allo stesso tempo possono essere utili per estendere l'offerta che una manifestazione può offrire ai suoi partecipanti. In questa categoria possono rientrare anche le organizzazioni turistiche che possono sfruttare a loro vantaggio l'evento per promuovere la destinazione in cui si terrà e allo stesso tempo accrescono il possibile afflusso di visitatori.

C'è chi tra queste categorie distingue degli *stakeholders* primari o secondari. Ma in un'ottica sistemica questa visione scompare, per dare spazio a una visione più ampia in cui ogni attore è indispensabile per il corretto funzionamento del sistema evento. Vedere un attore come meno importante di un altro rischia di portare l'organizzatore ad avere una visione limitata e a non dare la giusta importanza a una relazione, un network, che risulta invece indispensabile alla buona riuscita del sistema.

Quest'ultimo deve essere considerato come un vero e proprio sistema vivente anche per poter rispondere e fronteggiare l'emergere di contingenze che rendano necessario il continuo adattamento dell'evento.

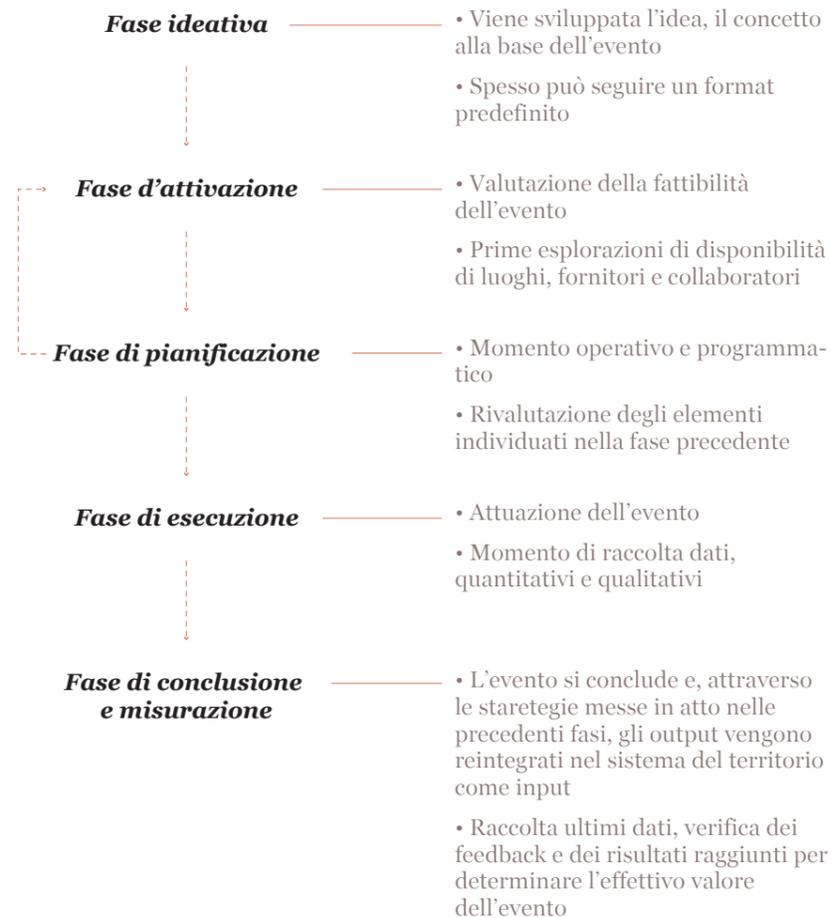
Le parti interessate aggiungono quindi vita e valore agli eventi e senza il supporto delle parti interessate, la creazione di un evento di successo può essere problematica. Per l'ente pianificatore della manifestazione si configura come indispensabile fare un esercizio di mappatura in cui individuare gli attori e le relazioni tra di esse, per poterne sfruttare le competenze e le conoscenze utili alla realizzazione dell'evento.

²³ Iasevoli, G., & Cherubini, S. (2005). *Il marketing per generare valore nel sistema evento*. 26.

1.7 Il ciclo di vita di un evento

Quando si parla di un evento bisogna ben aver presente che proprio una delle sue caratteristiche principali è la temporaneità. A prescindere dalla sua durata, più o meno prolungata, si tratta di un fenomeno che ha un inizio e una fine ben definiti. Come per un qualsiasi altro prodotto immesso sul mercato, è quindi possibile studiarne il ciclo vita.²⁴ A riguardo, la letteratura fornisce differenti suddivisioni temporali che cercano di semplificare, chi più chi meno, l'identificazione delle diverse fasi di vita dell'evento. Tuttavia, è opportuno sottolineare che nessuna schematizzazione può essere considerata come un manuale esatto da osservare e seguire pedestramente perché ogni evento, come si è già detto, è unico e differente da un altro ed in quanto tale, anche la sua organizzazione è flessibile e in grado di adattarsi alle necessità e gli obiettivi dell'evento.

Cercando di semplificare i diversi steps di un evento, si può identificare una prima fase preliminare che al suo interno ingloba la fase di ideazione, quella di valutazione ed infine quella di pianificazione.



²⁴ Argano, L., Bollo, A., Sega, P. D., & Vivalda, C. (2005). *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*. Franco Angeli.

Non si tratta di un flusso totalmente lineare, ma anzi vede spesso gli organizzatori dover far passi indietro, rivalutare decisioni, collaborazioni e tempistiche.

La fase ideativa, come dice il termine stesso, è quella in cui l'evento viene sviluppato nei suoi contenuti, nelle sue caratteristiche fondamentali e nei suoi principali obiettivi. Spesso, quando si fa riferimento a grandi eventi come le Olimpiadi o, come nel nostro caso, delle World Design Capital, alcuni dei caratteri e delle finalità sono già determinate dal *format* stesso dell'evento. Ma ciascuna edizione ovviamente possiede delle peculiarità che sono definite di volta in volta.

La seconda fase è quella di attivazione. In questa gli organizzatori devono valutare la fattibilità dell'evento andando ad effettuare le prime esplorazioni, operazioni preliminari e ad individuare le disponibilità esistenti come luoghi, fornitori, collaboratori, ecc. si tratta di una fase strategica molto importante perché da essa dipendono anche i successivi sviluppi nella fase di elaborazione dell'evento.

Successivamente si passa alla vera e propria fase di pianificazione, momento estremamente delicato. Grazie alle informazioni raccolte nelle fasi precedenti, inizia la stesura di una programmazione dell'evento, andando a definire nel dettaglio le attività, le tempistiche, le risorse da rintracciare. È questa inoltre la fase in cui si deve realizzare il vero e proprio sistema dell'anno: devono essere messi in connessione e relazione i diversi attori e le diverse risorse che andranno a concorrere alla realizzazione dell'avvenimento.

Si tratta di un momento molto importante anche per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari perché è in questa fase che si sanciscono in modo più consolidato le *partnerships* e le *sponsorships* necessarie al sostentamento dell'evento.

È una fase molto critica in cui spesso l'organizzatore deve riuscire a tener sotto controllo contemporaneamente numerose attività ed essere in grado di apportare cambiamenti quando necessario in modo rapido ed elastico.

Si arriva finalmente alla fase esecutiva in cui vengono attuati tutti i piani precedentemente studiati e l'evento si realizza. In questo momento è già possibile avere un primo riscontro sul lavoro effettuato dagli organizzatori e vengono coinvolti altri attori fondamentali come il pubblico e la logistica.

A questo punto si passa allo *step* conclusivo che si può suddividere tra la fase di completamento e quella di valutazione.

La fase di completamento potrebbe essere inclusa nella precedente, ma per la sua importanza richiede un'analisi a sé. Oltre ad essere il momento in cui si svolgono importanti attività amministrative²⁵, è lo *step* in cui, in ottica sistemica, gli output dell'evento devono essere correttamente coordinati per essere reimmessi come input sul territorio. Che si tratti di risorse, prodotti, servizi o competenze è essenziale che esse non siano disperse o accantonate ma che rientrino a far parte del sistema del territorio grazie anche alle valutazioni, i piani e gli accordi fatti nelle precedenti fasi.

Infine, si arriva al momento di valutare il lavoro svolto e di verifica dei feedback e dei risultati, ciò non solo per stimare la complessiva buona riuscita o meno dell'evento ma anche per poterne determinare l'effettivo valore. Risulta evidente che non si tratti di un processo facile e che debba essere affidato a figura con esperienza, multi-competenza, multifunzionalità e capacità di controllare la complessità della situazione.

²⁵ Come suggerito in Argano et al.

1.8 L'impatto degli eventi

I grandi eventi hanno effetti considerevoli sul territorio in cui si svolgono e possono generare conseguenze positive quanto negative. Si può affermare che un evento sia in grado di lasciare sul territorio una vera e propria eredità, sia tangibile, come mutamenti urbanistici e infrastrutturali, che intangibili legati al tessuto sociale, alle relazioni che si creano durante la realizzazione dell'evento e di immagine del luogo.

Il processo di valutazione di un evento si fonda su un grande lavoro di osservazione, monitoraggio e misurazione che rende necessitano un grande dispendio di tempo ed energie ma che risulta essere fondamentale per valutarne il valore effettivo, non solo a livello finanziario ma anche socioculturale ed ambientale. La raccolta di dati utili alla valutazione dell'evento deve essere raccolta non solo a posteriori ma anche durante lo svolgimento dello stesso.



impatto economico

produce e rafforza effetti nell'economia di mercato del territorio



impatto sociale

rafforza il senso di appartenenza e crea nuove infrastrutture e attività



impatto ambientale

può modificare, anche negativamente il territorio circostante

1.8.1 Impatto economico

Secondo S. Cherubini è possibile analizzare tre dimensioni valoriali che possano essere l'indice dell'impatto economico di un evento.

La prima dimensione è quella del **valore diretto** che è prodotto dal comportamento di spesa del pubblico che ha preso parte all'evento e sono considerati ad esempio gli introiti derivanti dall'acquisto dei biglietti, degli spostamenti effettuati per raggiungere il luogo, per il vitto e alloggio, ecc. Vanno inoltre considerate tutte le spese che l'azienda organizzatrice effettua per la realizzazione dell'evento (come spese per gli allestimenti, la comunicazione o la promozione) che generano sul territorio flussi monetari collegati all'evento e che non avrebbero potuto aver luogo senza di esso.

Altro aspetto è quello del **valore indiretto**: si tratta dell'impatto prodotto dal tessuto economico locale. Sostanzialmente si tratta delle spese che sia gli organizzatori dell'evento, sia le diverse imprese hanno dovuto effettuare per implementare le loro attività economiche per poter far fronte all'incremento di richiesta di servizi. Si tratta di attività economiche come l'approvvigionamento, l'assunzione di nuove risorse umane, ecc. che hanno così ulteriormente incentivato l'economia locale.

Infine, vi è il **valore indotto** che tiene conto dell'effetto derivante dai mutamenti a livelli di reddito e di spesa della comunità ospitante grazie alla generazione di valore diretto ed indiretto.

1.8.2 Impatto sociale

L'evento può avere un forte impatto anche a livello socioculturale. Ciò non solo perché può rafforzare il senso di appartenenza e di orgoglio civico ma perché solitamente può anche beneficiare delle nuove infrastrutture e attività che l'evento ha realizzato per il suo svolgimento. Non è tuttavia scontato che i cittadini se non vengono adeguatamente coinvolti e resi partecipi, anche attraverso la comunicazione, dei possibili benefici derivanti dall'ospitalità di un grande evento, possano risultare ostili e contrari alla manifestazione.

È quindi molto importante che, oltre a progettare e svolgere l'evento in modo corretto e vantaggioso per la comunità, vi sia un'azione di comunicazione importante con essa per prepararla ad accogliere l'avvenimento.

1.8.3 Impatto ambientale

Sono state anche intraprese ricerche considerevoli sugli impatti economici degli eventi e sono sempre più in aumento quelle che valutano l'aspetto sociale. Inoltre, negli ultimi anni si sono moltiplicate le ricerche che, in un'ottica olistica, hanno inglobato nel loro studio di impatto anche gli aspetti ambientali.

A prescindere dalla grandezza di un evento esso comporta sempre delle ricadute sul territorio che possono essere valutate sia a livello quantitativo che qualitativo. Gli impatti più critici e valutabili sono sicuramente quelli derivanti dalla produzione di rifiuti, dalla produzione di inquinamento della mobilità, il consumo di energia, acqua e risorse di altro genere.

Negli ultimi anni si è inoltre affermata l'idea che la sostenibilità ambientale di un evento non dipenda solo dalle compensazioni effettuate a posteriori ma anche dalla sua progettazione, fin dalla fase di ideazione.

I report riguardanti alla sostenibilità degli eventi sono tuttavia ancora difficili da rintracciare. Non trattandosi ancora di una pratica abitudinaria, è più facile reperire materiale di quelle manifestazioni che dichiarandosi esplicitamente come sostenibili hanno quindi un interesse a dimostrare di essere tali, e per tale ragione elaborano dei report che vengono resi pubblici.

Per la gran parte delle manifestazioni non è ancora possibile rintracciare facilmente studi sul loro impatto ambientale.

Al contrario, sono invece facilmente consultabili guide ed indicazioni che tentano di aiutare gli organizzatori verso la progettazione di un evento a basso impatto ambientale, che verranno approfondite e analizzate nel capitolo dei casi studio.

2. Sostenibilità ed eventi

2.1 Il concetto di sostenibilità

Con il XXI secolo, il problema relativo ai cambiamenti climatici e alle catastrofi ambientali è stato riconosciuto a livello mondiale come elemento che necessita di essere affrontato sia attraverso una cooperazione internazionale sia con l'impegno e lo sforzo di ogni singolo individuo. Il 1987 fu l'anno in cui per la prima volta si cercò di dare una definizione di sviluppo sostenibile. Fu infatti pubblicato il rapporto "Our Common Future", redatto dalla commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo, allora presieduta da Gro Harlem Brundtland. In questo documento è stato definito per la prima volta il concetto di sviluppo sostenibile, ovvero uno sviluppo che permette alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza dover compromettere la stessa possibilità per quelle future. Il rapporto evidenziava inoltre un forte legame tra gli aspetti ambientali e quelli economici e sociali. Questi si sarebbero dovuti tenere in considerazione nel loro insieme, come pilastri fondamentali su cui basare il concetto di sostenibilità. La protezione degli ecosistemi ed i cambiamenti climatici hanno quindi iniziato a suscitare un forte interesse a livello internazionale. La sostenibilità ambientale, dunque, grazie anche ad un esponenziale aumento della copertura mediatica mondiale, non è mai stata più attuale.

Con la definizione degli SDGs è stata sancita ulteriormente l'idea secondo cui lo sviluppo sostenibile è inscindibile, dalla sfera ambientale, oltre che da quella sociale ed economica. Tale concetto, quindi, si configura come strumento in grado di garantire una crescita complessiva di un territorio: dal punto di vista industriale, economico, sociale, demografico ed infrastrutturale.

Per assicurare alle generazioni successive la possibilità di poter godere delle stesse opportunità e risorse di cui godiamo noi oggi è necessario rimodellare la nostra concezione dei processi produttivi e la nostra idea di consumo. Lo studioso Herman Daly ha formulato due principi che dovremmo mettere in pratica per consumare in modo responsabile le risorse. Il primo è chiamato "principio del rendimento sostenibile" secondo cui la velocità di prelievo delle risorse dovrebbe essere pari alla velocità con cui esse si rigenerano. Il secondo principio, invece, sostiene che la produzione di rifiuti delle varie attività produttive dovrebbe essere pari alla capacità naturale di assorbirle.¹

Con l'aumentare dell'entità dei cambiamenti climatici e del loro rapido tasso di crescita, la protezione dell'ambiente è passata dall'essere non solo una questione di coscienza sociale e politica ma anche una questione di profonda preoccupazione comunitaria². Nonostante vi sia una preoccupazione diffusa che la "sostenibilità" implichi sia costi aggiuntivi, sia l'utilizzo di prodotti di nicchia, sta aumentando la consapevolezza che l'incorporare pratiche sostenibili all'interno delle aziende non sia solo una necessità per il bene comune, ma anche come strumento strategico sotto diversi punti di vista. Tale presa di coscienza, infatti, può costituire un vantaggio per migliorare l'immagine dell'azienda e/o del marchio da una parte e, dall'altra, produrre un risparmio sui costi³. Negli ultimi decenni, anche l'industria degli eventi ha iniziato a riconoscere la necessità di prestare attenzione alla sfera della sostenibilità.

¹ Daly, H. E. (2014). *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*. Beacon Press.

² Dickson, C., & Arcodia, C. (2010). Promoting sustainable event practice: The role of professional associations. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 236–244. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.013>.

³ Frey, S. (2016). *Green Meetings—A factor of success for a conference and event management company?* School of Management and tourism

2.2 Definire gli eventi sostenibili

Negli ultimi anni, l'industria degli eventi ha registrato una crescita straordinaria in termini di numero, diversità e popolarità⁴. L'aumento della quantità e della loro complessità degli eventi è andato di pari passo con un'importante constatazione.

Oltre ad essere necessario, è diventato anzi indispensabile che i professionisti della gestione in tale campo siano in grado di creare, organizzare e dirigere eventi utilizzando metodologie e tecnologie più attuali al fine di soddisfare le esigenze delle parti interessate.

Grazie anche all'aumento della consapevolezza nell'opinione pubblica che la problematica dei cambiamenti climatici, dell'esaurimento delle risorse disponibili, ecc., sia un tema che coinvolge l'intera comunità globale, anche il settore degli eventi ha iniziato ad affrontare la questione ed evolversi in un'ottica sostenibile.

Se si tiene conto di tutti gli eventi che si svolgono in un anno in tutto il mondo, che si tratti di festival di musica dal vivo, eventi all'aperto, competizioni sportive, campionati locali, eventi della comunità, conferenze ed esposizioni, ci si rende conto di come quest'industria diventi un elemento di notevole influenza per il suo impatto sull'ambiente circostante⁵.

Ogni qual volta vi sia un incontro o un raduno di persone, per un tempo limitato in uno spazio definito, è inevitabile che vi siano delle ripercussioni sull'ambiente circostante, in termini di utilizzo di risorse, di generazione di rifiuti e di emissione dei cosiddetti gas serra e così via. A causa delle dimensioni e dell'importanza di questo settore, risulta quindi palese la necessità di incorporare in esso pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente.

Poiché ogni evento è diverso dagli altri, in base alla propria natura, dimensione, obiettivi e numerosi altri criteri, diventa importante definirne la corretta pianificazione e misurazione delle relative prestazioni sostenibili. Nel settore degli eventi, così come in diversi campi di applicazione, la valutazione dell'impatto ambientale diventa un processo più ampio ed inclusivo in cui tutti gli aspetti ambientali e sociali sono compresi nel calcolo.⁶

Ma come possono essere quindi definiti i così detti **green event**? Possono essere descritti come sostenibili quegli eventi che vengono pianificati ed eseguiti in modo che causino il minor impatto negativo sull'ambiente, e che incorporino nel proprio processo decisionale pratiche e strategie di sostenibilità non solo per l'ambiente ma anche a livello economico e sociale⁷.

Il concetto di sostenibilità è stato incorporato per la prima volta nelle proposte di offerta per i mega eventi negli anni '90, quando il Comitato Olimpico Internazionale (CIO) sancì che le città candidate dovevano essere valutate anche sulle conseguenze ambientali dei loro piani, sottolineando così l'importanza della valutazione della sostenibilità delle Olimpiadi in termini di eredità di lunga durata.

4 Dickson, C., & Arcodia, C. (2010). Promoting sustainable event practice: The role of professional associations. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 236–244. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.013>

5 Jones, M. (2010). *Sustainable event management: A practical guide*. Earthscan.

6 Scrucca, F., Severi, C., Galvan, N., & Brunori, A. (2016). A new method to assess the sustainability performance of events: Application to the 2014 World Orienteering Championship. *Environmental Impact Assessment Review*, 56, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2015.08.002>

7 Wang, F., Wang, K., & Wang, L. (2019). An examination of a city greening mega-event. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 538–548. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.018>

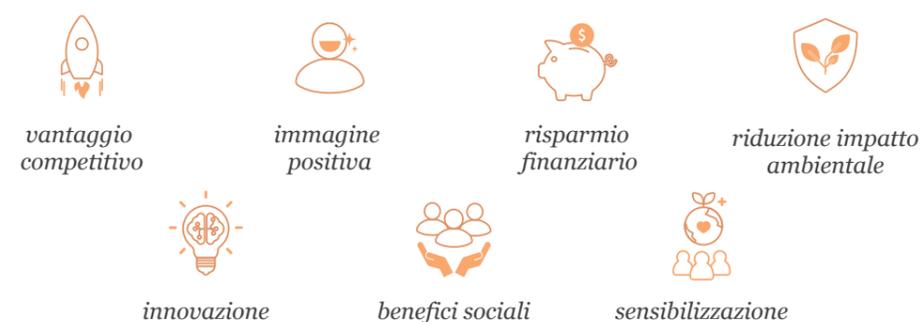
Si è iniziato quindi a cambiare atteggiamento nei confronti delle modalità di intervento sulla sostenibilità di un evento. Non si tratta semplicemente di porre rimedio ad un impatto negativo attraverso le compensazioni della CO², ma si tratta di un nuovo approccio che parte da valutazioni e scelte effettuate già dalle prime fasi di ideazione dell'evento.

È necessario infatti che gli organizzatori inizino a interrogarsi su quali obiettivi intendono raggiungere e di conseguenza su quali e quanti fronti agire per poterli perseguire. Per la buona riuscita e l'efficacia delle azioni che vengono attuate, inoltre, è necessario che esse vengano pianificate e concordate con i diversi attori in largo anticipo.

La complessità del sistema-evento rende indispensabile che gli organizzatori riescano non solo a pianificare e mettere in atto con anticipo le strategie studiate, ma anche a coinvolgere tutti gli attori che compongono il sistema, per renderli consapevoli e partecipi delle strategie introdotte.

2.1 I vantaggi

Negli ultimi anni, i vantaggi che un evento sostenibile può includere, oltre ai vantaggi ambientali, sono stati ampiamente riconosciuti e hanno acquisito rilevanza anche di fronte agli occhi degli organizzatori stessi. Essi possono includere:



- Posizionamento e vantaggio competitivo.
- Creazione di un'immagine positiva.
- Risparmio finanziario.
- Sensibilizzazione e educazione
- Attivazione di innovazioni
- Benefici sociali

Posizionamento e vantaggio competitivo

Pianificare un evento in un'ottica sostenibile evidenzia l'impegno da parte degli organizzatori nei confronti dell'ambiente e ne costituisce un carattere distintivo in grado di differenziarlo dallo scenario generale degli eventi, aggiudicandogli così un vantaggio competitivo.

Immagine positiva

A seguito della creazione di un evento a basso impatto ambientale, l'organizzazione dimostra il suo impegno per lo sviluppo sostenibile come elemento di Responsabilità Sociale d'impresa, (CSR - Corporate Social Responsibility), aumentando il prestigio e la credibilità, sia dell'evento stesso, sia degli organizzatori e i partner coinvolti.

Risparmi finanziari

Le strategie introdotte possono ridurre significativamente i costi e far risparmiare denaro. Ad esempio, utilizzando risorse e materiali più responsabili, riducendo i consumi energetici e idrici, consumando meno risorse diminuendo alla fonte l'utilizzo di materiali e di conseguenza riducendo l'insieme di rifiuti da dover smaltire⁸.

Sensibilizzazione ed educazione

Ogni incontro rappresenta un'opportunità unica per sensibilizzare maggiormente i partecipanti, il personale e i fornitori di servizi. Attraverso quest'occasione è possibile comunicare valori.

L'evento può quindi mutare la consapevolezza di tutti gli attori che entrano in contatto con esso e produrre un vero e proprio effetto moltiplicatore. Dare l'esempio può motivare gli altri a prendere decisioni responsabili ed introdurre miglioramenti ambientali e sociali non solo nella propria organizzazione ma anche nella vita di tutti coloro che sono stati coinvolti nell'evento, per un motivo o per un altro.

Attivare l'innovazione

L'organizzazione di riunioni ed eventi sostenibili può promuovere tecnologie e tecniche ecologiche innovative.

Benefici sociali

Se pianificato ed implementato con cura, l'evento dovrebbe produrre benefici soprattutto a livello locale, fornendo posti di lavoro (inclusione sociale), supportando fornitori locali e regionali, promuovendo migliori condizioni di lavoro (Convenzioni ILO; prodotti del commercio equo e solidale).

⁸ Frey, S. (2016). *Green Meetings—A factor of success for a conference and event management company?* School of Management and tourism.

2.3 Ambiti di intervento

L'evento sostenibile non cerca semplicemente di compensare il proprio impatto negativo attraverso l'acquisto di crediti di compensazione o tramite il finanziamento di progetti per lo sviluppo di energie rinnovabili o di riforestazione. Nel caso in cui non sia possibile ridurre in altro modo le emissioni di un evento, il **carbon offsetting** può essere un'utile soluzione. Tuttavia, non si tratta certo di una soluzione esaustiva e sufficiente. Un evento sostenibile deve analizzare tutte le diverse aree attraverso le quali può produrre un impatto negativo e andare ad agire su ciascuna di esse.

Quando si parla di categorie di intervento, come la mobilità, il cibo, l'energia o i materiali, bisogna sempre aver presente che non si tratta di camere stagnhe, ma di ambiti strettamente interconnessi che si influenzano vicendevolmente. Per cui, nonostante sia giusto cercare di categorizzarli e di affidare a ciascuno una serie di azioni da mettere in atto, bisogna essere consapevoli che, operando su più fronti, la loro applicazione può influenzare a cascata positivamente o negativamente tutte le altre categorie.

Alla luce di questo attraverso l'esame dei casi studio sono state quindi individuate delle macro-categorie su cui gli eventi possono indirizzare le proprie energie. Ovviamente non sarà sempre possibile concretizzare le strategie per ciascuna di esse, in quanto la loro applicazione dipende fondamentalmente dalla tipologia di evento, dalla sua dimensione e dalle possibilità e capacità degli organizzatori di saper agire e tenere sotto controllo più aspetti e piani contemporaneamente.

2.3.1 Energia

L'ambiente è influenzato dalla produzione e dalla trasmissione di energia. L'impatto di questo ambito non si riflette solo su scala locale e regionale ma anche su quella globale. Alcuni dei problemi che la produzione di energia provoca all'ambiente sono il riscaldamento globale, l'acidificazione, la perdita di risorse naturali e di biodiversità, nonché la produzione di rifiuti.

È possibile ridurre la quantità di energia utilizzata durante gli eventi attraverso attrezzature ad alta efficienza energetica, pianificazione intelligente dei consumi, campagne di spegnimento, attenta pianificazione e distribuzione di generatori mobili e alimentati con biocarburanti sostenibili. La gestione dell'energia e il miglioramento dell'efficienza energetica in un evento possono portare a considerevoli risparmi sui costi.

Il principale consumo di energia di un evento è correlato alla gestione dell'illuminazione, del riscaldamento o del raffreddamento dei luoghi dell'evento e all'utilizzo di generatori per manifestazioni *outdoor*. Nella maggior parte dei casi, l'organizzatore dell'evento non è del tutto in grado di influenzare l'approvvigionamento di energia e il suo consumo perché le sedi degli eventi spesso prevedono contratti propri per il rifornimento di energia. Il gestore dell'evento dovrebbe quindi concentrarsi sulla minimizzazione dell'impatto energetico, riducendo il consumo di energia e cercando modi alternativi per fornirla.

Se possibile, si dovrebbe sempre optare per un edificio sostenibile. Oggi le agenzie governative stanno introducendo regolamenti e sistemi di classificazione per gli edifici a cui riferirsi per poter fare una scelta guidata. In Europa, il certificato di prestazione energetica (EPC) sintetizza le caratteristiche energetiche ed il consumo di un edificio e ne classifica l'efficienza attraverso una scala da "A" a "G", dove "A" corrisponde al punteggio più alto.

L'efficienza energetica per strumentazioni elettroniche è invece certificata da altri *label* che possono essere utilizzati come elementi discriminanti qualora intervenga la necessità di acquistare apparecchiature elettroniche per l'evento.

La categoria dell'energia è correlata ed influenza le strategie relative alla scelta dei luoghi, degli alloggi, quando necessari, del *procurement*, nonché, per estensione anche delle forniture di cibo e acqua.

Si tratta di una categoria che è facilmente analizzabile e misurabile sia quantitativamente che qualitativamente e per questa ragione, ai fini anche di un'accurata analisi dell'impatto post-evento, è indispensabile prevedere di condurre una raccolta dei dati e predisporre, quando possibile, strumentazioni che la rendano ciò ancora più facile.

2.3.2 Mobilità

L'aspetto della mobilità è uno dei più impattanti e difficili da gestire perché si tratta di un impatto indotto, sul quale non è sempre semplice influire.

I partecipanti potrebbero dover viaggiare da e verso l'evento stesso e spostarsi tra le varie sedi, l'alloggio, il centro città, l'aeroporto e la stazione ferroviaria. La durata dei viaggi e il mezzo di trasporto prescelto avranno un impatto sull'emissione di CO₂ e sull'inquinamento atmosferico.

Il comportamento riguardo la mobilità degli ospiti costituisce una grande parte dell'impatto dell'evento, ma sicuramente non il solo. Deve essere preso in considerazione infatti anche l'aspetto che riguarda la logistica e la movimentazione di alcune componenti essenziali per un evento, come i materiali d'allestimento, gli equipaggiamenti, il cibo e lo staff. Bisogna inoltre considerare anche il trasporto dei rifiuti che dovranno essere smaltiti durante l'evento ed al suo compimento.

Questi impatti ambientali, tuttavia, possono essere ridotti scegliendo sedi facilmente accessibili con mezzi pubblici e altre modalità meno inquinanti come la bicicletta o la camminata. In caso non sia possibile scegliere una *location* strategica, possono essere utilizzate altre strategie come l'organizzazione di navette o l'incentivazione del modello di *sharing mobility*.

Ai partecipanti dovrebbero essere fornite informazioni chiare e visibili su come raggiungere la/le sede/i, comprese mappe, orari e informazioni pratiche. Oltre al suggerimento di mezzi di trasporto alternativi potrebbe essere proposto di compensare le proprie emissioni di gas serra⁹.

Per quanto riguarda invece la movimentazione delle componenti utili all'evento, l'organizzatore può cercare di intervenire mettendo in atto strategie per il coordinamento dei trasporti. Un'altra modalità può essere la richiesta esplicita di utilizzare un certo tipo di mezzo di trasporto, anche per lo staff. In generale, è possibile ridurre l'impatto nell'ambito della mobilità attraverso la scelta di fornitori e risorse locali in modo da accorciare fisicamente le distanze tra gli attori coinvolti e quindi le relative emissioni.

Non si tratta di una categoria facile da monitorare e misurare, ma è possibile cercare di adottare alcune misure agevolanti l'analisi.

⁹ EMAS. (2018). *Sustainable@work. Guidelines on organising sustainable meetings and events at the Commission*. European Commission, EMAS Coordination Team.

2.3.3 Cibo

Il significativo impatto ambientale delle nostre scelte alimentari sta diventando sempre più evidente, specialmente per quanto riguarda alimenti come la carne e i latticini rispetto ad alimenti a base vegetale. La pianificazione del tipo di cibo somministrato durante un evento può risultare un'ottima strategia per ridurre l'impatto sull'ambiente.

È inoltre essenziale coinvolgere la realtà territoriale, prediligendo prodotti locali e di stagione.

L'eventuale spreco di cibo, inoltre, si può diminuire determinando il numero esatto di partecipanti pochi giorni prima dell'evento o prevedendo collaborazioni con realtà del territorio per distribuire l'invenduto in forma di donazione, o, come ultima soluzione, essere trasformati in compost.

Sarebbe inoltre un'ottima soluzione quella di prediligere se possibile prodotti con certificazione organica e di commercio equo e solidale.

Il cibo comprende, infine, il tema dei materiali utilizzati per servirlo e distribuirlo, o anche le condizioni del suo trasporto e della conservazione, andando di conseguenza a lambire le categorie dell'energia, della mobilità e dei materiali.

2.3.4 Acqua

Quando si tratta del tema dell'acqua non bisogna limitarsi a considerare quella distribuita ai visitatori, che ha di per sé un forte potenziale per incidere sull'ambiente. Bisogna infatti tenere in considerazione anche l'acqua utilizzata per i servizi igienici e per la pulizia e di come possa essere ridotto il suo inquinamento attraverso la scelta di alcuni prodotti invece che altri.

Nel caso delle modalità di somministrazione, una possibile strategia da considerare è quella della distribuzione di acqua sfusa attraverso un sistema di fontane, andando ad incidere anche sull'aspetto dei rifiuti, in modo da diminuire la produzione di scarti come ad esempio le bottiglie di plastica monouso.

2.3.5 Rifiuti

Gli eventi creano rifiuti di ogni genere ed è essenziale comprendere che essi sono generati in ogni fase dello svolgimento.

I rifiuti sono probabilmente l'impatto ambientale più visibile derivante da un evento e la presenza di essi può diminuire la qualità delle esperienze dei partecipanti. Gli scarti, inoltre, possono essere costosi da smaltire. Il modo in cui essi vengono gestiti si configura come una strategia di vitale importanza per il raggiungimento della sostenibilità di un evento.

Rimane sempre utile e valido il concetto delle 3R: *reduce, reuse, recycle*. Questo sommario della gerarchia dei rifiuti stabilisce l'ordine di priorità da considerare su come gestire gli scarti. In primo luogo, ridurre, cioè evitare dove possibile o minimizzare le risorse utilizzate. Quindi riutilizzare, ovvero trovare una seconda vita utile; e, infine, assicurarsi che i materiali vengano riciclati. Ad esempio, ridurre al minimo il materiale stampato, ridurre gli imballaggi e gli articoli monouso ed evitare di ordinare più alimenti e bevande di quelli effettivamente necessari sono tra le raccomandazioni chiave che aiutano a minimizzare la generazione di rifiuti.

Per quanto riguarda il riciclaggio, dovrebbe essere istituito un sistema adeguato di raccolta e recupero. È quindi essenziale ingaggiare la comunità e i fornitori locali di servizi di smaltimento dei rifiuti e con loro determinare in anticipo quali servizi di riciclaggio e compostaggio offrono. Queste informazioni sono necessarie per determinare quali prodotti possono essere utilizzati durante l'evento e in che modo verranno istituite le strutture per differenziarli.

2.3.6 Materiali

I criteri ambientali e sociali devono essere presi in considerazione anche quando si acquistano i diversi prodotti necessari alle varie attività all'interno dell'evento, da quelli per la pulizia a quelli da distribuire come *gadgets*. In questa categoria quindi vengono raccolte delle suggestioni che dovrebbero aiutare l'organizzatore ad effettuare delle scelte sui materiali da scegliere.

I materiali utilizzati durante l'evento sono uno strumento chiave ed efficace anche per mostrare al pubblico in modo diretto gli sforzi messi in atto per la sostenibilità dell'evento¹⁰.

Prima di tutto sarebbe necessario fare una riflessione se certi prodotti siano necessari o meno e in caso lo siano, prediligere quelli con determinate caratteristiche di uso, rispettose delle risorse naturali e dell'ambiente. Ciò significa, ad esempio, pensare se sia possibile evitare o limitare l'uso delle stampe e pianificare con largo anticipo quale materiale promozionale stampato (brochure / volantini / poster) è veramente necessario per garantirne l'efficacia.

Se risulta invece necessario stampare documenti, si può scegliere di utilizzare ad esempio su carta **eco-labelled**, carta riciclata o carta composta da una miscela che ricicla le fibre e le fibre vergini provenienti da foreste sostenibili.

Nel caso risulti necessario stampare documenti, si può scegliere di utilizzare ad esempio carta **eco-labelled**, carta riciclata o carta composta da una miscela che ricicla le fibre vergini provenienti da foreste sostenibili.

Lo stesso discorso vale anche per prodotti come *gadgets*, materiale promozionale, borse e regali. Dove non è possibile evitarli, si può effettuare una selezione dei prodotti fatti con materiali sostenibili (riciclati o organici) e con uno scopo utile. Possono essere altrettanto presi in considerazione quei prodotti provenienti da progetti di economia sociale locale.

Infine, i materiali per conferenze di eventi passati potrebbero essere riutilizzati per lo stesso scopo (ad es. stand, striscioni generali) o per uno scopo diverso (ad es. vecchi striscioni trasformati in sacchetti).

Altri prodotti inseribili in questa categoria possono essere quelli per la pulizia o i materiali con cui vengono somministrati cibo e acqua o necessari per la comunicazione, la decorazione

In generale la priorità dovrebbe essere data agli articoli riutilizzabili e completamente riciclabili e altri materiali di consumo realizzati in materiale naturale anziché in plastica. Utilizzando processi di approvvigionamento sostenibili per un evento, gli impatti ambientali associati a beni e servizi possono essere significativamente ridotti.

¹⁰ GIZ, Deutsche Gesellschaft für, & Internationale Zusammenarbeit. (2018). *Guide to Sustainable Event Management*.

In caso di partner è necessario chiedere loro di allinearsi alle scelte sostenibili dell'evento e per fare ciò è indispensabile una comunicazione con essi con largo anticipo: è più facile garantire che potenziali fornitori e appaltatori adottino azioni ecologiche all'inizio del processo di approvvigionamento rispetto ad aspettarsi che lo facciano in seguito alla firma del contratto. È necessario essere chiari sui requisiti ambientali durante le gare d'appalto e assicurarsi che siano indicati nei contratti¹¹.

Fare delle determinate scelte sui materiali può influire enormemente sui rifiuti generabili, sulla riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, il consumo di energia, l'uso di risorse non rinnovabili e l'uso di acqua e il suo inquinamento. Ciò può far risparmiare denaro, migliorando anche le abitudini legate alla responsabilità ambientale lungo tutta la catena di approvvigionamento.

2.3.7 Allestimento

Inevitabilmente, durante la preparazione e lo svolgimento di un evento potrebbe essere necessario costruire o allestire degli spazi. È infatti molto probabile che si debbano assemblare strutture specifiche o aggiornare quelle esistenti, anche temporanee, come tendoni, zone di ristorazione e centri visitatori o molto più semplicemente degli spazi espositivi.

Si tratta di una tematica che richiede un approfondimento specifico perché particolarmente complessa, in quanto coinvolge altri ambiti al suo interno strettamente correlati tra loro. Non si può infatti esaurire l'argomento parlando di scelte dei materiali, che restano in ogni caso essenziali nelle variabili da tenere in considerazione. Bisogna infatti estendere le valutazioni anche alle modalità e le tecniche con cui gli allestimenti vengono ideati ed assemblati.

Per influire positivamente su questo ambito si può innanzitutto analizzare la possibilità di affittare invece che comprare del materiale per l'allestimento, che possa essere così riconsegnato a fine dell'evento e riutilizzato successivamente, ovviamente operando delle scelte e selezionando fornitori e prodotti possibilmente locali e con dei criteri di sostenibilità.

In caso ciò non fosse possibile, anche considerando degli eventuali costi maggiori, possono essere comunque effettuate delle scelte sui materiali o su come essi siano costruiti, evitando ad esempio colle e preferendo giunture mobili e ad incastro.

¹¹ New Zealand, & Ministry for the Environment. (2010). *Major event greening guide: A practical guide to reducing the environmental impact of a major event*. Ministry for the Environment.

2.4 Misurare la sostenibilità

Una volta arrivati a definire le categorie di intervento è necessario soffermarsi anche sulle riflessioni riguardanti le tipologie e le modalità con cui misurare l'effettiva sostenibilità di un evento.

Poiché gli impatti ambientali degli eventi possono essere molto diversi, ci sono una serie di approcci che possono essere seguiti nel processo di stima di questi. I metodi possono essere quantitativi e focalizzati sui risultati, oppure qualitativi e orientati al processo.

Gli approcci quantitativi si possono riferire, ad esempio, alla quantità totale dei rifiuti raccolti in un evento espressa in chilogrammi o tonnellate, o alle emissioni prodotte dai viaggi dei visitatori o le tonnellate di alimenti e bevande consumati.

Gli approcci quantitativi possono essere più semplici da misurare e possono essere identificati degli indicatori chiave da monitorare per ciascuno dei diversi ambiti di intervento prima identificati. Per far ciò è indispensabile pianificare con anticipo le eventuali strumentazioni, strategie e tecnologie da utilizzare per poter effettuare una raccolta dati efficace.

Tuttavia vi sono alcune misurazioni che risultano più difficili di altre. Mentre gli impatti diretti di alcune categorie sono facilmente misurabili, ve ne sono altri indiretti che risultano più complicati da tracciare. Si può considerare un impatto indiretto quello generato dalla filiera di produzione di un cibo o di una bevanda, oppure quello provocato dalla movimentazione di beni e risorse.

Quando non è possibile o risulta troppo complicato valutare quantitativamente le emissioni indirette, subentrano delle misurazioni diverse, di tipo qualitativo. Queste sono più orientate al processo e all'esame delle azioni intraprese a sostegno di un evento sostenibile. Un esempio a tal proposito può essere fornito nel caso dalle misurazioni effettuabili nel campo della mobilità. Infatti, quando si tratta di un evento ad accesso regolamentato o situato in un'unica **location**, è possibile calcolare approssimativamente le emissioni prodotte dei visitatori nei loro spostamenti attraverso alcune informazioni come: il codice postale o la città di partenza (informazioni reperibili al momento della vendita dei biglietti), oppure il numero dei partecipanti, le percentuali sulle modalità di trasporto utilizzati dai visitatori per raggiungere l'evento (come i dati relativi ad autobus/bus navetta, i numeri dei parcheggi e i tassi di occupazione delle auto). Quando invece non è possibile raccogliere questo genere di dati o l'evento ha luogo in sedi dislocate, calcolare le emissioni indirette dei visitatori diventa molto pressoché impossibile. In questo caso quindi si prefigura necessario valutare altri tipi di misurazione di dati qualitativi atte ad attestare le eventuali iniziative introdotte dall'organizzatore per la mobilità e la loro efficacia tramite questionari o altri strumenti di valutazione.

Che si tratti di aspetti quantitativi o qualitativi, il monitoraggio e la valutazione sono delle componenti essenziali per determinare la sostenibilità degli eventi e dovrebbero essere utilizzati come chiavi di paragone per implementare continuamente le **best practices**.

È necessario quindi predisporre un piano dettagliato per garantire che vengano raccolte informazioni su tutti gli aspetti dell'evento, prima, durante e anche dopo. Ciò garantisce la disponibilità di dati per comprendere gli effetti degli interventi volti alla riduzione dell'impatto ambientale di una manifestazione, nonché i potenziali miglioramenti delle future iniziative.

2.5 Riferimenti normativi internazionali

Negli ultimi anni, con il rafforzarsi della consapevolezza dell'aggravarsi delle problematiche ambientali, l'interesse verso le questioni ambientali è notevolmente cresciuto.

Questo cambiamento ha condotto ad un nuovo approccio nei confronti della sostenibilità, alla quale si sono avvicinati soggetti e industrie di diverso genere, che hanno percepito la necessità di svolgere le proprie attività in maniera più rispettosa del territorio.

Il 1° gennaio 2016 è stato approvato uno dei più importanti documenti per una definizione condivisa di sviluppo sostenibile a livello internazionale: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile. Si tratta di un pilastro fondamentale per il percorso verso uno sviluppo sostenibile che si fonda sulle tre variabili della sostenibilità (sociale, economica ambientale) e che con i suoi 17 *Sustainable Development Goals* mira a convogliare gli sforzi internazionali verso degli obiettivi precisi. È un documento che ha amplificato l'attenzione e l'importanza verso la tematica della sostenibilità e ha aperto la strada verso riflessioni sull'argomento in molti più settori, tra cui quello dell'industria degli eventi.

2.5.1 I Sustainable Development Goals

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile è un piano d'azione adottato all'unanimità, il 25 settembre 2015 da tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite. Essa si pone come un quadro globale di riferimento per lo sviluppo sostenibile come un modello condiviso con l'ambizioso obiettivo di porre fine alla fame nel mondo e a garantire prosperità e pace per tutti. Il cuore di questo piano d'azione sono i 17 *Sustainable Development Goals* (SDGs) che si configurano come delle vere e proprie richieste d'azione da parte di governi, industrie, società civile e pubblico di tutti i paesi, sviluppati e non, in una in una collaborazione globale.

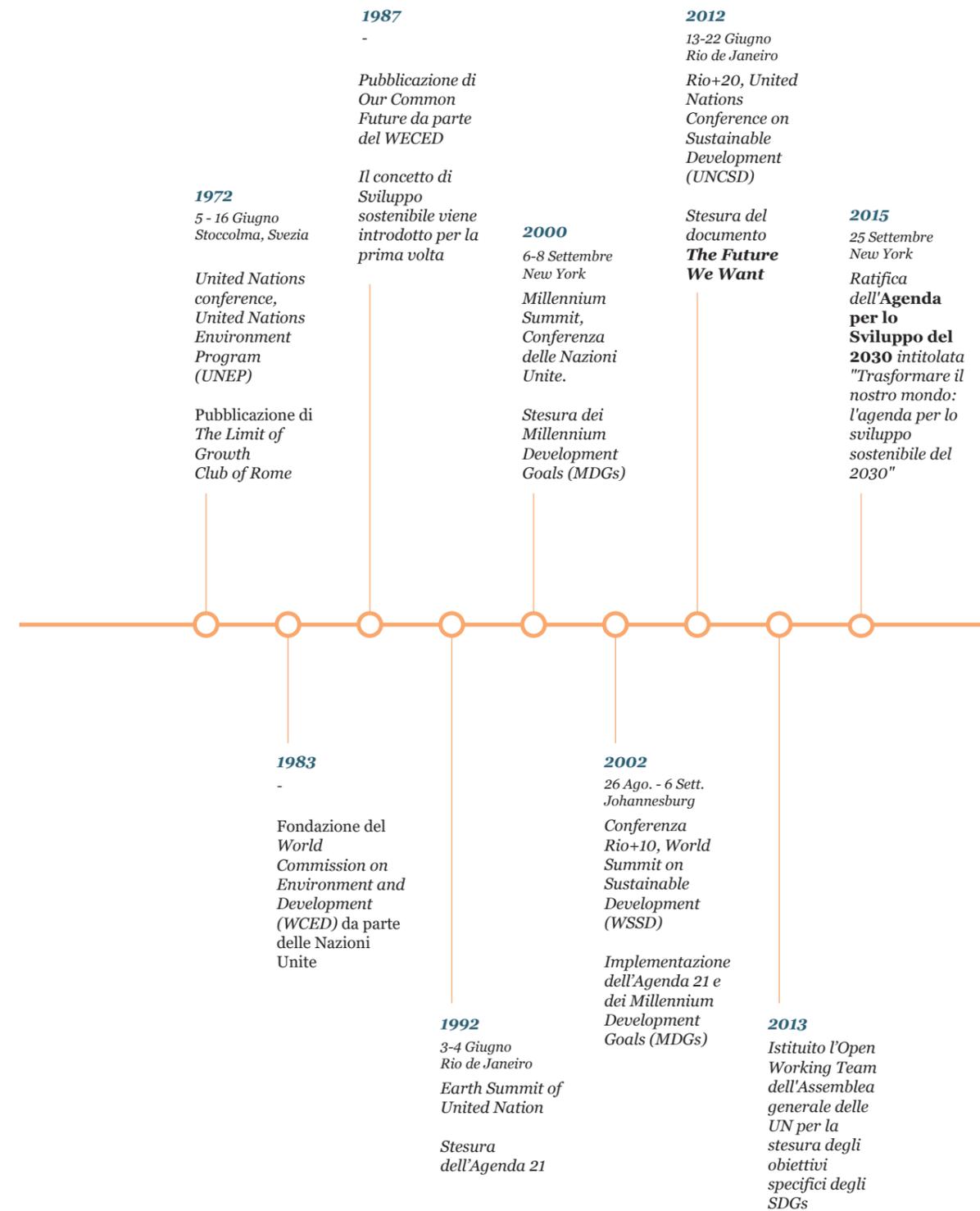
Essi riconoscono la necessità di portare avanti di pari passo azioni su diversi fronti e che solo attraverso l'interrelazione tra essi si può arrivare al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030.

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile sono:



- Goal 1 Nessuna povertà. Porre fine alla povertà in tutte le sue forme ovunque.
- Goal 2 Fame zero. Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare e migliorare la nutrizione e promuovere l'agricoltura sostenibile.
- Goal 3 Buona salute e benessere. Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età
- Goal 4 Educazione di qualità. Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti
- Goal 5 Parità di genere. Raggiungere l'uguaglianza di genere e potenziare tutte le donne e le ragazze. L'obiettivo 5 è declinato in nove target, gli ultimi tre dei quali sono riferiti agli strumenti dell'attuazione.
- Goal 6 Acqua pulita e servizi igienico-sanitari. Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e servizi igienici per tutti.
- Goal 7 Energia a prezzi accessibili e pulita. Garantire l'accesso a un'energia accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti.
- Goal 8 Lavoro dignitoso e crescita economica. Promuovere una crescita economica sostenuta, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.
- Goal 9 Industria, innovazione e infrastrutture. Costruire infrastrutture resilienti, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione.
- Goal 10 Ridurre la disuguaglianza. Ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i paesi.
- Goal 11 Città e comunità sostenibili. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili.
- Goal 12 Consumo e produzione responsabili. Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili.
- Goal 13 Azione per il clima. Intraprendere azioni urgenti per combattere il cambiamento climatico e i suoi impatti.
- Goal 14 Vita sott'acqua. Conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine per lo sviluppo sostenibile.
- Goal 15 Vita a Terra. Proteggere, ripristinare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire in modo sostenibile le foreste, combattere la desertificazione, arrestare e invertire il degrado del suolo e arrestare la perdita di biodiversità.
- Goal 16 Pace, giustizia e istituzioni forti, Promuovere società pacifiche e inclusive per lo sviluppo sostenibile, fornire accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli.
- Goal 17 Partnership per gli obiettivi. Rafforzare i mezzi di attuazione e rivitalizzare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile.

Essi sono ampi e interdipendenti, e hanno il compito di stimolare delle azioni per i prossimi 11 anni integrando tutti gli aspetti che compongono lo sviluppo sostenibile, cioè l'aspetto economico, quello sociale ed anche ambientale.



L'inizio di questo ambizioso progetto risale al 1972. In quest'anno infatti si svolse a Stoccolma, dal 5 al 16 giugno, la conferenza internazionale delle Nazioni Unite sull'Ambiente umano. È stata la prima grande conferenza delle Nazioni Unite sulle questioni ambientali internazionali e ha segnato un punto di svolta nello sviluppo della politica ambientale internazionale. A seguito della stessa fu inoltre istituito il Programma per l'ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) con sede a Nairobi, Kenya.

Lo stesso anno fu inoltre pubblicato dal Club di Roma il rapporto *The Limit of Growth*, che mandava un messaggio chiaro e forte, valido oggi più che mai: le risorse della Terra, il sistema della natura in cui tutti noi viviamo, non può sostenere i tassi attuali di crescita economica e demografica e se non vi sarà un cambiamento drastico, molto probabilmente verso il 2100 si arriverà al collasso. Lo studio fu commissionato dal Club di Roma al Massachusetts *Institute of Technology* nel 1970 che attraverso un modello computerizzato, World 3, simulava diversi scenari a seconda di cinque fattori base e al loro continuo sviluppo, ovvero la popolazione, la produzione agricola, l'esaurimento delle risorse non rinnovabili, la produzione industriale e la produzione di inquinamento. Per la prima volta, si identificava perciò il problema della crescita illimitata e si denunciava la forte necessità di porvi un freno.

Altra tappa importante nello sviluppo dei *Goals* dello Sviluppo sostenibile fu il 1987. Quell'anno fu infatti rilasciato dalla commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo (WCED) il rapporto *Our Common Future*, meglio conosciuto come il Rapporto Brundtland, dal nome dell'allora presidente della WCED, Gro Harlem Brundtland. In questo documento, infatti, per la prima volta viene introdotto il concetto di Sviluppo Sostenibile, tutt'oggi valido, che veniva definito come "quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri"¹², mettendo quindi un forte accento sulla responsabilità delle generazioni attuali nei confronti di quelle future e coniugando le esigenze di protezione dell'ambiente con quelle di crescita economica e sociale, come condizione necessaria per uno sviluppo duraturo.

Successivamente, un altro importante evento fu tra il 3 e il 14 Giugno 1992, quando i rappresentanti di 172 Paesi si incontrarono a Rio de Janeiro per il Vertice delle Nazioni Unite su Ambiente e Sviluppo. Fu un evento molto importante anche per il suo impatto mediatico e per la prima volta, oltre ai rappresentanti dei governi e i capi di stato, vi parteciparono anche 2.400 rappresentanti di organizzazioni non governative.

Durante questo incontro vennero sottoscritti tre accordi non vincolanti a livello internazionale (l'Agenda 21, la Dichiarazione di Rio, la Dichiarazione dei principi per la gestione sostenibile delle foreste) e due Convenzioni vincolanti la Convenzione sulla diversità biologica e la Convenzione quadro sui cambiamenti climatici che successivamente portò alla stesura del protocollo di Kyoto. I temi della conferenza di Rio, anche detto Summit della Terra, riaffermavano la necessità di un'azione collaborativa e aprivano il campo ad una riflessione allargata che non coinvolgeva più solo la classe politica ma anche l'opinione pubblica. Inoltre, per la prima volta si cercò di fissare dei principi utili a raggiungere più facilmente gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

¹² World Commission on Environment & Development, & Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.

Tra i principali documenti stesi durante l'incontro vi era l'Agenda 21, un vero e proprio piano di azione globale da intraprendere per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile durante il XXI secolo a livello mondiale, nazionale ma anche locale e divisa in quattro sezioni: dimensioni economiche e sociali, conservazione e gestione delle risorse per lo sviluppo, rafforzamento del ruolo delle forze sociali e strumenti di attuazione.

Un'altra pietra miliare dello sviluppo sostenibile è sicuramente il Vertice mondiale delle Nazioni Unite tenutosi nel 2002 a Johannesburg. Il World Summit on Sustainable Development (WSSD) fu un'importante occasione per riaffermare le decisioni prese durante il Summit di Rio, in particolare quelle concernenti all'Agenda 21.

Alcune problematiche vennero inoltre approfondite ulteriormente rispetto ai precedenti incontri, come ad esempio il collegamento tra la povertà e la condizione dell'ambiente e vennero riaffermate le volontà da parte dei Paesi partecipanti di raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile precedentemente fissati a Rio, da cui il soprannome di Rio+10.

La novità del Summit fu quella di concentrarsi più sulla creazione di partenariati invece che sulla definizione di nuovi accordi governativi.

Successivamente a questo incontro vi fu la conferenza sullo sviluppo sostenibile di Rio+20 che si tenne nella capitale brasiliana nel 2012, vent'anni dopo la prima conferenza.

Durante questo incontro la comunità internazionale rinnovò ulteriormente il proprio impegno a favore dello sviluppo sostenibile e vennero analizzate le lacune del programma che restavano da colmare.

Nella discussione di Rio+20 si affrontò per la prima volta in un'assemblea delle Nazioni Unite l'idea degli SDGs, che erano stati proposti l'anno precedente in occasione di un evento di preparazione a Rio+20. Fu inoltre prodotto un documento noto come *The Future We Want* che trattava alcuni temi chiave come lo sradicamento della povertà, l'energia, l'acqua e l'igiene, la salute e l'insediamento umano, tematiche.

Nel gennaio 2013, fu istituito un gruppo di lavoro aperto di 30 membri dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite per lavorare ad una proposta sugli obiettivi degli SDGs. Dopo diverse sessioni dell'Open Working Group, vennero presentata la proposta di 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile.

L'Agenda di sviluppo post 2015 fu un importante processo che fu condotto dalle Nazioni Unite dal 2012 al 2015 per definire il quadro di sviluppo globale che sarebbe stato guidato attraverso gli otto Obiettivi di sviluppo del Millennio. Tuttavia, questi goals rivelavano ancora molte debolezze e lacune, motivo per cui, a partire dal 2015, vennero superate grazie alla formulazione dei 17 Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile, ratificati poi il 25 settembre 2015 con il documento intitolato *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*.

Descrizione

L'Agenda 2030 è costituita da 17 obiettivi globali di sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals*, SDGs) e dai relativi 169 target associati che dovranno essere raggiunti nel 2030 da tutti gli stati dell'ONU. Ognuno di essi ha a sua volta da uno a tre indicatori utilizzati per misurare il progresso verso il raggiungimento dell'assemblea rispettivo obiettivo. In totale vi sono 232 indicatori approvati.

L'approccio dell'agenda 2030 si basa su quattro principi fondamentali:



universalità



integrazione



diritti umani



innovazione

- **Universalità:** l'agenda 2030 è di natura globale e universalmente applicabile, tenendo conto delle diverse realtà nazionali, dei livelli di sviluppo e del rispetto delle politiche e delle priorità nazionali. È un'agenda condivisa che richiede una risposta collettiva, che richiede un rafforzamento delle pratiche e delle istituzioni di *governance*.
- **Integrazione:** l'agenda 2030 vuole il concetto secondo cui lo sviluppo sostenibile riguarda tre pilastri disconnessi tra loro. L'approccio deve bilanciare e integrare la dimensione sociale, la dimensione economica e quella ambientale, tenendo anche conto del quadro governativo.
- **Diritti umani ed equità:** le disuguaglianze non sono solo determinate dall'economia. Per raggiungere livelli base dei beni e dei servizi per tutti, migliorare la redistribuzione della ricchezza e delle risorse (sia a livello nazionale che tra paesi), avere un accesso equo alle opportunità, all'informazione e allo stato di diritto, sono necessari nuovi approcci che costruiscano queste possibilità a tutti i livelli della società.
- **Innovazione:** per consentire ai paesi di compiere passi avanti sono necessari scienza formale, conoscenza tradizionale, buon senso dei cittadini, e percorsi nuovi e innovativi. L'accelerazione e il trasferimento delle innovazioni tecnologiche è una preoccupazione comune.

Gli indicatori sono revisionati e perfezionati ogni anno da parte della Commissione statistica e sono integrati da altri indicatori sviluppati a livello regionale e degli Stati membri. Questa continua revisione e miglioramento degli indici è un processo essenziale per fronteggiare alcune questioni come l'allineamento degli indicatori con i target, lo sviluppo di metadati e la facilitazione dell'implementazione di metodologie e dati emergenti. Il monitoraggio dell'Agenda è affidato all'*High Level Political Forum* (HLPF), che si riunisce ogni anno sotto l'egida dell'Ecosoc dell'Onu, mentre ogni quattro anni la riunione si svolge sotto il controllo dell'Assemblea Generale (GA). Il suo compito è quello di valutare i progressi, i risultati e le sfide rilevanti per tutti i Paesi, nonché di assicurare che l'Agenda resti "rilevante ed ambiziosa".

Approfondendo ciascun Goal e ciascun target ad esso correlato, sono stati individuati alcuni obiettivi che possono essere di interesse anche nell'ambito degli eventi sostenibili. Si tratta di target a cui le strategie intraprese per ridurre l'impatto ambientale di un evento

si possono accostare. La maggior parte degli indicatori associati ai relativi target tuttavia, risultano poco utili ai fini della misurazione dell'impatto di un evento in quanto si riferiscono per lo più a calcoli effettuabili a livello nazionale, come il calcolo del PIL. Per questa ragione andrebbero totalmente ripensati e adattati per essere applicabili al settore degli eventi. Tuttavia rimangono degli ottimi riferimenti a cui cercare di allinearsi e da cui prendere esempio. Qui di seguito verranno elencati i target rilevati interessanti per la tematica degli eventi sostenibili.



GOAL 6 Clean water and sanitation

6.3 Entro il 2030, migliorare la qualità dell'acqua, diminuendo l'inquinamento, eliminando le pratiche di scarico non controllato e riducendo al minimo il rilascio di sostanze chimiche e materiali pericolosi. Dimezzare la percentuale di acque reflue non trattate e aumentare sostanzialmente il riciclo e il riutilizzo sicuro a livello globale.

6.3.1 - Percentuale di acque reflue trattate in modo sicuro

6.3.2 - Percentuale di corpi idrici con una buona qualità ambientale

6.4 Entro il 2030, aumentare in modo sostanziale l'efficienza idrica in tutti i settori e assicurare prelievi e fornitura di acqua dolce per affrontare la scarsità d'acqua e ridurre in modo sostanziale il numero delle persone che soffrono di scarsità d'acqua.

6.4.1 - Variazione dell'efficienza dell'uso della risorsa idrica nel tempo

6.4.2 Livello di stress idrico: ritiro dell'acqua dolce in proporzione delle risorse di acqua dolce disponibili



GOAL 7 Affordable and clean energy

7.2 Entro il 2030, aumentare in modo significativo la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale.

7.2.1 - Quota di energia da fonti rinnovabili sui consumi totali finali di energia

7.3 Entro il 2030, raddoppiare il tasso globale di miglioramento dell'efficienza energetica.

7.3.1 - Intensità energetica misurata in termini di energia primaria e PIL



GOAL 8 Decent work and economic growth

8.4 Migliorare progressivamente, fino al 2030, l'efficienza nell'utilizzo delle risorse globali nel consumo e nella produzione, nel tentativo di scindere la crescita economica dal degrado ambientale, in conformità con il quadro decennale di programmi sul consumo e la produzione sostenibili. I paesi sviluppati assumono un ruolo guida.

8.4.1 Impronta materiale, impronta di materiale pro capite e impronta di materiale per PIL

8.4.2 - Consumo di materiale interno pro capite e consumo di materiale interno per unità di PIL

8.9 Entro il 2030, elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali.

8.9.1 - Quota del PIL direttamente prodotto dal turismo e tasso di crescita

8.9.2 - Percentuale di posti di lavoro nel settore del turismo sostenibile sui posti di lavoro totali del turismo



GOAL 12 Responsible consumption and production

12.2 Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.

12.2.2 Consumo materiale interno, consumo di materiale interno pro capite e consumo di materiale interno per PIL

12.2.2 - Consumo di materiale interno, consumo di materiale interno pro capite e consumo di materiale interno per unità di PIL

12.3 Entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro capite a livello di vendita al dettaglio e di consumatori e ridurre le perdite di cibo lungo le catene di produzione e fornitura, comprese le perdite post-raccolto.

12.3.1 Indice globale di perdita di cibo

12.4 Entro il 2020, raggiungere la gestione ecocompatibile di sostanze chimiche e di tutti i rifiuti in tutto il loro ciclo di vita, in conformità agli accordi internazionali, e ridurre significativamente il loro rilascio nell'aria, nell'acqua e nel suolo, al fine di minimizzare i loro effetti negativi sulla salute umana e sull'ambiente.

12.4.1 Numero di parti degli accordi internazionali multilaterali in materia ambientale sui rifiuti pericolosi e di altre sostanze chimiche che soddisfano i loro impegni e obblighi nella trasmissione delle informazioni secondo quanto richiesto da ciascun accordo pertinente

12.4.2 - Produzione di rifiuti pericolosi pro capite e proporzione di rifiuti pericolosi trattati, per tipo di trattamento

12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.

12.5.1 - Tasso di riciclaggio nazionale, tonnellate di materiale riciclato

12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.

12.5.1 - Tasso di riciclaggio nazionale, tonnellate di materiale riciclato

12.6 Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e le multinazionali, ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nella loro rendicontazione periodica.

12.6.1 - Numero di società che pubblicano rapporti di sostenibilità

12.7 Promuovere pratiche sostenibili in materia di appalti pubblici, in conformità alle politiche e alle priorità nazionali.

12.7.1 - Numero di paesi che attuano politiche di acquisti pubblici sostenibili e piani d'azione

12.8 Entro il 2030, garantire che in tutto il mondo le persone ricevano le informazioni necessarie e acquistino consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita in armonia con la natura.

12.8.1 In che misura (i) l'educazione alla cittadinanza globale e (ii) l'educazione allo sviluppo sostenibile (compresa l'educazione al cambiamento climatico) sono integrate in (a) politiche educative nazionali; (b) curricula; (c) formazione degli insegnanti; e (d) valutazione dello studente

12.b Sviluppare e applicare strumenti di monitoraggio degli impatti dello sviluppo sostenibile per il turismo sostenibile, che crea posti di lavoro e promuove la cultura e i prodotti locali.

12.b.1 - Numero di strategie o politiche per il turismo sostenibile e di piani d'azione attuati con monitoraggio e strumenti di valutazione concordati



GOAL 13 Climate action

13.3 Migliorare l'educazione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale sui cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e allerta precoce.

13.3.1 Numero di paesi che hanno integrato la mitigazione, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e l'allarme rapido nei programmi di studio primari, secondari e terziari

13.3.2 Numero di paesi che hanno comunicato il rafforzamento della creazione di capacità istituzionali, sistemiche e individuali per attuare l'adattamento, la mitigazione e il trasferimento di tecnologia e le azioni di sviluppo



GOAL 14 Life below water

14.1 Entro il 2025, prevenire e ridurre in modo significativo l'inquinamento marino, in particolare quello derivante dalle attività terrestri, compresi i rifiuti marini e l'inquinamento delle acque da parte dei nutrienti.

14.1.1 Indice di eutrofizzazione costiera e densità di detriti galleggianti di plastica

Pro

- Sono sostenute dalla comunità internazionale
- Trasversalità degli Obiettivi
- Esprimono un chiaro giudizio contro l'attuale modello di sviluppo

Contro

- Goal non analizzati in maniera sistemica ed interconnessa. Tale categorizzazione frammentaria incoraggia il pensiero in galleria, evitando importanti sinergie e compromessi
- Conflittualità nell'applicare obiettivi studiati per essere globali su scala locale.
- Definizione lacunosa ed interpretabile delle responsabilità di monitoraggio, dalla scala internazionale a quella locale
- Conflittualità tra alcuni target e i rispettivi indicatori

2.5.2 BS:8901

L'attenzione sempre più ampia per la sostenibilità nell'organizzazione e nella gestione di un evento si è palesata anche attraverso altre istituzioni internazionali, come quella del **British Standard Institute (BSI)** che si è occupata del tema della sostenibilità e aveva sviluppato gli standard di qualità ambientale ISO 9001 e ISO 14001.).

Infatti, dopo aver affrontato la tematica e sviluppato gli standard di qualità ambientale ISO 9001 e ISO 14001, è stata la BSI a lanciare nel novembre del 2007 il primo standard mondiale per la gestione sostenibile degli eventi: il BS8901.

L'ISO BS8901:2007 *Specification for a sustainable event management system with guidance for use* ha ufficialmente segnato gli sforzi dell'industria degli eventi per avere un quadro comune per la creazione e la misurazione della sostenibilità degli eventi. Il fattore di spinta per lo sviluppo dello standard sono stati i Giochi Olimpici del 2012 a Londra, che già nella sua proposta di candidatura del 2004 aveva promesso un Olimpiade più sostenibile e aveva istituito¹³.

La norma specificava i requisiti per un sistema di gestione della sostenibilità per tutti i tipi di eventi, rivolti non solo agli organizzatori e ai responsabili delle sedi, ma anche ad altri soggetti interessati nella catena di fornitura. Nel 2009 è stata rilasciata una versione più chiara, semplice e utile di BS 8901: 2009. Lo standard ha avuto molto successo con eventi di alto profilo come la COP15 (Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici) la Microsoft Convergence 2009, entrambi certificati conforme a BS 8901: 2009.

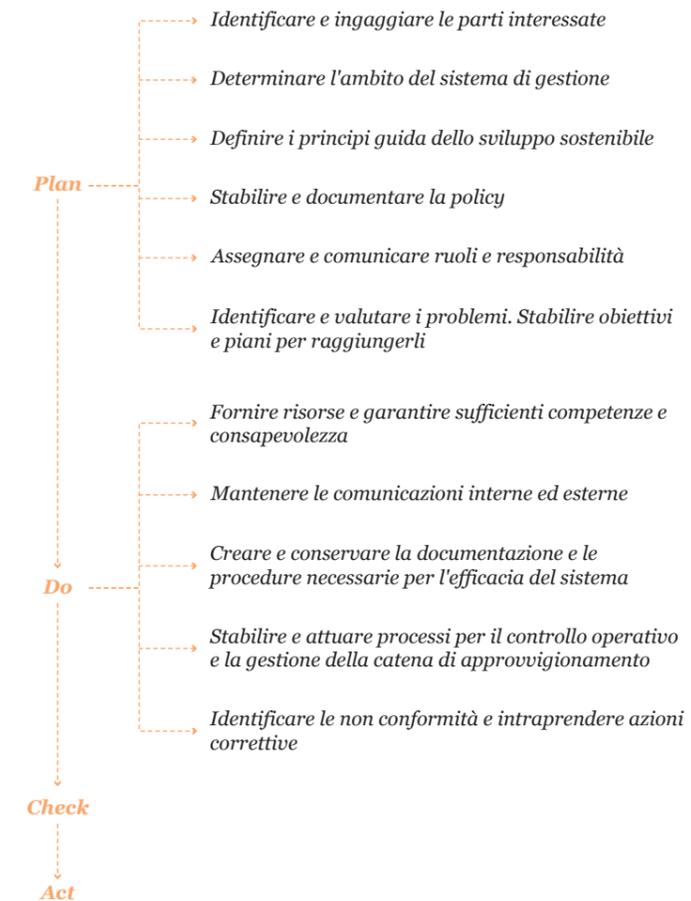
Lo standard è basato sul modello **Plan, Do, Check, Act**, che anche se non può garantire la qualità dell'output può garantirne la modalità con cui esso viene raggiunto ed è suddiviso in tre fasi¹⁴.

- Pianificazione. La prima fase riguarda la pianificazione dell'evento e richiede che un'organizzazione definisca la sua politica e il suo impegno per lo sviluppo sostenibile. Richiede di identificare le principali parti interessate, i problemi di sostenibilità e di impostare indicatori chiave di prestazione per una migliore sostenibilità degli eventi.
- Implementazione. La seconda fase richiede di definire le responsabilità, integrare il controllo operativo e la gestione della catena di approvvigionamento.
- Monitoraggio. L'ultima fase di attuazione della BS: 8901 consiste nella revisione e nella valutazione degli impatti e dei risultati economici, ambientali e sociali dell'evento.

Per ottenere la certificazione BS8901, un'organizzazione di eventi deve essere controllata in modo indipendente per garantire che i suoi processi soddisfino gli standard stabiliti nelle specifiche tecniche dettagliate per lo standard e, a seguito di una verifica riuscita, l'organizzazione può dichiarare che è conforme a BS8901 e ha diritto a usarlo sul suo materiale di marketing.

¹³ Andriola, L., Luciani, R., Poncina, R., & Sonnino, S. (2010). *I Sistemi di gestione degli eventi sostenibili secondo lo standard BS 8901*. 6.

¹⁴ Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2012). *Events Management: An Introduction*. Routledge.



2.5.3 ISO 20121

Grazie al largo interesse che il BS 8901 aveva raccolto, questo standard si è poi evoluto in standard internazionale: l'ISO 20121. È stato lanciato nell'estate del 2012 in coincidenza con i Giochi Olimpici e Paralimpici ed è diventato il primo standard internazionale per la sostenibilità degli eventi a livello internazionale.

La ISO 20121 è stata quindi sviluppata da eventi ed esperti standard di 25 paesi, osservando altri 10 paesi. I membri del team di sostenibilità dei Giochi di Londra 2012 erano tra le parti interessate che hanno fornito il proprio contributo ad un comitato. Ancora una volta, il nuovo standard ha avuto un enorme successo con alti tassi di adozione da parte di tutti i paesi coinvolti nel suo sviluppo.

Come ogni sistema di gestione, ISO 20121 è uno strumento per stabilire politiche e obiettivi e i processi per raggiungerli. Lo standard specifica gli elementi richiesti da un'organizzazione, che devono essere attuati per ottenere la "certificazione". La ISO 20121 non trasmette però i dati richiesti come una lista di controllo, ma sono rappresentati in un documento intricato e complesso. Ciò ne rende spesso difficile la comprensione e l'applicazione dei requisiti richiesti da parte degli organizzatori. Per questa ragione, sono

sorte nate molte aziende ed imprese che hanno come scopo quello di guidare ed aiutare gli organizzatori degli eventi alla comprensione e all'applicazione dello standard ISO.

Il nuovo standard ha esteso la portata dei suoi predecessori e ora si applica a tutti i tipi e dimensioni di organizzazioni coinvolte nel settore degli eventi. Copre l'organizzatore dell'evento, la forza lavoro, la catena di approvvigionamento, i partecipanti, gli organismi di regolamentazione e la comunità. Oltre a esaminare gli impatti ambientali di un'azienda, lo standard affronta anche sia gli impatti sociali, tra cui la salute e la sicurezza, la giustizia sociale e le questioni culturali, sia gli impatti economici, tra cui il ritorno sugli investimenti, il valore e il rischio per gli azionisti¹⁵. Lo standard aiuta quindi a migliorare la sostenibilità di alcune aree come i locali, i trasporti, il riutilizzo di rifiuti da demolizione, il riciclaggio e la fornitura di cibo più sostenibile¹⁶.

Anche l'ISO 20121 si basa sul modello **Plan, Do, Check, Act** e, dal momento che si concentra molto sulla fase di pianificazione, la prima parte è quella che richiede maggior attenzione e tempo.

Offrendo un linguaggio internazionale comune per la gestione degli eventi, l'ISO 20121 fornisce un quadro unico a cui riferirsi e da utilizzare per gare d'appalto e confronto di offerte, tuttavia il lessico utilizzato per renderlo uno standard internazionale è uno dei suoi aspetti negativi.

Infatti, una delle maggiori problematiche riscontrate riguarda la difficile comprensione della terminologia specifica. Ciò, infatti, non agevola nel suo utilizzo gli organizzatori che, solitamente, non posseggono competenze specifiche riguardanti gli standard.

Pro

- Standardizza i requisiti necessari
- Flessibile a diversi tipi di eventi
- Guida l'organizzatore nelle varie fasi di pianificazione

Contro

- A pagamento
- Scritto con un linguaggio troppo complesso
- Richiede competenze troppo specifiche

¹⁵ History of ISO 20121—Green Element. (s.d.). Recuperato 4 novembre 2019, da <https://www.greenelement.co.uk/blog/history-of-iso-20121/>

¹⁶ GRI-Global Reporting Initiative. (2012). *Sustainability Reporting Guidelines & Event Organizers Sector Supplement*.

2.5.4 Global Reporting Initiative (GRI)

Nel 2012 è stato lanciato l'Event Organizers' Sector Supplement (EOSS) grazie alla collaborazione di esperti del settore e ONG attinenti alla tematica. Il GRI elabora linee guida che mirano ad aiutare le organizzazioni a preparare report di sostenibilità aiutandone la standardizzazione a livello internazionale. Il supplemento al settore degli organizzatori di eventi fornisce una guida ai rapporti adattata per questo settore, includendo eventi aziendali (tra cui mostre, incontri e conferenze), eventi sportivi ed eventi culturali (compresi i festival). Gli organizzatori di eventi possono utilizzare questa guida per produrre resoconti sia per eventi periodici che non. La guida copre l'intero ciclo di vita del progetto di un evento dalla candidatura per un appalto, alla pianificazione, esecuzione e, infine, alla conclusione. Lo strumento può essere utilizzato quindi sia per fare un report del pre-evento che del post-evento. Questo strumento aiuta gli organizzatori a rispondere alle crescenti aspettative e richieste di trasparenza e divulgazione delle strategie attuate per la sostenibilità.

La chiave del reporting GRI è il concetto di "materialità". Ciò significa riferire su ciò che è importante e rilevante per l'organizzazione e le parti interessate. Include anche i concetti di controllo o influenza. Il GRI raccomanda una scala flessibile di dettagli di rendicontazione sulla sostenibilità, a seconda del livello di controllo o influenza significativa che un'organizzazione ha sulla gestione di un determinato problema¹⁷. Il GRI classifica i report in base ai livelli di applicazione A, B o C, indicando la misura in cui la guida del GRI è stata applicata in un report¹⁸. Comunicano quindi quali parti del *framework* di reporting sono state affrontate, quali set di informazioni, che variano a seconda dei diversi livelli. Il GRI separa i report di sostenibilità nelle categorie e sottocategorie di sostenibilità economica, ambientale e sociale (ulteriormente suddivisa in *pratiche di lavoro e lavoro dignitoso, diritti umani, società e responsabilità del prodotto*). Per lo sviluppo della guida, l'EOSS ha sia elaborato dei nuovi indicatori, sia esaminato ed implementato quelli già esistenti con dei testi che li spiegassero e adattassero per l'*event industry*¹⁹. Il supplemento completo include quasi 100 indicatori tra cui è possibile scegliere e tra cui gli organizzatori devono valutare quali siano i più appropriati per il proprio evento. Non devono essere infatti presi tutti in considerazione ma devono essere adottati o meno a seconda delle necessità dell'occasione. Molti degli indicatori sono allineati ai principi di sviluppo sostenibile.

Pro

- Differenziazione per livelli di applicazione del GRI
- Guida per creare report

Contro

- Vastità di indicatori possibili tra cui scegliere che non fanno riferimento alle azioni messe in pratica
- Slegato dall'aspetto più prescrittivo e di guida alla pianificazione di strategie

¹⁷ Jones, M. (2010). *Sustainable event management: A practical guide*. Earthscan.

¹⁸ GRI-Global Reporting Initiative. (s.d.). *GRI Event Organizers Sector Supplement—Summary guide*.

¹⁹ GRI-Global Reporting Initiative. (2012). *Sustainability Reporting Guidelines & Event Organizers Sector Supplement*.

Qui di seguito alcuni degli indicatori specifici del settore:

- E01 Impatti economici diretti e creazione di valore a seguito di iniziative di sostenibilità.
- E02 Modalità di trasporto adottate dai partecipanti e dai partecipanti in percentuale del trasporto totale e iniziative per incoraggiare l'uso di opzioni di trasporto sostenibili.
- E03 Impatti ambientali e socioeconomici significativi del trasporto di partecipanti e partecipanti da e verso l'evento.
- E04 Espressioni di dissenso per tipo, problema, scala e risposta.
- E05 Tipi e impatti delle iniziative per creare un evento socialmente inclusivo.
- E06 Tipi e impatti delle iniziative per la crittografia di un ambiente accessibile.
- E07 Numero e tipi di lesioni, decessi e incidenti soggetti a notifica per i partecipanti e altre parti interessate.
- E08 Percentuale e accesso a cibi e bevande che soddisfano le politiche dell'organizzatore o gli standard locali, nazionali o internazionali.

Sono stati inoltre creati due nuovi aspetti: **Sourcing e Legacy**.

Gli indicatori di approvvigionamento sono i seguenti:

- E09 Tipo e performance di sostenibilità delle iniziative di approvvigionamento.
- E10 Tipo, importo e impatto dei benefici, finanziari e in natura, ricevuti dall'organizzatore dell'evento dai fornitori.

Gli indicatori legacy sono i seguenti:

- E11 Numero, tipo e impatto delle iniziative di sostenibilità progettate per sensibilizzare, condividere conoscenze e impatto sul cambiamento di comportamento e sui risultati raggiunti.
- E12 Natura ed estensione del trasferimento di conoscenze sulle migliori pratiche e lezioni apprese.
- E13 Numero, tipo e impatto dei lasciti fisici e tecnologici.

Qua di seguito sono invece riportati gli indicatori relativi alla macro-categoria **Environment**.

Aspetto: **Materiali**

- EN1 Materiali utilizzati per peso o volume.
- EN2 Percentuale di materiali utilizzati che sono materiali di input riciclati.
- Aspetto: Energia
- EN3 Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.
- EN4 Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte primaria.
- EN5 Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.
- EN6 Iniziative per fornire eventi, prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e riduzioni del fabbisogno energetico a seguito di queste iniziative.
- EN7 Iniziative per ridurre il consumo indiretto di energia e riduzioni raggiunte.

Aspetto: **Acqua**

- EN8 Prelievo totale di acqua per fonte, iniziative e risultati di conservazione e miglioramento.
- EN9 Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.
- EN10 Percentuale e volume totale di acqua riciclata e riutilizzata.
- Aspetto: Biodiversità

- EN11 Ubicazione e dimensioni dei terreni di proprietà, in affitto, gestiti o adiacenti ad aree protette e aree ad alto valore di biodiversità al di fuori delle aree protette.
- EN12 Descrizione di impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità nelle aree protette e aree ad alto valore di biodiversità al di fuori delle aree protette.
- EN13 Habitat protetti o ripristinati.
- EN14 Strategie, azioni attuali e piani futuri per la gestione degli impatti sulla biodiversità.
- EN15 Numero di specie della Lista rossa IUCN e specie della lista di conservazione nazionale con habitat nelle aree interessate dalle operazioni, per livello di rischio di estinzione.

Aspetto: **Emissioni, effluenti e rifiuti**

- EN16 Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso.
- EN17 Altre emissioni indirette di gas a effetto serra rilevanti per peso.
- EN18 Iniziative per ridurre le emissioni di gas a effetto serra e risultati raggiunti.
- EN19 Emissioni di sostanze che riducono lo strato di ozono in peso.
- EN20 NO, SO e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso.
- EN21 Scarico totale di acqua per qualità e destinazione, iniziative e risultati di miglioramento.
- EN22 Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento e iniziative per la gestione dei rifiuti e dei loro risultati.
- EN23 Numero totale e volume di sversamenti significativi.
- EN24 Peso dei rifiuti trasportati, importati, esportati o trattati considerati pericolosi ai sensi della Convenzione di Basilea Allegato I, II, III e VIII e percentuale di rifiuti trasportati spediti a livello internazionale.
- EN25 Identità, dimensioni, stato protetto e valore della biodiversità dei corpi idrici e degli habitat correlati significativamente interessati dagli scarichi di acqua e deflusso dell'organizzazione.

Aspetto: **prodotti e servizi**

- EN26 Iniziative per mitigare gli impatti ambientali di eventi, prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.
- EN27 Percentuale di prodotti venduti o forniti e relativi materiali di imballaggio, che vengono recuperati per categoria.

Aspetto: **conformità**

- EN28 Valore monetario delle multe significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi e regolamenti ambientali.

Aspetto: **trasporto**

- EN29 Impatti ambientali e socioeconomici significativi del trasporto di prodotti e di altri beni e materiali utilizzati per le operazioni dell'organizzazione e per il trasporto di membri della forza lavoro.
- E02 Modalità di trasporto adottate dai partecipanti e dai partecipanti in percentuale del trasporto totale e iniziative per incoraggiare l'uso di opzioni di trasporto sostenibili.
- E03 Impatti ambientali e socioeconomici significativi del trasporto di partecipanti e partecipanti da e verso l'evento e le iniziative prese per affrontare gli impatti.

Aspetto: **nel complesso**

- EN30 Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipologia.

2.5.5 Accepted Practices Exchange (APEX)

Gli standard sono stati sviluppati in collaborazione tra APEX (the Convention Industry Council's Accepted Practices Exchange) e ASTM, un'organizzazione di sviluppo di standard internazionale certificata, con l'appoggio della US Environmental Protection Agency e dal Green Meeting Industry Council (GMIC).

Lo standard ASTM / APEX fornisce una struttura più prescrittiva ed è configurato come una serie di liste di controllo in cui ti vengono forniti dettagli su "cosa" dovresti fare. In totale ci sono 9 standard indipendenti, ciascuno relativo a una particolare parte di un evento:

- Alloggi
- Audio-visivo
- Destinazioni
- Mostre
- Cibo e bevande
- Luogo di incontro
- Ufficio sul posto
- Trasporto
- Materiale di comunicazione e marketing

A sua volta, ogni standard è suddiviso in 8 aree di impatto ambientale:

- Comunicazioni
- Rifiuto
- Energia
- Gestione del personale e politica ambientale
- Qualità dell'aria
- Acqua
- Approvvigionamento
- Partner della comunità

Ogni standard ha un elenco completo di specifiche. Inoltre, all'interno di ciascuno di esso, ci sono due serie separate di specifiche: una relativa ai pianificatori di eventi e un'altra ai fornitori. Infine, ci sono quattro gradi di prestazione o "livelli" che un'azienda può raggiungere, ognuno con metriche di qualificazione molto chiare. Infine, come altri standard, gli standard APEX / ASTM consentono alle aziende di richiedere la certificazione di prima, seconda o terza parte.

Pro

- Fornisce indicazioni prescrittive utili a guidare l'organizzatore
- Fornisce alcuni esempi utili
- Da la libertà agli organizzatori di dimostrare e implementare strategie innovative

Contro

- Non fornisce strumenti per la misurazione e di check di strategie implementate
- Valutazione basata solo su aspetti qualitativi

2.6 Altre certificazioni

2.6.1 GO (Green Operator) Group

Fondata all'inizio del 2011 dalla **Burks University**, dalla **Conferenza GreenEvents Europe**, dalla **Green Music Initiative** (GMI) e da **Yourope** (European Festival Association), GO Group (Green Operations) è un'associazione europea indipendente e intersettoriale aperta alle parti interessate a partecipare attivamente alla creazione di eventi più sostenibili. GO Group identifica, aggrega, comunica e condivide le migliori pratiche internazionali per ispirare le persone nel settore dei festival musicali e degli eventi a rendere le loro operazioni più ecologiche e intelligenti. Il suo obiettivo è stabilire relazioni di lavoro tra diversi gruppi industriali, organizza seminari internazionali e fornisce importanti contributi su questioni ecologiche durante la Conferenza GreenEvents Europe, la principale conferenza europea per la sostenibilità nel settore della musica dal vivo e degli eventi. Offre inoltre supporto agli organizzatori di festival per pianificare eventi sostenibili²⁰.

2.6.2 A Greener Festival

A Greener Festival è un'associazione no-profit che si occupa, a livello internazionale, di aiutare e guidare eventi e festival musicali ad adottare strategie per la sostenibilità degli stessi. Il loro impegno è diffuso su più fronti. Si occupano innanzitutto di fornire informazioni, risorse educative e di training per gli organizzatori. A questo scopo forniscono un corso di formazione aperto a chiunque, che si fonda sulle esperienze fatte nei dieci anni di attività dell'associazione. Il corso intende fornire conoscenze sulle principali categorie su cui un evento impatta a livello ambientale e su come affrontarle²¹.

Si occupano inoltre di certificare gli eventi sostenibili e dal 2007 hanno istituito anche un premio annuale per quelli che si sono distinti per le loro strategie sulla sostenibilità. Il loro impegno quindi è di carattere sia pratico che divulgativo, e mira a costruire un vero e proprio network di eventi sostenibili che possano scambiare tra di loro le **best practices** e soluzioni da tutto il mondo.

A Greener Festival ha elaborato una certificazione che include un'autovalutazione, una valutazione sul luogo dell'evento stesso e un'analisi post-evento. Ciascuna manifestazione è valutata su dieci categorie:

- Rispetto dell'ecosistema locale
- Impatto sul territorio locale
- Trasporto
- Energia
- Cambiamento nei comportamenti e Comunicazione
- Rifiuti solidi & Riciclo
- Approvvigionamento
- Analisi della CO².
- Uso e consumo dell'acqua e Acque reflue
- Conformità legale e Sistemi di gestione

In collaborazione con **International Music Conference**, organizza una serie di conferenze che raggruppano esperti del settore da tutto il mondo per divulgare l'approccio sostenibile nell'ambito degli eventi.

²⁰ Go Group | Green Operations Europe. (s.d.). Recuperato 4 novembre 2019, da <http://go-group.org/>

²¹ www.agreenerfestival.com. (s.d.). A Greener Festival. Recuperato 4 novembre 2019, da <https://www.agreenerfestival.com/>

2.6.3 Julie's Bicycle

Julie's Bicycle è un'organizzazione senza fini di lucro con sede a Londra che supporta la comunità creativa ad agire sui cambiamenti climatici e sulla sostenibilità ambientale. Fondata dall'industria musicale, con esperienza nelle arti e nella sostenibilità, Bicycle colma il divario tra le industrie creative e la sostenibilità. JB collabora con oltre 1000 organizzazioni artistiche, grandi e piccole, nel Regno Unito e a livello internazionale per aiutarle a misurare, gestire e ridurre il loro impatto ambientale. Il loro IG (Industry Green) Tool online gratuito consente alle organizzazioni di inserire alcuni dati in modo da calcolare gli impatti ambientali in CO², offrendo così uno strumento di certificazione. Si tratta di un'autovalutazione suddivisa in tre macro-categorie: impegno, comprensione e miglioramento.

La prima categoria è a sua volta divisa in diverse sezioni:

- Policy, Strategy & Responsibilities
- Procurement
- Communication and Engagement

La categoria della "comprensione" scende nel dettaglio di alcuni aspetti richiedendo all'organizzatore di rispondere in modo discorsivo rispetto a:

- Submission of energy, water, waste, business travel, production
- Attitudinal insights
- In-depth understanding of energy, water and waste
- Monitoring of other impact
- Use of data for setting targets and Key Performance Indicators in policy and action plans
- Evaluation of learning and outcomes²²

L'ultima si concentra su un'unica domanda, la quale chiede agli organizzatori se hanno ridotto o se hanno intrapreso azioni relative ad altri impatti ambientali indiretti (ad esempio aumentando in percentuale di riciclaggio).

A ciascuna di queste categorie viene assegnato una valutazione da 1 a 5 stelle in base al punteggio totale ottenuto e gli organizzatori ricevono in seguito un rapporto con tutti i risultati e gli highlights, oltre a raccomandazioni per un ulteriore miglioramento.

Per coloro che seguono il loro percorso di sostenibilità, la loro certificazione Industry Green è il marchio leader di riconoscimento per i risultati ambientali nelle industrie creative. Una valutazione a stelle Green Industry dimostra a partner, fornitori, pubblico e concorrenti un impegno per la sostenibilità.

JB ha una vasta gamma di risorse online disponibili sul suo sito Web e l'IG tool fornisce un valido strumento.

²² www.juliesbicycle.com

2.7 Considerazioni

Dall'analisi sin qui svolta si può dedurre l'ampiezza e la complessità dello scenario rappresentato dai diversi standard e dalle diverse certificazioni.

Si tratta infatti di un insieme di strumenti che pur avendo le potenzialità di offrire un valido supporto all'organizzatore, presentano alcune criticità.

Considerando i singoli strumenti, emerge che questi possano presentare delle difficoltà a livello di comprensione semantica e che implicino anche una serie di competenze pregresse non sempre possedute dall'utente. Inoltre, alcuni di questi strumenti non sono sempre così facili da reperire o sono accessibili solo a pagamento, come nel caso specifico della ISO 20121.

La massa critica di informazioni fornite nel complesso dai diversi strumenti è molto importante e corposa, tuttavia risulta non essere del tutto efficace dal momento che ciascuno dei singoli strumenti presenta delle carenze che sono state evidenziate nei focus "Pro e Contro".

Le lacune rilevate potrebbero essere colmate attraverso la corretta integrazione delle diverse funzionalità apportate dai singoli strumenti.

Questa operazione però non è sicuramente facilmente effettuabile dall'utenza comune come quella degli organizzatori.

Sarebbe quindi necessaria la creazione di un nuovo supporto che unifichi, interconnetta e razionalizzi i contenuti e le funzionalità degli strumenti analizzati per aiutare e guidare l'organizzatore verso una corretta pianificazione, gestione, monitoraggio di un evento a ridotto impatto ambientale.

3. Analisi dei casi studio

Introduzione

Dall'analisi sino a qui svolta si evince quanto il contesto degli eventi sia ampio e complesso. Il panorama di studio si allarga ulteriormente quando si relaziona l'evento al tema della sostenibilità. Come già mostrato nei capitoli precedenti, non esiste una modalità univoca, né per definire la sostenibilità di un evento né tantomeno per misurarla e documentarla.

In seguito anche all'esperienza fatta durante il periodo di collaborazione con il Comitato organizzativo di Lille World Design Capital, è stato svolto un approfondimento su alcuni casi studio per comprendere meglio quale fosse il panorama odierno di eventi sostenibili e degli strumenti elaborati per guidare gli organizzatori verso la riduzione dell'impatto ambientale delle manifestazioni.

Sono stati quindi analizzati quattordici eventi, scelti sia da contesti nazionali che internazionali.

Essi sono stati scelti secondo due principali motivazioni: o perché si trattava di eventi pubblicizzati e dichiarati come sostenibili oppure perché di essi si sono potuti rintracciare dei documenti che attestassero le strategie attuate.

Quest'ultime sono state categorizzate in sette macro-ambiti, ovvero mobilità, cibo, rifiuti, acqua, energia, componenti e iniziative di sensibilizzazione. Per ciascuna categoria sono state elencate le strategie attuate dagli organizzatori che maggiormente hanno influito sulla riduzione degli impatti negativi dell'evento.

Ho potuto effettuare una ricerca sul campo partecipando in prima persona a due degli eventi analizzati come casi studio; ho infatti preso parte al festival WeLoveGreen, tenutosi a Parigi il 2 e il 3 Giugno, e all'**événement zéro déchet** Le Trev, svoltosi invece il 1° giugno presso il Giardino ecologico di Lille.

In quest'occasione ho potuto constatare di persona le strategie introdotte per la riduzione degli impatti negativi di tali eventi e ho potuto fare un confronto tra le due manifestazioni e i loro risultati. WeLoveGreen è sicuramente stato il più interessante come caso studio da analizzare, Le Trev, inaspettatamente, ha rivelato numerosi punti deboli e lacune nonostante la piccola portata dell'evento.

In secondo luogo, sono stati presi in considerazione alcuni manuali e strumenti di consulenza o di guida per gli organizzatori nella pianificazione di un evento a ridotto impatto ambientale.

Anche questi sono stati reperiti in ambito sia nazionale che internazionale e sono state scelte appositamente guide che si differenziassero, per ampliare il più possibile lo spettro di casistiche analizzate.

Sono state selezionate 21 guide e sono state analizzate secondo diverse caratteristiche. Innanzitutto, si è voluto distinguere tra caratteristiche principali e caratteristiche secondarie.

Le prime tenevano conto di connotazioni generali come:

- l'impostazione prevalentemente cartacea o digitale della guida, in caso presentasse o meno dei link multimediali che rimandassero ad altre risorse;
- la presenza più o meno esplicita di linee guida, come indicazioni più o meno pragmatiche da seguire.

- la presenza di altri strumenti accessori come checklist di controllo, di autovalutazione o misurazione degli impatti.

Le caratteristiche secondarie tenevano in considerazione altri aspetti più specifici suddivisi tra:

- aspetti formali: valutazioni sull'aspetto grafico. È stato analizzato l'uso di iconografia, immagini, colori e layout come elementi che influiscono sulla gradevolezza e sulla facilità di comprensione visiva della guida.
- aspetti funzionali. È stata esaminata in primo luogo la facilità d'uso, come chiarezza che la guida dimostra nel suo utilizzo che può derivare dalla presenza di sezioni introduttive che spieghino all'utilizzatore come approcciarsi al documento. Sono stati considerati come aspetti funzionali importanti la presenza all'interno dei manuali di strumenti e informazioni aggiuntive che arricchissero il contenuto e rendessero più complete le informazioni fornite all'utilizzatore.
- aspetti di contenuto: considerazioni sulla presenza o meno di contestualizzazioni sulla tematica degli eventi sostenibili e sulle modalità di presentazione delle linee guida. Di quest'ultime è stata valutata sia la chiarezza sia la facile rintracciabilità all'interno del testo. Molto spesso infatti la discorsività della guida, da una parte, aiuta l'utilizzatore a comprendere meglio il contesto in cui una certa pratica viene suggerita e come essa possa essere effettivamente attuata, dall'altra, può andare ad incidere anche negativamente se fa sì che le linee guida non siano efficacemente presentate o facilmente rintracciabili all'interno della guida.

A ciascuno di questi parametri è stato assegnato un colore, verde, arancione e rosso, in base alla sua valutazione come buono, mediamente buono o negativo.

Infine, per ogni guida sono state individuate le categorie d'intervento analizzate.

3.1 Casi studio: eventi

3.1.1 Iberdrola Meeting

Iberdrola è il principale gruppo energetico spagnolo, una delle più grandi utility elettriche al mondo e leader mondiale nel settore dell'energia eolica.

In conformità con la sua Politica di gestione sostenibile, in cui il gruppo assume un impegno per la leadership nel campo della gestione sostenibile degli eventi, nel 2016 Iberdrola ha deciso di certificare l'Assemblea generale degli azionisti come un evento sostenibile basato sulla norma ISO 20121: 2012. Da allora, il Consiglio è riuscito a rinnovare ogni anno il proprio certificato di evento sostenibile.

Il gruppo Iberdrola si è affidato alla società Erronka Garbia per introdurre criteri ambientali nella progettazione, pianificazione e organizzazione dell'assemblea degli azionisti di Iberdrola che si tiene ogni anno a nel Palacio Euskalduna di Bilbao. Il progetto si focalizza sia sulla messa in atto di strategie su diversi fronti che sul monitoraggio dei diversi livelli di consumo per raccogliere i dati necessari per misurare la loro impronta ambientale, valutare l'efficacia delle misure attuate durante l'evento e fissare obiettivi di miglioramento in occasione di eventi futuri.

Le azioni si sono concentrate su sei assi: la mobilità, l'energia, le infrastrutture, l'approvvigionamento di materiali, l'acqua e i rifiuti.



Matrice

Where
Euskalduna Palace,
Bilbao

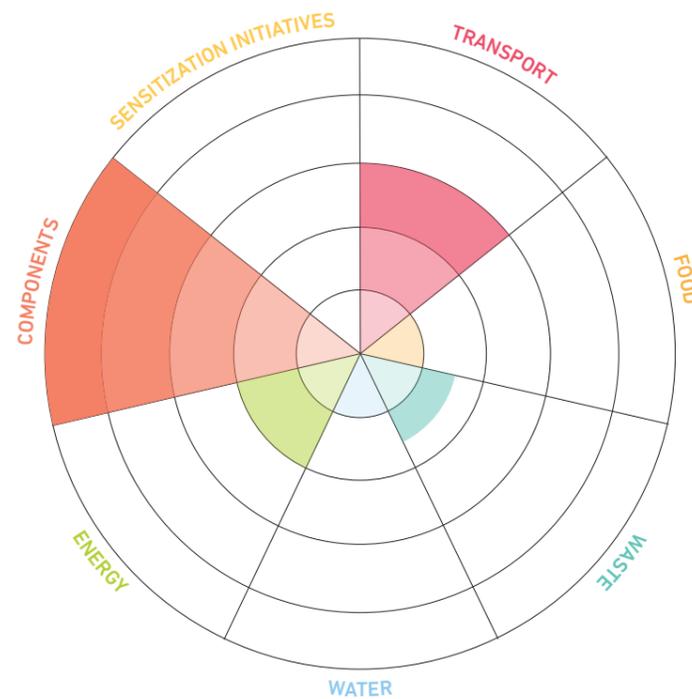
When
1 giorno

Type
Incontro per gli
stakeholders

Participants
-

In/Out
indoor

Certification
ISO 20121



TRANSPORT

- Promozione dell'uso del trasporto pubblico: Iberdrola ha firmato accordi con il Municipio di Bilbao e servizi di trasporto;
- Promozione dell'uso di veicoli puliti e / o efficienti
- Posizionamento dell'evento in un luogo facilmente accessibile;
- Offerta di un servizio gratuito di autobus di gruppo;

FOOD

- Ridistribuzione del cibo invenduto a enti di beneficenza vicini;

WASTE

- Promozione della raccolta differenziata dei rifiuti;

WATER

- Sistemi di risparmio del consumo di acqua;

ENERGY

- Utilizzo di sola energia rinnovabile;
- Utilizzo di attrezzature efficienti con certificazione di efficienza energetica;
- Sede dell'evento con installazioni di dispositivi efficienti e certificazione LEED - EBOM;

COMPONENTS

- Formulazione di una eco-policy nella selezione di prodotti e fornitori;
- Scelta di un merchandising a basso impatto ambientale: zaini realizzati in PET riciclato al 100%;
- Smaterializzazione di biglietti e programma, presenti solo su formato digitale;
- Utilizzo di divise eco-progettate di eventi precedenti: tessuti naturali al 100% e coinvolgimento di artigiani per la loro realizzazione;
- Utilizzo di strutture riutilizzate e riutilizzabili;
- Utilizzo di materiali rinnovabili a basso impatto ambientale: legno con certificazione FSC e resine acriliche in diversi elementi decorativi;
- Uso della segnalazione digitale;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

-

3.1.2 Mezza maratona di Gothenburg

Göteborgsvarvet è una gara annuale di mezza maratona a Göteborg, in Svezia. È la più grande competizione annuale al mondo in termini di iscrizioni, con i suoi 65.000 iscritti.

La gara si svolge a maggio ed è organizzata ogni anno dal 1980.

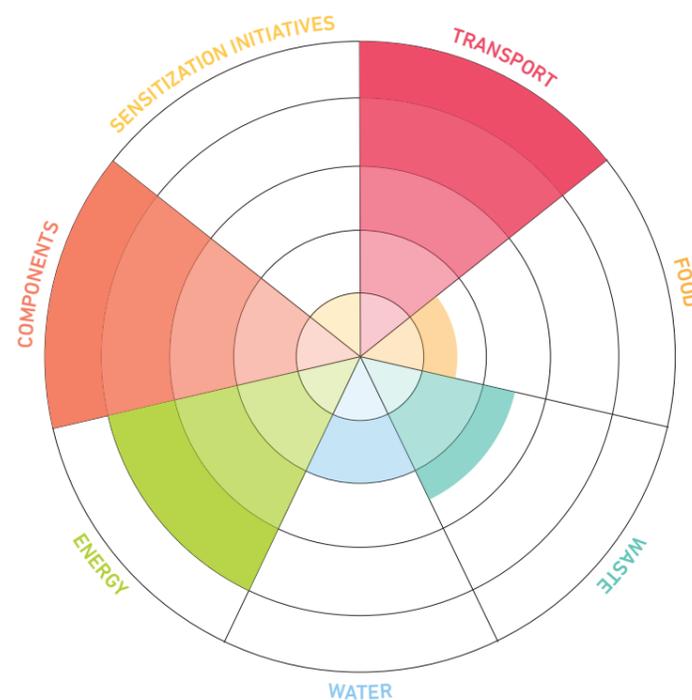
Ormai da anni gli organizzatori mirano a fare della mezza maratona di Göteborgsvarvet un evento all'avanguardia nella protezione dell'ambiente e per essere un evento più sostenibile.

La mezza maratona di Göteborgsvarvet ha ottenuto la certificazione ambientale nel 2013 dalla città di Göteborg e nella primavera del 2016 ha ottenuto la certificazione ISO 20121. Le loro strategie si concentrano sugli ambiti dei rifiuti, del cibo, delle bevande, dell'energia, della mobilità, di materiali e merchandising.



Matrice

Where
Gothenburg
When
May, 1 giorno
Type
Marathon
Participants
62.000
In/Out
outdoor
Certification
ISO 20121



TRANSPORT

- Trasporto pubblico gratuito per i partecipanti alla gara;
- Disincentivo ad usare mezzi privati: pagamento di una tassa per compensare l'impronta di carbonio;
- Organizzazione di una navetta gratuita per coloro che arrivano in traghetto;
- Coordinamento di sharing per il trasporto di materiali;
- Eco-policy riguardante i mezzi di trasporto per i dipendenti;

FOOD

- Offerta di cibo vegetariano e contenente almeno il 30% di prodotti biologici;
- Caffè, banane e latte serviti dopo il traguardo biologici e *fairtrade*;

WASTE

- Disposizione di sistemi per la raccolta differenziata;

WATER

- Sistema di distribuzione di acqua sfusa e gratuita;

ENERGY

- Utilizzo di sola energia da fonti rinnovabile;

COMPONENTS

- Tutte le borracce prodotte con materiale riciclato;
- Prodotti usa e getta realizzati con materiali biodegradabili;
- Donazione in beneficenza di tutti gli abiti da corsa che non sono stati ritirati dopo la fine della gara;
- Eco-policy per tutti gli acquisti;
- Utilizzo di prodotti con marchio di qualità ecologica, come materiali di consumo, i tovaglioli di carta, i prodotti chimici per la pulizia, la carta da copia, il materiale per conferenze e altri prodotti simili sono dotati di marchio di qualità ecologica;
- Utilizzo di plastica riciclabile per la segnaletica;
- Eco-policy per sponsor, partner e fornitori;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Beneficenza: circa 2000 slot nel Göteborgsvarvet sono riservati per beneficenza. I corridori che corrono per beneficenza hanno pagato una quota di iscrizione più alta e correranno con magliette appositamente progettate;

3.1.3 Primavera Sound

Primavera Sound è un festival musicale che si svolge tra la fine di maggio e l'inizio di giugno a Barcellona, in Spagna e a Porto, in Portogallo. La prima edizione si è svolta nel 2001 a Poble Espanyol e nel 2005 si è trasferita al Parc del Fòrum, un sito molto più grande sul lungomare. La natura del festival e l'ampia gamma di bande rappresentate hanno reso Primavera Sound un punto di incontro per artisti e spettatori di tutte le generazioni.

Consapevole del fatto che il festival di questa grandezza lascia inevitabilmente un'impronta ecologica significativa, Primavera Sound, negli ultimi anni si è dimostrata fermamente determinata ad attuare delle strategie per ridurre il suo impatto e compensarlo.

Le loro azioni si concentrano molto sulla raccolta differenziata dei rifiuti, che nel 2016 ha raggiunto l'81% del totale di rifiuti prodotti.

Già dal 2011 inoltre, Primavera Sound ha inserito nei suoi punti chiave delle politiche aziendali il calcolo e la compensazione delle emissioni di CO₂.

Altri asset su cui Primavera Sound concentra i suoi sforzi sono: la scelta e l'uso di materiali sostenibili, dalla carta, alle stampanti e ai prodotti di pulizia; la mobilità dei suoi visitatori, dello staff e delle risorse; la sensibilizzazione, non solo dello staff, ma anche del pubblico attraverso la collaborazione con la ONG Greenpeace.

Matrice

Where
Parc del Forum,
Barcelona

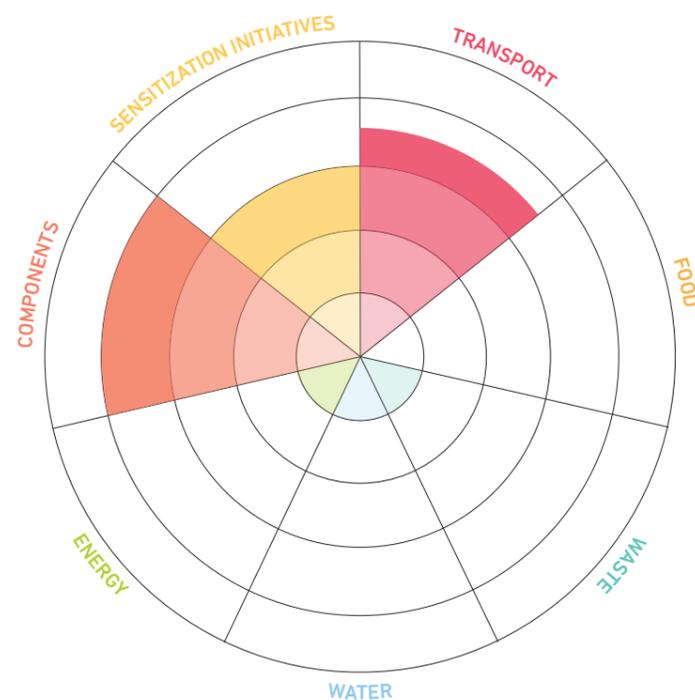
When
May-June, 3 giorni

Type
Music festival

Participants
190.000

In/Out
outdoor

Certification
-



TRANSPORT

- Disposizione di navette per gruppi;
- Promozione dell'uso del trasporto pubblico attraverso accordi con il trasporto pubblico della città;
- Parcheggio custodito per biciclette;
- Utilizzo di veicoli elettrici per i membri del personale;

FOOD

-

WASTE

- Disposizione di sistemi per la raccolta differenziata: 81% di tutti i rifiuti generati dal festival sono stati raccolti in modo selettivo sul sito del Parc del Fòrum;

WATER

- Utilizzo di toilette secche

ENERGY

- Utilizzo di illuminazione LED

COMPONENTS

- Utilizzo di carta certificata per tutto il materiale stampato;
- Utilizzo di inchiostro senza cloro e metalli pesanti o sostanze chimiche pericolose (certificato Blue Angel);
- Utilizzo di cotone organico al 100% e stampate con inchiostri a base d'acqua per le borse ufficiali del festival;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Organizzazione di sistema di supporto e informativo per tutti i fornitori del festival su questioni relative alla raccolta selettiva dei rifiuti per il riciclaggio;
- Compensazione del 100% del carbonio emesso;
- Collaborazione con l'ONG Greenpeace che è presente al festival per realizzare azioni di sensibilizzazione sociale, per cause come "Save the Arctic";

3.1.4 Giochi Olimpici Londra 2012

A seguito di un'offerta guidata dall'ex campione olimpico Sebastian Coe e dall'allora sindaco di Londra Ken Livingstone, Londra è stata selezionata come città ospitante il 6 luglio 2005. La costruzione dei Giochi ha comportato una notevole riqualificazione, con particolare attenzione alla sostenibilità. L'obiettivo principale è stato un nuovo parco olimpico di 200 ettari, costruito in un ex sito industriale a Stratford, East London. I Giochi hanno anche fatto uso di locali già esistenti prima dell'offerta.

Londra ha posto la sostenibilità al centro della sua offerta per i Giochi del 2012, incorniciata dal concetto di "Verso le Olimpiadi di un pianeta". Il Consiglio olimpico ha approvato una strategia per la sostenibilità nel giugno 2006. Questa identificava cinque temi prioritari, in cui Londra 2012 e le parti interessate ritenevano di poter avere il maggiore impatto e contribuire al meglio al raggiungimento degli obiettivi di legacy.

I temi erano:

- Cambiamenti climatici
- Emissioni di gas serra
- Rifiuti
- Biodiversità
- Inclusione
- Promozione di una vita sana: i Giochi saranno utilizzati per ispirare le persone in tutto il paese a praticare sport e sviluppare stili di vita attivi, sani e sostenibili.

Queste tematiche sono state presentate come categorie separate, ma in realtà si supportavano a vicenda e ogni tema abbracciava tutte tre le sfere della sostenibilità: economico, sociale e ambientale.

Matrice

Where
London

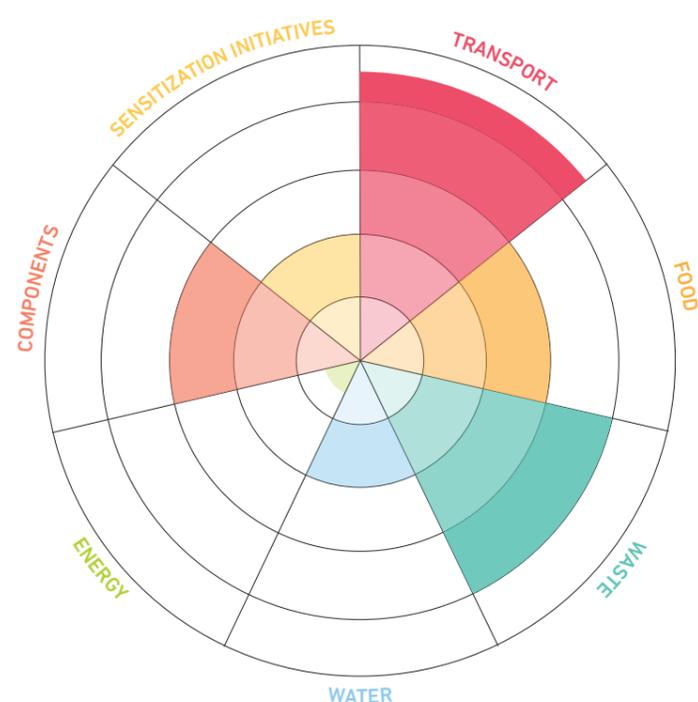
When
27 lug - 12 ago
2012

Type
Olympic games

Participants
180.000 al giorno

In/Out
outdoor/indoor

Certification
Londra 2012
ha preceduto lo
standard britannico
BS 8901 ed è stata
il catalizzatore
dell'ISO 20121.



TRANSPORT

- Offerta di un servizio navetta per le sedi olimpiche;
- Park-and-ride strategico per il Parco Olimpico
- Miglioramento dei servizi di autobus locali e requisiti per soddisfare l'Euro IV;
- Servizio di manutenzione ciclabile gratuito e parcheggio custodito per biciclette in ogni sede; nuova guida ciclistica di Londra;
- Incentivazione all'uso dei mezzi pubblici: tutti i clienti accreditati avevano libero accesso alla rete di trasporto pubblico di Londra durante i Giochi;

FOOD

- Utilizzo di cibo con marchi di garanzia come Fairtrade, Red Tractor Farm Assured e Marine Stewardship Council;
- 15,5 milioni di pasti provenienti da fonti sostenibili;
- Utilizzo di imballaggi per alimenti in materiali compostabili;

WASTE

- Sistema dei recupero dei materiali da demolizione di strutture permanenti o temporanee;
- Utilizzo del 25% di materiale riciclato e / o aggregato secondario per la costruzione di locali;
- Raccolta differenziata dei rifiuti con schema di comunicazione basato su icone;

WATER

- Sistema di distribuzione di acqua sfusa e gratuita;

ENERGY

- Utilizzo di energia, per il 9%, da fonti rinnovabili;

COMPONENTS

- Utilizzo di materiali sostenibili per i kit Games Maker: almeno il 35%;
- Utilizzo di materiali riciclati per le uniformi e le borracce presenti nel kit Games Maker;
- Attenzione e tracciabilità dei materiali per i podi, le medaglie e i fiori
- Formazione del personale per aiutare i visitatori a separare i rifiuti;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Promozione di una vita sostenibile attraverso i Giochi;
- Studio di una legacy per l'utilizzo delle strutture post-evento;

3.1.5 Giochi Olimpici invernali Pyeongchang 2018

Le Olimpiadi invernali del 2018, ufficialmente conosciute come XXIII Giochi olimpici invernali e comunemente noto come PyeongChang 2018, era un evento internazionale multi-sport invernale che si è tenuto tra il 9 e il 25 febbraio 2018 nella contea di Pyeongchang, nella provincia di Gangwon, in Corea del Sud.

Dopo due precedenti offerte, Pyeongchang è stata eletta città ospitante nel luglio 2011, durante la 123a sessione del CIO a Durban, in Sudafrica. Questa era la seconda volta che la Corea del Sud aveva ospitato le Olimpiadi, avendo precedentemente ospitato le Olimpiadi estive del 1988 a Seul, ma erano solo le prime Olimpiadi invernali che si sarebbero tenute nel paese.

I Giochi hanno caratterizzato 102 eventi in 15 discipline, un numero record di eventi per i Giochi invernali. Un totale di 2.914 atleti provenienti da 92 NOC hanno gareggiato, inclusi i debutti nazionali di Ecuador, Eritrea, Kosovo, Malesia, Nigeria e Singapore.

Gli elementi di sostenibilità sono stati integrati nella costruzione di nuovi spazi, tra cui posizione geografica, selezione dei materiali, costruzione, manutenzione e gestione dei rifiuti. Di conseguenza, le nuove sedi hanno ottenuto le certificazioni G-SEED (Green Standard for Energy & Environmental Design).



Matrice

Where
PyeongChang,
Republic of Korea

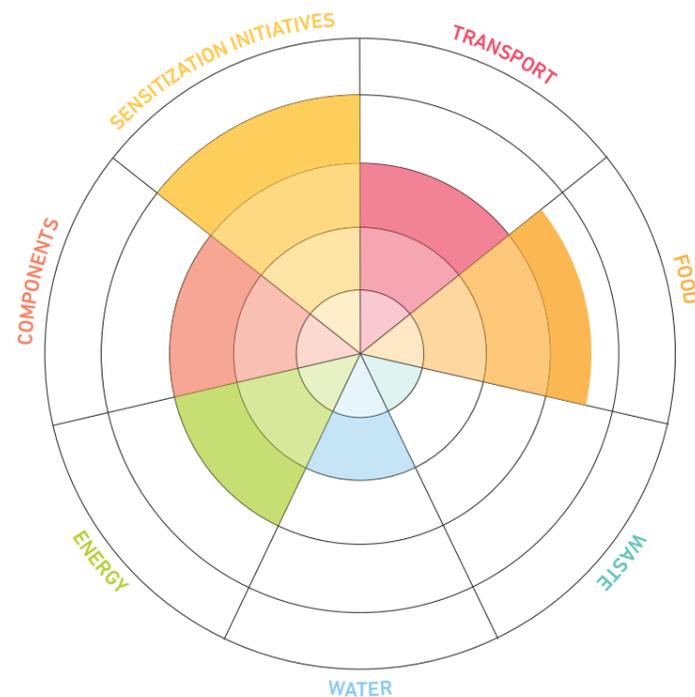
When
9 feb-25 feb 2018

Type
Olympic games

Participants
-

In/Out
outdoor/indoor

Certification
ISO 20121



TRANSPORT

- Sistema di trasporto verde;
- Creazione di parcheggi decentrati;
- Servizi di navetta che collegano i parcheggi, le maggiori infrastrutture di trasporto e le sedi dei giochi;
- Fornitura di veicoli a basse emissioni di carbonio;
- Creazione di infrastrutture di ricarica per veicoli elettrici;

FOOD

- Uso di alimenti locali;
- Eco-policy per i fornitori di generi alimentari;
- Fornire di piatti dal mondo per rispettare la diversità religiosa e culturale dei visitatori e dei partecipanti ai Giochi;

WASTE

- Disposizione di sistemi per la raccolta differenziata;

WATER

- Sistema di distribuzione di acqua sfusa e gratuita;
- Utilizzo di attrezzature ad alta efficienza idrica;

ENERGY

- Utilizzo di energia da fonti rinnovabili;
- Utilizzo di attrezzature ad alta efficienza energetica;

COMPONENTS

- Certificazione di sostenibilità delle nuove sedi costruite;
- Acquisto di forniture per ufficio a basse emissioni di carbonio;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Varie attività condotte per ripristinare l'ecosistema post-evento;
- Carbon offsetting delle emissioni;
- Studio per una legacy positiva;

3.1.6 Oracle Open World

Oracle Corporation è una multinazionale americana di tecnologia informatica con sede a Redwood Shores, California. La società vende software e tecnologia di database, sistemi di ingegneria cloud e prodotti software aziendali, in particolare i propri marchi di sistemi di gestione di database.

La Oracle OpenWorld è un evento annuale tra i più importanti sulle nuove tecnologie e sull'informatica, pensata per i clienti e i tecnici di Oracle. Si tiene a settembre a San Francisco, in California; altre edizioni si svolgono invece a Nuova Delhi, India, San Paolo, Brasile e Shanghai, Cina. Attira circa 60.000 visitatori ogni anno e comprendeva oltre 2.000 sessioni, 250 espositori e relatori provenienti da oltre 90 paesi.

Da alcuni anni la Oracle si affida all'azienda MeetGreen per integrare alcune pratiche per la sostenibilità dell'evento, per il suo monitoraggio e documentazione. Inoltre, gli obiettivi dell'evento sulla sostenibilità di Oracle OpenWorld 2018 hanno cercato di allinearsi direttamente a sei degli obiettivi di sviluppo sostenibile noti come SDG, quali:

- SDG 2: Zero Hunger,
- SDG 3: Good Health and Wellness
- SDG 4 Quality Education
- SDG 8: Decent Work & Growth Growth
- SDG 13: Climate Action
- SDG 17: Partnership to Achieve the Goal

Matrice

Where
San Francisco,
California

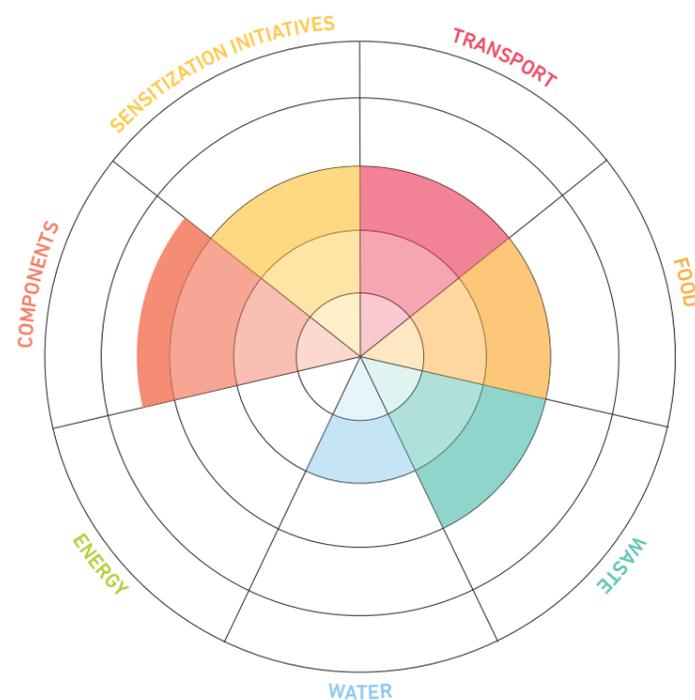
When
5 giorni

Type
Conferenza

Participants
60.000

In/Out
outdoor/indoor

Certification
-



TRANSPORT

- Creazione di mappe per informare i partecipanti sui possibili percorsi pedonali;
- Organizzazione di Pedicab gratuiti per i partecipanti;
- Utilizzo di navette per il collegamento delle sedi degli eventi
- Utilizzo di mezzi più efficienti e meno inquinanti;

FOOD

- Uso di alimenti locali: provenivano da un raggio massimo di 250 miglia da San Francisco;
- Donazione in beneficenza di pasti inventati: 2,767 parti;
- Offerta di cibi salutari, locali e biologi per i partecipanti;

WASTE

- Creazione di compost dagli scarti alimentari. Solo il 23% di tutti i rifiuti è stato compostato;
- Disposizione di sistemi per la raccolta differenziata; Solo il 37% dei rifiuti dell'evento sono stati recuperati;
- Recupero della segnaletica per essere riutilizzata in altri eventi: circa il 67 %;
- Dispiegamento di 91 volontari per aiutare i partecipanti a effettuare correttamente la raccolta differenziata dei rifiuti;

WATER

- Sistema di distribuzione di acqua sfusa e gratuita;

ENERGY

COMPONENTS

- Riciclo e riutilizzo, per l'88% della moquette;
- Riutilizzo dei murales verdi: circa 500 mq;
- Utilizzo di carta certificata FSC ;
- Noleggio di cabine, chioschi e mobili;
- Utilizzo di grafica rimovibile;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Carbon offsetting delle emissioni;
- Piantumazione di 45 alberi donati alla città;
- Carbon offsetting volontaria dei trasporti per 3,670 partecipanti all'evento;

3.1.7 ØYA Festival

Øyafestivalen è un festival musicale norvegese annuale che si tiene nel Parco Tøyen, Oslo. È cresciuto rapidamente dal suo inizio modesto nel 1999 ed è diventato uno dei festival musicali più grandi e importanti della Norvegia, che raccoglie artisti famosi da tutto il mondo.

Il festival dura quattro giorni nell'area del parco principale ed è preceduto da una serata in cui il festival organizza concerti in più o meno in tutti i club centrali di Oslo.

Per i primi due anni, il festival si è tenuto a Kalvøya, vicino a Sandvika, appena fuori Oslo.

Dopo i suoi primi due anni a Kalvøya, il festival è stato spostato nel 2001 nel Middelalderparken nel centro di Oslo, rendendolo un festival centrale. Più di 80 band hanno suonato nel parco nel 2009. Quindi, nel 2014, a causa di lavori di ristrutturazione che hanno reso impossibile organizzare il festival a Middelalderparken, ØYA Festival è stato spostato nel parco di Tøyen.

Dal 2002, l'obiettivo di Øyafestivalen si è prefissato l'obiettivo di diventare uno degli eventi più ecologici al mondo, portandolo nel 2018 ad essere premiato come "eccezionale" dal premio A Greener Festival.

Le loro azioni concrete si concentrano su più fronti e hanno cercato di trovare soluzioni sostenibili per rifiuti, cibo, trasporti, energia, prodotti e materiali.

Matrice

Where
Tøyen Park, Oslo,
Norvegia

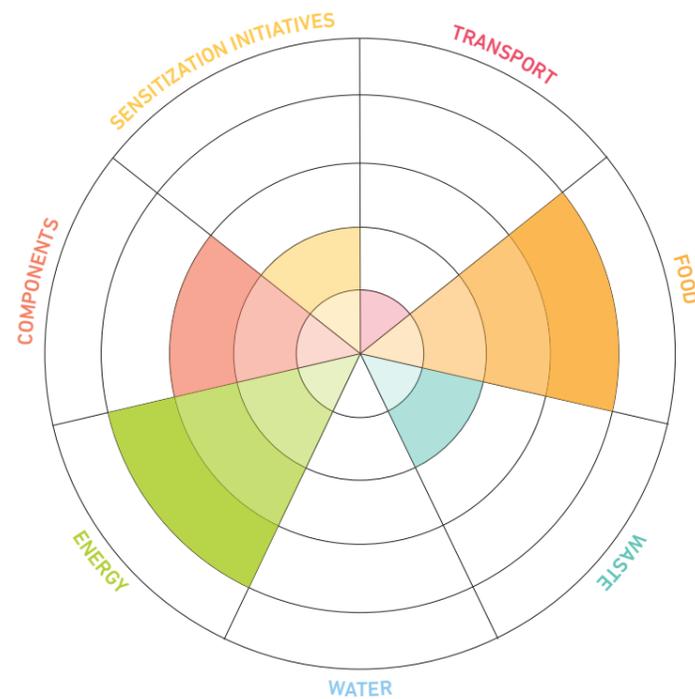
When
5 giorni

Type
Festival musicale

Participants
20.000 per giorno

In/Out
outdoor/indoor

Certification
European Green n'
Clean Award 2010



TRANSPORT

- Il 98% di tutte le persone arriva a piedi, in bicicletta o con i mezzi pubblici;

FOOD

- Oltre il 90% di tutto il cibo servito è biologico;
- Quasi il 40% delle 100 000 porzioni di cibo vendute è privo di carne;

WASTE

- Tutti i rifiuti vengono suddivisi in 15 diverse frazioni;

WATER

ENERGY

- Dal 2009, il festival è gestito con energia rinnovabile grazie a una partnership con la società energetica locale Hafslund;
- L'uso di luci a LED per illuminare l'intero festival;

COMPONENTS

- Alimenti e bevande sono distribuiti con packaging privi di plastica e compostabili;
- Tutte le bevande sono servite in tazze riutilizzabili;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Il festival ha ridotto un manuale ambientale per festival ed eventi all'aperto. Nel 2009 è stato reso disponibile online, sia in formato inglese che norvegese, per raggiungere un pubblico più ampio (www.environmental-handbook.com);

3.1.8 DGTL Festival

La DGTL Amsterdam è uno dei festival di musica elettronica di fama mondiale che accoglie ogni anno circa 40.000 visitatori ai Docklands NDSM di Amsterdam Nord, gli ex cantieri navali della città.

Anche se nato nella capitale olandese, il DGTL è ormai un format riconosciuto che è stato esportato fuori dai confini nazionali. Ora sono organizzate edizioni anche a Santiago, San Paolo, Barcellona, Tel Aviv e Madrid.

Consapevole dei suoi impatti ambientali, il festival ha deciso di collaborare, ormai da due anni con Metabolic che segue il progetto del festival di diventare il primo evento circolare, neutro dal punto di vista climatico entro il 2020.

Metabolic si è occupata di mappare, nel 2017, i flussi di materiali e rifiuti e, nel 2018 ha completato il quadro riuscendo a mappare anche l'energia, l'acqua, i diversi tipi di impatti ambientali a cui questi flussi sono associati e l'impronta di carbonio dei viaggi di artisti e visitatori.

In questo modo il festival ha ricevuto preziosi spunti e ha potuto decidere dove concentrare i propri sforzi di sostenibilità per gli anni successivi. Mappare un metabolismo su più anni ha inoltre offerto al festival la possibilità di costruire una solida base di dati su cui fare dei confronti. Sulla base di questi il DGTL di quest'anno ha deciso di apportare una serie di modifiche fondamentali all'organizzazione e al funzionamento del festival, che hanno avuto un impatto significativo sulla sua performance di circolarità.

Matrice

Where
Amsterdam, Paesi Bassi

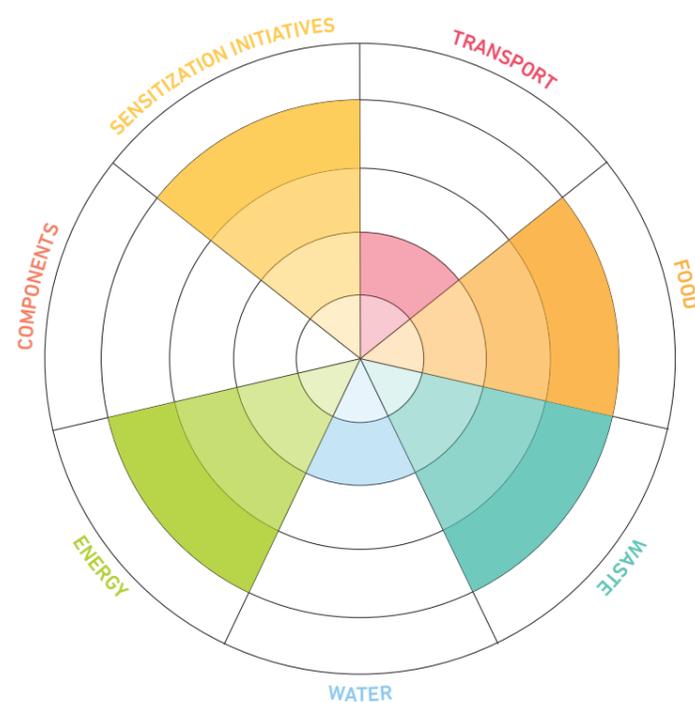
When
3 giorni

Type
Festival musicale

Participants
15.000 al giorno

In/Out
outdoor/indoor

Certification
A Greener Festival Awards 2019



TRANSPORT

- Tutti gli artisti saranno trasportati in veicoli elettrici da e verso i terreni del festival;

FOOD

- Menu basato su eccedenze alimentari o cibi scartati per la loro imperfezione da fornitori locali, in collaborazione con The Food Line Up e Instock;
- Rimossa la carne dal menu per ridurre le emissioni di CO2, acqua e suolo.
- Progetto Algae Shots&Smoothies: venivano offerti ai visitatori bevande a base di alghe coltivate in loco e nutrite dall'anidride carbonica prodotta dal respiro degli stessi festivalieri;

WASTE

- Progetto sperimentale: centro di riciclo attraverso pirolisi della plastica, in collaborazione con Resource Street;
- Raccolta differenziata dei rifiuti
- Postazione hub di riciclo dove volontari si occupavano della corretta separazione dei rifiuti;
- Produzione di compost grazie alle Eco-toilets di KAKIS;

WATER

- Progetto di Semilla Sanitation Hub: conversione dell'urina in acqua potabile, in collaborazione con Innofest;

ENERGY

- Utilizzo di energia da fonti rinnovabili;
- Sperimentazione del progetto Mobile Stroom, che utilizza gas naturale compresso per generare energia, riscaldare tende e magazzini e ventilare spazi;
- Compensazione dell'energia non del tutto rinnovabile tramite acquisto di Garanzie d'Origine;

COMPONENTS

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Progetto di sensibilizzazione sull'importanza del tema rifiuti come risorsa;
- In collaborazione con Innofest, collaborazione con progettisti e start-up per la sperimentazione di progetti innovativi durante il festival;
- Sperimentazione dell'Eco-coin;

3.1.9 Roskilde Festival

Il Roskilde Festival è un festival di musica danese che si tiene ogni anno a sud di Roskilde. È uno dei più grandi e dei più vecchi festival musicali in Europa.

È stato creato da due studenti delle scuole superiori, Mogens Sandfær e Jesper Switzer Møller, e dal promotore Carl Fischer. Il primo Roskilde Festival si tenne il 28 e 29 agosto 1971, originariamente chiamato Sound Festival. Nel 1972, il festival è stato rilevato dalla Roskilde Foundation, che da allora gestisce il festival come organizzazione senza scopo di lucro per lo sviluppo e il sostegno della musica, della cultura e dell'umanesimo.

Fino alla metà degli anni '90, il festival ha attirato soprattutto scandinavi, ma negli ultimi anni è diventato sempre più internazionale fino ad arrivare ad ospitare 130.000 partecipanti, oltre a 21.000 volontari, 5.000 media e 3.000 artisti, per un totale di quasi 160.000 persone che hanno preso parte all'evento.

Il Roskilde Festival si impegna da anni a integrare nelle sue pratiche la sostenibilità, in tutti e tre i suoi aspetti, quello ambientale, sociale ed economico.

Per questa ragione il festival applica diverse strategie e collabora diverse organizzazioni no-profit per sensibilizzare il proprio pubblico. Dal 1972 tutti i guadagni vengono donati in beneficenza e a sostegno di diversi progetti.

Dal 2014, la Fondazione Roskilde ha offerto ai partecipanti al festival l'opportunità di nominare e votare quali organizzazioni dovrebbero ricevere fondi raccolti dal festival.

Matrice

Where
Roskilde,
Danimarca

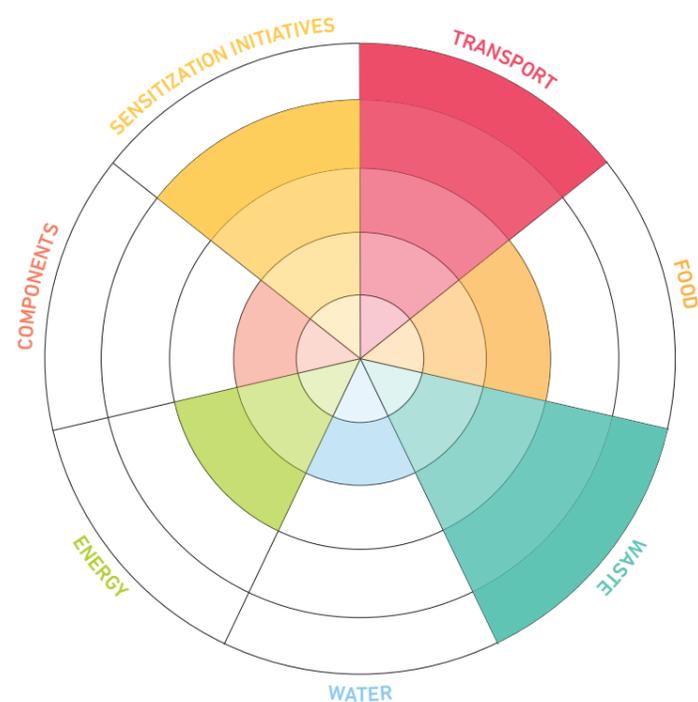
When
8 giorni

Type
Festival musicale

Participants
130.000

In/Out
outdoor

Certification
-



TRANSPORT

- Il trasporto interno al festival è principalmente su biciclette;
- Utilizzo di auto e trucks elettrici;
- Servizio di parcheggio sorvegliato per biciclette del pubblico;
- Servizio di stand di riparazione di biciclette;

FOOD

- I ristoratori utilizzano alimenti biologici, stagionali, equo-solidali e con marchio di qualità ecologica
- Riduzione della carne nei menu: tutti servono almeno un pasto vegetariano, e molti di loro sono vegani;
- Sistema di lavastoviglie mobili per pulire bicchieri in loco;

WASTE

- Sistema di separazione dei rifiuti diffuso per tutto il festival;
- Diminuzione della plastica: non sono ammesse bottigliette;
- Utilizzo di *hard cups* riutilizzabili distribuiti su cauzione;
- Vietate le cannuce;
- Volontari che si occupano di raccogliere i rifiuti, di consegnare materiale per la raccolta, fornire assistenza per la separazione;

WATER

- Sistema di distribuzione di acqua sfusa e gratuita;

ENERGY

- Illuminazione del palcoscenico si basava sulla tecnologia LED - Sistema di timer automatici per l'illuminazione;
- Utilizzo di energia da fonti rinnovabili prodotta in loco;

COMPONENTS

- Le magliette dello staff sono prodotte in cotone organico al 100% e sono sia Fairtrade che ecolabel;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Sono distribuite borracce da LoveSpring che devolve i ricavi interamente per progetti di costruzione di pozzi d'acqua nei paesi in via di sviluppo;
- Sustainable Stage area dove il festival ha raccolto molte delle attività legate all'ambiente;
- Il festival raccoglie attrezzature da campeggio che verranno successivamente distribuite a progetti sociali;
- I profitti vanno al Roskilde Festival Fund, che li distribuisce a organizzazioni umanitarie, culturali e sociali in tutto il mondo

3.1.10 California Academy of Science

La California Academy of Sciences è una rinomata istituzione scientifica e educativa dedicata all'esplorazione, alla spiegazione e al sostegno della vita sulla Terra. Con sede nel Golden Gate Park di San Francisco, è un istituto di ricerca e un museo di storia naturale tra i più grandi musei di storia naturale del mondo e ospita oltre 46 milioni di esemplari. La California Academy of Natural Sciences fu fondata nel 1853 e fin da subito si è distinto per essere un luogo all'avanguardia ed inclusivo. Infatti l'Accademia aveva una direzione lungimirante per il coinvolgimento delle donne nella scienza e questa politica ha portato all'assunzione di diverse donne in posizioni professionali come botaniche, entomologhe e altre occupazioni importanti, quando le opportunità per le donne nelle scienze erano assai limitate e, spesso, circoscritte alla catalogazione e calcoli. Gli edifici dell'Accademia furono danneggiati in modo significativo dal terremoto di Loma Prieta del 1989.

La riprogettazione degli spazi e il recupero di ciò che rimaneva è stata pensata per adeguare le nuove infrastrutture agli standard moderni. Ciò ha portato all'idea di dare all'Accademia una revisione completa, motivando così la chiusura del sito principale. Il 12 settembre 2005 è iniziata la costruzione del nuovo edificio da \$ 500 milioni, e ha riaperto il 27 settembre 2008, con una grande giornata gratuita e di festeggiamenti. La nuova sede è stata progettata dall'architetto italiano Renzo Piano ed il suo design è stato insignito del Premio Urban Land Institute (ULI), nonché dell'Holcim Award Silver per il progetto di costruzione sostenibile. Il nuovo edificio è all'avanguardia nella progettazione ecocompatibile, in linea con l'attenzione dell'Accademia sulle preoccupazioni ecologiche e sulla sostenibilità ambientale. Ha ricevuto inoltre la certificazione Platinum nell'ambito del programma LEED.

Matrice

Where
San Francisco,
California

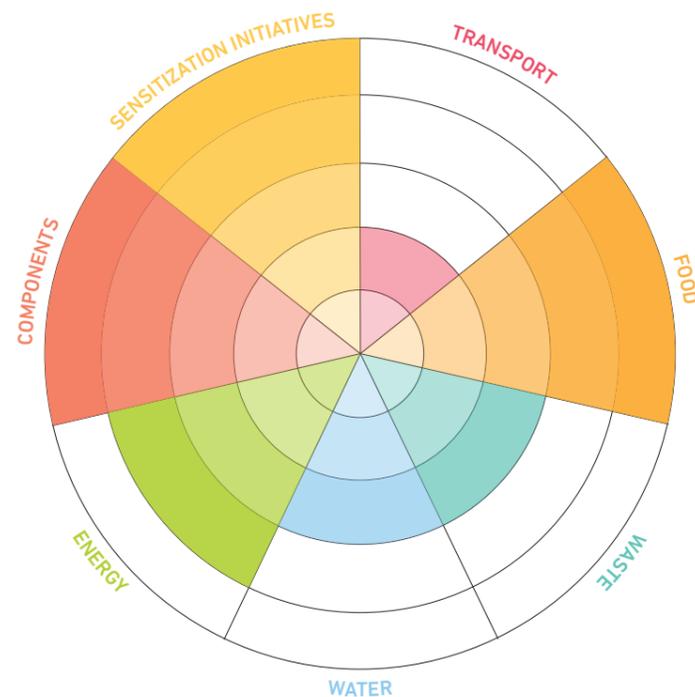
When
-

Type
Museo

Participants
1.5 milioni per anno

In/Out
indoor

Certification
-



TRANSPORT

- Il 70% del personale utilizza mezzi di trasporto alternativi (trasporto pubblico, mountain bike, passeggiate) per recarsi al lavoro e viene compensato per questo;
- Parcheggio per biciclette agli ingressi, nonché una stazione di ricarica per auto elettriche presso la banchina di carico;

FOOD

- Nei ristoranti viene utilizzato cibo locale, biologico e stagionale;
- Utilizzo di imballaggi riutilizzabili e compostabili;
- I prodotti di origine animale provengono da produttori locali con standard di benessere degli animali verificati da terzi;
- Tutti i tè e i caffè sono certificati da Fair Trade USA;
- Collaborazione con aziende agricole locali per acquistare frutta e verdura "imperfette" che altrimenti verrebbero scartate;
- Gli sprechi alimentari vengono in parte recuperati per nutrire una varietà di animali;
- Adesione a Monterey Bay Aquarium Seafood Watch;

WASTE

- Raccolta differenziata
- I 60-65% dei rifiuti riciclati o compostati;
- I rifiuti elettronici (ad es. Batterie e computer) sono gestiti da GreenCitizen, una società della Bay Area;

WATER

- Orinatoi senza acqua e rubinetti a basso flusso;
- Recupero del 100% dell'acqua piovana in eccesso dal tetto;

ENERGY

- Quasi il 100% dell'elettricità utilizzata proviene da fonti energetiche pulite (la centrale idroelettrica di Hetch Hetchy e un impianto solare in loco);
- Il data center è stato ristrutturato per risparmiare 166.000 kWh di energia all'anno nonostante un aumento del 52% della capacità di elaborazione;
- Sistema di controllo dell'illuminazione nel 93% delle aree di lavoro;
- Sistemi di ventilazione azionabili su richiesta;

COMPONENTS

- Utilizzo di materiali da costruzione riciclati
- Riscaldamento a pavimento radiante e celle solari
- L'87% della superficie del tetto è vegetato, riducendo l'effetto "isola di calore" urbano;

- Quasi il 100% delle piante del tetto vivente e l'80% del paesaggio circostante sono costituiti da vegetazione autoctona;
- Tutti i computer del personale sono classificati Energy Star;
- Tutta la carta per stampanti è composta al 100% da materiale riciclato post-consumo e altri prodotti di carta sono scelti con un'alta percentuale di materiale riciclato;
- Utilizzo di prodotti per la pulizia certificati sigillo verde;
- Utilizzo di un programma di controllo dei parassiti basato sulla prevenzione certificato EcoWise, per ridurre al minimo l'uso di pesticidi;
- I materiali utilizzati per ristrutturazioni e modifiche (ad es. aggiornamenti di mostre) contengono quantità basse o assenti di VOC (composti organici volatili);
- Utilizzo di sostanze a bassa emissione e rispettose dell'ozono per la refrigerazione, il riscaldamento, la ventilazione, l'aria condizionata e la soppressione del fuoco;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- L'accademia ha implementato un piano per la continua ottimizzazione della qualità ambientale indoor;
- La mostra Building Green evidenzia le caratteristiche di design ecologico dell'edificio;
- Il tetto vivente viene utilizzato per programmi pubblici settimanali, progetti di scienza dei cittadini e studi di ricerca da parte di studenti delle scuole superiori e universitari;
- La Divisione Education offre piani di lezione e seminari per insegnanti incentrati sull'energia domestica, edifici ecologici in tutto il mondo, audit energetici in classe e tetto vivente;
- Istituzione dell'Academy Teacher Institute on Science and Sustainability, un programma di sviluppo professionale per insegnanti della Bay Area;

3.1.11 Le Trev

Il Trev è il nuovo festival 100% Lille. La sua prima edizione si è svolta il 1° giugno al Jardin Ecologique de Lille.

L'associazione Les Trev è stata creata da due giovani ragazze di Lille, Charlotte Rautureau e Noémie Guion e la loro esperienza lavorativa in altri festival le ha fatto riflettere sull'impatto ambientale di quest'ultimi. Per tale ragione hanno deciso di inaugurare questo piccolo evento nel giardino della città vecchia.

Con il desiderio di creare un evento interessante nel rispetto del pianeta, hanno lanciato il loro festival con l'Asso Lisières (che gestisce il giardino ecologico di Vieux-Lille) con il primo obiettivo di avere il minor impatto sull'ambiente.

La loro strategia si fonda su tre aspetti:

- zero rifiuti
- la riduzione dell'uso di energia ed acqua
- la scelta di cibi locali e stagionali

Durante il pomeriggio e la serata si sono svolti laboratori creativi, mano nella mano con gli artisti presenti, concerti e spettacoli di improvvisazione teatrale.

Il loro obiettivo era infatti quello di dimostrare che è possibile considerare la variabile ecologica nell'organizzazione di un evento culturale, senza aumentare le risorse finanziarie e umane.

Nonostante la sua piccola portata, il festival ha dimostrato diverse lacune e problematiche pratiche. Nonostante le bevande e il cibo fossero riutilizzabili, nel giardino non erano presenti delle segnaletiche chiare sui punti di raccolta dei rifiuti.

Un'altra questione cruciale è stata quella igienico sanitaria. I piatti e le posate fornite per la consumazione del cibo dovevano essere lavati dagli stessi commensali in due tinozze riempite d'acqua ma senza che fosse stato messo a disposizione un detersivo. Solo in seguito, a fine pomeriggio è stato fornito un detersivo **bio**. Nonostante l'iniziativa di per sé potesse essere utile a sensibilizzare il pubblico sul tema dei rifiuti di un festival, non è stato assicurato un sufficiente servizio igienico ai partecipanti che hanno dovuto utilizzare più volte stoviglie non correttamente lavate e, a mio parere, non hanno portato ad un'effettiva riduzione del consumo d'acqua, comparandolo a sistemi di lavaggio più igienici e tecnologici. Altro punto critico sono stati i servizi sanitari. Si trattava di toilette secche, ma che per la loro configurazione erano poco igieniche e pratiche.

Nel complesso, la valutazione di questo evento risulta negativa perché, paragonata ad eventi molto più grandi, le misure messe in atto sono state blande e poco funzionali.

Casi studio | Le Trev

Matrice

Where
Roskilde,
Danimarca

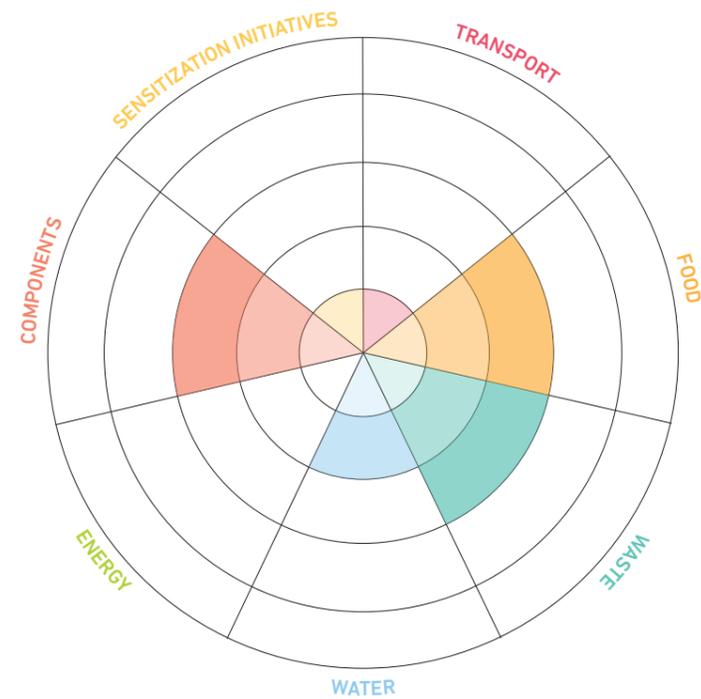
When
8 giorni

Type
Festival musicale

Participants
130.000

In/Out
outdoor

Certification
-



TRANSPORT

- Incoraggiamento da parte degli organizzatori ad utilizzare mezzi di trasporto pubblici o sostenibili;

FOOD

- Il cibo era offerto da Tartine Errante che si rifornisce solo da produttori locali provenienti dal Distretto Nord;
- Le botti di birra sono state interamente restituite al fornitore, Sige Savant, che le ha riutilizzate;

WASTE

- Riduzione e differenziazione dei rifiuti (la maggior parte dei rifiuti riciclabili provenivano dalla stazione di ristorazione e erano principalmente composti di cartone);
- 63% di rifiuti sono stati riciclati;
- 12% di compost, generati anche dalle toilette secca che verrà utilizzato per le piantagioni di erba aromatica e verdure;

WATER

- Toilette a secco dotato di un sistema di recupero dell'urina che viene usato nelle piantagioni per arricchirle di azoto;
- Il consumo dell'acqua si è limitato a quello utilizzato per il lavaggio delle stoviglie in loco (210 Litri);

ENERGY

COMPONENTS

- Scelta di partner locali e con criteri di sostenibilità (filiera corta, prodotti bio ed eco responsabili);
- Utilizzati bicchieri di plastica rigida riutilizzabili e lasciati al visitatore su cauzione;
- Per l'allestimento e la decorazione del giardino sono stati usati oggetti in prestito o donati (utilizzate piattaforme come Facebook e Tipimi1, piattaforma lilloise per prestiti tra privati);
- Rotoli di carta igienica etichettati FSC e EU EcoLabel;
- Le stoviglie utilizzate per servire il cibo erano riutilizzabili. Dovevano essere lavate dai visitatori stessi per essere riutilizzabili.
- Non è stato distribuito merchandising e i bicchiere riutilizzabili non sono stati loghizzati per essere più facilmente riutilizzati
- Utilizzo di sapone a pH neutro per non danneggiare la flora;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Attuata l'iniziativa "wash yourself";

Festival Le Trev, di Francesca Cappa



3.1.12 We Love Green

We love green è un festival francese di musica elettro-pop organizzato a Parigi e che si svolge tra maggio e settembre.

È organizzato dall'associazione We Love Art fondata da Marie Sabot e Alexandre Jaillon, che nel 2011 hanno deciso di lanciare questo nuovo festival musicale con cadenza annuale.

Il festival negli anni è cresciuto, sia per programmazione musicali ed artisti coinvolti che per pubblico, tanto da spingere gli organizzatori a scegliere una nuova **location**. Da qualche anno infatti We Love Green si è spostato al Bois de Vincennes, il più grande polmone verde della capitale francese situato nella prima periferia della città.

Si tratta di un festival che raccoglie quasi 80,000 persone in soli due giorni.

Già con il suo nome, evento si dichiara votato alla causa ambientale e per questa ragione ha studiato diverse strategie su otto differenti assi (energia, cibo, acqua, rifiuti, trasporti, sensibilizzazione e compensazione del carbonio) per abbattere il suo impatto negativo.

All'interno del parco si possono trovare numerosi stand di organizzazioni no-profit e ONG e durante il pomeriggio si svolgono diversi workshop e conferenze nella zona appositamente dedicata del Think Thank, che ospita molti artisti, attivisti e scienziati.

Il festival si fa portavoce di un vero e proprio messaggio ecologico e ogni anno produce un resoconto con le effettive strategie introdotte e i risultati raggiunti.

Nonostante i grandi risultati ottenuti da We Love Green, la maggior problematica del festival rimane il grande numero di persone da gestire. Nonostante molti dei partecipanti siano consapevoli e favorevoli all'impostazione "green" dell'evento, non tutti si applicano nell'intento. Ciò è sicuramente riscontrabile dai cestini della raccolta differenziata che non è del tutto rispettata e che sono insufficienti per quantità e capacità per il numero di partecipanti. Altro aspetto critico, che si è potuto constatare, è stato la mole di gadget e merchandising distribuiti durante l'evento che sicuramente non erano in linea con l'aspetto sostenibile dell'evento. Nonostante ciò sono molti gli aspetti positivi del Festival, come l'approvvigionamento di energia da fonti 100% responsabili, l'offerta di cibo bio e locale e l'esclusione di plastica monouso sostituita da materiali bio o compostabili o riutilizzabili.

Sono molte le strategie applicate e tra queste risulta molto interessante, e raramente riscontrabile in altri casi studio, l'istituzione di una piattaforma per il riciclaggio e la condivisione di materiali online, CO-RECYCLING, per reperire materiali e la scenografia per il festival, ma anche per reintegrarli in un circuito di economia circolare dopo il suo svolgimento.



Matrice

Where
Le Bois de Vincennes, Paris

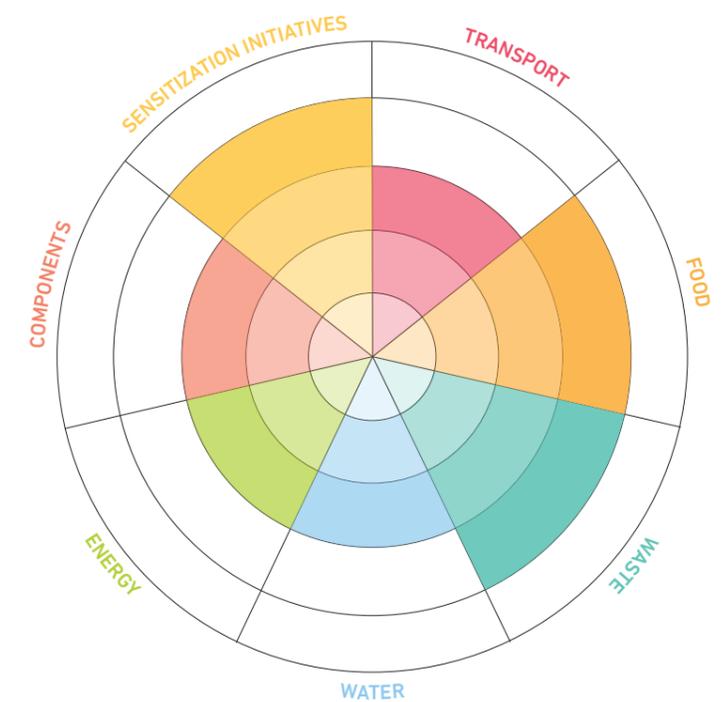
When
2 giorni

Type
Festival musicale

Participants
80.000

In/Out
outdoor

Certification
ISO 20121





TRANSPORT

- Nessun parcheggio al Festival;
- Accessibile con i mezzi pubblici e comunicazione al riguardo;
- Condivisione di camion per il trasporto di merci attraverso una piattaforma per raggruppare e ottimizzare i flussi;

FOOD

- Camion refrigerati condivisi per i ristoranti
- Mappa dei fornitori nell'Ile-de-France per l'approvvigionamento dei prodotti da parte dei ristoranti;
- Recupero di cibi invenduti della città di Rungis, serviti all'interno del festival;
- Redistribuzione di cibo invenduto a enti di beneficenza locali;
- Alimenti 100% di provenienza locale e biologica;

WASTE

- Creazione di compost ridistribuita agli agricoltori locali per fertilizzanti agricoli. (Standard NFU 44-095);
- Creazione di biogas grazie alle stoviglie compostabili;
- Centro di smistamento rifiuti con 10 flussi: rifiuti domestici, riciclabili, compostabili, rifiuti e urina, legno, vetro, oli commestibili, rifiuti ingombranti, batterie e ampole mozziconi;
- 110 volontari della Green Brigade che si occupano di supervisionare la raccolta dei rifiuti

WATER

- Sistema di distribuzione di acqua sfusa e gratuita;
- Utilizzo di toilette secche;

ENERGY

- Utilizzo di sola energia da fonti rinnovabile;
- Utilizzo di generatori ad olio vegetale;
- Utilizzo al 95% di lampadine LED a basso consumo energetico;

COMPONENTS

- Utilizzo di soli piatti compostabili;
- Istituzione di una piattaforma per il riciclaggio e la condivisione di materiali online, con CO-RECYCLING, per il dopo evento;
- Sistema di distribuzione di bicchieri restituibili e riutilizzabili;
- Smaterializzazione di biglietti e programma, presenti solo su formato digitale;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Formulazione di una eco-policy da rispettare per: artisti, distributori di cibo, volontari, partner, fornitori di servizi;
- Programmazione di workshop e talks sulla sostenibilità;
- Possibilità di effettuare una donazione alla ONG di propria scelta all'acquisto del biglietto
- Calcolo dell'impronta ecologica del festival e compensazione del carbonio

3.1.13 Cheese

Cheese è uno degli eventi più importanti realizzati da Slow Food in collaborazione con la Città di Bra, Italia. Si tratta di una biennale che si tiene a fine settembre e che si raduna i migliori artigiani caseari da tutto il mondo. Il tema dell'evento sono infatti i formaggi, latte crudo e latticini e l'importanza del cibo buono, pulito e giusto¹. Le vie del centro della città si riempiono di stand di produttori da tutte le parti del mondo e raccoglie appassionati, esperti e curiosi da tutta l'Italia, e non solo. Nel 2017 sono stati stimati circa 300mila visitatori.

Offre "degustazioni, laboratori e corsi per assaggiare e approfondire le conoscenze di formaggi e tanti altri prodotti che associano sapori unici alla salvaguardia delle tradizioni e alla custodia del paesaggio"².

Fin dalla sua prima edizione, avvenuta nel 1997, Cheese, come le altre manifestazioni organizzate da Slow Food, ha messo al centro della sua attenzione la riduzione del suo impatto ambientale, scegliendo "fornitori, partner commerciali e collaborazioni all'insegna della sostenibilità: dalle stoviglie alla carta, dai pannelli informativi agli allestimenti"³.

¹ «Buono, pulito e giusto: il successo di uno slogan - Slow Food - Buono, Pulito e Giusto.»

² «Cheese 2019: il programma della Biennale del formaggio di Bra».

³ «Green Cheese – Una scelta per la sostenibilità - Cheese 2019».

Matrice

Where
Bra (CN), Italia

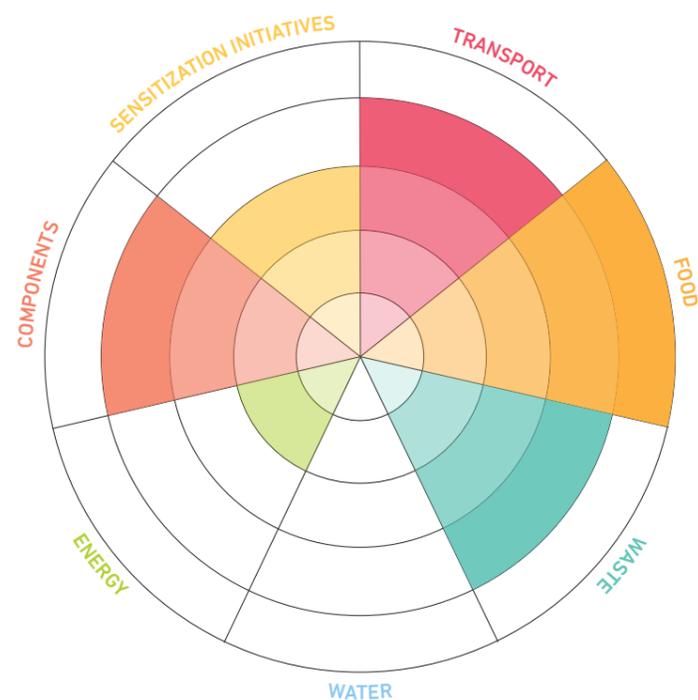
When
3 giorni

Type
Festival alimentare

Participants
300.000

In/Out
outdoor

Certification
-



TRANSPORT

- Incentivi per l'utilizzo di mezzi di trasporto pubblici: tutti i visitatori di Cheese che esibiscono un titolo di viaggio Trenitalia validato nei giorni dell'evento, hanno diritto a diversi vantaggi;
- Città chiusa totalmente al traffico;
- Parcheggi decentralizzati con servizio di navetta

FOOD

- Formaggi naturali, biologici ed etici;
- Utilizzo di taglieri prodotti con legname proveniente dalle foreste dolomitiche distrutte dalla tempesta Vaia;

WASTE

- Raccolta differenziata: carta, plastica, alluminio, acciaio, rifiuti indifferenziati e organico;
- Presidio del rifiuto, progetto della Città di Bra in collaborazione con Novamont: volontari aiutano e guidano i visitatori al corretto smaltimento dei rifiuti;
- Tutti gli espositori sono stati dotati di un kit per effettuare una corretta raccolta differenziata all'interno dei loro spazi espositivi;

WATER

ENERGY

- Utilizzo di energia da rinnovabili;
- Utilizzo di equipaggiamento per la conservazione dei cibi a risparmio energetico;

COMPONENTS

- Utilizzo di stoviglie biodegradabili e compostabili forniti da Novamont;
- Utilizzo di una carta personalizzata completamente biodegradabile e compostabile per gli acquisti di formaggi e salumi dei Presidi Slow Food (Pool Pak);
- Tutto il materiale di carta a uso alimentare e igienico realizzati con fibre di cellulosa riciclate dai cartoni per bevande in Tetra Pak®;
- Per gli allestimenti delle aree espositivo sono stati utilizzati Greenpallet® di Palm prodotti con legnami recuperati dalle foreste dolomitiche devastate dalla tempesta Vaia;
- Noleggio di attrezzature caldo/freddo;

SENSIBILIZATION INITIATIVES

- Organizzazione di conferenze e workshop sul tema della sostenibilità e del cibo;

3.2 Casi studio: guide e manuali

Ledenda dell'infografica

Caratteristiche principali



Guida cartacea

La guida è stata progettata per essere principalmente consultabile su carta e/o stampabile. Per questa ragione non presenta dei link multimediali e non è interattiva.



Guida multimediale

La guida è stata progettata per essere consultabile e utilizzabile anche su dispositivi digitali. Sono presenti dei collegamenti a link o strumenti esterni alla guida stessa.



Checklist

Nella guida è presente uno strumento di controllo come quello della check-list attraverso cui il destinatario del manuale può controllare e spuntare le azioni suggerite per verificare esse siano state messe in atto e/o eseguite correttamente.



Linee guida

Nella guida sono presenti delle indicazioni su azioni, strategie o suggestioni su come poter rendere un evento più sostenibile. Si tratta di linee guida presentate sotto forme diverse nel testo ma comunque rintracciabili e identificabili come tali.



Autovalutazione

Al destinatario della guida viene offerto uno strumento per autovalutare quantitativamente e/o qualitativamente la messa in atto e la riuscita delle azioni per la sostenibilità dell'evento.



Misurazione

L'utente viene dotato di uno strumento per il calcolo dell'impatto ambientale dell'evento. Vengono elencati anche i parametri da considerare. Lo strumento può essere interno o esterno alla guida stessa.

Caratteristiche secondarie

Aspetti formali



Iconografia e immagini

Analizzato l'utilizzo delle immagini e le icone che non devono essere usate solamente a scopo estetico ma avere una funzione e utilità all'interno della guida.



Colori

L'uso dei colori all'interno della guida può far la differenza sulla comprensibilità della stessa. I colori possono aiutare a meglio differenziarle e non avere solo una funzione decorativa.



Layout

Analizzata la disposizione degli elementi nella pagina come elemento essenziale per rendere la guida più o meno comprensibile. Diventa un elemento di analisi per la chiarezza e la fruibilità della guida e dei suoi strumenti (griglie riassuntive e check-list).

Aspetti funzionali



Usabilità

La modalità d'uso e la facilità di utilizzo della guida devono essere immediati. Ciò può essere facilitato anche dalla presenza di sezioni introduttive. Una guida non intuitiva è difficile da usare e perde di valore il fine con cui è stata progettata.



Strumenti aggiuntivi

La guida presenta al suo interno degli strumenti aggiuntivi utili al destinatario della guida. Ad esempio link esterni, casi studio, esempi e indicazioni legislative.

Aspetti di contenuto



Introduzione del contesto e della tematica

È importante che la guida spieghi, anche brevemente, il contesto in cui si colloca e in cui essere applicata e introduca al destinatario della guida la tematica degli eventi sostenibili, con le sue motivazioni, i suoi vantaggi e le sue possibili difficoltà. Questo per permettere anche ai neofiti di poter usare al meglio la guida.



Linee guida

Cuore della guida sono le linee guida che per questo devono essere facilmente rintracciabili nel testo, chiare e non troppo generiche.

Destinatari



Organizzatori



Visitatori



Partners

Categorie di intervento



Cibo



Acquisti e componenti



Accessibilità



Mobilità



Alloggi



Comunità locale



Allestimento



Acqua



Logistica



Bevande



Luogo



Comunità



Rifiuti



Emissioni



Biodiversità



Sensibilizzazione



Sicurezza



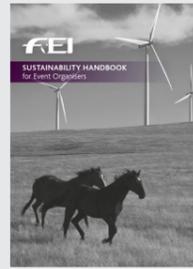
Giustizia



Energia



Usabilità



FEI Sustainability handbook for event organizer

Dove: **Svizzera**
 Sviluppato da: **FEI Fédération équestre internationale**
 Anno: **2014**
 Tipologia di evento: **evento equestre**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist
- misurazioni

Categorie



Aspetti formali

- Utilizzo di icone per caratterizzare le categorie di intervento
- Utilizzo di colori diversi per caratterizzare le diverse categorie
Layout semplice e chiaro
- Mancanza di uno spazio apposito per la spunta della checklist



Aspetti funzionali

- Facilità di utilizzo grazie alla spiegazione chiara e semplice di come utilizzare la guida per selezionare gli ambiti di intervento e gli obiettivi per la sostenibilità
- Piattaforma online per la misurazione dell'impatto ambientale e questionari di gradimento



Aspetti di contenuto

- Breve spiegazione delle motivazioni per organizzare un evento sostenibile. Sottolineata l'importanza della comunicazione e del coinvolgimento stakeholders. Mostra interconnessione tra le categorie.
- Le linee guida sono chiare e abbastanza specifiche



Neat event! An environmental guide for event organizers

Dove: **Helsinki, Finlandia**
 Sviluppato da: **City of Helsinki Environment Centre**
 Anno: **2014**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea

Categorie



Aspetti formali

- Ci sono molte immagini, ma spesso non rappresentano il contesto che si sta affrontando
Non sono presenti icone
- Non vi è un particolare uso di colori che aiuti l'utente a distinguere i vari ambiti di intervento
- Layout abbastanza discontinuo tra le pagine; aiutano a semplificarlo gli elenchi puntati



Aspetti funzionali

- L'usabilità di questa guida è inclassificabile dal momento che il suo utilizzo si limita alla lettura
- Presenti risorse e informazioni utili riguardo il territorio; fornite anche indicazioni burocratiche



Aspetti di contenuto

- Il contenuto è presentato in forma molto discorsiva e ogni categoria di intervento è preceduta da una breve introduzione al tema specifico
- Le linee guida sono a volte troppo generiche e non suggeriscono delle vere e proprie azioni



Sustainable event guide

Dove: **Melbourne, Australia**
 Sviluppato da: **RMIT University**
 Anno: /
 Tipologia di evento: **evento universitario**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

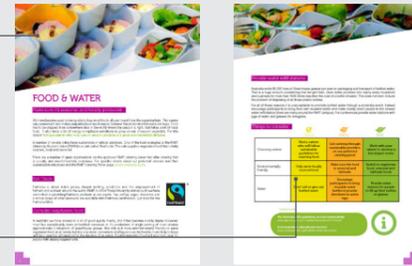
- cartacea
- linee guida
- checklist
- autovalutazione

Categorie



Aspetti formali

- Assenti icone che però vengono ben sostituite da immagini che contestualizzano e caratterizzano le categorie di intervento
- I colori vengono utilizzati per differenziare l'efficacia delle diverse azioni suggerite
- Layout semplice e chiaro, con tabelle che incorniciano le diverse azioni



Aspetti funzionali

- I colori utilizzati, anche se utili alla suddivisione, risultano fuorvianti perchè le colorazioni non rispecchiano la positività delle azioni suggerite; inoltre le azioni sembrano escludersi a vicenda nel momento della scelta di quale applicare. Non è intuitivo dove poter spuntare le azioni applicate nella checklist
- Fornite alcune informazioni utili riferite al contesto territoriale

FOOD & WATER	Applicable	Unustainable	Good	Water	Best
Choosing caterer	Do not cater with catering region	Find a caterer who will follow sustainable guidelines for sourcing food	Get catering through sustainable providers on our preferred catering panel	Work with your caterer to develop a low impact menu	
Environmentally friendly	Out of season produce	Only serve locally sourced food	Make sure the food is seasonal & local	Switch to vegetarian	
Water	Using disposable bottled water	Don't sell or give out bottled water	Encourage participants to bring reusable water bottles & provide directions to water taps	Provide water stations for people to fill up their bottles or glasses	

Aspetti di contenuto

- Il contenuto è presentato in forma molto discorsiva
- Lo spettro di linee guida è molto limitato



Green event guideline

Dove: **Durban, Sud Africa**
 Sviluppato da: **eThekweni Municipality**
 Anno: **2012**
 Tipologia di evento: **evento enerico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

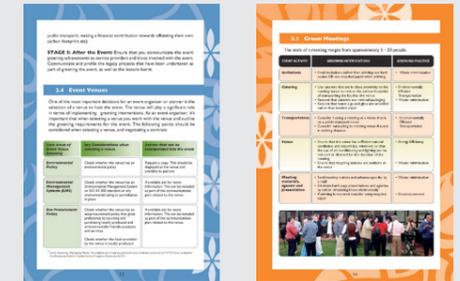
- cartacea
- linee guida
- checklist

Categorie



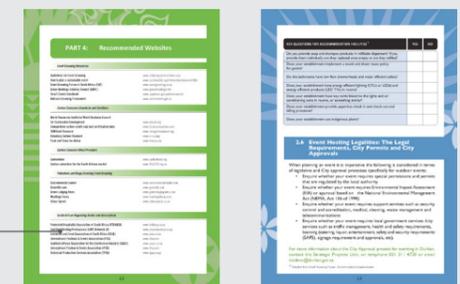
Aspetti formali

- Non vengono utilizzate né icone né immagini rendendo così meno visivamente intuitiva la guida
- I colori vengono usati solo per differenziare i vari capitoli ma non hanno altri scopi
- Le pagine sono decisamente piene di testo ma il layout è ordinato e le azioni proposte vengono ordinate in tabelle



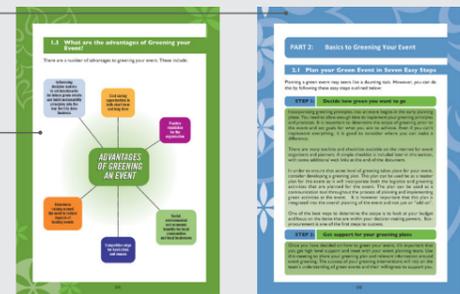
Aspetti funzionali

- Non vi è una spiegazione su come utilizzare la guida; forniti molti suggerimenti utili ma non vi è una sezione che aiuti l'organizzatore a selezionare o checkare le linee guida messe in pratica
- Viene fornita un'intera sezione con risorse e informazioni utili riguardo il territorio



Aspetti di contenuto

- La guida è ben introdotta da una sezione intera che spiega le motivazioni e i benefici per organizzare un evento sostenibile; viene approfondito l'aspetto della pianificazione dell'evento stesso;
- Le linee guida suggerite sono suddivise per tipologia di eventi, in macrocategorie che a loro volta fanno riferimento a delle sottocategorie che indicano i target raggiungibili con tali azioni



Sustainability - Lyon guide dé l'événement eco responsable



Dove: **Lyon, Francia**
 Sviluppato da: **Lyon tourisme et congrès. Bureau des congrès et des salons**
 Anno: /
 Tipologia di evento: **evento generico, locale**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- digitale
- linee guida

Categorie



Aspetti formali

- Non sono presenti ne icone ne immagini che aiutino a contestualizzare il testo
- Il layout è molto ordinato e leggero, rendendo le pagine molto gradevoli

Aspetti funzionali

- La guida risulta facile da usare perchè la sua utilità è limitata al fornire suggerimenti su strutture e risorse utilizzabili sul territorio di Lyone

Aspetti di contenuto

- Non si tratta di una guida convenzionale, perchè non fornisce linee guida da seguire ma fornisce risorse utili, indicazioni di luoghi e aziende che possono aiutare l'organizzatore a organizzare l'evento in modo sostenibile. Creazione di una rete locale di attori coinvolgibili
- Vengono forniti dei link esterni dove reperire guide per i green event a livello nazionale



Major event - Greening guide



Dove: **Nuova Zelanda**
 Sviluppato da: **Ministry for the Environment**
 Anno: **2010**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- checklist

Categorie



- Non vi sono icone o immagini che rendono visivamente contestualizzabile il discorso
- Layout semplice e chiaro che rende la guida di facile lettura; La checklist è presentata con un layout molto pulito e funzionale che ha un apposito spazio per le spunte

Aspetti funzionali

- La parte introduttiva approfondisce come pianificare e implementare un evento sostenibile e come decidere i target da raggiungere; è intuitivo il funzionamento degli strumenti grazie all'apporto di molti esempi
- La guida è fornita di diversi strumenti aggiuntivi tra cui template, checklist, strumenti di analisi e informazioni utili

Aspetti di contenuto

- Il contenuto è esposto in maniera molto comprensibile, le vari fasi, dalla pianificazione dell'evento alla spiegazione di come individuare i target di sostenibilità, sono ben approfondite
- La seconda sezione in cui vengono analizzate le diverse categorie di intervento, non vengono fornite delle vere e proprie linee guida ma solo alcuni esempi





La realizzazione di eventi sostenibili

Dove: **Bologna, Italia**
 Sviluppato da: **Impronta Etica**
 Anno: **2010**
 Tipologia di evento: **evento generico (piccole-medie dimensioni)**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist

Categorie

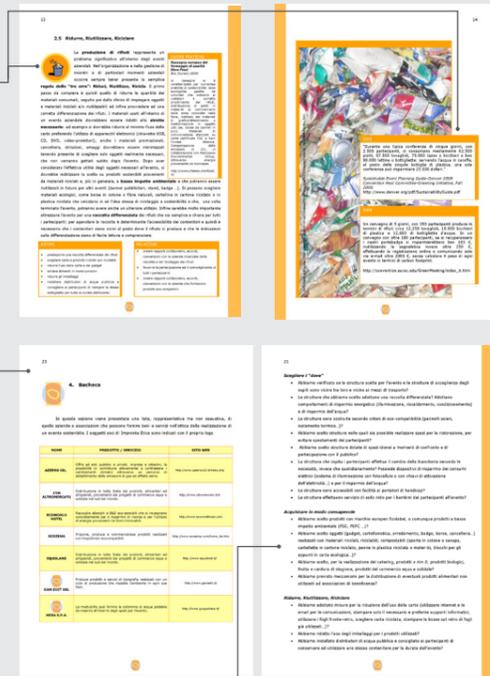


Aspetti formali

- Icone e immagini contestualizzano visivamente l'argomento che si sta affrontando
- L'arancione non ha nessuna funzione oltre a quella estetica
- Il testo è disposto in maniera regolare e sono presenti dei box che incorniciano del testo mettendolo in evidenza

Aspetti funzionali

- Fornita un'appendice con una lista rappresentativa di aziende e associazioni che possono fornire beni e servizi nell'ottica della realizzazione di un evento sostenibile e una lista di casi studio. Non è intuitivo l'utilizzo delle linee guida che non risaltano rispetto al resto del contenuto
- La guida è introdotta da una sezione che spiega il contesto degli eventi sostenibili ma non come utilizzare la guida; sono suggerite azioni da mettere in atto ma non sono sufficientemente messe in risalto. La checklist/autovalutazione è assolutamente inutilizzabile.



Aspetti di contenuto

- La guida è molto discorsiva e un po' vaga
- Le linee guida non sono ben evidenziate



Planning a sustainable event

Dove: **Melbourne, Australia**
 Sviluppato da: **Melbourne, Convention Bureau**
 Anno: /
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea

Categorie



Aspetti formali

- Utilizzo di icone per caratterizzare le categorie di intervento
- Guida monocromatica ma le icone sofferiscono alla mancanza di colori
- Layout semplice ed ordinato. I box incorniciano le relative categorie e le relative azioni

Aspetti funzionali

- Non vi è alcuna introduzione che guidi l'organizzatore ad approcciarsi alle linee guida suggerite
- Non è presente nessun tipo di strumento integrativo

Aspetti di contenuto

- La guida in se è molto chiara e concisa, però forse troppo riduttiva e senza nemmeno rimandi a risorse esterne per completarla
- Le linee guida sono chiare ma sicuramente non esaustive





Powerful Thinking guide

Dove: **Regno Unito**
 Sviluppato da: **Powerful Thinking**
 Anno: **2017**
 Tipologia di evento: **evento musicale**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- digitale
- linee guida

Categorie



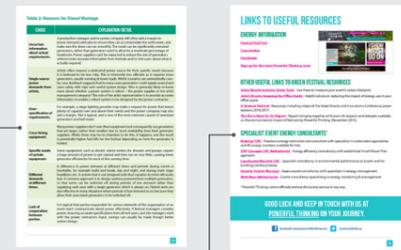
Aspetti formali

- Sono presenti molte immagini e icone che rendono la guida visivamente gradevole e identificano delle sezioni chiave del testo (come i casi studio)
- I colori vengono utilizzati per sottolineare determinati paragrafi
- Il layout segue una griglia ordinata che viene spezzata nel momento in cui viene messo in risalto un paragrafo particolare. Ciò rende nell'insieme la guida dinamica ma ordinata



Aspetti funzionali

- L'argomento della guida è ben spiegato ed approfondito attraverso numerosi casi studio e schede dettagliate. Ne risulta quindi una guida molto specifica ma forse poco intuitiva nella lettura delle linee guida. Ciò viene compensato dal rimando a toolkit esterni
- Numerosi casi studio e strumenti e link esterni che completano la guida.



Aspetti di contenuto

- Le informazioni fornite sono molto accurate e comprensibili. L'unico difetto è che approfondisce solo l'aspetto dell'energia
- Le linee guida sono chiare ma forse non ben segnalate come tali



How to organize sustainable meeting

Dove: **Buxelles, Belgio**
 Sviluppato da: **ICLEI, Local governments for sustainability**
 Anno: **2010**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist

Categorie



Aspetti formali

- Per ogni sezione vi sono delle foto che rappresentano visivamente l'argomento trattato e rendono la guida più intuitiva
- La guida non utilizza i colori per differenziare le categorie ma sono ben individuabili tramite i titoli
- Il layout ha rispettato una griglia semplice e dinamica che rende la guida ordinata e di facile lettura



Aspetti funzionali

- L'usabilità della guida risulta ottima e chiara grazie al suo contenuto presentato in modo chiaro e ordinato. Anche la checklist è molto utile e di facile utilizzo
- La guida fornisce numerosissime informazioni e risorse utili agli organizzatori che vogliono organizzare l'evento nella città di Bruxelles



Aspetti di contenuto

- La prima sezione introduce il resto della guida spiegando quali siano i vantaggi di organizzare un evento in ottica sostenibilità e come approcciarsi alla sua pianificazione.
- Le linee guida sono presentate con parole chiave evidenziate che vengono brevemente spiegate; in fondo alla guida vengono efficacemente raccolte in una checklist che ne permette una consultazione facilitata e d'insieme



Sustainable event guide

Dove: **Stati delle Nazioni Unite**

Sviluppato da: **UNEP**

Anno: **2012**

Tipologia di evento: **evento generico**

Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist

Categorie



Aspetti formali

- Non vi sono molte immagini. Anche le icone sono semplicemente due ma identificano efficacemente le tips e i case studies
- Le pagine sono decisamente piene di testo ma il layout regolare e ordinato rendono nell'insieme la guida scorrevole e ben leggibile

Aspetti funzionali

- La guida è spiegata molto bene nelle sue diverse sezioni e per questo risulta facile da comprendere e usare.
- La guida è fornita di molti casi studio utili all'organizzatore per prendere spunto ed è corredata di una checklist che raccoglie le linee guida e le rende facilmente consultabili e spuntabili

Aspetti di contenuto

- La guida spiega ampiamente il contesto degli eventi sostenibile ed ogni sezione è dedicata a una parte introduttiva che approfondisce l'argomento. È importante il fatto che sottolinei l'importanza della comunicazione e del reporting delle azioni sostenibili
- Le linee guida sono presentate in modo chiaro e ordinato, facilmente comprensibili e consultabili



Mon événement zero waste

Dove: **Parigi, Francia**

Sviluppato da: **Association Zero Waste France**

Anno: /

Tipologia di evento: **evento generico**

Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist

Categorie



Aspetti formali

- Non vi sono icone e le immagini sono scarse ma efficaci quando utilizzate;
- I colori sopperiscono alla mancanza di iconografia cambiando a seconda della sezione
- Il testo segue una griglia molto ordinata che rende la guida visivamente organizzata e di facile lettura

Aspetti funzionali

- La guida è discorsiva, cosa che permette di comprendere meglio l'argomento e come intervenire; tuttavia risulta più difficile estrapolare delle azioni concrete da consultare ordinatamente e da mettere in atto
- Vengono forniti link esterni da consultare e alcune indicazioni legislative relative ai rifiuti utili per eventi organizzati in Francia

Aspetti di contenuto

- La guida si concentra sul tema della riduzione dei rifiuti attraverso l'intervento in alcuni ambiti dell'evento; tuttavia non ne considera altri altrettanto importanti allo stesso fine
- Le linee guida si perdono all'interno del testo





Mémento de l'éco-événement

Dove: **Dunkerque, Francia**
 Sviluppato da: **Plan climat du Dunkerquois**
 Anno: **2017**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist
- misurazioni

Categorie



Aspetti formali

- Vi sono molte icone che rappresentano gli ambiti di intervento trattati dalla guida. La grafica generale della guida è piacevole
- La guida non usa colori per distinguere le diverse categorie di intervento ma nonostante ciò la loro divisione risulta chiara
- Il layout è pulito e ordinato e il testo appare ordinato, grazie anche alla presenza di elenchi puntati. Vi sono dei box che incorniciano delle informazioni utili e si integrano bene nella griglia di base



Aspetti funzionali

- L'argomento della guida è brevemente introdotto da alcuni paragrafi e le linee guida sono ben identificate
- La guida elenca delle informazioni utili legate al territorio ma non fornisce ulteriori strumenti, né di check o di misurazione dell'impatto



Aspetti di contenuto

- Breve spiegazione delle motivazioni per organizzare un evento sostenibile
- Le linee guida sono chiare, specifiche e facilmente individuabili grazie all'elenco a punti



My guide to a sustainable congress

Dove: **Barcellona, Spagna**
 Sviluppato da: **Barcelona World Conservation Congress**
 Anno: **2008**
 Tipologia di evento: **congresso, locale**
 Destinatari:



Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida

Categorie



Aspetti formali

- Vi sono poche immagini che illustrano alcuni simboli chiave utili ai turisti che si trovano a Barcellona. La guida è decorata da delle illustrazioni a mosaico che legano insieme tutte le pagine
- Ogni capitolo è introdotto da un titolo con un colore diverso per scandire meglio le sezioni
- Il layout è semplice è un po' discontinuo tra le pagine ma risulta comunque ordinato



Aspetti funzionali

- La guida non è molto pratica perchè i suggerimenti per i turisti sono molto discorsivi; l'ultima pagina la rende più facile da usare grazie al riassunto che fa delle pagine precedenti
- La guida fornisce al turista alcuni suggerimenti simpatici e utili come alcune frasi in spagnolo per poter comunicare con i locali



Aspetti di contenuto

- Nell'introduzione viene ben spiegato lo scopo e i mezzi con cui questa guida intende cercare di minimizzare l'impatto negativo dei partecipanti al Congresso, preparando così l'utente al suo utilizzo
- Le linee guida sono forse un po' troppo discorsive ma vengono raccolte in un'ultima pagina stampabile dove è possibile consultarle più agevolmente



Manuale Eventi Sostenibili



Dove: **Italia**
 Sviluppato da: **Associazione Istituto Nazionale di Urbanistica e Punto 3**
 Anno: **2015**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

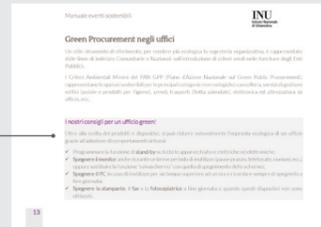
cartacea linee guida

Categorie



Aspetti formali

- Non vi sono né icone né immagini, cosa che rende la guida un po' fredda
- Un colore neutro viene utilizzato per incorniciare i paragrafi relativi ai consigli
- Il testo è disposto in una griglia semplice e molto ordinata che rende la guida facile lettura. L'elenco a punti aiuta a individuare facilmente le linee guida



Aspetti funzionali

- Nonostante vengano fornite delle ottime indicazioni, alcune di esse vengono poco approfondite o non trattate del tutto e non vi è uno schema riassuntivo che fornisca un quadro generale delle soluzioni suggerite
- Vengono elencati i marchi e le certificazioni da seguire, e alcuni link utili e casi studio. Purtroppo non è presente nessun altro tipo di strumento a completamento della guida



Aspetti di contenuto

- La guida introduce concisamente ma efficacemente il tema degli eventi sostenibili e dei suoi vantaggi.
- Le linee guida sono abbastanza facilmente rintracciabili grazie a l'elenco puntato all'inizio delle diverse sezioni, ma alcune, anche se approfondite nel successivo testo, sono troppo generiche e quindi poco utili



Manuale eventi sportivi sostenibili



Dove: **Emilia Romagna, Italia**
 Sviluppato da: **UISP**
 Anno: **2012**
 Tipologia di evento: **evento sportivo**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

cartacea linee guida checklist

Categorie



Aspetti formali

- Le fotografie non sono invadenti e aiutano il lettore a contestualizzare meglio l'argomento
- I colori vengono usati nella checklist per meglio suddividere le diverse categorie facilitandone la distinzione anche visiva
- L'impostazione del layout a una colonna e spezzato solo da alcune immagini rende la guida fruibile e chiara



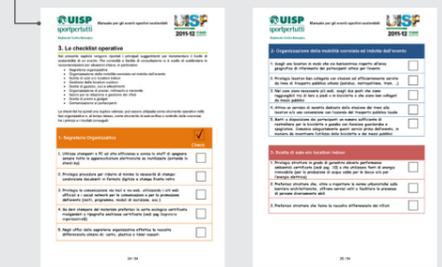
Aspetti funzionali

- L'intento della guida è ben spiegato nella parte introduttiva dove viene inoltre spiegata la necessità di agire nelle diverse fasi di organizzazione e gestione dell'evento. Insieme alle informazioni fornite in modo discorsivo e la checklist riassuntiva la guida è chiara e intuitiva
- Viene fornita una checklist e indicazioni sui certificati da osservare



Aspetti di contenuto

- La guida è molto discorsiva e fornisce informazioni in modo molto chiaro e comprensibile che rende possibile il suo utilizzo anche a un organizzatore che si avvicina alla pianificazione di un evento sostenibile
- Le linee guida sono efficacemente raccolte e individuabili nella checklist finale





Linee guida - Manuale per chi organizza eventi

Dove: **Bolzano, Italia**
 Sviluppato da: **Ökoinstitut Südtirol e Agenzia provinciale per l'ambiente**
 Anno: **2018**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali



Categorie



Aspetti formali

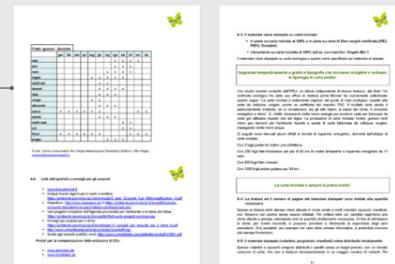
- I colori usati sono pochi e sono funzionali a definire l'importanza delle indicazioni suggerite e alla comprensione e l'utilizzo della checklist stessa
- Il layout della guida e dei diversi allegati è estremamente ordinato

Aspetti funzionali

- L'introduzione della guida e della checklist spiegano in modo chiaro come usare questi strumenti. Nella guida, le misure suggerite sono spiegate nel dettaglio e vengono poi riassunte nella checklist
- Oltre alla checklist, la guida si accompagna di un form per la richiesta della certificazione dell'evento e alcuni paragrafi con link o informazioni utili (come la tabella della frutta e verdura di stagione)

Aspetti di contenuto

- Il contesto territoriale e le intenzioni della guida sono chiarificate nella prima sezione, spiegando così i presupposti che hanno spinto alla creazione della guida
- Le linee guida sono spiegate e documentate una per una e successivamente raccolte nella checklist dove sono anche categorizzate per importanza. Ciò le rende molto fruibili e comprensibili



Responsabilità in materia di risorse (produrre il nome)	
41	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
42	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
43	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
44	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
45	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
46	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
47	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
48	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
49	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
50	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
51	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
52	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
53	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
54	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
55	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
56	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
57	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
58	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
59	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
60	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
61	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
62	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
63	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
64	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
65	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
66	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
67	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
68	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
69	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
70	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
71	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
72	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
73	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
74	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
75	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
76	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
77	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
78	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
79	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
80	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
81	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
82	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
83	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
84	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
85	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
86	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
87	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
88	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
89	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
90	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
91	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
92	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
93	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
94	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
95	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
96	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
97	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
98	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
99	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.
100	Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e che i fornitori siano certificati.



Sustainable@Work

Dove: **Europa**
 Sviluppato da: **European Commission e EMAS Coordination Team**
 Anno: **2018**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali



Categorie



Aspetti formali

- Sono utilizzate delle icone per identificare le categorie di intervento e vi sono diverse immagini che fanno riferimento agli esempi riportati nel testo
- I colori sono utilizzati in modo efficace, oltre che per differenziare le categorie di intervento, anche per sottolineare delle parti importanti del testo tra cui le linee guida
- Il testo è disposto in una griglia standard che rende la guida ordinata e scorrevole

Aspetti funzionali

- Grazie all'introduzione e alla prima parte riassuntiva delle linee guida la guida è intuitiva e di facile utilizzo
- Oltre alla checklist, vengono forniti molti esempi e link utili che completano le informazioni della guida

Aspetti di contenuto

- L'intento e il contesto in cui si colloca la guida vengono esplicitati nella prima sezione. Vengono inoltre sottolineate le interconnessioni tra le varie categorie di intervento
- Le linee guida sono ben riassunte nella prima checklist e poi meglio approfondite nelle sezioni successive



Organisation d'évènements et développement durable



Dove: **Midi-Pirenei, Francia**
 Sviluppato da: **Région Midi-Pyrénées, con l'ADEME**
 Anno: **2016**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

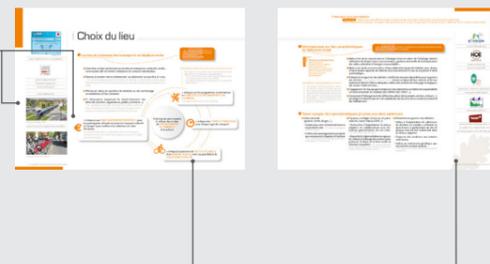


Categorie



Aspetti formali

- Sono presenti tantissime immagini e icone che aiutano a contestualizzare visivamente il testo
- I colori vengono utilizzati per la divisione delle varie sezione che non sono basate su tematica di intervento ma su base temporale di azione delle fasi dell'evento
- Il layout della guida non è standard ma ci sono degli elementi ricorrenti che lo rendono più regolare



Aspetti funzionali

- La guida impostata su base temporale di intervento e non su ambito di intervento. Approccio diverso e non scontato che però non da una visione di insieme delle diverse azioni applicabili
- Vi sono molti link utili che completano le informazioni della guida



Aspetti di contenuto

- L'impostazione della guida su base temporale non è spiegata ma solo individuabile nell'indice, cosa che la rende meno chiara
- Le linee guida sono ottime ma visualizzate in forme diverse nel testo cosa che le rende meno rintracciabili, e non sono riassunte in nessuna parte della guida, cosa che aiuterebbe ad averne una visione più chiara



Cahier de préconisations environnementales pour un grand événement sportif international



Dove: **Francia**
 Sviluppato da: **DIGES e Ministère de l'écologie**
 Anno: **2016**
 Tipologia di evento: **evento sportivo**
 Destinatari:

Caratteristiche principali



Categorie



Aspetti formali

- Vengono usate delle icone a simboleggiare le diverse categorie di intervento
- Ottimo uso dei colori. Oltre all'uso di diversi colori per le icone, anche le aree di azione vengono suddivise per colore a seconda dell'ambito in cui intervengono, e in nuance dello stesso colore per le sottocategorie
- Il layout della guida è minimale e chiaro



Aspetti funzionali

- Nella prima parte vengono spiegati i concetti alla base della guida e come essa si struttura nelle diverse sezioni, così l'organizzatore è in grado di capire come approcciarsi alla guida
- Nella guida sono presenti molti link, informazioni utili e casi studio che la completano. Probabilmente vista la lunghezza della guida stessa sarebbe stata utile una sezione riassuntiva delle linee guida



Aspetti di contenuto

- Ottima introduzione che aiuta l'organizzatore
- La prima sezione introduce il lettore all'argomento e a come approcciarsi all'organizzazione di un evento sostenibile
- Le linee guida sono ben suddivise per macro-argomenti di intervento e ben rintracciabili nel testo





Guide manifestation responsable

Dove: **Francia**
 Sviluppato da: **Gironde**
 Anno: **2015**
 Tipologia di evento: **evento generico**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida
- checklist
- misurazioni

Categorie



Aspetti formali

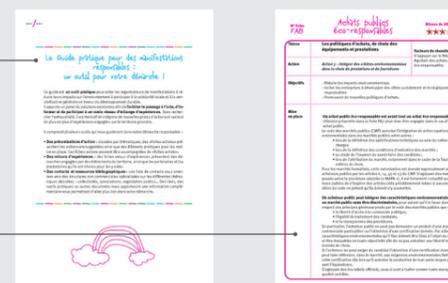
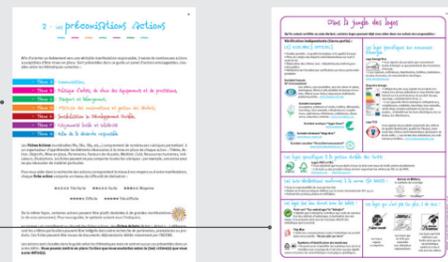
- Iconografia utilizzata serve a definire la difficoltà della messa in atto delle azioni proposte
- Utilizzo di colori diversi per caratterizzare le diverse categorie di intervento
- Il layout segue una griglia standard che rende la guida chiara e ordinata

Aspetti funzionali

- L'usabilità della guida è intuitiva grazie sia alla presenza di griglie e checklist che alla spiegazione di utilizzo presente nella sezione iniziale
- La guida è composta da molte tabelle che aiutano l'organizzatore a identificare oltre che le singole azioni anche gli obiettivi a cui esse fanno riferimento. Sono presentati anche molti casi studio e riferimenti utili per lo sviluppo di eventi locali

Aspetti di contenuto

- La guida è introdotta da un capitolo in cui viene spiegato il contesto e le motivazioni a sostegno della scelta di organizzare un evento sostenibile
- Le linee guida sono facilmente rintracciabili grazie a delle tabelle riassuntive e sono trattate singolarmente, cosa che ne permette una comprensione più approfondita



Manifestations sportives e Développement durable

Dove: **Francia**
 Sviluppato da: **UFOLEP**
 Anno: /
 Tipologia di evento: **evento sportivo**
 Destinatari:

Caratteristiche principali

- cartacea
- linee guida

Categorie



Aspetti formali

- Non viene fatto grande uso di icone o immagini che forse avrebbero aiutato a inquadrare visivamente gli argomenti
- I colori non svolgono una particolare funzione, se non quella di sottolineare i riquadri informativi
- Il testo è disposto in maniera ordinata e viene interrotto da alcune grafiche che però nell'insieme non rendono la guida disordinata



Aspetti funzionali

- È esplicito il fatto che non si tratti di una guida organizzativa e tecnica per cui il documento si presenta più come un riassunto di suggestioni che come una vera e propria guida
- Per l'impostazione della guida è corretto non trovare particolari strumenti aggiuntivi, ma risulta comunque priva di alcun link esterno o altri tipi di informazioni utili



Aspetti di contenuto

- Sottolinea l'importanza della creazione di organi dedicati alla cura della sostenibilità dell'evento. Non facendo una contestualizzazione della tematica esclude i neofiti all'argomento
- Le azioni suggerite sono facilmente rintracciabili nel testo e presentate in maniera discorsiva, in coerenza con le premesse della guida



3.3 Analisi comparativa e considerazioni

Le diverse guide sono state studiate anche sul livello delle tematiche, o “ambiti di intervento”, da esse individuate.

Sono state quindi individuate diciannove categorie che al loro interno racchiudevano una serie di linee guida e suggestioni per andare ad agire su degli obiettivi definiti.

È stata poi effettuata un’analisi comparativa che ha sovrapposto i ventidue casi studio per individuare quali fossero le eventuali aree maggiormente toccate dalle guide studiate.

Come si può vedere dal grafico vi sono delle categorie che spiccano visivamente per la

- | | |
|---|--|
| 1_ FEI Sustainability handbook for event organizer | 12_ Mon événement zero waste |
| 2_ Neat event! An environmental guide for event organizers | 13_ Memento de l'éco-événement |
| 3_ Sustainable event guide | 14_ My guide to a sustainable congress |
| 4_ Green event guideline | 15_ Manuale Eventi Sostenibili |
| 5_ Sustainability - Lyon guide de l'événement eco responsable | 16_ Manuale eventi sportivi sostenibili |
| 6_ Major event - Greening guide | 17_ Linee guida - Manuale per chi organizza eventi |
| 7_ La realizzazione di eventi sostenibili responsabile | 18_ SUSTAINABLE@WORK |
| 8_ Planning a sustainable event | 19_ Organisation d'événements et développement durable |
| 9_ Powerful Thinking guide | 20_ Cahier de préconisations environnementales |
| 10_ How to organize sustainable meeting | 21_ Guide manifestation responsable |
| 11_ Sustainable event guide | 22_ Manifestations sportives e Développement durable |



loro presenza nella maggior parte delle guide analizzate. Tra queste si possono elencare le categorie relative al cibo, all’energia, alla *location*, ai trasporti, ai rifiuti e ai componenti. Vi sono poi altri ambiti che risultano comunque discretamente rilevanti come ad esempio quello della comunicazione e della comunità.

In seguito a questa analisi si è voluto approfondire quali fossero le interconnessioni all’interno delle diverse categorie. Alcune di queste relazioni erano già sottolineate dai diversi manuali, altre invece sono state individuate attraverso lo studio delle diverse linee guida proposte che potevano essere assimilate per similarità di intenti e obiettivi.



Da questo grafico si può evincere come quasi tutte le categorie siano tra loro interconnesse. Infatti agire su una determinata categoria significa al contempo andare ad influire su un'altra e, molto spesso, le linee guida le strategie assegnate ad un determinato ambito vanno a toccarne anche degli altri. Un esempio può essere quello relativo alla categoria della *mobilità* che, nel proporre strategie per la movimentazione di persone e di beni materiali, va ad incidere ad esempio sulla scelta *location*, che può venir selezionata in base alla sua prossimità rispetto ai mezzi di trasporto pubblici, o sulla scelta dei fornitori di cibo, materiali e allestimento e la loro vicinanza al luogo dell’evento. In base anche ad una logica di semplificazione degli ambiti di intervento, alcune delle categorie sono state unite in un’unica sfera d’azione o sono state inglobate in più di una in quanto si è notato uno stretto legame e influenzabilità da parte di linee guida e strategie già presenti in altri ambiti.

Qui di seguito è riportato uno schema che mette a confronto l'indicizzazione della qualità rilevata degli *aspetti formali, funzionali e di contenuto* di ciascun caso studio analizzato, permettendo anche un raffronto visivo ed immediato.

1 FEI Sustainability handbook for event organizer	●	●	●	●	●	●	●
2 Neat event! An environmental guide for event organizers	●	●	●	●	●	●	●
3 Sustainable event guide	●	●	●	●	●	●	●
4 Green event guideline	●	●	●	●	●	●	●
5 Sustainability - Lyon guide de l'événement eco responsable	●	●	●	●	●	●	●
6 Major event - Greening guide	●	●	●	●	●	●	●
7 La realizzazione di eventi sostenibili/responsabile	●	●	●	●	●	●	●
8 Planning a sustainable event/responsabile	●	●	●	●	●	●	●
9 Powerful Thinking guide	●	●	●	●	●	●	●
10 How to organize sustainable meeting	●	●	●	●	●	●	●
11 Sustainable event guide	●	●	●	●	●	●	●
12 Mon événement zero waste	●	●	●	●	●	●	●
13 Memento de l'éco-événement/responsabile	●	●	●	●	●	●	●
14 My guide to a sustainable congress/responsabile	●	●	●	●	●	●	●
15 Manuale Eventi Sostenibili	●	●	●	●	●	●	●
16 Manuale eventi sportivi sostenibili	●	●	●	●	●	●	●
17 Linee guida - Manuale per chi organizza eventi	●	●	●	●	●	●	●
18 SUSTAINABLE@WORK	●	●	●	●	●	●	●
19 Organisation d'événements et développement durable	●	●	●	●	●	●	●
20 Cahier de préconisations environnementales	●	●	●	●	●	●	●
21 Guide manifestation responsable	●	●	●	●	●	●	●
22 Manifestations sportives e Développement durable	●	●	●	●	●	●	●

Uno degli aspetti più problematici che presentano queste guide è senz'altro il fatto di non essere sufficientemente esaustive rispetto a quelle che sono le modalità di **monitoraggio** e **raccolta di dati quantitativi** nel corso dell'eventuale manifestazione, nonché il fatto di non affrontare in alcun modo la **fase del post-evento**¹, lasciando così l'organizzatore a doversi destreggiare tra innumerevoli considerazioni e decisioni senza che ci sia una strategia ben definita.

Un'altra criticità rilevante riscontrabile nelle guide è la loro **tendenza alla frammentarietà degli strumenti forniti** e alla gestione della manifestazione come se le sue fasi fossero **compartimenti stagni**: questa causa un venir meno della visione complessiva e sistemica dell'evento e del quadro complessivo dei vari attori che concorrono alla sostenibilità dello stesso. Inoltre è stato riscontrato che le guide si rivolgono quasi esclusivamente agli organizzatori, incorporando altri stakeholders come i fornitori solo indirettamente ed escludendo quasi totalmente i visitatori.

Il fattore **intuitività** ricopre poi un ruolo fondamentale nell'utilizzo delle guide. Dall'analisi emerge infatti una tendenza a non chiarire efficacemente tutti gli aspetti che riguardano le diverse fasi del processo (pianificazione, check, report, ecc.), finendo per omettere linee guida chiare e funzionali all'attuazione della strategia.

Anche la mancata specificità degli interventi consigliati è riconducibile al fatto che le guide prese in analisi sono predisposte per una serie di eventi estremamente ampia, che include casi fin troppo differenti tra loro per tipologia e formato. Ne consegue un'offerta di indicazioni e suggerimenti spesso poco utile e puntuale per un evento che, al contrario, è specifico e necessita di operazioni mirate. Non a caso, come si evince dal capitolo incentrato sulla definizione di un evento, ogni manifestazione è unica e inserita in un contesto ben preciso, e per questa ragione presenta requisiti e necessità proprie.

A questo proposito si prefigura necessario un nuovo strumento facilitatore che guidi l'utente prima verso la selezione degli ambiti di intervento in un'ottica di riduzione dell'impatto ambientale dell'evento e, solo successivamente, verso la corretta pianificazione, il monitoraggio e il report degli elementi chiave della sostenibilità. Il tutto con un occhio attento alla molteplicità degli attori coinvolti nel processo di organizzazione e partecipazione all'evento, al fine di valorizzare le interconnessioni preesistenti e predisporre di nuove, in chiave olistica e sistemica.

¹ Olga Parkes, «Defining a comprehensive methodology for sustainability assessment of mega-event projects.pdf» (University College London, 2015).

*4. La World Design Organization
e le World Design Capital*

Introduzione al capitolo

In questo capitolo è stato approfondito il tema della World Design Organization, di cui è stata ripercorsa la storia della formazione e dello sviluppo negli anni. Successivamente sono stati studiati i programmi offerti dalla WDO con un particolare focus su quello della World Design Capital, cornice di contestualizzazione del progetto di tesi.

Prima di analizzare il caso di Lille WDC 2020, sono state studiate le sei precedenti WDC a partire da Torino, la prima città a ricevere questa designazione.

Ogni città è stata analizzata attraverso alcuni aspetti fondamentali come la tematica scelta e i suoi risvolti applicativi nello sviluppo e nella stesura della programmazione di eventi.

Le città designate sono tutte molto diverse tra loro, per dimensione, tematica, metodologia applicata e budget destinato alla creazione dell'insieme di attività ed eventi, ma ognuna di esse ha saputo apportare nuovi modi di approcciarsi e di intendere il design nella propria realtà.

In seguito a questa prima ricerca, è stata effettuata un'analisi sul programma di eventi proposti da ciascuna WDC. L'intento era quello di comprendere meglio quali fossero i temi maggiormente affrontati da ciascuna WDC. Per questa ragione, sono state elaborate delle schede riassuntive in cui sono stati analizzati gli eventi presenti nei calendari ufficiali. Ad ogni evento sono state assegnate delle categorie a seconda delle tematiche correlabili all'argomento trattato. Infine è stata fatta un'analisi comparativa per far emergere i temi su cui ogni WDC si è maggiormente concentrata.

Questo approfondimento è stato inoltre utile ad esaminare in che modo le WDC avessero trattato il tema della sostenibilità e con quale approccio esso sia stato affrontato e presentato ai visitatori.

Nella maggior parte dei casi le città hanno sviluppato conferenze, mostre e workshop attorno a tali argomenti e solo in due casi il tema della sostenibilità è stato associato all'aspetto dell'impatto ambientale degli eventi, con risvolti anche molto pragmatici.

4.2 La World Design Organization

4.2.1 La storia della WDO

La World Design Organization (WDO)® è **un'organizzazione internazionale non governativa ed una voce per il design industriale nel mondo**. Essa si configura come sostenitrice del "Design for a Better World" promuovendo e condividendo la conoscenza dell'innovazione guidata dal design industriale come strumento per migliorare la qualità della vita economica, sociale, culturale ed ambientale.

Le fondamenta della WDO risalgono al 1953, quando per la prima volta fu presentata all'**Institut d'Esthétique Industrielle** l'idea di Jacques Vienot di creare un corpo che rappresentasse a livello internazionale gli interessi dei designer industriali e garantisse standard globali di progettazione.

Il 29 Giugno 1957, in un incontro tenutosi a Londra, fu così ufficialmente fondato l'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design), un gruppo di organizzazioni internazionali focalizzate sul design industriale.

L'ICSID fu poi registrata a Parigi dove fu istituita la Segreteria. I principali obiettivi dell'organizzazione erano quelli di accrescere la consapevolezza pubblica sul ruolo dei progettisti industriali, aumentare il livello qualitativo della progettazione, stabilire degli standard per la formazione e l'istruzione dei designer e incoraggiare la cooperazione tra progettisti industriali di tutto il mondo.

Dopo l'accrescimento del numero dei membri aderenti all'Icsid, che passarono da 17 a 23, nel 1959 si tenne il primo Congresso e la prima assemblea Generale a Stoccolma, Svezia. Durante questo incontro fu ufficialmente stilata e adottata la Costituzione dell'organizzazione e fu elaborata una propria definizione di design industriale. Durante il Congresso, il nome ufficiale di ICSID fu cambiato da **International Council of Societies of Industrial Designer** a **International Council of Societies of Industrial Design** per rispecchiare il fatto che l'organizzazione volesse prescindere dalle questioni strettamente legate alla pratica professionale ma estendersi in generale al mondo del Design Industriale.

Gli anni '60 segnarono una rapida crescita dell'ICSID, che alla fine del decennio contava più di 40 membri da più di 30 paesi diversi, diventando così un'istituzione inclusiva che trascendeva i confini politici. Nel 1963 arrivò l'importante nomina di associazione con status consultivo speciale da parte dell'UNESCO, con la quale l'ICSID avrebbe successivamente lavorato su molti progetti di sviluppo e miglioramento della condizione umana attraverso il design. Verso la fine degli anni '60 l'ICSID tenne ben quattro seminari, in Belgio, Germania, Stati Uniti ed Argentina, per discutere dei cambiamenti e del fiorire del design industriale, riconosciuto come vera e propria professione, per formulare raccomandazioni e proporre standard.

Con l'aumentare dell'interesse e dell'impegno dell'organizzazione in questioni umanitarie, l'ICSID decise di creare un nuovo tipo di programma. Nacque così il primo Interdesign Workshop, tenutosi nel 1971 a Minsk, nell'allora URSS, sorto da una nuova concezione di seminario che voleva riunire insieme, in un paese ospitante, designer da tutto il mondo per studiare problemi di rilevanza sia regionale che internazionale. Questo primo Workshop e quelli che seguirono, segnarono l'inizio del consolidamento dell'ICSID come forza di collaborazione internazionale.

Lo stesso anno si svolse il settimo congresso del Consiglio internazionale delle società di design industriale (ICSID), organizzato dall'*Agrupació de Disseny Industrial del Foment de les Arts Decoratives* (ADI / FAD) a Ibiza. Questo si rivelò un evento senza precedenti:

1953

Institut d'Esthetique Industrielle,
Parigi, Francia

per la prima volta fu
presentata l'idea di
Jacques Vienot di creare
un **corpo che
rappresentasse i
designers industriali a
livello internazionale.**

29 Giugno 1957

Londra, Regno Unito

fu ufficialmente **fondato
l'ICSID**
(International Council of
Societies of Industrial
Design).

1963

Parigi, Francia

nomina di associazione
con status consultivo
speciale da parte
dell'**UNESCO.**

1959

Stoccolma, Svezia

si tenne il primo
Congresso
e la prima assemblea
Generale. Venne adottata
la **Costituzione
dell'organizzazione e
fu elaborata una
propria definizione di
design industriale.**

1971

Minsk, Bielorussia

primo **Interdesign
Workshop,**
nuova concezione di
seminario per studiare
problemi di rilevanza sia
regionale che
internazionale.

1981

Helsinki, Finlandia

primo **congresso
congiunto** insieme al
Council of Graphic
Designer Associances
(Icograda) e il Congresso
della Federazione
internazionale degli
Architetti (IFI).

2003

-

l'ICSID e l'Icograda si
uniscono per creare
**l'International Design
Alliance (IDA).**

2008

-

all'IDA si unisce la
**Federazione
internazionale degli
Architetti/Designer
d'interni (IFI).**

2008

Torino, Italia

si tiene a Torino la
**prima World Design
Capital**

2007

-

in occasione del 50°
anniversario dell'ICSID,
viene istituita la
**Giornata Mondiale
del Design
industriale.**

2013

-

scoglimento dell'IDA.

2015

Gwangju, Corea del Sud

l'ICSID decide di
adottare il **nome di
World Design
Organization (WDO)**
e una **nuova
costituzione.** Venne
anche **ratificata la
definizione del design
industriale per la
WDO**

2015

Gwangju, Corea del Sud

elezione di **Luisa
Bocchietto** come
**Presidentessa della
World Design
Organization,** per
succedere a Mungedi K.
M'Rithaa.

2017

Torino, Italia

fu ufficialmente
annunciata
**ratificazione della
scelta del nuovo nome**
in occasione dei
sessant'anni dalla
fondazione della WDO.

un processo di socializzazione e un esempio di come l'energia del lavoro collaborativo, la vitalità, la riflessione intellettuale e il tempo libero potessero essere messi al servizio di progetti basati sul dialogo, con la capacità di generare approcci fantasiosi e strutturare nuovi modelli comportamentali¹.

Tale posizione fu riaffermata due anni dopo durante il Congresso di Kyoto dove si radunarono 2000 delegati e l'Assemblea Generale, ospitati dall'Associazione del Designer Industriale Giapponese. Fu un momento chiave in cui per la prima volta si creò un incontro tra il design occidentale e quello orientale su suolo asiatico. Nel 1974 la segreteria venne spostata a Bruxelles.

Gli anni '80 furono quelli che segnarono il definitivo consolidamento dell'organizzazione come istituzione ponte e unificatrice del mondo del design e non solo. Nel 1981, infatti, partecipò al primo congresso congiunto insieme al *Council of Graphic Designer Associations* (Icograda) e il Congresso della Federazione internazionale degli Architetti/Designer d'interni (IFI). Questo convegno si tenne a Helsinki dove, nel 1985, fu poi nuovamente spostata la Segreteria dell'ICSID.

Lo stesso anno l'organizzazione, insieme all'UNESCO e in coordinamento con l'Icograda, organizzò un primo Interdesign workshop congiunto tra medici, designer industriali e grafici per sviluppare mobili di base per centri sanitari rurali, imballaggi, sistemi di trasporti e refrigerazione, strumenti per l'iniezione di vaccini e la progettazione di dispositivi di raccolta dati da utilizzare sul campo.

Nel 2003 l'ICSID e l'Icograda ratificarono un accordo durante le rispettive assemblee generali per unirsi e creare **l'International Design Alliance** (IDA), una partnership multidisciplinare per il supporto e lo sviluppo del design a cui nel 2008 si unì anche la Federazione internazionale degli Architetti/Designer d'interni (IFI). Insieme nel 2011, tutti e tre i partner tennero uno storico Congresso congiunto a Taipei, Taiwan, chiamato Congresso IDA. Ma l'alleanza non durò molto e si sciolse dopo solo 10 anni, nel novembre 2013. Nel 2007 in occasione del 50° anniversario dell'ICSID, venne istituita la Giornata Mondiale del Design industriale per enfatizzare il riconoscimento dell'importanza acquisita da questa disciplina nello sviluppo economico, sociale, culturale e ambientale. Da quel momento ogni anno viene celebrata in tutto il mondo il 29 giugno.

Con il 2008 si espande anche la gamma di progetti dell'organizzazione che istituisce il programma della World design Capital (WDC). La prima città designata fu Torino. Il capoluogo piemontese pilotò questo primo anno di festeggiamenti destinati a celebrare le conquiste delle città designate per la loro capacità di utilizzare il design come strumento per reinventarsi e migliorare la qualità della vita dei cittadini.

L'intento dell'Icsid, con il programma delle WDC, era di identificare sviluppare un progetto di interesse internazionale, che traesse vantaggio dalla propria esperienza per promuovere una collaborazione globale e sostenere il design nel mondo. Il progetto avrebbe contribuito a gettare le fondamenta per un'iniziativa volta a facilitare l'integrazione fra le reti globali del design, permettendo lo scambio di esperienze tra designer, istituzioni e governi nel tentativo di individuare una piattaforma di sensibilizzazione globale sul design come fattore di miglioramento della qualità della vita sociale, culturale, economica e ambientale.

¹ «NOW AT MACBA», <https://www.macba.cat/en/newsletter-120620>.

Dopo lo scioglimento dell'IDA nel 2013, l'ICSID decise di concentrarsi sulle collaborazioni internazionali con le organizzazioni strettamente legate alla professione del design industriale. Il 2015 e l'assemblea generale tenutasi a Gwangju, in Corea del Sud, segnarono il momento di svolta; fu infatti deciso di adottare il nome di World Design Organization e una nuova costituzione, rendendo così l'organizzazione accessibile e aperta alla più ampia comunità del design. Durante questa Assemblea generale venne anche ratificata la definizione del design industriale per la WDO:

“Il design industriale è un processo strategico di risoluzione dei problemi che guida l'innovazione, crea successo aziendale e porta a una migliore qualità della vita attraverso prodotti, sistemi, servizi ed esperienze innovativi. Il design industriale colma il divario tra ciò che è e ciò che è possibile. È una professione interdisciplinare che sfrutta la creatività per risolvere i problemi e co-creare soluzioni con l'intento di migliorare un prodotto, un sistema, un servizio, un'esperienza o un'azienda. Al centro, il design industriale offre un modo più ottimistico di guardare al futuro riformulando i problemi come opportunità. Collega innovazione, tecnologia, ricerca, affari e clienti per fornire nuovo valore e vantaggio competitivo in tutti gli ambiti economico, sociale e ambientale”².

Con questa definizione, i designer industriali si configurano quindi come stakeholders strategici nel processo di innovazione e come figure capaci di creare ponti di comunicazione tra diverse discipline, professioni e interessi commerciali. Come professionisti, dovrebbero infatti essere in grado di stimare l'impatto economico, sociale e ambientale del proprio lavoro e di apportare il loro contributo alla co-creazione di una migliore qualità della vita.

 **150**
organizzazioni

 **40**
nazioni

 **150.000**
designers

La ratificazione della scelta del nuovo nome fu ufficialmente annunciata il 14 e il 15 Ottobre 2017 a Torino in occasione dei sessant'anni dalla fondazione dell'organizzazione.

Tale assemblea ha segnato anche l'inizio della presidenza italiana, affidata per il biennio a Luisa Bocchietto, architetto e designer, Presidente dell'ADI dal 2008 al 2014³. Luisa Bocchietto fu eletta nell'assemblea generale tenutasi in Corea nel 2015 per succedere all'allora Presidente Mungedi K. M'Rithaa.

Oggi WDO comprende oltre 140 organizzazioni membri in oltre 40 nazioni, che rappresentano circa 150.000 designer⁴.

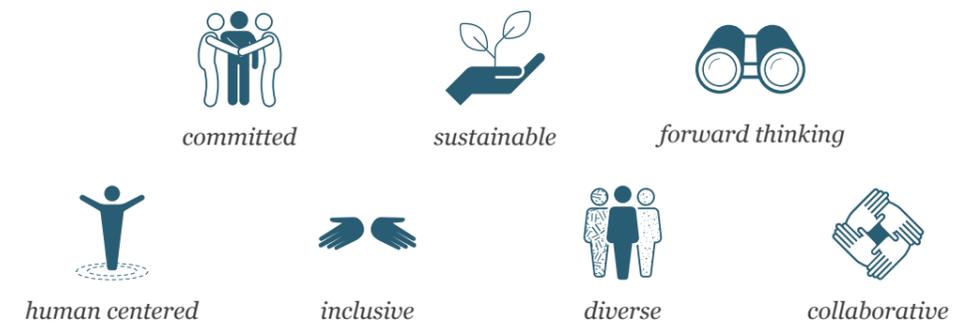
² «WDO | About | Definition of Industrial Design», <https://wdo.org/about/definition/>.

³ «ADI - Associazione per il Disegno Industriale», <http://www.adi-design.org/blog/2017-da-icsid-a-wdo.html>.

⁴ «WDO».

I valori fondamentali su cui la WDO basa le sue azioni e su cui si dichiara essere fondata sono⁵:

- il loro impegno nel sostenere le potenzialità del design industriale per migliorare la vita delle persone, nel prendere posizioni su questioni politiche in linea con la propria visione e nel condividerle con un vasto pubblico.
- il rispettare, l'abbracciare e l'usare come ricchezza le diversità tra i propri membri, la propria comunità e il proprio personale.
- l'inclusione e la promozione di un consumo e una produzione sostenibili, cercando di minimizzare il più possibile il proprio impatto ambientale negativo.
- la promozione di uno spirito di collaborazione aperta a più discipline e paesi per la promozione e la facilitazione nella costruzione di soluzioni innovative e guidate dal design.
- l'inclusività nella quale si impegnano cercando di rendere le conoscenze e le informazioni di facile accesso e di condividerle su molteplici canali di comunicazione.
- *Human-centered*, ponendo al centro della propria attenzione le necessità dell'uomo e adottando un approccio empatico ed olistico alla risoluzione dei problemi.
- La lungimiranza nel cercare di perseguire idee creative ed imprenditoriali che possano cambiare il mondo.



L'obiettivo principale dell'associazione è far progredire la disciplina del design industriale a livello internazionale. Per fare questo, la WDO intraprende una serie di iniziative di richiamo globale per supportare l'efficacia del design industriale nel rispondere ai bisogni e alle aspirazioni dell'essere umano, per migliorare la qualità della vita e aiutare a migliorare l'economia delle nazioni di tutto il mondo

⁵ World Design Organization, «WDO Board Report 2017-2019», s.d., https://wdo.org/wp-content/uploads/2019/12/WDO-BoardReport2019_Dec17-Lores-1.pdf.

4.2.2 L'organigramma della WDO

Il Consiglio di Amministrazione

Questo è l'organo più importante dell'organizzazione che dirige e sostiene la missione e la visione della WDO. È composto da professionisti del design industriale internazionale. È eletto ogni due anni dall'assemblea generale. Si compone di undici membri: il Presidente, il Presidente eletto, il tesoriere e altri otto membri del consiglio che offrono volontariamente il loro tempo e le loro competenze al servizio dell'organizzazione per collaborare alla missione di dar voce e rafforzare il ruolo del design industriale a livello internazionale. Ogni membro del consiglio può essere eletto per due mandati ma non può candidarsi per un terzo a meno che non sia candidato dal Presidente eletto.

Il Presidente eletto

È colui che è designato a susseguire il Presidente in carica al termine del suo mandato.

Il Tesoriere

Questa figura è nominata dal Presidente ad ogni mandato e il suo ruolo è quello di tener traccia delle finanze dell'Icsid per ogni biennio.

Il Senato

Si tratta di un organo composto dagli ex presidenti che hanno accettato di servire in modo onorario come consulenti dell'organizzazione. Il più recente senatore è anche nominato come coordinatore del Senato e si deve occupare di fare da tramite tra il Senato e il Consiglio di Amministrazione. Gli ex membri del consiglio possono anche diventare **consulenti regionali** per rafforzare la presenza della WDO sul territorio e supportare l'organizzazione nella sua agenda.

La community Liaisons

Si tratta di un gruppo di soci e designer composto da figure nominate dai membri del consiglio di amministrazione per incarichi di lunga durata, e si configurano come un collegamento molto importante tra i residenti della comunità locale con l'organizzazione principale. Facendo da tramite con il membro del consiglio responsabile della loro regione identificano gli attori e le risorse chiave per potenziare le comunità di progettazione locali e collegarle con la WDO e il suo lavoro.

Il Segretario

È colui che gestisce invece le operazioni quotidiane ed esegue le decisioni prese dal Consiglio Direttivo. L'ufficio della segreteria fu inizialmente situato a Parigi e in seguito fu spostato a Bruxelles, poi a Helsinki. Ad oggi si trova a Montreal, Quebec, in Canada dove si è spostato dal 2005.

I membri

La comunità più allargata della WDO è composta dai suoi membri. Questi possono essere associazioni professionali, istituzioni educative, enti governativi, ecc., che mirano a contribuire allo sviluppo e al sostegno della professione del design industriale. I membri della WDO costituiscono la piattaforma internazionale attraverso la quale le istituzioni del design di tutto il mondo possono rimanere in contatto, condividere interessi comuni, nuove esperienze ed essere ascoltate come una voce potente.

Il Congresso

Dal suo primo congresso del 1959 a Stoccolma, in Svezia, il World Design Congress è il più importante evento biennale internazionale sul design industriale della WDO. Si tratta di un evento di tre giorni nei quali viene sviluppato un programma che si divide tra *speech* di interlocutori chiave, workshop, ecc. La città ospitante viene scelta attraverso un bando di gara e l'evento è aperto a tutti gli interessati al tema del design industriale.

L'Assemblea generale

L'assemblea generale della WDO è un evento internazionale riservato ai soli membri della WDO ed è l'occasione per verificare lo stato attuale del design nel mondo e di individuare i nuovi obiettivi per allinearsi ai cambiamenti economici, culturali e sociali in divenire. Le organizzazioni aderenti all'associazione si radunano in questa occasione e discutono i perfezionamenti della Costituzione e dello Statuto, eleggono nuovo consiglio esecutivo per il prossimo mandato, ratificano i nuovi membri e li aggiornano sul lavoro svolto nei mandati passati⁶.

4.2.3 La programmazione

La programmazione di eventi della WDO sono il cuore della sua attività a livello internazionale. Essa si compone di cinque programmi:

- *World Design Talks*
- *World Design Impact Prize*
- *World Industrial Design Day*
- *Interdesign*
- *World Design Capital*

World design talks



**WORLD
DESIGN
TALKS**

Sono stati istituiti nel 2016 per affrontare le priorità dei membri delle sei regioni. Si tratta di seminari che si occupano di analizzare e trattare problemi e sfide locali e globali come la rapida urbanizzazione, i cambiamenti climatici e la migrazione, attraverso la prospettiva del design.

I risultati prodotti da ciascuno dei *World Design Talks* intendono porsi come una guida per stabilire delle azioni e un'agenda comune del design mondiale per promuovere un consumo e una produzione più sostenibili e il raggiungimento degli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile (OSS) delle Nazioni Unite entro il 2030⁷.

Le prime tre edizioni tenutesi in ordine il 24 Giugno 2016 a Istanbul, il 22 Ottobre 2016 a Shanghai, Cina e il 24 febbraio 2017 a Toluca, Messico, avuto come tema base la mobilità e la congestione causata dal traffico. A queste riunioni hanno aderito partecipanti da vari ambiti, tra accademici locali, designer industriali, architetti e

⁶ «International Council of Societies of Industrial Design», https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=International_Council_of_Societies_of_Industrial_Design&oldid=937392267.

⁷ «WDO | Programmes | World Design Talks», <https://wdo.org/programmes/wd-talks/>.

rappresentanti di organizzazioni non governative, che si sono riuniti per analizzare le problematiche e trovare soluzioni per il corto-medio e lungo termine. I temi sono stati diversi: dall'esplorazione di alternative come trasporti sostenibili e pubblici, lo studio per migliorare i *dolmu* (minibus presenti a Istanbul), la progettazione e la produzione di auto a guida autonoma e lo studio di strategie per una maggiore mobilità urbana nelle città metropolitane. Gli obiettivi relativi ai trasporti toccano otto dei diciassette OSS dell'ONU:

- *2 Zero hunger*
- *3 Good health and well-being*
- *6 Clean water and sanitation*
- *7 Affordable and clean energy*
- *9 Industry, innovation and infrastructure*
- *11 Sustainable cities and communities*
- *12 Responsible consumption and production*
- *13 Climate action*

La quarta edizione della WDT si è invece tenuta a Rabat in Marocco il 28-30 Giugno 2017, e ha radunato, tra *speakers* e partecipanti, più di 350 persone discutere e lavorare sul tema del consumo e della produzione responsabile. In linea con gli obiettivi fissati dalle Nazioni Unite, questo evento ha affrontato le sfide dello sviluppo sostenibile, concentrandosi su questioni relative all'istruzione, allo sviluppo economico, all'artigianato e alla cultura e allo sviluppo urbano.

Il quinto Talk si è tenuta invece a Izmir, in Turchia, il 29 giugno 2018 per affrontare da diverse prospettive il problema della convivenza nelle città. Partendo dal presupposto che il termine *co-living* abbia un significato ampio ed esteso ad un senso di comunità nella condivisione di spazi e strutture, durante il seminario è stato adottato un approccio incentrato sull'uomo e sulle sue relazioni sociali al fine di studiare la progettazione di una città migliore.

Sono stati scelti cinque temi, concentrandosi su casi studio collegati come cornice per discutere il tema del *co-living*: co-vivere con la natura, co-vivere nella società, co-vivere nella città, co-vivere con l'*Heritage*, co-vivere con la tecnologia. Sotto la bandiera del design socialmente responsabile - il tema di World Design Capital (WDC) Città del Messico 2018 - il 12 ottobre 2018, in collaborazione con la Design Week Mexico, si è svolto il sesto World Design Talk per affrontare il problema dell'acqua pulita e sostenibile nelle città, a partire dal caso del restauro del Canal Nacional, un canale d'acqua di 12 chilometri situato nel centro est di Città del Messico. La WDO ha tenuto il suo settimo World Design Talks a Lubiana (Slovenia) il 21 giugno 2019, che in linea con l'SDG 11 ha trattato il tema delle città sostenibili.

World Design Impact Prize



**WORLD
DESIGN
IMPACT PRIZE**

Si tratta di un premio assegnato ogni due anni ad un progetto o un'iniziativa socialmente responsabile, in cui il design industriale ha dimostrato di poter arricchire e migliorare la qualità della vita su scala sociale, ambientale,

economica e culturale. A seguito di una procedura di nomina pubblica, un gruppo multidisciplinare di esperti seleziona un elenco ristretto di progetti che poi vengono votati dalle oltre 140 organizzazioni aderenti alla WDO. Il primo premio è stato assegnato al progetto *Community Cooker* (Nairobi) a Helsinki durante World Design Capital (WDC) International Design Gala nel febbraio del 2012.

Il secondo ciclo del World Design Impact Prize è stato lanciato il 9 aprile 2013 con una nuova identità e l'invito al pubblico a presentare suggerimenti di progetti da selezionare. Il gruppo di selezione internazionale era composto da cinque rappresentanti, tra cui tre membri della WDO e due professionisti esperti nel campo del design sociale.

In un mese (il periodo di candidatura fu dal 29 giugno al 29 luglio del 2013) si presentarono ben 26 progetti provenienti da 15 paesi diversi. Il gruppo di esperti, spinti dalla qualità dei lavori, ne selezionò sette, anziché sei come era stato inizialmente previsto, e li annunciarono durante l'Assemblea generale della WDO il 18 novembre 2013 a Montreal (Canada)⁸.

World Industrial Design Day



Il World design Industrial Day è una giornata celebrata annualmente a livello internazionale per il riconoscimento della fondazione dalla World Design Organization che ricorre il 29 Giugno. La prima edizione è stata lanciata nel 2007 in occasione del 50° anniversario dell'organizzazione,

e ogni anno si prefigge di accrescere la consapevolezza riguardo la professione del designer industriale e per sostenerne il compito e potenzialità nello sviluppo economico, sociale, culturale e ambientale.

Durante questa giornata vengono proposte diverse attività tra cui eventi, tavole rotonde, mostre, workshop e lavori di gruppo. Si tratta di una programmazione **open source** che può essere adattata alle necessità, esigenze e volontà delle singole iniziative. Vengono suggerite comunque diverse possibili attività tra cui tour delle destinazioni relative al design in ciascuna città, organizzazione di esposizioni di design, lezioni e seminari, ma anche attività virtuali come **webinar** o una chat online. Ogni anno, il tema viene definito dal Consiglio di amministrazione della WDO e annunciato con mesi di anticipo, affinché le società, le associazioni, le scuole di design e le agenzie di progettazione possano pianificare le loro attività e il loro raggio d'azione.

La prima edizione, tenutasi nel 2008, fu creata unicamente per fornire un'occasione per sottolineare i meriti della professione del designer e il suo impatto sulla qualità della vita. I paesi partecipanti furono ben sedici: Canada, Cile, Germania, Polonia, Ungheria, Romania, Iran, Giordania, Finlandia, Turchia, Cina, Taiwan, Filippine, Thailandia, Australia e Giappone.

Per le celebrazioni del 2009 l'Icsid ha invitato designer da tutto il mondo a riflettere sull'uomo tema "Industrial Design: il prodotto della creatività umana". I paesi partecipanti furono undici: Alaska, Canada, Stati Uniti, Colombia, Cile, Spagna, Gran Bretagna, Germania, Iran, Finlandia e Giappone. Dal 2009, sino al 2011, fu inoltre lanciato un concorso annuale di design grafico per la progettazione di un poster aperto a studenti di

⁸ «WDO | Programmes | World Design Impact Prize», <https://wdo.org/programmes/wdip/>.

tutto il mondo; questa attività si è conclusa dopo che il WDO ha introdotto il logo ufficiale della Giornata Mondiale del Design Industriale.

Il tema selezionato per l'edizione del 2010 è stato invece "Design industriale: soluzioni umane per un mondo resiliente". Questo argomento è stato selezionato per facilitare la collaborazione all'interno della comunità del design industriale con l'obiettivo di produrre soluzioni tangibili ai problemi del mondo. Le partecipazioni sono arrivate da ben quindici paesi diversi tra cui: Alaska, Canada, Stati Uniti, Colombia, Cile, Venezuela, Sud Africa, Turchia, Iran, Gran Bretagna, Germania, Belgio, Russia, Cina e Australia.

In occasione della quarta WIDD, l'Icsid ha invitato a diffondere consapevolezza e avviare eventi per riflettere su come la disciplina del design industriale abbia influito sulla nostra vita e sul modo di condurla, con lo slogan "Design industriale: come migliora la tua vita?".

Questo tema è stato selezionato dal Consiglio dell'Icsid per indagare sulla prospettiva del grande pubblico su come il design industriale influisce sulla vita quotidiana. Ponendo la domanda "In che modo il design industriale migliora la tua vita?" l'organizzazione ha avviato una conversazione pubblica che ha presentato e accresciuto la consapevolezza sul compito cruciale e sempre attuale dei designer industriali in tutto il mondo. Gli eventi dell'edizione del 2011 si sono svolti tra Spagna, Turchia, Iran, India, Irlanda, Australia, Canada, Colombia, Cile e Venezuela.

Il 2012 ha festeggiato il quinto anniversario dalla prima edizione della Giornata Mondiale del Design Industriale chiedendo a designer e non di interrogarsi sulla domanda "Che cos'è il design industriale?". Le risposte a questo interrogativo sono arrivate da Canada, Venezuela, Cile, Paraguay, Sud Africa, Irlanda, Italia, Belgio, Turchia, Iran, India, Cina, Finlandia, Austria, Ungheria, Taiwan, Filippine e Australia.

L'edizione del 2013 si è concentrata nuovamente sull'aumentare la consapevolezza delle persone su come il design industriale pervada ogni aspetto della vita quotidiana di ciascuno di noi. Partendo dall'affermazione "Il design industriale è aperto" si è cercato di far esplorare la propria quotidianità, individuando gli oggetti e i servizi con cui interagiamo abitualmente e portando all'attenzione come questi siano prodotto di un attento e accurato lavoro di un designer industriale. I paesi che hanno ospitato le attività della Giornata mondiale del design industriale per il 2013 sono stati: Italia, Francia, Spagna, Germania, Austria, Ungheria, Irlanda, Grecia, Turchia, Russia, Lettonia, Cina, Giappone, India, Taiwan, Filippine, Australia, Malesia e Sud Africa.

Per esplorare il tema, l'Icsid ha intrapreso una campagna globale parlando alla comunità del design industriale (professionisti, studenti, agenzie, associazioni di settore e organizzazioni promozionali) per ospitare una serie di eventi (ad esempio webcast, conferenze, tavole rotonde, riunioni del municipio, ecc.) a sostegno dell'iniziativa **Renew ID** chiamato a contribuire alla nuova definizione di design industriale. Secondo i feedback, la nuova definizione è stata annunciata nell'assemblea generale e pubblicata online (vedi paragrafo *La storia* a pag. 7)

Sfruttando lo slancio dei due anni precedenti, l'Icsid ha scelto il 2015 come anno per ridefinire la professione del designer industriale mentre l'edizione del 2016 è stata incentrata sul tema **Youth in Design** e, considerando i giovani come i leader e i rappresentanti del settore del futuro, non ha solo voluto celebrare i contributi dei giovani designer industriali al mondo, ma è stata anche l'occasione per consultarli. La WIDD del 2017 segna una svolta nella programmazione di questo evento.

Da quest'anno in poi infatti i temi delle WIDD verranno allineati agli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile dell'ONU e delle problematiche ad essi associati. Partendo dunque dallo spunto e dalle riflessioni fatte l'anno precedente, la WDO ha deciso di mettere in evidenza l'SDG numero 12: consumo e produzione responsabili. È stato così chiesto a designer di tutto il mondo di mostrare come progettare in modo sostenibile. Ben 34 paesi (Spagna, Francia, Italia, Gran Bretagna, Germania, Ungheria, Turchia, Iran, India, Cina, Filippine, Australia, Argentina, Canada, Cile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Finlandia, Guatemala, Indonesia, Giappone, Messico, Marocco, Norvegia, Paraguay, Stati Uniti e Venezuela) hanno partecipato all'edizione e oltre 100 organizzazioni e aziende di design si sono mobilitate per organizzare e partecipare alle attività WIDD.

L'anno successivo l'obiettivo prescelto è stato il numero 3, relativo alla Buona salute e il benessere, esplorando i modi in cui il design può aiutare a migliorare il nostro sviluppo fisico, sociale, mentale ed emotivo, avviando così un dialogo globale attorno alle soluzioni **design-driven** a problemi che incidono sulla qualità della vita.

La WIDD del 2019 ha invece segnato l'inizio di una nuova collaborazione. La WDO e il team di Global Goals Jam hanno infatti unito le forze per lanciare la prima Mini-Jam (designathon) della Giornata mondiale del Design Industriale 2019 sotto il tema dell'SGDS numero 12: consumo e produzione responsabile. La comunità globale del design è stata invitata a esplorare le sfide locali e identificare i modi in cui il design può aiutare a garantire modelli di produzione e consumo sostenibili facendo di più e meglio con meno.

Più di tutti, l'obiettivo n. 12 parla in particolare ai progettisti industriali e all'impatto che essi possano avere nel fare una differenza positiva nel mondo, attraverso scelte più consapevoli nell'utilizzare materiali riciclati e / o sostenibili o processi migliorati per aumentare i cicli di vita dei prodotti.

La WDO ha collaborato con la Digital Society School, i fondatori del Global Goals Jam⁹, per sviluppare un toolkit per aiutare tutti i partecipanti a realizzare i propri eventi. Si tratta di uno strumento multifunzionale che può essere utilizzato per organizzare eventi di diverso tipo a seconda delle diverse necessità: per eventi brevi o lunghi, organizzati nel corso di un pomeriggio o di un'intera giornata, modificabile a seconda dei metodi che adottati e della profondità di discussione che si vuole raggiungere.

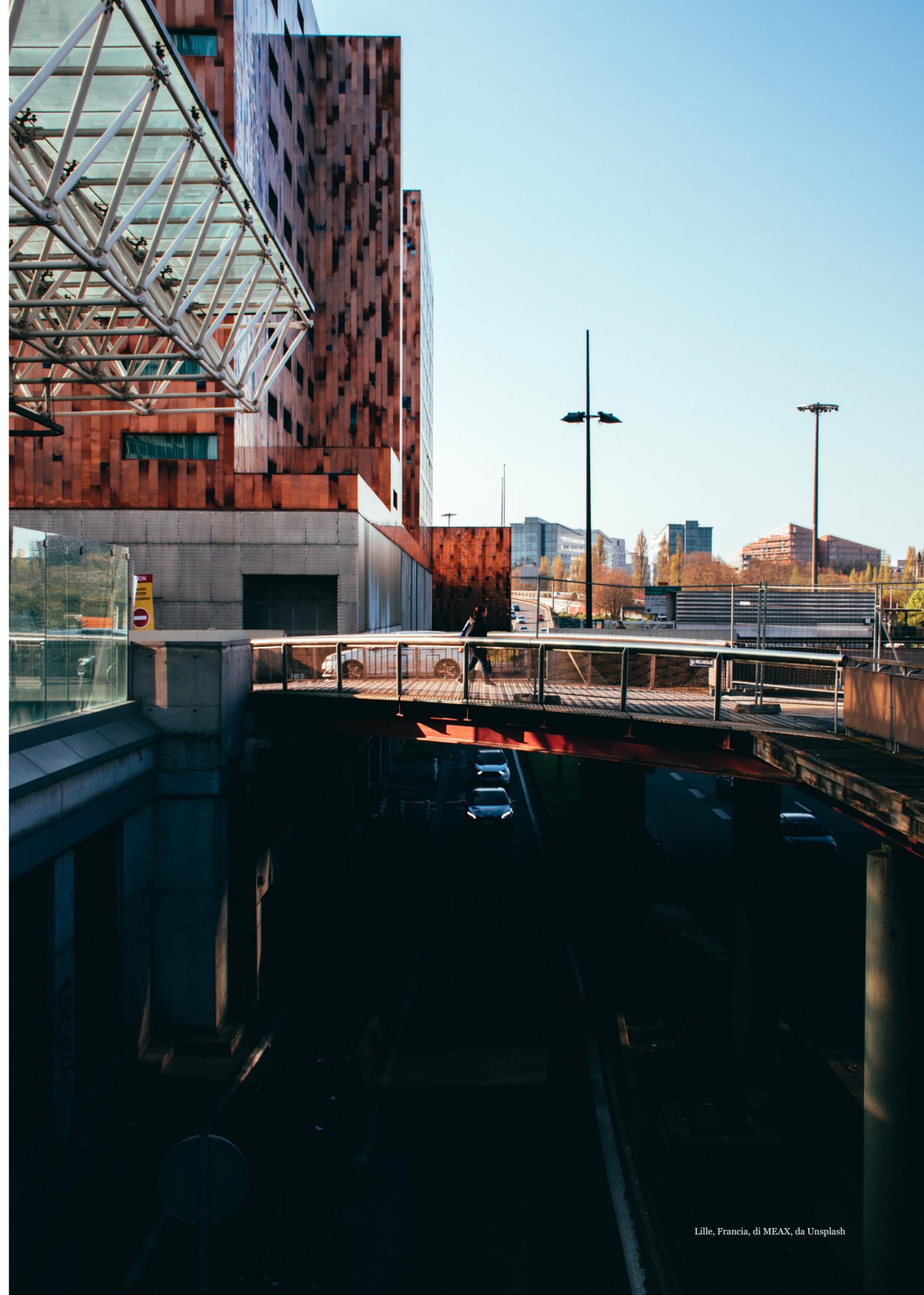
Interdesign



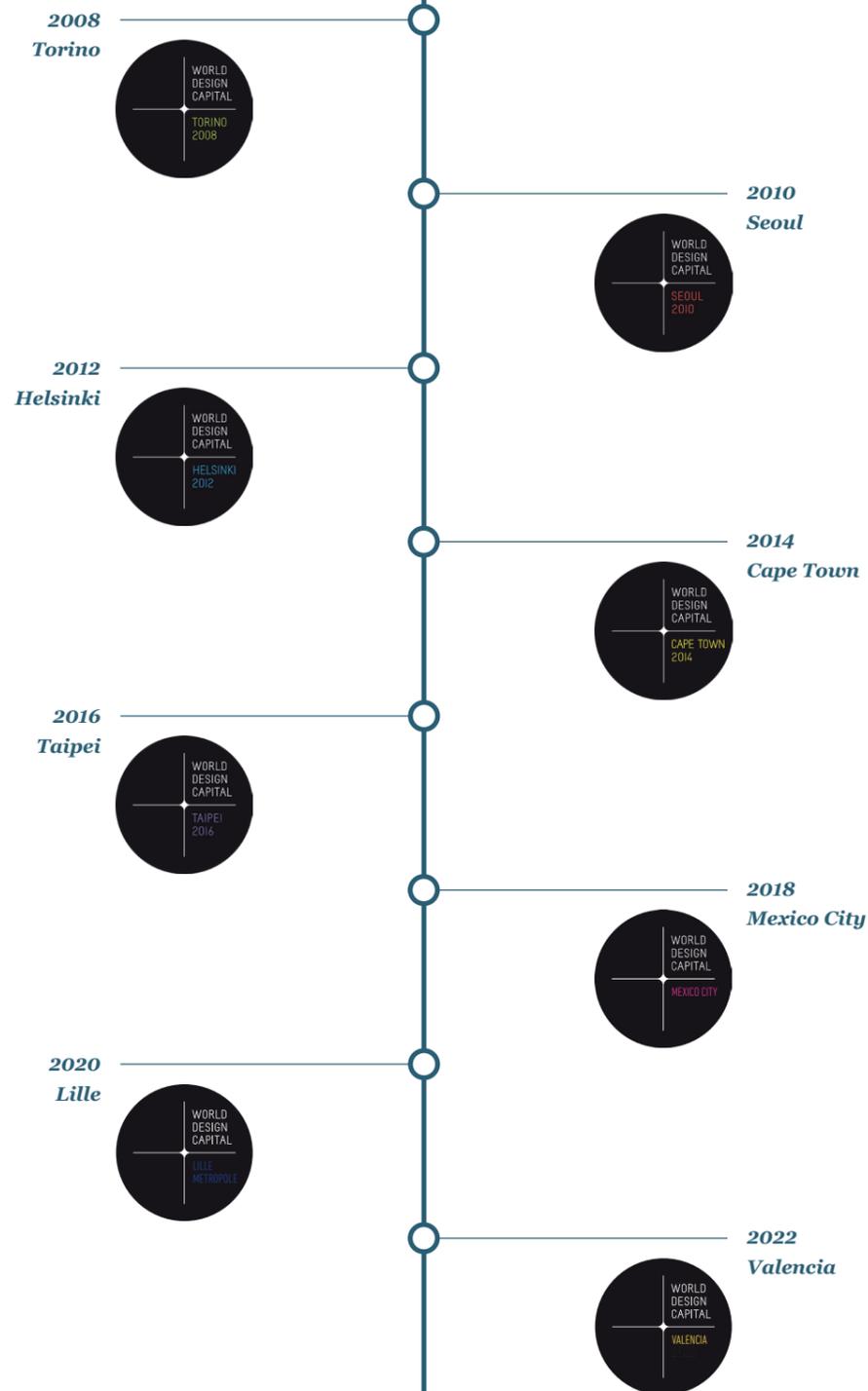
Creata nel 1971, i workshop Interdesign della World Design Organization™ sono sessioni intensive che consentono ai progettisti di tutto il mondo di radunarsi e sviluppare soluzioni per problemi locali, ma di rilevanza globale.

Ospitati ogni volta da un'organizzazione diversa, 38 seminari sono stati tenuti in 25 paesi diversi per affrontare questioni come i cambiamenti climatici, il trasporto urbano e il traffico, l'invecchiamento della popolazione, gli spazi verdi, l'accesso all'assistenza sanitaria e la gestione delle risorse idriche.

⁹ Il Global Goals Jam è un evento di due giorni che consente alle persone di creare un impatto diretto sugli obiettivi globali risolvendo le sfide locali pertinenti al proprio contesto. È stato fondato da Marco van Hout e Gijs Gootjes della Digital Society School (DSS), Boaz Paldi, Simon van Woerden e Hana Omar di UNDP ed è stato ulteriormente sviluppato e coordinato da Anneke van Woerden (DSS). Alla prima edizione nel 2016, 17 città hanno partecipato, nel 2017 sono state 45, nel 2018 75 città e quest'anno si è arrivati ad oltre 85 città partecipanti. Il "WIDD 2019 Mini-Jam" utilizza lo stesso metodo di progettazione in un evento di un giorno più compatto.



4.3 Le World Design Capital



4.3.1 World Design Capital programme

Con più della metà della popolazione mondiale che vive nelle città, il design è sempre di più uno strumento fondamentale per creare città più attrattive, competitive, efficienti, vivibili e sostenibili¹⁰. Partendo da questa consapevolezza La WDO ha deciso di lanciar un nuovo programma: la World Design Capital (WDC)

La WDC è una designazione biennale assegnata ad una città che viene riconosciuta per aver dimostrato di saper far del design uno strumento innovativo per rilanciare le aree urbane e rafforzarne lo sviluppo economico, sociale, culturale e ambientale. Attraverso un programma di eventi relativi al design di un anno, la WDC offre una piattaforma per mettere in mostra le **best practices** di politiche e innovazioni urbane guidate dal design, aumentare l'impegno civico e attrarre finanziamenti e turismo.

I principali obiettivi del programma della WDC sono mostrare l'uso del design da parte della città designata per reinventarsi e migliorare la qualità della vita dei suoi cittadini, promuovere la città e la sua comunità del design sulla scena internazionale, aumentare la consapevolezza pubblica delle potenzialità del design per rafforzare lo sviluppo economico, sociale, culturale e ambientale, ispirare altre città ad utilizzare il design come strumento strategico per crescere e prosperare, creare una rete internazionale in cui le città condividano le migliori pratiche di un design innovativo, garantire una fiorente *legacy* nella città designata che perdurare anche dopo l'evento. L'intento è quello di far emergere un network di città, facilitare il dialogo e la condivisione di conoscenze su come usare il design per affrontare alcune delle sfide più importanti del mondo.

"I rapidi mutamenti nel tessuto della realtà urbana, cominciati decenni fa e tutt'ora in atto, hanno imposto un momento di osservazione; in questo scenario il progetto WDC si può considerare un punto di vista privilegiato, dal quale far partire una riflessione sulle numerose variabili che influenzano la qualità della vita nelle città. L'operazione WDC intende coinvolgere la comunità globale in un dialogo grazie al quale i designer, insieme al grande pubblico, alle istituzioni e ai governi possano promuovere l'importanza che gli interventi sulla trasformazione urbana, effettuati in un'ottica di design, assumono nel lungo termine"¹¹.

La Città di Torino è stata la prima capitale Mondiale del Design ad essere nominata nel 2008. È stata la città pilota con cui al WDO ha ideato il programma annuale per animare l'anno dei festeggiamenti, tra cui gala e mostre.

Prima della designazione ufficiale vengono eseguiti diversi *steps*: le diverse municipalità si propongono volontariamente, viene stilato un elenco con una prima scrematura tra queste, che successivamente vengono visitate, ed infine viene ufficialmente designata la vincitrice. Per la scelta tra le diverse città candidate viene eletto un comitato di selezione per stilare una prima lista ed il Comitato d'amministrazione elegge la città vincitrice.

L'attuale rete di World Design Capital si compone di : WDC 2008 Torino, WDC 2010 Seoul; WDC 2012 Helsinki; WDC 2014 Città del Capo, WDC 2016 Taipei, WDC 2018 Città del Messico, WDC 2020 Lille e l'ultima vincitrice è Valencia 2022.

¹⁰ World design organization, «Becoming a World Design Capital®. A comprehensive guide to the application process».

¹¹ Pamela Pelatelli et al., Torino 2008 world design capital: spread design (Mantova: Corraini, 2009). Intervento di Carlos hinrichsen, Presidente Icsid 2007-2009, pag. 6

4.3.2 Come si diventa World Design Capital

Il Comitato di selezione

Ad ogni ciclo, cinque esperti internazionali nel campo del design, della pianificazione urbana, dello sviluppo economico e sociale vengono selezionati. Il comitato si riunisce per rivedere tutte le applicazioni, crea una lista di città selezionate e infine selezionano la World Design Capital.

Per essere selezionata una città deve dimostrare di avere già delle esistenti risorse nel design, e le capacità di usare quest'ultimo per rinnovarsi. Devono inoltre mostrare di essere in grado di organizzare e finanziare un programma annuale di eventi, mobilitare la partecipazione di un'ampia comunità del design e un vasto settore di popolazione e visitatori.

Il processo di selezione

Il titolo di World Design Capital è aperto a qualsiasi città nel mondo, piccola o grande, che sia in grado di dimostrare il suo impegno nell'utilizzare il design in modo più efficace e creativo come potente strumento di progresso e di sviluppo economico, sociale, culturale ed ambientale. Deve inoltre mostrare come tutti gli attori della città, come il governo, le industrie, le istituzioni educative, i progettisti e la popolazione stessa, stiano lavorando per reinventare e vitalizzare l'ambiente urbano. Viene accettata una sola domanda per città ma è possibile inviare la candidatura nuovamente ad ogni bando.

L'attivazione del programma WDC richiede tuttavia un enorme sforzo e impegno da parte della città ospitante, sotto più punti di vista. Questo programma richiede la mobilitazione di una grande quantità di risorse tra cui notevoli infrastrutture culturali e commerciali, un'industria o programmi di design ben sviluppati, servizi amministrativi sufficienti, un portfolio di successo di varie iniziative relative al design e la capacità di gestire una propria promozione a livello internazionale, così come quella di saper amministrare un budget rilevante per un intero anno.

Nonostante il governo locale abbia un ruolo chiave e imprescindibile nel sostenere ed appoggiare la WDC, provvedendo inoltre a fornire una garanzia finanziaria, la candidatura deve essere formalmente presentata da un'agenzia autonoma e che non può far parte, in nessun livello, del sistema governativo della municipalità. La candidatura deve essere preparata da un team specializzato e dedicato, che possa idealmente seguire il processo dall'inizio alla fine. Non è comunque obbligatorio che la proposta giunga da un'organizzazione appartenente al mondo del design o da dei designer. La condizione necessaria è che però si dimostri che il design faccia parte degli strumenti che la città utilizza per svilupparsi.

Sviluppo della proposta di candidatura

Lo sviluppo della proposta si basa sulla collaborazione e la cooperazione di numerose parti. Viene innanzitutto coinvolta la comunità del design e si inizia un dialogo con la municipalità per valutarne l'interesse e mostrarne i possibili benefici della nomina. Vengono inoltre interpellate diverse tipologie di industrie e la comunità civile per trovare il giusto equilibrio tra il supporto delle autorità politiche e quello del design locale e della

comunità imprenditoriale. L'offerta deve inoltre rispondere a tutte le domande presenti nel *format* della domanda e può essere lunga o breve, in relazione a ciò che è ritenuto necessario dal team che prepara il documento.

Ogni proposta di candidatura deve avere un'estetica unica e deve riflettere l'espressione riconoscibile del design della città.

Nella preparazione della candidatura, le città sono inoltre tenute a presentare un budget che delinea i costi operativi e di programmazione previsti, nonché una panoramica del sostegno finanziario che verrà fornito al progetto da vari livelli di governo.

L'application

Le domande presentate vengono vagliate e verificate della loro completezza, prima della revisione iniziale. Se la domanda viene ritenuta incompleta, le città vengono contattate e gli viene fornita una settimana per inviare il materiale mancante. Le domande tardive vengono escluse dal bando.

Nel 2018 è stata adottata una novità molto interessante. Nel tentativo infatti di mettere in pratica un approccio più sostenibile, la WDO ha deciso di non accertare più candidature fisiche (cartacee) per la revisione. Le città candidate devono presentare offerte solo elettronicamente.¹²

Valutazione e stesura della lista ristretta

Tutte le candidature completate vengono inviate al comitato di selezione della WDC, che conviene e valuta i meriti di ciascuna candidatura e alla fine determina le tre città preselezionate.

Visita della città

In seguito all'annuncio delle tre città preselezionate i membri del comitato organizzatore della WDC visitano le varie città per incontrarsi con i rappresentanti delle municipalità e verificare le informazioni fornite nelle domande. Di solito si tratta di osservazioni di due giorni interi per ciascuna città.

Selezione finale

La riunione per la selezione finale della WDC si svolge circa sei mesi dopo la chiusura del periodo di applicazione. Viene presentato un rapporto sulle visite svolte nelle città con il quale il comitato di selezione valuta ulteriormente la qualità dei programmi previsti dalle diverse città preselezionate prima di procedere alla nomina della prossima capitale mondiale del design.

I risultati sono mantenuti riservati fino all'annuncio ufficiale dopo il quale la città vincitrice deve cominciare a sviluppare il proprio programma. La cerimonia di chiusura della WDC è l'occasione per il passaggio del testimone alla futura Città designata.

Pianificazione e programmazione

A seguito dell'annuncio, la città di nominata ha un periodo di due anni per prepararsi all'attuazione del suo programma di eventi legati al design. Viene creata un'entità

¹² World design organization, <https://wdo.org/>

organizzativa per gestire i vari progetti e sviluppare l'identità degli eventi in collaborazione con WDO. Durante l'anno WDC, la WDO e la città designata collaborano per garantire che il programma sia efficacemente promosso ed eseguito. Ogni programma di ciascuna WDC è unico ma sono tuttavia accomunati dagli eventi di firma obbligatoriamente stabiliti dalla WDO.

I costi della candidatura

Vi sono alcune tasse che devono essere sostenute dalla città che intende candidarsi.

Vi è una tassa di iscrizione non rimborsabile di \$ 10.000 (dollaro canadese) che deve essere inviata al momento della presentazione. Una seconda tassa è invece richiesta alle città preselezionate come condizione per l'esame di selezione finale. Le città dovranno versare una commissione di \$ 25.000 (dollaro canadese) per coprire le spese amministrative e logistiche durante la fase di valutazione. Se, in seguito all'annuncio della lista, le città non desiderano più passare alla fase successiva, secondo i termini del contratto, la WDO rimborsa il 50% della commissione amministrativa.

Le città designate devono infine versare una tassa per ospitare l'evento di \$ 600.000 (dollaro canadese) da pagare in tre anni in tre rate uguali.

4.3.3 Il programma di eventi della World Design Capital

La struttura organizzativa della WDC è divisa su due livelli. Il primo è quello ad alto livello, gestito e monitorato direttamente dalla World Design Organization stessa che si occupa della promozione e del supporto nello sviluppo della programmazione degli eventi istituzionali, i *Signature Events*, e nel monitoraggio costantemente degli avanzamenti del comitato organizzativo locale. Quest'ultimo ha infatti il compito della creazione vera e propria del calendario di eventi e manifestazioni che si svolgono nella città designata. Si tratta di un gruppo indipendente nominato dalla città ospitante al seguito dell'investitura di Capitale del Design.

Entrambe le squadre collaborano regolarmente attraverso teleconferenze e riunioni di persona, sviluppando proposte, report e altri materiali per garantire un'efficace gestione e attuazione del calendario degli eventi dell'anno.

Gli eventi in partnership con la WDO

Oltre agli eventi locali, ciascuna WDC ospita obbligatoriamente anche otto eventi firmati WDO che offrono un momento di incontro e scambio costruttivo, anche con le rappresentanze delle precedenti Capitali del design, e continuità da una città WDC all'altra.

WDC Signing Ceremony

La cerimonia per la firma della WDC è un'opportunità per la città designata di invitare e radunare stakeholders chiave del territorio, media locali, la comunità del design, funzionari di governo ed imprese per celebrare la firma ufficiale del **WDC Host City Agreement**.

Si tratta del primo evento ufficiale della WDC ed è l'unico ad essere tenuto al di fuori dell'anno di festeggiamenti designato, usualmente nei primi tre mesi dell'anno successivi all'annuncio ufficiale della nomina di WDC. È un momento inoltre per celebrare coloro che si sono occupati dello sviluppo della candidatura della città e della comunità del design che si prepara a prendere parte all'evento.

World Design Street Festival

Precedentemente denominato **WDC New Year's Eve of Design**, il **World Design Street Festival** è la cerimonia di inaugurazione dell'anno della WDC. Si tratta di un momento chiave per coinvolgere anche i cittadini, costruire l'orgoglio civico nel conseguimento di tale designazione e nell'estendere la consapevolezza pubblica sull'importanza del design come strumento chiave per migliorare la vita nella città.

Si tratta di un momento che si basa molto sull'esperienza che viene offerta ai partecipanti per coinvolgerli, e per questo si compone di diverse attività tra cui workshop, concerti, mostre, **open house** e laboratori di progettazione partecipata. Questo evento viene di solito organizzato nei primi tre mesi dell'anno designato.

World Design Spotlight

Precedentemente chiamato **International Design Gala**, è un evento celebrativo per presentare il design come strumento chiave e di impatto per lo sviluppo della città e per mostrare perché la città ospitante del WDC ha ricevuto la designazione. Questo evento rende omaggio alla comunità del design locale che ha contribuito a rendere la città meritevole di essere insignita della nomina di WDC. Durante questo evento vengono inoltre individuate le migliori pratiche nel design a livello internazionale.

World Design Experience

In precedenza chiamato **International Design House Exhibition**, si tiene per sette giorni che funge da vetrina interattiva per il design di tutto il mondo.

Durante questo evento la WDC presenta gli espositori che vengono a condividere le loro storie, a presentare al meglio il design del proprio paese e mostrare il suo potenziale per migliorare la qualità di vita di ciascuno. È un'occasione per i progettisti di condividere idee, innovazioni e competenze.

World Design Policy Conference

Una volta era denominato WDC International Design Policy Conference. La World Design Policy Conference fornisce una piattaforma globale per lo scambio di idee e migliori pratiche da diversi paesi, regioni e città che stanno sviluppando, lanciando e mantenendo efficaci politiche di progettazione. Essendo ormai le politiche urbane orientate al design sempre più riconosciute come fondamentali per modellare la prosperità e il benessere di una città e dei suoi abitanti, questa conferenza è uno degli eventi più ricchi di contenuti tra tutti quelli firmati WDO, e ha il potenziale per gettare le basi per una *legacy* guidata dal design e duratura.

World Design Week Forum

La World Design Week Forum è l'evento indirizzato agli organizzatori delle Design Week da tutto il mondo per condividere le migliori pratiche e le lezioni apprese. È anche un'opportunità per le città, che ancora non hanno nella loro agenda una settimana del design, per ottenere le informazioni, gli strumenti e il supporto necessari per avviare un

simile progetto. Si tratta di un evento di un giorno, che di solito si svolge in concomitanza con la *World Design Experience*, attirando attori chiave sul palcoscenico del design internazionale e investitori pubblici-privati.

World Design Network of Cities Meeting

Una volta chiamato **WDC Network of Cities Meeting**, il **World Design Network of Cities Meeting** è un forum dedicato a tutti i delegati municipali, inclusi i sindaci delle città designate. È un evento che offre l'occasione a questo gruppo di rappresentanti di mantenere un dialogo attivo sul tema del design nella vita della WDC. L'incontro ha lo scopo di evidenziare i successi dei programmi di legacy della WDC e di identificare opportunità di collaborazione tra la WDC designata e altre città efficaci nella progettazione.

World Design Capital Convocation Ceremony

La cerimonia di convocazione della WDC è un evento simbolico per mostrare i successi dell'anno affrontato, riconoscere coloro che hanno contribuito al suo successo, condividere i risultati preliminari dello studio d'impatto, riflettere sull'eredità della WDC e consegnare ufficialmente il titolo di WDC alla città successiva. La cerimonia di convocazione comprende funzionari della città, la leadership locale della WDC, la comunità del design, i media e i rappresentanti politici e organizzativi della WDC in arrivo.

Il programma locale della WDC

Come creatrice e proprietaria della World Design Capital, la World Design Organization gestisce dal suo segretariato internazionale, con sede a Montreal (Canada), ogni ciclo del programma WDC. La WDO è responsabile della visione, della politica e della promozione del programma WDC. Un team di professionisti all'interno del Segretariato si occupa di gestire tutte le questioni relative a ciascuna delle città WDC designate, tra cui la procedura di candidatura, la gestione dei contratti, delle sponsorizzazioni e delle partnership internazionali, la programmazione e il supporto per gli eventi WDC, nonché la gestione del marchio stesso.

La città designata costituisce invece un ente di gestione indipendente, il **Lead Organizing WDC**, responsabile della pianificazione e dell'esecuzione del calendario di eventi proposto per l'anno della WDC. I membri del *Lead Organizing* si occupano inoltre di promuovere la programmazione a livello locale e internazionale.

La città istituisce inoltre un Comitato Organizzatore Locale per fornire una direzione strategica al responsabile organizzativo per la programmazione annuale WDC. Il Comitato è composto da rappresentanti della città, altri livelli di governo, nonché stakeholders esterni, come ad esempio partner di finanziamento, e rappresentanti della comunità del design locale. Lead Organizing e i membri del Comitato lavorano a stretto contatto.

Inoltre, la WDO e la città designata istituiscono un Comitato consultivo internazionale (**International Advisory Committee**, IAC) la cui responsabilità principale è quella di aiutare a collocare la città ospitante della WDC in un contesto globale e attrarre diversi paesi ad osservare ciò che sta accadendo nella città designata. È composto da leader della comunità del design locale e internazionale e un rappresentante della Segreteria della WDO, e

fungono da cassa di risonanza per la programmazione della WDC.

Fino ad oggi, la composizione dei nuclei organizzativi di ciascuna delle città designate è stata diversa l'una dall'altra. Ognuna di esse è stata concepita attorno alle complessità e ai requisiti della propria municipalità e alla necessità logistica di creare un'entità autonoma in grado di utilizzare i finanziamenti stanziati dalla città e di implementarli.

Tuttavia, esse sono sempre costruite con una struttura e un flusso di lavoro completi per supportare la collaborazione con la WDO, l'implementazione del calendario degli eventi e il raggiungimento degli obiettivi strategici stabiliti dalla città nella sua candidatura.

Viene infatti proposta dalla World Design Organization una struttura organizzativa standard a cui le città possono far riferimento per poter nominare una propria squadra.



Direttore generale

Si occupa dell'organizzazione della comunicazione diretta con la WDO, è responsabile della direzione generale del programma della città ospitante e di supervisionare le operazioni e la loro conformità ai requisiti legali e normativi. Riferisce direttamente al Comitato Organizzatore Locale.

Direttore del programma

Anche questa figura comunica direttamente con la WDO e si occupa della direzione generale del calendario degli eventi della WDC. Ne supervisiona inoltre le operazioni e la loro conformità con le leggi e i requisiti normativi.

Direttore delle comunicazioni

Il responsabile delle comunicazioni si occupa dello sviluppo e dell'implementazione della strategia comunicativa e del piano di marketing per la WDC. Intrattiene inoltre le relazioni con i media locali e non e gestisce le linee guida del marchio.

Direttore dei partenariati

Questa carica cura la creazione di proposte di sponsorizzazione per potenziali stakeholders e la gestione degli accordi di licenza e degli sponsor.

Direttore delle finanze

Il responsabile delle finanze si occupa di gestire il budget e della contabilità, del personale amministrativo e gestione dei volontari.

Direttore delle relazioni governative

Esso funge da collegamento tra il Comitato organizzativo e i dipartimenti governativi competenti.

Manager degli eventi firmati WDO

Questa figura cura il coordinamento e l'attuazione degli eventi concordati con la WDO.

Responsabile eventi locali

Coordina e realizza i progetti WDC locali.

Responsabile del coinvolgimento della Comunità del Design

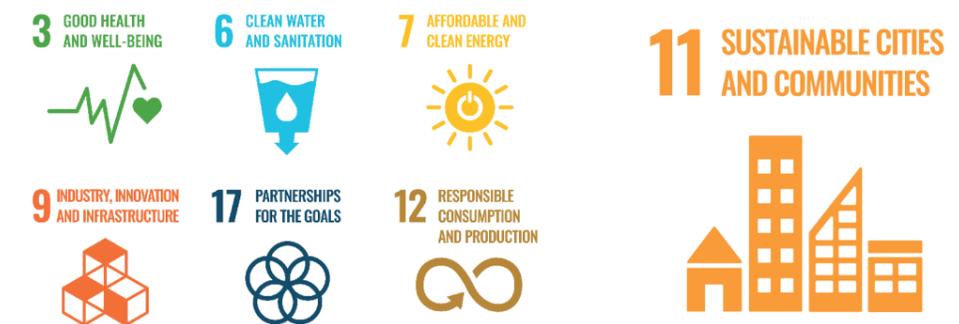
Si occupa di promuovere il coinvolgimento e l'impegno della comunità del design nella pianificazione e implementazione della WDC.

4.3.4 La Word Design Capital e l'allineamento agli SDGs

Come già approfondito nel capitolo *Sostenibilità ed eventi* nel paragrafo *Riferimenti normativi internazionali*, gli SDG delle Nazioni Unite sono un insieme di 17 obiettivi con 169 obiettivi internazionalmente riconosciuti come traguardi a cui aspirare per risolvere alcune delle più grandi sfide dell'umanità entro il 2030.

In qualità di ONG internazionale con status consultivo delle Nazioni Unite, La World Design Capital ha deciso di adottare l'Agenda 2030 allineando il proprio lavoro agli OSS universalmente accettati e ai loro rispettivi obiettivi, con l'intenzione di posizionare il design come un catalizzatore per un cambiamento.

La WDO ha identificato sette Goals come particolarmente rilevanti per la comunità del design industriale e sono: il Goal 3, 6, 7, 9, 11, 12 e 17.



Nell'ambito del programma World Design Capital, la WDO si sta concentrando sull'obiettivo 11 che si focalizza sull'attuazione di strategie che mirano a rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili. L'undicesimo Goal delle UN è stato identificato infatti come un potenziale strumento per esplorare direzioni e strategie future per lo sviluppo delle città in un'ottica di sostenibilità.

Di recente è stata inoltre condotta una ricerca a riguardo per approfondire come il programma della WDC possa essere implementato attraverso l'allineamento agli obiettivi dell'SDG 11 e di come questo possa proporre strategie che possano dare ulteriore impulso allo sviluppo sostenibile delle città designate.

L'obiettivo dello studio era di esplorare i modi in cui il programma WDC può meglio integrare l'SDG 11 nella creazione di future strategie di progettazione che possano facilitare lo sviluppo sostenibile delle città, cercando di rispondere fondamentalmente a due domande:

1. In che modo World Design Capital può migliorare la sua influenza sulle città e fornire nuove strategie in grado di migliorare il programma WDC e le città designate?
2. In che modo il programma World Design Capital può aiutare le città a livello globale fornendo strategie e idee di progettazione che possano condurre allo sviluppo sostenibile?¹³

¹³ Asfand, M. (2019). *How can World Design Capital (WDC) programme better incorporate United Nation's Sustainable Development Goal 11 (SDG 11) in future strategies?* [Master of Design, Carleton University]. doi.org/10.22215/etd/2019-13865

La ricerca ha concluso che, nonostante la WDO abbia adottato gli SDGs, ci sono ancora molte insicurezze, su come essi possano essere realmente integrati all'interno della programmazione della città designata.

Sono state comunque individuate delle strategie che, se applicate, potrebbero contribuire alla riduzione del **gap** tra pratica e teoria.

Innanzitutto, la WDO dovrebbe creare un centro di risorse da cui attingere o un team speciale che si occupi specificatamente del miglioramento della relazione tra i programmi e gli SDGs ed offrire un servizio per tutte le città del mondo. È stata evidenziata anche la necessità riqualificare l'obiettivo stesso del programma WDC, tenendo conto anche della sua implementazione attraverso l'SDG 11 e la correlazione più stretta a tematiche dello sviluppo sostenibile.

Inoltre, l'approccio alla selezione delle città del WDC dovrebbe tener in considerazione la capacità delle città selezionate di essere in grado di dimostrare di utilizzare attivamente il design come strategia chiave per raggiungere gli obiettivi stabiliti dal programma WDC, dagli SDG delle Nazioni Unite o in conformità con la prospettiva di sviluppo sostenibile. Per far ciò è necessario che la WDO migliori ed implementi in modo significativo la sua comunicazione attorno agli SDG e al potenziale legame con il design e l'innovazione. Questa strategia potrebbe inoltre svolgere un efficace ruolo nell'aumentare la partecipazione e la consapevolezza dei cittadini sulle tematiche dello sviluppo sostenibile e su come le diverse città si adoperino per questi.



Vista aerea della Grand Place di Lille, di Velvet, estratta da https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lille_vue_gd_place.JPG

4.3.5 La città in carica: Lille WDC 2020

Il percorso di Lille per diventare una WDC è iniziato nel 2016 quando ha presentato la propria candidatura alla World Design Organization insieme ad altre quattro città. Alla selezione finale è arrivata insieme a Sydney (Australia). L'annuncio della vittoria è avvenuto durante la trentesima Assemblea Generale della WDO svoltasi a Torino il 15 Ottobre 2017, durante la settimana di eventi, meeting, workshop Torino Design of the City.

All'assemblea era presente la delegazione di Lille composta da Damien Castelain, Presidente di Lille Métropole, Frederique Seels, Vice- Presidente di Lille Métropole, Caroline Naphegyi, direttore di Lille Design e Martine Aubry, sindaco di Lille.

I motivi che hanno inciso sul successo della proposta di Lille sono stati sicuramente relativi al quadro culturale dinamico che ha consentito alla città di affermarsi Capitale Europea della Cultura nel 2004 e alla presenza di centri di eccellenza e innovazione.

Nella fase di selezione ha inoltre avuto un ruolo fondamentale la collocazione fisica di Lille come capitale europea, fulcro di snodi con altre tra le più grandi e dinamiche capitali come Londra, Bruxelles e Parigi.

Gli obiettivi che Lille Métropole 2020, si impone sono chiari: sostenere un territorio in transizione verso una vita migliore e cogliere l'opportunità di questa designazione per dimostrare il valore aggiunto del design integrato in un territorio vasto.

Organigramma

Il team di lavoro che si occupa dell'organizzazione dell'intero anno della WDC è composto da ben diciotto professionisti proveniente da settori diversi.

A ciascuno di essi è affidata la responsabilità di un particolare aspetto organizzativo, ma sono tutti coordinati dal Direttore Generale, Denis Tersen, e dalla Direttrice dei Programmi Caroline Naphegyi.

Il Comitato organizzativo ha inoltre nominato cinque Commisari esterni che si occuperanno di seguire dei progetti, suddivisi per categorie, e di mostrare i risultati ottenuti attraverso mostre e *talk* che si terranno in luoghi dedicati, le *Maison POC*.

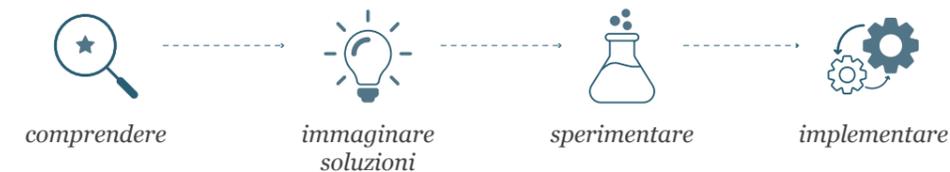
Tema e programma

Il comitato Organizzatore ha deciso di improntare l'anno del 2020 sulla sperimentazione e sul coinvolgimento del territorio e di tutti i suoi attori. Per questa ragione è stato lanciato un importante invito alla comunità a presentare proposte, Proof of Concept (POC), chiedendo ai partecipanti al bando di analizzare il territorio e proporre progetti di trasformazione guidati dal design, che fossero fattibili e desiderabili. Per svilupparli l'organizzazione ha selezionato dei designer che si occuperanno dell'accompagnamento dei **porteur de POC** e delle loro idee, rendendosi quindi responsabile del collegamento tra promotori di progetti innovativi e progettisti e del coordinamento degli esperimenti.

Lille Métropole WDC propone quindi un processo volto a attivare il design e la progettazione in tutta la regione piuttosto che dimostrare i risultati già raggiunti. La sfida del 2020 è quella di costruire un programma co-sviluppato con tutti gli attori pubblici, economici, culturali, di formazione e di ricerca, e anche i cittadini, facendo sì che l'anno della nomina sia un anno di implementazione, condivisione e presentazione. La Città di Lille diventerà così una Repubblica de Design, una piattaforma per la condivisione delle buone pratiche e la messa in comune delle risorse necessarie per supportare gli attori della metropoli nel loro processo di integrazione e adozione del design.

POC

POC è l'acronimo di **Proof of Concept**, "prova del concetto". Si tratta infatti di un'idea, una soluzione da sperimentare, una prova di fattibilità di un progetto. Questi si compongono e sviluppano secondo quattro fasi:



- **comprendere**

All'origine di un POC, c'è necessariamente un'osservazione precisa del terreno e una chiara comprensione delle aspettative e delle esigenze degli utenti.

- **immaginare soluzioni**

Il POC si basa sull'esperienza degli utenti ma anche sul know-how degli esperti: designer, antropologi, sociologi, ingegneri.

- **sperimentazione**

Insieme, progettano un prototipo della soluzione proposta. L'esperimento è decisivo per il POC: sono le persone direttamente interessate a testare la soluzione immaginata.

- **implementazione**

I risultati del test vengono analizzati. Se non sono abbastanza soddisfacenti, può essere attivato un nuovo ciclo di questo processo. Al contrario, se sono promettenti, è possibile pianificare le fasi di implementazione del progetto.

I POC sono sviluppati da comunità, aziende, cittadini, centri di ricerca e formazione, sviluppatori, promotori e centri culturali del territorio; per supportare o avviare questi esperimenti, è stata inoltre mobilitata una vasta rete di designer locali, nazionali e internazionali che li accompagneranno con le loro competenze. I POC sono stati suddivisi per tematica e affidati alle diverse **Maison** POC, che si occuperanno di seguire i diversi progetti ed esporre i migliori risultati durante il 2020. Le **Maison** POC saranno luoghi di animazione dove si terranno eventi, mostre, workshop e tavole rotonde che riuniranno esperti sulle questioni trattate da ciascuna **Maison** e il grande pubblico. Ciascuna di esse verrà presieduta e gestita da dei **commissaires**, designer di spicco, nazionali e internazionali, ed esperti dei temi assegnati a ciascuna **maison**. I risultati di queste sperimentazioni saranno presentati e testati nel 2020 nell'ambito della programmazione di Lille Métropole 2020, capitale mondiale del design. Le Maison POC sono cinque:

Politiques publiques, réinventer les services publics et sociaux

(Politiche Pubbliche, reinventare i servizi pubblici e sociale)

Luogo: **Biotopo (MEL)**

Inaugurazione: **febbraio 2020**

La ville collaborative

(La città collaborativa)

Luogo: La Chaufferie d'Huet, La Madeleine

Commissario: François Jégou

Inaugurazione: febbraio 2020

Questa maison si occuperà di investigare in che modo il design può facilitare la collaborazione tra cittadini per creare stili di vita più sostenibili, come possa contribuire a rigenerare i beni comuni e creare comunità più inclusive. Molti POC pervenuti alla commissione incarnano questo problema di collaborazione e condivisione della città. Questi POC orientati al futuro saranno presentati in una mostra ospitata dal designer François Jégou e dal suo studio **Strategic Design Scenarios**.

Habiter

(Abitare)

Luogo: **Gare Saint-Sauveur**

Commissario: **WAAO (Centre d'architecture et d'urbanisme, Lille)**

Inaugurazione: **Maggio 2020**

Questa maison tratterà di un argomento antico e oggi molto delicato: la casa.

La casa come un diritto umano e una necessità di base, che oggi più che mai, per il contesto in cui viviamo, si trova al centro dell'innovazione, anche sociale.

Prendre soin

(Prendersi cura)

Luogo: **Casa Folie Wazemmes**

Commissario: **Antoine Fenoglio (designer) e Cynthia Fleury (filosofa)**

Inaugurazione: **maggio 2020**

Cynthia Fleury, filosofa, e Antoine Fenoglio, designer e co-fondatore dello studio di design **Les Sismo**, vogliono mostrare come il tema del "prendersi cura", di noi stessi, di qualcun

altro e della società in senso più ampio, sia essenziale e benefico, integrandolo nella sua dimensione etica attraverso la filosofia politica e nella sua dimensione pratica attraverso il design.

Économie circulaire, changer nos habitudes de consommation et de production

(Economia circolare, cambiare le nostre abitudini di consumo e produzione)

Luogo: **Convento delle Clarisse, Roubaix**

Commissario: **Giovanna Massonni**

Inaugurazione: **maggio 2020**

L'economia circolare è un cambiamento di modo di pensare ed agire ed implica una trasformazione collettiva verso nuovi modelli produttivi, di sfruttamento delle risorse e di comportamento dei consumatori, coinvolgendo, oltre che il codice etico, anche le politiche pubbliche. Per questa ragione in questa Maison verranno mostrati POC che si propongono come step di questa transizione. In particolare, ci saranno progetti riguardanti l'importanza del riutilizzo dei rifiuti (agroalimentare, edile, manifatturiero) e l'uso di risorse naturali rinnovabili.

Ad oggi sono stati presentati più di 500 idee di sperimentazione da oltre 1000 differenti attori della metropoli. Questi progetti possono definirsi come "design di agopuntura", intervenendo in luoghi e modalità specifiche sul territorio, trasformandolo Lille in una metropoli rivolta verso il benessere, l'attenzione verso gli altri e verso il pianeta, una metropoli gentile e desiderabile. Questa grande ricchezza e varietà di idee si configura anche come un grande sfida che il Comitato organizzativo dovrà saper gestire, da una parte, per non appiattire e omologare queste diversità, dall'altra, per saper trovare un filo conduttore comune tra tutti questi progetti, che si differenziano enormemente anche nelle singole maison.



Approfondimento sulla programmazione

Per tutto l'anno 2020 mostre tematiche, le *Maison POC*, esposizioni di aziende, proiezioni di film, eventi, incontri di designer, laboratori per comunità e aziende, workshop, saranno sparse su tutto il territorio metropolitano, offrendo ai visitatori l'opportunità di scoprire il territorio e il suo eccezionale patrimonio.

Inverno

L'anno si aprirà con lo *Street World Design Festival* da sabato 7 a domenica 8 dicembre 2019. Questo primo evento inviterà i visitatori a scoprire la pluralità del territorio e agenzie, studi e scuole di design apriranno le loro porte, invitando il pubblico a scoprire il design. Si tratterà quindi di un evento diffuso sull'intera superficie della città. A febbraio inoltre ci sarà l'inaugurazione delle *Maison POC Ville collaborative* e *Politiques Publique*, rispettivamente presso La Chaufferie d'Huet a La Madeleine e presso il Biotope, a Lille.

Primavera

Da aprile 2020 verranno inaugurate tre grandi mostre che metteranno in luce la dinamica impegnata dai POC e analizzeranno sotto la prospettiva del design grandi temi come il cambiamento dei nostri stili di vita e le grandi sfide della nostra epoca come il cambiamento climatico, il sistema educativo, alimentare, digitale e l'evoluzione della professione del designer. Durante questo periodo verranno inoltre aperte le *Maison POC Habiter, Prendre soin* e *Economie circulaire*.

Estate

La MEL Biotope ospiterà vari eventi sulla progettazione di politiche pubbliche: il **World Design Network of Cities Meeting**, un forum che riunirà i rappresentanti di Lille Métropole 2020 e i sindaci delle città precedentemente designate World Design Capital, la **World Design Policy Conference**, una piattaforma di scambio globale di idee e migliori pratiche da diversi paesi, regioni e città che sviluppano una politica di progettazione, e la **World Design Spotlight**, un evento festivo per evidenziare il design come strumento efficace per lo sviluppo di Lille Métropole 2020. Durante i mesi estivi verrà inoltre aperto un **Summer Capm** per giovani designer provenienti da tutto il mondo.

Autunno

I mesi autunnali saranno quelli segnati dagli eventi di firma della World Design Organization come la **World Design Week Forum**, momento di scambio e condivisione delle migliori pratiche e gli insegnamenti tratti dall'anno in chiusura, la Cerimonia di Convocazione della futura WDC 2022 e la World Design Week.

Partners e sponsors

Tra i partner di Lille WDC sono presenti grandi marchi che fondano le loro radici proprio in quel territorio. Tra di essi infatti vi sono Decathlon e Leroy Merlin. La WDC di Lille è sostenuta anche da enti pubblici come la Camera di Commercio e Industria per la regione dell'Hauts-de-France e il Ministero per la Cultura.

*4.4 Le edizioni passate delle
World Design Capital*

4.4.1 Il network delle World Design Capital

- 1 Torino WDC 2008
- 2 Seoul WDC 2010
- 3 Helsinki WDC 2012
- 4 Cape Town WDC 2014
- 5 Taipei WDC 2016
- 6 Mexico City WDC 2018
- 7 Lille Metropole WDC 2020
- 8 Valencia WDC 2022



WDC Lille 2020
 Situata nel cuore del nord Europa, Lille Metropole è un centro culturale, socioeconomico e creativo di importanza regionale e nazionale. Fin dai tempi antichi, Lille è stato fulcro e snodo del commercio e dell'economia europea, ed oggi, attraverso la designazione WDC 2020, la città mira a coinvolgere i suoi 2,1 milioni di abitanti in progetti di design collaborativo.

WDC Helsinki 2012
 Oltre il 90% dei cittadini di Helsinki ha riconosciuto la designazione WDC 2012 della città, con due terzi della popolazione che partecipano alle attività del WDC 2012. Per Helsinki, la WDC 2012 ha introdotto il design come componente permanente e significativa dello sviluppo della città, portando all'assunzione del primo Chief Design Officer della città.

WDC Seoul 2010
 La designazione di Seoul (Corea del Sud) come WDC aumentò il suo valore di marchio a 890 miliardi di KRW (800 milioni di US) e portò alla creazione del Dongdaemun Design Plaza (DDP), ora un importante punto di riferimento per lo sviluppo urbano della Corea del Sud. Ha anche aiutato la città a raggiungere il n. 9 sull'indice di competitività urbana globale 2010.

WDC Cape Town 2014
 Valencia (Spagna) è stata nominata World Design Capital 2022 grazie alla sua eredità progettuale di lunga data, che è diventata un esempio leader dell'uso efficace e strategico del design sia per lo sviluppo della città e delle sue infrastrutture pubbliche, sia per l'implementazione e la crescita dell'industria privata.

WDC Mexico City 2016
 Come prima città delle Americhe a ricevere la designazione WDC, Città del Messico ha una vivace comunità di design e ha lavorato per ispirare altre megalopoli in tutto il mondo, con un focus su ciò che un design socialmente responsabile può significare per la vita di una città.

WDC Torino 2008
 Come prima capitale mondiale del design, Torino (Italia) è stata riconosciuta come una città di spicco nel design, attirando nuovi investimenti, aumentando la visibilità della città e creando un modello di rete urbana, pubblica e privata, che ha avuto un impatto sulla pubblica amministrazione, sulle imprese, designer, leader di pensiero, scuole e cittadini.

WDC Taipei 2016
 Taipei mirava a rendere il "design thinking" un motore dello sviluppo della città, mostrando alle città vicine e al mondo il loro paesaggio urbano rigenerato, le vivaci infrastrutture culturali e i progetti di rigenerazione urbana basati sulla comunità. Taipei ha adottato il tema "Città adattiva - Design in Motion", per dimostrare come le città con risorse limitate possono adattarsi per soddisfare le esigenze dei cittadini, usando l'innovazione guidata dal design per migliorare la qualità della vita dei cittadini.

WDC Cape Town 2014
 Come prima città africana a ricevere la designazione del WDC, Cape Town ha democratizzato il design, mettendo in mostra il valore del pensiero progettuale e dei processi di progettazione partecipativa a livello di quartiere, toccando migliaia di persone in oltre 81 dei 111 reparti. Per ogni Rand speso nella WDC 2014, Città del Capo ha generato ben 2,46 Rand.

4.4.2 Torino WDC 2008

Torino (Italia) è stata nominata la prima capitale mondiale del design per l'anno 2008 durante la XXIV Assemblea generale dell'Icsid a Copenaghen, il 30 settembre 2005. Con la nomina, sono state riconosciute le conquiste di Torino nel campo del design, comprese le industrie innovative e creative, le scuole di design, le organizzazioni promozionali e le reti municipali di supporto.

“La particolarità del design piemontese è che deriva da un progetto, con le sue radici saldamente radicate nella storica tradizione industriale. Torino è, ed è riconosciuta, un think tank e un laboratorio di idee, know-how e creatività in grado di reinventarsi promuovendo settori altamente innovativi.”¹⁴

Essendo la prima World Design Capital, la città di Torino aveva esempi o modelli ai quali rifarsi o da evitare. Per questa ragione la direzione della programmazione dell'intero hanno è stato un esperimento unico e creativo, che si fondasse su **“una politica di ascolto del territorio e delle sue potenzialità per dare voce alla ampio spettro di realtà che, sul territorio si trovavano”**.¹⁵

La designazione come WDC ha inoltre contribuito a sviluppare un solido network e una cooperazione più stretta con le municipalità limitrofe, nonché con altre città al di fuori dei confini regionali che desiderose di collaborare, apprendere dalle migliori pratiche o diventare future WDC.

La designazione come WDC ha inoltre aiutato Torino a creare e migliorare un sistema di relazioni con le istituzioni di design nazionali e internazionali, come il **Centre de Diseny** di Barcellona, il **Design Council** di Londra, il **Design Center** di Singapore e il **Norwegian Design Council**. Nel 2008, 80 importanti esponenti del mondo del design si sono incontrati a Torino, per arricchire la città e prendendo parte al suo sviluppo attraverso collaborazione e il lavoro svolto aziende locali, agli incontri con i professionisti e alla partecipazione a

¹⁴ Estratto da Tamtam 2006, un'edizione speciale della rivista di Torino Internazionale; «WDO | Torino Mayor Sergio Chiamparino Comments on the Designation of World Design Capital 2008», <https://wdo.org/press-release/torino-mayor-sergio-chiamparino-comments-on-the-designation-of-world-design-capital-2008/>.

¹⁵ Pelatelli et al., *Torino 2008 world design capital*.

Torino 2008 World Design Capital di Ornella Orlandini, estratta da <https://wdo.org>



seminari con gli studenti. Tra loro c'erano Jasper Morrison, i fratelli Campana, James Irvine, ma anche Martí Guixé, Ross Lovegrove, Patricia Urquiola, Giulio Iacchetti, Stefan Sagmeister e Matali Crasset.

Alla fine dell'anno del WDC a Torino, Astra Research, un istituto specializzato in ricerca sociale e marketing, ha intervistato 1.596 persone per stimare la percezione pubblica riguardo la nomina della città di Torino come World Design Capital. I risultati delle interviste effettuate hanno evidenziato che la campagna comunicativa e di coinvolgimento della popolazione è stata molto efficace e proficua, riuscendo a coinvolgere un gran numero di persone e cittadini. Infatti, il 73% degli intervistati era a conoscenza del WDC Torino 2008 e ben quattro su cinque persone avevano preso parte ad uno o più eventi del programma annuale. Infine, la metà degli eventi WDC era nota da almeno tre su quattro intervistati.

Organigramma

A seguito della designazione di Torino come prima World design Capital è stato nominato un comitato organizzatore per la gestione e l'organizzazione dell'anno di attività, eventi e progetti. Ben nove enti, pubblici e privati, hanno svolto la carica di soci fondatori del comitato Torino 2008 World design Capital: Città di Torino, Regione Piemonte, Provincia di Torino, Camera di Commercio di Torino, Compagnia di San Paolo, Fondazione CRT, ADI - Associazione per il disegno industriale, Politecnico di Torino, Università degli Studi di Torino. Ciascun socio fondatore aveva la facoltà di designare un proprio rappresentante per formare un consiglio di amministrazione: Tom Dealessandri per la città di Torino, Andrea Bairati per la Regione Piemonte, Giuseppina De Santis, e Carlo Chiama per la Provincia di Torino, Guido Bolatto per la Camera di Commercio, Dario Disegni per la Compagnia di San Paolo, Silvio Boccardo per la fondazione CRT, Luisa Bocchietto per l'associazione ADI, Francesco Profumo per il Politecnico, Sergio Roda per Università di Torino. La presidenza è stata affidata al sindaco della città di Torino Sergio Chiamparino¹⁶.



Il consiglio di amministrazione ha nominato direttore Paola Zini con il compito di costituire un team di lavoro per sviluppare la strategia e le attività operative per la programmazione dell'intero anno. Il gruppo di lavoro era composto da 12 persone: Giuliano Molineri per le

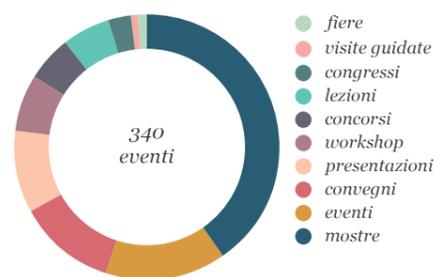
¹⁶ Pelatelli et al.

relazioni internazionali; Ruben Abbattista per le relazioni esterne; Sara Bigazzi, Emma Cova e Alessia Dino per i progetti e gli eventi; Luca Ballarini, Sara fortunati, Pamela Pelatelli, Domenico Petitti per la comunicazione e la promozione; Alessandro Bertin, Stefano Fassone per l'ufficio stampa; Alice Spalatro per l'organizzazione segreteria organizzativa; Antonella Odifreddi per l'amministrazione.

Il 31 gennaio 2007 è stato inoltre costituito un Comitato Consultivo con il ruolo di guidare lo sviluppo del progetto e di sottoporre il proprio operato a Comitato Organizzativo.

I membri del comitato consultivo sono stati: Gillo Dorfles¹⁷, Guta Moura Guedes¹⁸, Enrico Morteo¹⁹ e Michael Thomson²⁰.

Tema e programma



L'anno di Torino WDC 2008 è stato segnato da una programmazione fitta e varia che ha proposto al pubblico quasi un evento al giorno. Le iniziative sono state infatti ben 340, di cui 137 mostre, 50 eventi, 41 convegni, 34 presentazioni, 24 Workshop, 19 concorsi, 19 lezioni, 10 congressi, 3 cicli di visite guidate e 3 tre fiere selezionati da dei progetti esterni all'organizzazione per essere inseriti

nel calendario ufficiale della WDC. Gli organizzatori di tali eventi avevano nature molto diverse tra loro andando così ad arricchire ulteriormente i diversi punti di vista e gli apporti al design. Il 30% di essi erano soggetti privati, come professionisti e aziende, il 24% erano associazioni, il 21% istituzioni pubbliche, il 14% istituzioni culturali, il 7% scuole e il 4% combinazioni di soggetti vari. La maggior parte degli eventi si è distribuita sul territorio della città di Torino e il 20% di essi si è distribuito equamente tra la provincia di Torino e il resto della Regione Piemonte.

In aggiunta a questi sono stati organizzati gli otto *Signature events*, direttamente pianificati e gestiti dal Comitato.

Il concetto di flexibility è stato assunto come concetto chiave attorno al quale costruire la strategia e la programmazione della WDC. La flessibilità "è stata intesa [sia] come la capacità di cogliere il significato delle trasformazioni e di intercettare le evoluzioni fisiche e sociali della città"²¹ sia come vera e propria procedura operativa per il Comitato organizzatore. Il programma di Torino World Design Capital non ha steso un programma lineare, ma ha invece preferito raccogliere ed esprimere la pluralità di modi e di linguaggi del design del territorio, con l'intenzione anche di creare momenti di confronto e di scambio proficui.

Le tematiche con cui Torino 2008 WDC si è confrontata con il territorio circostante e attraverso le quali i diversi eventi sono stati suddivisi erano quattro: il design e la

¹⁷ Pittore, autore di numerosi saggi di design ed estetica, e fondatore del MAC (Movimento Arte Concreta).

¹⁸ Ex direttore del Belém Culture Center (Lisbona) e fondatrice di Experimenta, l'associazione culturale che promuove la cultura del design e organizza la Biennale di Lisbona ExperimentaDesign.

¹⁹ Architetto, storico e critico del design, scrittore e conduttore televisivo e radiofonico.

²⁰ Fondatore della società di consulenza Design Connect di Londra che aiuta le aziende di design con strategia aziendale e membro della Royal Society of Arts.

²¹ *Torino 2008, the first world design capital* (Torino: Torino 2008 world design capital, 2008).

collettività, il design e l'impresa, il design e la formazione, il design e le politiche di sviluppo. Su questi quattro indirizzi hanno preso forma gli appuntamenti cardine del calendario.

Identità visiva

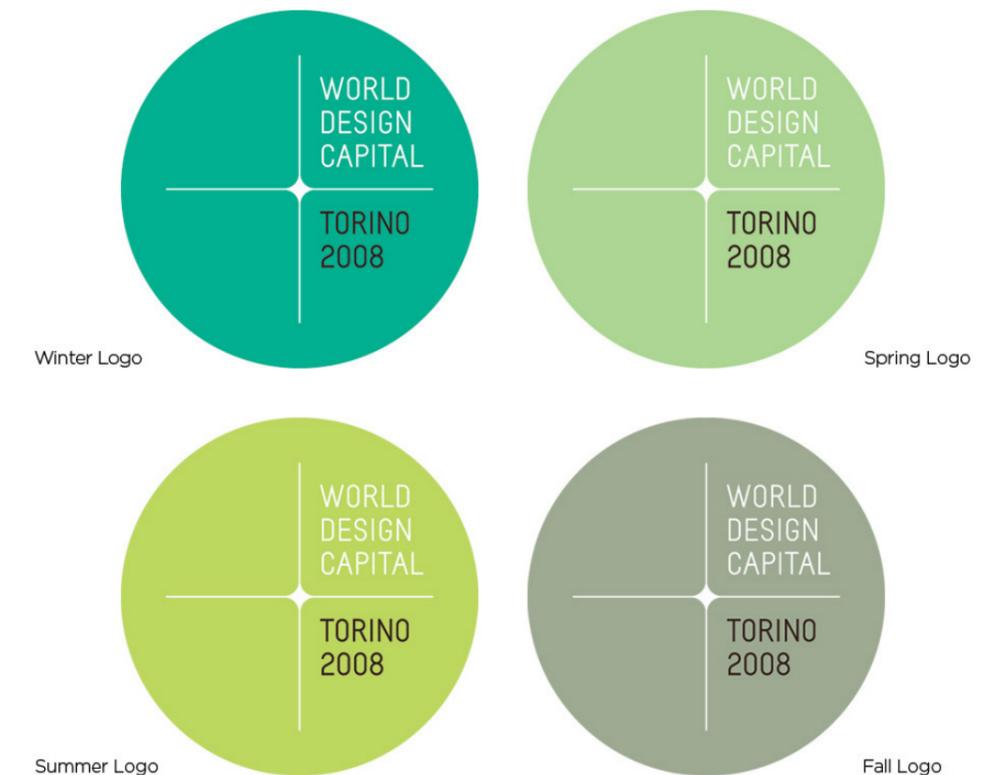
Diversi designer furono selezionati per occuparsi dell'identità visiva di Torino WDC 2008. La guida della cura del programma dell'immagine coordinata fu comunque affidata, in qualità di consulente, a Pietro Palladio.

Il colore selezionato è stato il verde, motivato da ragioni scientifiche e storiche, nonché da fattori competitivi e tendenze del momento. Si trattava di un colore nuovo per la città, solitamente associata al giallo e al blu che si ritrovano nello stemma della municipalità. Il verde ne rappresenta quindi la fusione e voleva essere anche un richiamo al **green design** e la sostenibilità ambientale, due temi su cui si è riflettuto durante i festeggiamenti.

Per la comunicazione visiva di Torino WDC 2008 non è stata utilizzata una sola tonalità di verde ma diverse sfumature che l'hanno reso ancora più flessibile e modificabile.

Lo slogan presente su tutto il materiale di supporto era "Un altro colore verde", seguito dal codice colore Pantone (o dalla rispettiva percentuale cromatica) utilizzato in ciascun caso specifico.

Identità visiva per Torino WDC 2008, estratta da <https://wdo.org>



Budget

Il comitato Torino 2008 World design Capital ha avuto a disposizione un budget complessivo di 8.411.700 € per produrre e comunicare 8 progetti speciali (tra cui il Capodanno del design, il progetto Torino Geodesign e una Summer School denominata Designing Connecting Places), raccogliere e coordinare 340 iniziative inserite nel calendario di Torino 2008 World design Capital e promuovere il calendario dell'intero anno. Il 73% del budget è stato coperto da Città di Torino, Regione Piemonte, Provincia di Torino, Camera di Commercio di Torino, Compagnia San Paolo, Fondazione CRT. Il restante 27% invece è stato coperto da parte dei partner e degli sponsor privati. Torino è stata in grado di chiudere l'attività nell'aprile del 2009 con un bilancio in pareggio²². La produzione, la gestione, l'organizzazione e la comunicazione dei singoli eventi e delle iniziative erano a carico dei gli stessi soggetti organizzatori.

Partner e sponsor

Gli sponsor e i partner di Torino WDC 2008 in molti casi hanno anche arricchito il calendario di attività dell'anno, apportando contenuti di design attraverso le proprie iniziative. I partner di Torino 2008 sono stati: Fiat group, Iride, Seat Pagine Gialle e Martini. Gli sponsor invece erano: Fedrigoni, Lavazza, Lea Ceramiche, PBA e Toro Assicurazioni.

²² Pelatelli et al., *Torino 2008 world design capital*.



Portici di Torino, di John Moeses Bauan, da Unsplash



Legenda	
social	infrastrutture
education	design
art	local economy
servizi	mobility
food	sustainability
sanità	design for/in administration

● ● **Shaping the global design agenda:** una conferenza internazionale volta a illustrare le prospettive globali del design, al fine di concentrarsi su come i governi e le società possono sfruttare il ruolo cruciale che il design può svolgere nel promuovere la competitività, l'identità culturale e una migliore qualità della vita.

● **International Design Casa:** quindici paesi si sono radunati a Torino per mostrare come il design si è espresso in altre parti del mondo. Attraverso una successione di mostre, sviluppate anche in luoghi insoliti del centro città, il progetto ha fornito la possibilità di confrontare le idee e di studiare altri modi di comprendere, praticare e sviluppare il design.

● **Olivetti. Una bella società:** dalla progettazione di macchine da scrivere ai progetti di organizzazione aziendale, dalla progettazione grafica di poster ai piani generali urbani per i distretti del personale, dalle strategie di comunicazione ai lavori editoriali: la mostra ripercorre la storia dell'azienda piemontese che si mostra non solo come produttrice di efficienti pezzi di design come le macchine da scrivere, ma anche come forza trainante e di riferimento per lo sviluppo della società in cui lavorava.

● ● **Information design project:** Un sistema integrato di segni, strumenti e oggetti finalizzato a informare le persone sui vari luoghi / siti dell'evento International Design Casa. Una mappa senza precedenti della città combinata con un sistema di segnaletica per il centro città composto da una serie di oggetti d'arredo urbano usati come sedie, panchine e aree di sosta e allo stesso tempo indicando e identificando i luoghi delle mostre.

● **Dream. L'auto del futuro dal 1950 :** Una mostra di 80 pezzi unici di ricerca sul design applicati all'industria automobilistica, che hanno contribuito a fare la storia del design automobilistico italiano. Ha evidenziato, da un lato, la storica produzione piemontese e, dall'altro, ha sottolineato la presenza diffusa di nicchie di creatività, artigianato e tecnologia.

● **Piemonte Torino design:** mostra dell'eccellenza del design "made in Piedmont" attraverso oltre 200 prodotti industriali progettati e/o realizzati in Piemonte da oltre 150 designer e 170 aziende coinvolte nella loro produzione, tra cui Alessi, Aurora, Bialetti, Ferrino, Giugiaro Design, Pininfarina Extra, Sabelt, Sambonet, Seven, Sparco e Venchi.

● ● **Enzo Mari. Designer e artista:** una selezione di 250 opere che rappresentano la continua ricerca e sperimentazione di Enzo Mari su nuove forme di prodotto e ciò che significano, concentrandosi sulle lavorazioni meno familiari del mercato e della produzione e sulla riscoperta di fattori come l'artigianato.

● **C.Stem 2008. Breeding objects. Computational design: dal digital fabrication alla personalizzazione di massa:** una mostra di progetti visionari derivanti dall'interazione tra design, progettazione di software, mezzi di fabbricazione digitale e la necessità di prodotti sempre più personalizzati.

● ● **Torino Geodesign:** focalizzando l'attenzione sulle persone piuttosto che sugli oggetti, il progetto mirava a innescare nuove forme di impresa nelle comunità, sviluppando una fitta rete di relazioni. Tale processo si è sviluppato nel corso dell'intero anno e ha portato a una serie di seminari che riunivano una comunità selezionata, un designer famoso a livello nazionale e internazionale e un esperto di business attorno allo stesso tavolo. L'obiettivo era quello di trasformare le idee e i desideri delle persone in oggetti e utensili di tutti i giorni. Ciò ha portato alla creazione di 48 progetti esposti in una mostra di design.

● ● **Un nuovo modello di fiera/evento a ridotto impatto ambientale:** Primo vero e proprio evento a basso impatto ambientale nella storia delle WDCs, condotto dal Professor Franco Fassio. Si è trattato dell'applicazione sperimentale di linee guida sistemiche per la progettazione di due importanti eventi di Torino, che ogni due anni attirano centinaia di migliaia di persone: Salone del Gusto e Terra Madre. È stato il primo passo di una ricerca volta a promuovere nuovi scenari sostenibili di gestione dei consumi e della produzione, a partire da una graduale riduzione dell'impatto ambientale causato dagli eventi fieristici.

● **Changing the change:** Conferenza internazionale sul ruolo e il potenziale della ricerca nel campo del design a cui hanno partecipato designer ed esperti internazionali al fine di aiutare a reindirizzare i rapidi cambiamenti in atto nella società e nei sistemi di produzione verso scenari più sostenibili.

● ● **International Summer School. Designing connected places:** Una scuola estiva che ha riunito 200 studenti provenienti da tutto il mondo per scambiare opinioni su questioni sociali, ambientali ed economiche di natura altamente locale ma anche globale. Il processo di insegnamento ha identificato i committenti istituzionali o privati, insieme a cui gli studenti hanno individuato alcune questioni critiche che sono state poi analizzate e studiate per produrre soluzioni progettuali orientate alla sostenibilità. Le problematiche affrontate sono state: sicurezza, salute, mobilità, produzione alimentare, produzione e reti infrastrutturali.

● **Sapce morphing. Migliore+Servetto temporary Architecture:** mostra itinerante dedicata a 16 progetti internazionali di architettura moderna progettati da Migliore + Servetto in vari settori: design, moda, industria ed editoria. L'intento degli artisti era quella di illustrare come l'architettura temporanea sia diventata un mezzo di comunicazione sempre più importante tra imprese, istituzioni e pubblico in generale.

● ● **Barcellona in piazza a Torino:** Il progetto di Beth Gali, costruito da Santa & Cole, è stato posizionato nella circostante alle Porte Palatine trasformando lo spazio grazie all'utilizzo di alcuni oggetti di arredamento urbano

● ● **Torino 011. Biografia di una città:** mostra che ha esplorato i cambiamenti fisici, sociali ed economici che Torino ha subito dagli anni '80 ai giorni nostri e delinea in modo critico i processi di trasformazione urbana attualmente in corso, nonché nuovi piani e scenari che interesseranno Torino in futuro.

● **Living space:** Una collezione di spazi progettata e strutturata da artisti e designer per enfatizzare i fluidi confini tra arte e design.

● ● **Canavese connexion:** Dieci team di lavoro, selezionati attraverso un concorso e ciascuno composto da un designer professionista, uno studente di design proveniente dagli istituti piemontesi e un'azienda locale, hanno sviluppato prodotti nuovi e diversi rispetto all'attività principale dell'azienda, al fine di differenziarne e rielaborarne la produzione, attingendo dalle tecniche e competenze in possesso dell'azienda stessa.

● ● **Share a new vision. Panini design contest:** Il concorso ha chiesto a designer, architetti e creativi di tutto il mondo di ripensare la succursale bancaria del futuro in termini di innovazione, interazione e funzionalità multiuso, lavorando sulla linea di efficienza, ergonomia e design.

- ● **In residence design dialogues. Natura attraverso Artificio:** La prima edizione di un progetto che ha visto designer internazionali e un gruppo di studenti selezionati dalle scuole di design di Torino collaborare. I gruppi hanno cooperato per 48 ore per confrontarsi sul tema della *Natura attraverso arteficio* e riflettere sul ruolo del design come risorsa espressiva sensibile alle condizioni ambientali.
- **L'oro del design italiano. La collezione del compasso d'oro:** raccolta dei migliori progetti e prodotti di design italiani a partire dal 1954. Una mostra di oltre 400 prodotti che hanno fatto la storia del design italiano.
- ● **La parola all'oggetto:** Una serie di incontri in cui i curatori di archivi e musei aziendali hanno esposto i contenuti e i prodotti, in modo che potessero "parlare" e comunicare al pubblico la rete produttiva che porta alla creazione e alla distribuzione di un prodotto.
- **Le designer:** inaugurazione ufficiale della mostra dal titolo D for Design. Mano, mente, cuore (a cura di Luisa Bocchietto e Anty Pansera) delineando il lavoro di molte artigiane / artiste / designer femminili e donne d'affari che hanno contribuito a creare una lingua italiana nel campo del design. Laura Curino, attrice teatrale, si è esibita in una serie di ritratti di donne designer, spesso non familiari al grande pubblico, che, tuttavia, hanno contribuito a creare l'immagine dell'Italia attraverso oggetti di ogni giorno.
- **Scoprire il design. La collezione di von Vegesack:** Oltre 200 oggetti, tra cui mobili, modelli architettonici, tessuti, selle, piatti e bicchieri, libri, fotografie e documenti, provenienti dalla collezione privata di Alexander von Vegesack. La mostra è un ritratto del collezionista, della sua passione, della sua curiosità peculiare per la ricerca e della sua capacità di leggere oltre la semplice estetica di un oggetto.
- **Roberto Sambonet. Designer, grafico, artista:** La mostra ha reso omaggio alle molteplici sfaccettature di questo eccentrico designer accostando schizzi, disegni, grafiche e prodotti, che è riuscito a trovare modi originali di combinare arte e gastronomia, cultura popolare e sintesi concettuali.
- (R)esistere per immagini: La mostra comprendeva oltre 22.000 fotografie e altre immagini lasciate dal designer Germano Facetti, una figura chiave dell'editoria e del design inglese. A partire dalla sua esperienza nei campi di concentramento e dopo di essi, ha iniziato a documentare la violenza e l'ingiustizia del 20° secolo, che ha persino influenzato la sua professione.
- ● **Luk & Flexible bench:** Due idee su misura per Torino 2008 World Design Capital che tenta di interpretare le esigenze quotidiane della società. La "Flexible bench" soddisfa le esigenze in costante mutamento della città, trasformando la panchina sia in un oggetto per sedersi, sia, ribaltata, una tettoia per i clochard. "Luk" è un lucchetto gigante da saldare permanentemente sui pali, che è dotato di una serratura profonda rimovibile che i ciclisti possono portare con sé.
- ● **To.is GiocoDesignDisabilità:** Laboratorio, conferenza e mostra per i progettisti, artisti, architetti, logopedisti, psicologi e insegnanti scelti in base a un bando internazionale con lo scopo di creare giochi divertenti e facili da realizzare, utili anche per azioni di riabilitazione.
- ● **Icogarda design week. Multiverso. Modo, connessioni e correnti della comunicazione visiva contemporanea:** Una conferenza internazionale all'interno di un programma di laboratori, mostre, tavole rotonde ed incontri che si confrontano sulla comunicazione visiva nella società moderna.
- ● **Flexibility. Design in a fast-changing society:** Una mostra che esplora i diversi modi di progettare il mondo e la società basandosi sul concetto di adattabilità, al fine di trasformare gli ambienti domestici e urbani in luoghi più duttili, durevoli, accoglienti e adattabili.
- ● **Book design Space @ Fiera del Libro:** uno spazio polifunzionale progettato da Martí Guixé nell'ambito della 21a edizione della Fiera Internazionale del Libro di Torino che ospita incontri e seminari sul tema della grafica editoriale e arricchito da una libreria specializzata in design, architettura e grafica. Un posto per parlare sia con gli esperti che con tutti gli altri utenti della Fiera.
- **Inspirational Design Happening:** Tre lezioni visionarie ed emozionanti ambientate in luoghi insoliti e rese altamente spettacolari da proiezioni, luci ed esibizioni per raccontare il mondo di design e dell'architettura degli speaker.
- **Passeggiando nel design:** Le strade del centro di Torino sono diventate il palcoscenico di una storia raccontata attraverso 80 oggetti, che hanno contribuito a costruire la storia del design. Oggetti scelti per la loro grande popolarità e spinta innovativa che avevano l'intento di avvicinare le persone di tutto il mondo al design, sottolineandone la natura democratica e la presenza costante nella vita di tutti i giorni.
- ● **Look of the city:** La città di Torino si è prestata come palcoscenico per un'installazione diffusa, progettata per coinvolgere i cittadini e accogliere i visitatori, i cui elementi chiave erano icone di piccoli utensili di uso quotidiano che interagivano con il logo a forma rotonda di World Design Capital per creare una serie di divertenti rappresentazioni pop.

Sostenibilità

Torino ha promosso un progetto internazionale di formazione per il territorio, approfondendo la relazione tra sostenibilità e design e creando iniziative che hanno trattato l'argomento dal punto di vista sia teorico che pratico.

Quattro sono stati gli eventi cardine in cui si è maggiormente studiato e approfondito i temi relativi alla sostenibilità.

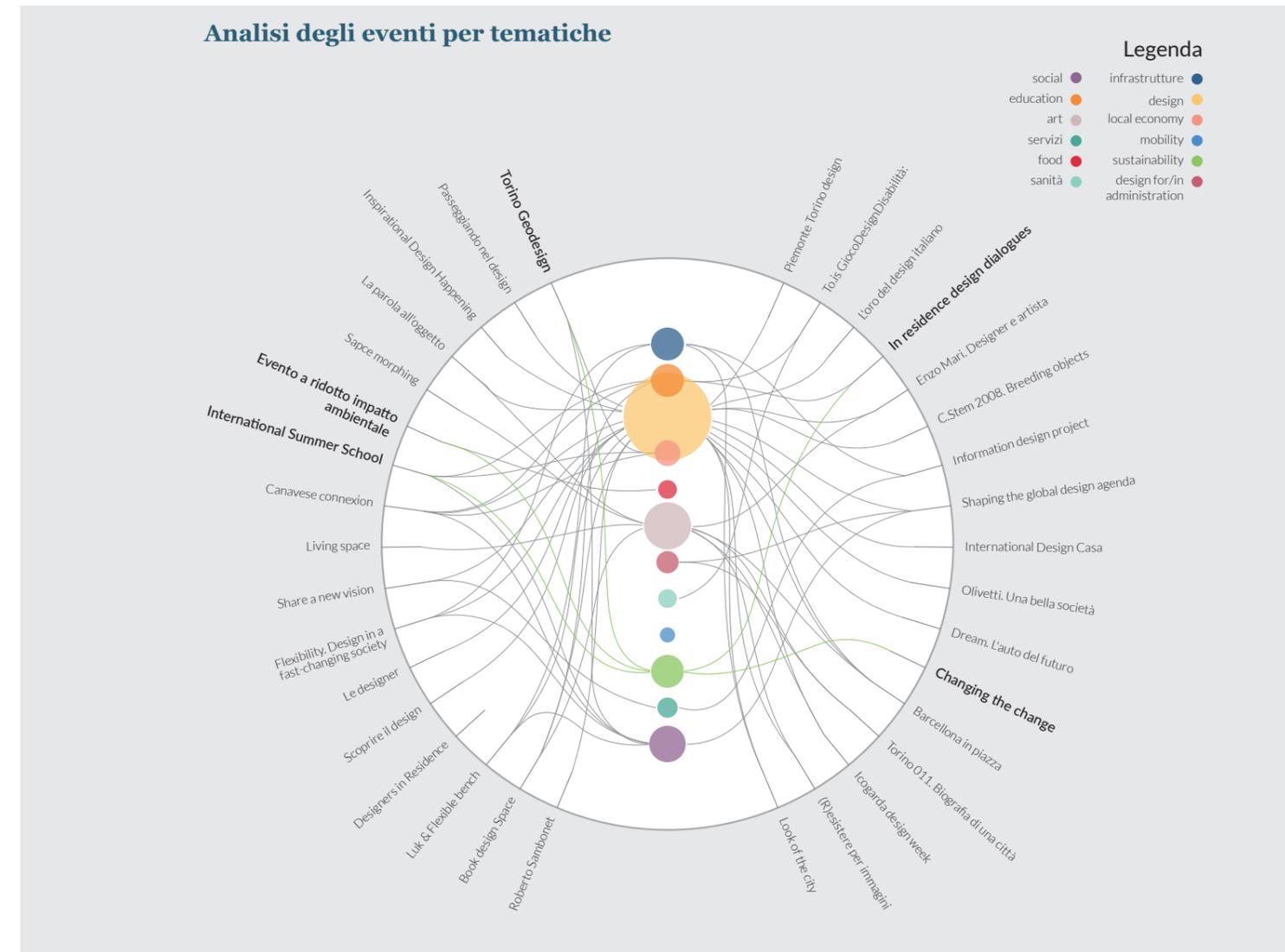
In primo luogo, è stata condotta la prima **esperienza di un Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre** all'insegna non solo del cibo "buono, sano e giusto", ma anche dell'impatto ambientale dell'evento stesso, che si è fatto così portatore di nuovi valori. Partito da una lunga ricerca e un progetto di tesi di laurea di dottorato di Franco Fassio, all'epoca studente di Design presso il Politecnico di Torino, è stato applicato un nuovo modello di filiera e di **evento a ridotto impatto ambientale**. Si è trattato di un'applicazione sperimentale di linee guida del design sistemico a due grandi eventi, Salone del Gusto e Terra Madre, che richiamano ogni due anni centinaia di migliaia di persone. Si è trattato del primo step di un percorso di ricerca che negli anni ha saputo svilupparsi e promuovere nuovi scenari sostenibili a partire dalla progressiva riduzione dell'impatto ambientale degli eventi fieristici²³.

Changing the change è stata invece una conferenza internazionale dove per 14 giorni professori e studenti hanno condiviso le proprie esperienze nella cornice dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (Cn). Si sono interrogati sul ruolo e sulle potenzialità della ricerca nel campo del design per contribuire a ri-orientare la direzione dei rapidi cambiamenti in corso nella società e nei sistemi produttivi verso scenari più sostenibili.

Un altro evento interessante legato alla sostenibilità è stato quello dell'**International Summer School-Design connected places**. Una scuola estiva che ha chiamato a raccolta più di 100 studenti da tutto il mondo per confrontarsi su problematiche di ordine sociale ambientale ed economico, dal forte carattere locale ma con valenza globale. Il percorso didattico ha previsto l'individuazione di committenti istituzionali o privati a partire dai quali sono emerse criticità diventate oggetto di analisi, studio e progettazione di soluzioni orientate alla sostenibilità. Tra i temi affrontati vi erano la sicurezza, la sanità, la mobilità, la filiera del cibo, la filiera produttiva, le reti infrastrutturali.

Infine, è stata organizzata la mostra-workshop **Eco-design**. Durante l'evento sono stati esposti i progetti e i prodotti realizzati da imprese associate CNA a seguito del workshop Eco-design, che ha riunito e ha fatto collaborare gli studenti del corso di laurea magistrale di eco-design del Politecnico di Torino con alcune PMI (piccola e media impresa) e grandi imprese piemontesi. Partendo dalle esigenze delle imprese sono stati studiati e proposti nuovi prodotti e componenti a basso impatto ambientale.

²³ Franco Fassio, «Un nuovo modello di evento a ridotto impatto ambientale. La visione sistemica applicata al Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre 2008», relatore prof. arch. Luigi Bistagnino (Torino, Politecnico di Torino, 2009).



4.4.3 Seoul WDC 2010

Seoul ha dimostrato di essere in grado di utilizzare il design per creare un piano urbano che ha aiutato lo sviluppo economico, sociale e culturale.

Attraverso un anno di programmazione di eventi, la città ha promosso l'industria del design, ha reso la città più piacevole per i residenti e i visitatori, ne ha migliorato il paesaggio urbano e si è trasformata in una delle principali città orientali per il design.

La WDC ha saputo sfruttare il design come un motore di crescita e ha pianificato ingenti investimenti tra cui quelli stanziati per il Dongdaemun Design Plaza (DDP) di Zaha Hadid, ideato con lo scopo di diventare uno spazio culturale importante per offrire vari programmi a cittadini e turisti. Ancora oggi è un'importante punto di riferimento per lo sviluppo urbano della Corea del Sud.

Seoul è stata in grado di utilizzare il design non solo per rinnovare il proprio aspetto ma anche per innovare la sua amministrazione²⁴.

Tema e programma

Sotto il tema del **"Design for All"**, Seoul ha sfruttato il titolo di WDC 2010 per superare il suo vecchio stampo di città basato sul concetto "growth-first" e trasformarsi in una città più premurosa nei confronti dei suoi abitanti, nel tentativo di **migliorare la qualità della vita nella metropoli attraverso il design**.

Dopo la designazione di Seoul come Capitale Mondiale del Design, per incoraggiare la partecipazione dei cittadini, sono state attivate diverse iniziative come un concorso di design per i cittadini, un campo creativo per i giovani, le Olimpiadi del design di Seoul, spazi di co-progettazione per discutere di infrastrutture come il Seoul Design Assets, Seoul Design Survey e Dongdaemun Design Plaza²⁵.

Highlights

World Design Summit

Seoul WDC 2010, nel febbraio del 2010, ha istituito il World Design Summit in cui si sono riuniti circa 32 leader di diverse città come sindaci, responsabili politici e altri importanti funzionari da tutto il mondo. Il vertice voleva offrire una piattaforma per i leader per dimostrare l'impatto del design sulla competitività delle città nel 21° secolo.

I leader delle città hanno condiviso casi di studio e politiche di progettazione di successo relative allo sviluppo urbano, agli affari e alla qualità della vita. Le città partecipanti hanno inoltre firmato la "Dichiarazione sul design di Seoul" per riconoscere il design come una competenza fondamentale e una risorsa per la città, nonché per condividere la visione su come sviluppare la città attraverso il design, insieme ai cittadini. La dichiarazione ha evidenziato i seguenti tre obiettivi:

- Le città creeranno design per tutti
- Le città arricchiranno la vita dei cittadini attraverso il design
- Le città creeranno un design sostenibile

²⁴ «Design to Make Seoul Global City», koreatimes, 24 giugno 2009, http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/08/113_47429.html.

²⁵ «International Association of Societies of Design Research», 2009, www.iasdr2009.org.

Seoul Design Fair

Precedentemente nota come **'Seoul Design Olympiad'**, La terza edizione di questa mostra interattiva ha riunito il meglio del design mondiale incentrato su rivitalizzazione, condivisione ed eco-compatibilità utilizzando strumenti all'avanguardia.²⁶ Sotto il tema del "Design for All", aveva in programma 44 eventi accademici e culturali organizzati in tre grandi Categorie: economia, istruzione e partecipazione. Tenutasi allo Stadio Sportivo **Jamsil** e in altre quattro sedi nella città, ha attratto due milioni di visitatori e ha aumentato la consapevolezza del pubblico sull'importanza del design.

Seoul International Design Workshop

Tenutosi dal 10 al 23 luglio 2010, il **Seoul International Design Workshop**, uno dei programmi ufficiali del World Design Capital 2010, ha riunito 100 studenti e designer da 26 paesi diversi per un seminario di due settimane. Insieme studenti e professionisti hanno collaborato per condurre un'esperienza sul campo e condividere le migliori pratiche sul tema del **Design for all** e in particolare concentrandosi su quelli considerati i membri vulnerabili della società quali bambini, anziani e disabili. I disegni prodotti da questo workshop sono stati presentati alla Seoul Design Fair 2010.²⁷

Children's Creativeness Camp

Il Concorso di progettazione per i cittadini WDC e il Campo di creatività dei bambini, tenutosi durante la Giornata dei bambini, sono stati organizzati per favorire l'interazione e la partecipazione dei cittadini alla progettazione nell'ambito del programma WDC.

Budget

Secondo l'Industrial Policy Studies, il valore del marchio Seoul nel 2010 è salito di 891.079 Won (circa 650.000€) grazie ai soli eventi della WDC. La nomina di WDC ha inoltre permesso alla città di raggiungere il nono posto nel Global Urban Competitiveness Index nel 2010.

²⁶ «Seoul to host Seoul Design Fair 2010 | ico-D», consultato 14 agosto 2019, <https://www.ico-d.org/connect/index/post/1531.php>.

²⁷ The Korea International Broadcasting Foundation, «The World On Arirang!», Seoul Hosts 2010 Seoul International Design Workshop : ARIRANG, consultato 14 agosto 2019, <http://www.arirang.com/>.
Children's Creativeness Camp, Seoul 2010, estratta da <https://wdo.org>





Legenda	
social	infrastrutture
education	design
art	local economy
servizi	mobility
food	sustainability
sanità	design for/in administration

Sistema di trasporto turistico: Nuova livrea per autobus turistici, alimentata a batteria per mantenere la qualità dell'aria sul monte Namsan.

Design Centers- Seoul Design Support Center: ristrutturazione di un edificio ospedaliero abbandonato, sede della Seoul Design Foundation: un centro di conoscenze e informazioni di progettazione per assistere le persone coinvolte nella progettazione professionale, in particolare le piccole e medie imprese.

Implementazione sistema di trasporto cittadino: introduzione di una nuova flotta di veicoli elettrici (OLEV) nelle linee principali del centro di Seoul per ridurre l'inquinamento della metropoli.

Implementazione sistema di riciclaggio: Set di cassonetti per rifiuti installati nelle strade per aumentare la quantità di riciclaggio.

Corsi di Design for administration: formazione del personale amministrativo municipale per impiantare l'approccio progettuale nella risoluzione dei problemi della metropoli.

Inizio costruzione di nuovi Design Headquarters: costruzione della Dongdaemun Design Plaza, che avrebbe simboleggiato la WDC Seoul 2010 e il Design Seoul. Include una sala espositiva / congressuale multiuso, una sala espositiva specializzata dedicata al design, un centro informazioni, un centro di esperienza, Design Street, strutture amministrative come sede di e Park-Design per il patrimonio urbano verde.

Han River Revival Plan: un piano a lungo termine che dura fino al 2030, incentrato sulla "ripresa" e sulla "creazione", ripristinando l'armonia tra città e fiumi ripristinando la natura creazione di nuovi spazi lungo il fiume e rafforzamento della struttura urbana incentrata sul fiume Han, 12 parchi nell'area circostante, e prevede di creare strutture ricreative convenienti per i cittadini che si trovano vicino all'acqua.

International Cities Design Exhibition: esposizione di storie di successo del design urbano e promozione delle industrie del design da parte di ciascuna delle città partecipanti. Evento commemorativo per ogni città partecipante. Seminario e sessioni informative.

Seoul Design Olympiad: festival di design e cultura organizzato per consolidare Seoul come Mecca del design globale e per accrescerne il riconoscimento come città culturale. La Seoul Design Olympiad è stata una festa del design che ha incorporato tutti i generi di design tra cui graphic design, design dello spazio e design della moda e, soprattutto, è stato un evento spettacolare in cui tutti, sia il grande pubblico che i designer si sono riuniti e si partecipato insieme ai festeggiamenti festeggianti.

Design Seoul Street Projects: circa dieci strade sono state selezionate in 25 distretti per essere trasformate secondo le linee guida Design Seoul. Circa un chilometro di queste strade pilota sono state ridisegnate (insegne, pavimentazioni prefabbricate, rimozione di ostacoli, recinzioni, ecc.)

Design Seoul Guidelines: creazione di linee guida relative alla pianificazione del design di base, alla pianificazione di scenari notturni, agli edifici pubblici, agli spazi e alle strutture pubbliche, alla firma, ecc. Le autorità di pianificazione e i progetti su larga scala a Seoul sono stati incoraggiati a sviluppare i loro progetti in conformità con queste linee guida.

Seoul Design Assets Exhibition: Seoul Design Assets è un progetto per riscoprire e reinterpretare dal punto di vista del design le straordinarie opere culturali, storiche e urbane che meritano di passare alle generazioni future come valori presenti e futuri. Il progetto presenterà la visione progettuale di Seoul in grado di competere con altre città del mondo riscoprendo i 600 anni di storia del design di Seoul ed esplorando i fattori che lo differenziano dalle altre città. Seoul Design Assets comprende 9 pezzi di architetture tradizionali, 11 di architetture moderne, 6 strade, 6 abiti, 6 disegni visivi e grafici, 5 simboli e icone di Seoul.

WDC 2010 Citizens Design Competitio: ha stimolato le aspirazioni creative nascoste dei cittadini.

Children's Design Camp: il campo offre l'opportunità di comprendere e conoscere il design attraverso attività di progettazione che includono varie esperienze pratiche e giochi per bambini, che ricopriranno ruoli di spicco nella società futura. L'obiettivo principale era quello di fornire gli strumenti per il miglioramento delle capacità creative di risoluzione dei problemi attraverso attività di progettazione nella vita reale.

Young Designer Summer School: per la promozione di nuovi leader nella progettazione, Seoul ha lanciato una scuola estiva che ha condotto programmi di design creativo unici per studenti universitari in design e nuovi giovani designer per offrirgli l'opportunità di acquisire esperienza internazionale e migliorare le loro capacità di risoluzione attraverso il design.

World Design Survey: il progetto è un'iniziativa di ricerca di design cooperativo internazionale per analizzare lo stato del design di ogni nazione e creare la mappa del design mondiale lanciata attraverso la collaborazione dell'International Council of Graphic Design Associates (Icograda). Come parte dei progetti World Design Capital 2010, Seoul Metropolitan City ha partecipato attivamente al progetto assumendo il ruolo di Host online per le attività di ricerca e di editore della pubblicazione del World Design Survey nel 2010, come risultato positivo degli sforzi di cooperazione internazionale.

Sistema di Visual identity: formulazione di uno schema di identificazione visiva per Design Seoul (carattere tipografico, colori di Seoul, ecc. E l'icona "Haechi" della città di Seoul) costruita in collaborazione con i cittadini.

Sostenibilità

La città di Seoul è riuscita a trasformare la propria immagine di hard city, coperta di cemento e smog, in quella di una soft city, concentrata sulla sua vivibilità e sulle esigenze dei suoi cittadini.

La città ha saputo sfruttare la nomina di WDC per attivare un piano di rinascita della metropoli attraverso l'inizio di grandi opere pubbliche. La più importante di tutte è sicuramente quella della Dongdaemun Design Plaza, diventata un importante centro di supporto e promozione per il mondo del design di Seoul e della nazione intera.

La WDC è riuscita quindi a sfruttare l'impulso di rinnovamento per trasformarsi anche in chiave sostenibile, sviluppando una maggiore sensibilità, specialmente nella progettazione e esecuzione delle grandi opere pubbliche e nella creazione di nuovi servizi per i propri cittadini.

4.4.4 Helsinki WDC 2012

Nell'autunno del 2009, Helsinki, insieme alle città di Espoo, Vantaa, Kauniainen e Lahti, è stata selezionata per diventare la World Design Capital 2012. Alcune delle ragioni che hanno spinto alla selezione di Helsinki includevano la sua venerabile storia nel campo design, lo sviluppo dinamico dell'ambiente urbano e l'impegno nell'uso del design come fonte di benessere e competitività.

Oltre alle cinque città partecipanti, alla rete hanno aderito lo Stato finlandese con il Ministero del Lavoro e dell'Economia e il Ministero dell'Istruzione e della Cultura, società, università e altre istituzioni educative, organizzazioni senza scopo di lucro, fondazioni e attori chiave del settore del design finlandese. WDC Helsinki 2012 ha collaborato a stretto contatto con l'**Aalto University**, il **Design Institute** e le università di scienze applicate **Haaga-Helia** e **Helsinki Metropolia**.²⁸ Il progetto WDC Helsinki 2012 è stato implementato e gestito dalla **International Design Foundation**, che rappresentava tutte le principali organizzazioni partecipanti e di supporto. Il compito principale della fondazione era gestire l'implementazione complessiva del progetto.

Il 31 dicembre 2011 è stato celebrato l'inizio ufficiale dell'anno World Design Capital con musica, spettacoli di luci sulla Cattedrale di Helsinki e con un conto alla rovescia fino a mezzanotte. Il Design Gala, si è invece svolto il 2 febbraio 2012 nella famosa Sibelius Hall, a Lahti, per sottolineare le sinergie collaborative tra Helsinki e i suoi principali partner municipali che hanno abbracciato insieme lo spirito del movimento World Design Capital. La serata è stata costruita attorno alla presentazione del premio inaugurale World Design Impact e durante il Gala sono stati inoltre assegnati due importanti premi nazionali finlandesi: la medaglia Alvar Aalto per il riconoscimento dei contributi all'architettura creativa e il premio Estlander che premia un lavoro significativo nella promozione dell'artigianato e del design industriale.

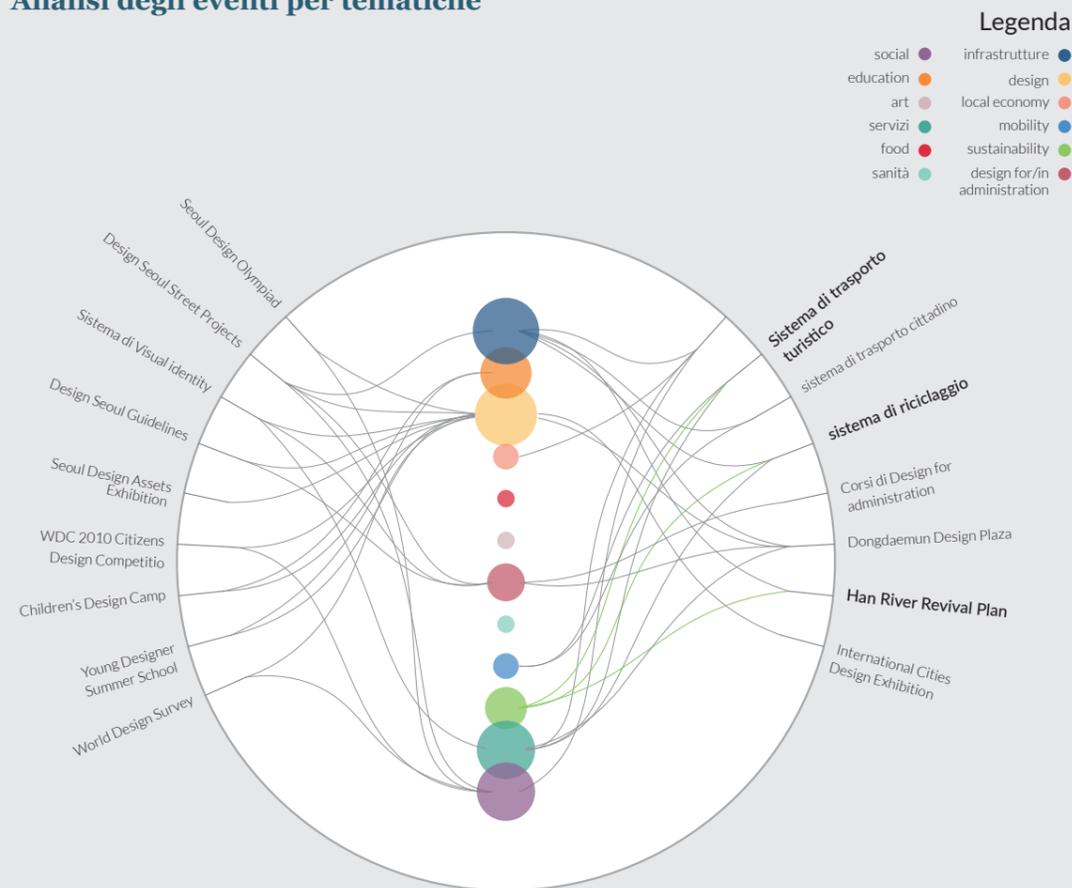
Organigramma

L'amministrazione della World Design Capital era divisa su tre livelli. La capitale del design è stata designata dalla WDO con cui le città hanno stipulato un accordo di organizzazione internazionale.

Le cinque città hanno quindi deciso di comporre un nuovo organo il cui compito era quello di implementare e gestire il progetto World Design Capital Helsinki 2012: l'International Design Foundation. La Fondazione è stata istituita ufficialmente il 2 giugno 2010 e il suo compito era quello di mettere insieme un pacchetto strategico, coordinare la cooperazione tra gli attori e implementare la comunicazione.

L'International Design Foundation aveva un consiglio di amministrazione composto da nove membri nominati dalle varie città e dal Ministero del Lavoro e dell'Economia. Oltre al consiglio, che era responsabile di garantire la corretta organizzazione della Fondazione, gestirne i beni e il coordinamento, è stata creata una Delegazione composta da quarantacinque professionisti provenienti da diversi settori. Presieduto da Olli-Pekka Kallasvuo, dal vicepresidente da Maarit Toivanen-Koivisto e dal Rettore Thomas Wilhelmsson, il Design Capital Office si è occupato della parte più pragmatica e organizzativa, stilando l'intero programma, formando e mantenendo la rete di attori del

Analisi degli eventi per tematiche



²⁸ Emmi Jäkkö, «World Design Capital Helsinki 2012 Summary of the final report» (Kansainvälinen designsäätiö, s.d.).

territorio, riunendo i diversi *stakeholders* e sostenendo i progetti nel programma. Il Design Capital Office si è inoltre occupato della pianificazione e del coordinamento delle comunicazioni generali e del marketing in Finlandia e all'estero. La maggior parte del personale è stato selezionato mediante assunzioni aperte nell'autunno del 2010 ed era diviso in tre gruppi:

- il gruppo responsabile del programma
- il gruppo responsabile della comunicazione e del marketing
- il gruppo responsabile della ricerca e coordinazione dei partner.

Inoltre, l'organizzazione comprendeva un direttore, Pekka Timonen, un supervisore degli aspetti finanziari e amministrativi e un assistente di gestione. Nella primavera del 2012, un gruppo separato di esperti è stato nominato dalla delegazione per supportare gli obiettivi della valutazione d'impatto affidati alla Deloitte, importante azienda di servizi di consulenza e revisione a livello internazionale²⁹.



Il tema e il programma

La strategia per l'anno di designazione è stata formulata nella primavera del 2009 come *follow-up* del processo di candidatura per lo status di World Design Capital. WDC Helsinki 2012 ha scelto il tema **"Open Helsinki - Embedding Design in Life"** che si è materializzato anche in un'ampia consultazione dei diversi *stakeholder* per la formulazione della strategia e degli obiettivi che sono diventati un modello di guida per l'implementazione della programmazione dell'intero anno di designazione.

Il macro-tema di *Openness* è stato **suddiviso attraverso tre temi sussidiari: Open City, Global Responsibility e The Roots for New Growth.**

²⁹ Emmi Jäkkö et al., «World Design Capital Helsinki 2012 Final report» (International Design Foundation, 2013), <https://www.hel.fi/static/liitteet/kanslia/blogit/WDC Helsinki-FinalReport-Finnish.pdf>.



Capitale mondiale del design 2012. Forum di idee in una piazza della città scandinava, estratta da <https://wdo.org>

Il tema di *Open City* aveva lo scopo di avviare un processo di cambiamento culturale nella società finlandese e di mettere le persone al centro del design e dei servizi. Il tema della *Global Responsibility* si è concentrato sulle soluzioni alle sfide nell'ambiente urbano che hanno un forte impatto sulla qualità delle condizioni di vita e del benessere delle persone. Il tema *Roots for New Growth* ha presentato il design come una nuova fonte di crescita e come uno strumento fondamentale per soddisfare le esigenze quotidiane dei cittadini. Le città partecipanti hanno definito tre obiettivi per le loro attività di World Design Capital. Innanzitutto, hanno immaginato le attività che potessero avere effetti e ricadute positive a lungo termine. In secondo luogo, hanno cercato di costruire una collaborazione tra le società private e il settore pubblico. In terzo luogo, hanno cercato di aumentare la comprensione del design e di integrare il design nello sviluppo urbano come componente permanente.

Circa 14.500 persone e 290 diverse organizzazioni hanno contribuito alla creazione della programmazione dei Helsinki WDC. Il programma di WDC Helsinki 2012 è stato infatti principalmente compilato attraverso una procedura di candidatura aperta. Il WDC Helsinki ha ricevuto 1.400 proposte e circa un quinto di esse sono state selezionate per il programma WDC Helsinki 2012 ufficiale. Il WDC Helsinki 2012 ha inoltre implementato i Signature Events ed elaborato un vasto programma internazionale. Il numero totale di progetti è stato di 551, che ha superato ogni aspettativa. Inoltre, tutte le diverse organizzazioni che hanno preso parte all'organizzazione della WDC, oltre ad aver attuato il programma ufficiale, hanno sviluppato contenuti ed eventi propri estendendo ancora ulteriormente la programmazione.

Il programma era diviso in sei categorie:

- Transforming the City
- Rethinking Design
- Year of Events
- Exhibitions
- Encounters
- Communications

La categoria Transforming the City comprendeva progetti di sviluppo derivanti dalla trasformazione dell'ambiente urbano. Rethinking Design ha introdotto aree di applicazione, come la progettazione di servizi, la progettazione strategica e la progettazione di informazioni.

Helsinki, è stata inoltre in grado di introdurre il design come una componente permanente e significativa dello sviluppo della città, lanciando il **Design Driven City**, un programma di due anni, per garantire che l'eredità del WDC continuasse ben dopo la designazione del 2012.

L'iniziativa di legacy chiamata **Design Driven City**, conclusa a dicembre 2015 e realizzata dalla *task force* principale di Helsinki WDC 2012, la **International Design Foundation**³⁰, aveva due obiettivi concreti: rafforzare l'uso del design nelle iniziative di sviluppo della città e supportarle con know-how ed esperienza ed educare il settore pubblico al significato del design e partecipare al discorso pubblico che lo circonda. Concentrandosi sull'incorporazione del design nei processi quotidiani, è stata creata anche una *hotline* per dare a qualsiasi dipendente della città l'opportunità di consultare un designer. È stata inoltre creata una rete informale di "agenti di progettazione" al fine di facilitare lo scambio e la visione delle persone che il design potrebbe fare per loro.³¹ Questo progetto ha permesso di perseguire gli obiettivi della WDC anche dopo il periodo di nomina WDC Helsinki 2012.

L'organizzazione della WDC e le aspettative dei maggiori stakeholders non sono stati tuttavia del tutto allineati. Mentre gli attori principali evidenziavano la necessità di aumentare la reputazione e il numero di turisti internazionali della Finlandia, nonché di sensibilizzare sulla propria organizzazione e la costruzione di un marchio, gli sforzi di Helsinki WDC si sono concentrati sul rafforzamento della comprensione del design e sulla costruzione di nuovi contatti.

Highlights

Forum delle idee

Tenutosi nel 2010 per preparare la strada per l'anno del WDC, il Forum Idee è stato un programma di co-progettazione e partecipazione attiva. Migliaia di cittadini hanno partecipato al processo di brainstorming composta da circa un centinaio di sessioni che si sono svolte a Helsinki e nei comuni limitrofi di Espoo, Vantaa, Kauniainen e Lahti, dove sono state proposte più di duemila idee per il WDC Helsinki 2012.

Padiglione WDC Helsinki 2012

Il Padiglione, costruito da un team dello Studio Wood dell'Università di Aalto in collaborazione con il Museo di architettura finlandese e il Museo del design, è diventato il cuore dell'azione per oltre 100 giorni estivi durante l'anno WDC. Uno spazio aperto sia in senso letterale che figurato, ha riunito le persone per scoprire la WDC, apprezzare l'arte e la cultura e scambiare informazioni sul patrimonio del design e sul futuro della città.

³⁰ «WDO | The Lasting Legacy of WDC Helsinki 2012», consultato 16 agosto 2019, <https://wdo.org/the-lasting-legacy-of-wdc-helsinki-2012/>.

³¹ «WDCperintoen1.pdf», consultato 16 agosto 2019, <https://www.hel.fi/static/liitteet/kanslia/blogit/WDCperintoen1.pdf>.

Identità visiva

Dopo aver completato con successo la fase di candidatura nel 2009, lo studio **Kokoro & Moi** è stato invitato a continuare a lavorare con World Design Capital Helsinki nel 2012 sviluppando il concetto dell'identità visiva, la strategia di comunicazione, pubblicità e altri progetti relativi alla progettazione spaziale e interattiva.

L'identità visiva di Helsinki WDC 2012 è stata costruita attorno all'idea di **apertura**. I cittadini sono stati portati al centro del design e della progettazione, attraverso workshop e seminari. L'identità del marchio risultante presentava centinaia di interpretazioni grafiche dei principali temi della WDC (Open Helsinki – Embedding Design in Life, Global Responsibility e Roots for New Growth) da parte di persone di tutte le età, nazionalità e background diversi. L'identità visiva ha continuato ad evolversi durante tutto l'anno e veniva arricchita attraverso la costante elaborazione di nuove grafiche prodotte durante i diversi incontri.

L'identità visiva per il progetto World Design Capital Helsinki 2012 ha svolto un ruolo molto importante, dando vita all'evento e rendendolo visibile tra cittadini e i visitatori. Gli incontri realizzati sono stati anche un ottimo modo per raccontare alla gente il progetto di capitale di design, la sua strategia e gli obiettivi.

L'identità visiva è riuscita con il suo aspetto e atteggiamento vivido, colorato e fresco, a superare il linguaggio minimalista e chiaro per cui è noto il design finlandese.

Budget

La pianificazione del progetto si basava su un budget di 15 milioni di euro. Le città associate dovevano fornire 6 milioni, mentre lo Stato si impegnava a finanziare 5 milioni di euro, divisi tra il Ministero del Lavoro e dell'Economia (€ 3 milioni) e il Ministero per l'Educazione e la Cultura (€ 2 milioni), ed infine altri proventi dovevano sopraggiungere dal settore privato. Grazie a quest'ultimo, che ha elargito ben 6,5 milioni invece che 4, il budget finale gestito dalla International Design Foundation è stato di 17,8 milioni di euro, superando le ipotesi iniziali.

Le spese di comunicazione e marketing hanno rappresentato il 34% dei costi, coprendo, tra l'altro, la progettazione e la produzione di materiali di marketing, pubblicità sui

Identità visiva sviluppata da Kokoro & Moi studio, estratta da <http://www.kokoromoi.com/wdc-all>



media, comunicazioni internazionali e lavori di pubbliche relazioni. I costi sostenuti per la comunicazione si sono rilevati proficui in quanto da un questionario posteriore all'evento ha rivelato che ben circa il 90% dei campioni era a conoscenza della WDC e circa il 7% della popolazione, ovvero 80.00 abitanti, hanno preso parte a uno o più eventi della programmazione.

Le spese organizzative, amministrative e di altro tipo ammontavano a circa il 27% del totale, compresi, oltre ai costi del personale e l'uso di servizi di esperti, i costi di organizzazione del progetto e l'affitto degli uffici.

Partners e sponsors

I principali sponsor di Helsinki WDC 2012 erano: Blue1, BMW, Fortum, Helsinki Airport, HOK-Elanto, Kone, Martela, MTV media, Nokia, Sanoma magazine, UPM, Viking line

Impatto sul territorio

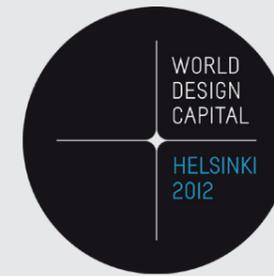
Per la prima volta, si è deciso di realizzare uno studio sull'impatto sociale di una WDC. Helsinki WDC 2012 ha affidato questo compito alla Deloitte, partner ufficiale di Helsinki WDC.

Data l'ampiezza dei contenuti della strategia del Design Capital Year, Deloitte ha deciso di esaminare e mappare le aspettative e gli obiettivi dei diversi *stakeholder* rispetto alla strategia ufficiale della WDC.

Il sondaggio ha mostrato che le aspettative e gli obiettivi degli *stakeholder* non erano pienamente in linea con le priorità delineate nella strategia. Mentre infatti quest'ultima si focalizzava sull'aumento della comprensione e della diffusione del design all'interno della comunità ospitante, i diversi attori si aspettavano una maggiore attenzione alla costruzione dell'immagine internazionale della Finlandia e al marketing turistico. Secondo i risultati delle interviste infatti, c'era uno sbilanciamento tra le priorità strategiche dell'anno della WDC e gli obiettivi fissati dagli stakeholder per le proprie attività: i propositi relativi alla costruzione del marchio e alla sensibilizzazione del pubblico del proprio business non sono stati attesi a favore delle priorità strategiche della WDC.³²

Sebbene alcuni degli obiettivi del Design Capital Year non siano stati raggiunti durante l'anno stesso, la valutazione d'impatto di Deloitte mostra come la WDC è riuscita a rafforzare la comprensione del design nella società finlandese, aumentando l'interesse dei cittadini nello sviluppo della loro città natale, ed a consolidare l'immagine della Finlandia come paese con una forte cultura del design.

³² Deloitte, «Helsinki WDC 2012 Impact assessment», World Design Capital Helsinki, 2012.



- Geriatric Rehabilitation Services Design.** Nel progetto sono stati sperimentati due modelli di servizio: riabilitazione geriatrica preventiva e riabilitazione a domicilio. Le persone anziane sono state fortemente coinvolte nel lavoro di sviluppo. Oltre al design di servizio, sono stati rinnovati l'interno e l'esterno dell'ospedale.
- Design Yourself:** fornire attività di svago al di fuori dei parchi sportivi della città e di trovare nuovi modi di utilizzare lo spazio comune della città. Il progetto ha combinato la progettazione di prodotti e servizi attraverso l'allestimento di un'area della città e la progettazione di nuovi tipi di attrezzature per il fitness.
- Future Signal Pilot**
 Il progetto pilota della città ha avviato la progettazione di un sistema di segnaletica per l'intera area di Helsinki, in grado di soddisfare anche delle esigenze future. Il progetto ha fatto ampio uso della progettazione dei servizi e dei metodi di ricerca interattiva, coinvolgendo, attraverso dei seminari, diversi stakeholder.
- Giochi all'aperto nello stadio:**
 l'obiettivo del progetto era offrire ai bambini l'opportunità di sperimentare il proprio spazio urbano e influenzare il proprio ambiente. Il progetto ha utilizzato materiali riciclati e competenza delle officine Uusx e del centro di lavoro Pakila.
- Workshop Design!** Land di Niko Riepponen. Il progetto ha fornito ai bambini le chiavi per influenzare, sperimentare e attuare. Nuove costruzioni concrete nei cortili scolastici lasciano un segno positivo sugli spazi modificati.
- Enjoy environment:** eventi naturalistici ambientati nell'Espoo Central Park
- Lab HOAS:** workshop per migliori ambienti abitativi per studenti.
- School Dining for Rock** - Progetto di ristorazione per la scuola: progettazione di servizi per i pasti scolastici. Durante la settimana del design, i pasti scolastici sono stati sviluppati insieme a studenti e personale attraverso disegni, miniature, cartoni animati e giochi di ruolo. Oltre agli studenti, anche il personale della scuola ha partecipato al programma della settimana del design.
- HakuNet:** progetto che ha cercato modi per offrire ai residenti maggiori opportunità di partecipazione e avere voce in capitolo nelle questioni locali.
- Treasure Chest del Designer,** un progetto congiunto tra le cinque città ospitanti del WDC di Helsinki 2012 che ha dato ai bambini di tutti i gruppi prescolari la possibilità di sperimentare il design.
- Suburban Design,** un seminario di pianificazione urbana incentrato sul funzionale sviluppo di periferie.
- ROI,** progetto congiunto tra l'Associazione finlandese per le imprese di designe l'Università di Aalto. Strumento per calcolare l'utile sul capitale investito e misurare il vantaggio finanziario di investire nel design. L'obiettivo è rendere la Finlandia leader nella misurazione degli effetti del design.
- Workshop** per la creazione di nuovi spazi condivisi per i residenti locali in tutte e cinque le città. Questi spazi hanno modellato il paesaggio urbano in modo temporaneo o permanente, dando alla gente nuovi luoghi di incontro che sono stati progettati fin dall'inizio con in mente attività comuni.
- Secret of Helsinki.** Cosa viene prodotto a Helsinki? Il progetto ha mostrato i settori caratteristici di Helsinki, progettare nuovi prodotti locali basati sul patrimonio di ciascun ideatore del progetto e presentare i prodotti risultanti ai residenti di Helsinki.

- ● **Workshop co-partecipato** per la riprogettazione dei servizi della biblioteca dell'Università di Helsinki. L'obiettivo era quello di creare un concetto di servizio unificato, scalabile e flessibile che potesse essere facilmente implementato in tutta la biblioteca e ridisegnare il marchio e l'identità visiva della Biblioteca. Sono stati coinvolti utenti e lavoratori della biblioteca.
- ● **L'auto della polizia è un ambiente di lavoro:** progetto per il re-design dell'interno dell'auto di servizio. Sono stati organizzati seminari per gli utenti per raccogliere informazioni sui punti di forza e di debolezza degli interni esistenti.
- ● **Punti dell'acqua pubblica:** progetto nato dalle idee degli abitanti della città generate nel giorno delle Open Ideas della Design Capital. In questo progetto, gli studenti del Lahti University of Applied Sciences Institute of Design hanno prodotto dei prototipi di punti d'acqua adatti per luoghi pubblici, e questi progetti saranno esposti in città per essere presi in considerazione dai residenti.
- ● **365 Wellbeing** consisteva in 12 progetti interdisciplinari di design, in cui studenti, ricercatori ed esperti del Master dell'Università di Aalto hanno collaborato con esperti delle città per fornire ambienti di vita funzionali, confortevoli e trovare modi per promuovere stili di vita più sani.
- ● **City car e sviluppo sostenibile:** progetto partecipativo per lo sviluppo di una city car ecologica. Questa vettura a biodiesel, sarà prodotta con materiali biodegradabili rinnovabili e riciclabili a basso carico ambientale. Allo stesso tempo, l'obiettivo è ridurre al minimo i flussi di materie prime ad alto carico e l'impronta di carbonio della vettura.
- ● **Lahti Future Lab:** l'obiettivo del lab era quello di creare un ambiente che integrasse i processi di progettazione nella vita quotidiana delle persone che vivono e lavorano in città. Il Lahti Future Lab si è svolto dal 1 marzo 2011 al 31 dicembre 2013. L'idea principale era quella di creare ambienti sperimentali in cui prodotti, servizi e altre funzionalità sviluppati in diverse fasi di sviluppo potessero essere testati e ulteriormente sviluppati.
- ● **Dirikka 2012+:** progetto di cooperazione commerciale, di ricerca, formazione e sviluppo del prodotto, tra studenti dell'Università Aalto e imprenditori. Sono stati sviluppati progetti responsabili per le imprese.
- ● **Helsinki design menus:** Gli chef con i loro team dei ristoranti Kappeli, Kaarna, Salve, Zetor, Virgin Oil Co., Stone's and Belge hanno sviluppato un menu unico di Helsinki Design per ogni ristorante, ottolineando cibi locali, stile di vita finlandese e responsabilità.
- ● **11th docpoint- helsinki documentary film festival:** Docpoint ha presentato una serie di documentari sul significato del design buono e cattivo, dalle font alla pianificazione urbana. L'obiettivo è spiegare quanto sia indispensabile il buon design per il tranquillo scorrere della vita quotidiana e la funzionalità di una società moderna: a causa del cattivo design, stiamo annegando in inutili rifiuti di plastica e da buttare via
- ● **Constructed environment, nature and ecology - how to control climate change in construction:** L'Environment Centre di Helsinki ha aperto una mostra nella Viiikki Environmental House, mostrando alcune soluzioni per il controllo del cambiamento climatico nell'ambito delle costruzioni e delle abitazioni.
- ● **Annantalo children's book caffè:** I bambini hanno ridisegnato il caffè Annantalo, trasformandolo in un nuovo Cafe del libro per bambini. Il Children's Book Cafe e l'adiacente Studio Anna offrono ora una buona sede per la lettura di libri, ospitano anche mostre di illustrazione, eventi di pubblicazione di libri, interviste con autori e illustratori, workshop, panel di poesie, concerti di brie, attività di vendita e altri interessi.
- ● **Building the City:** Il progetto interdisciplinare ha permesso ai bambini di imparare l'architettura e la pianificazione della città attraverso opere, spettacoli, cortometraggi e arti visive. L'idea l'idea era quella di combinare l'architettura, la musica classica e le arti dello spettacolo in una festa di tutti i sensi. Una serie di spettacoli operistici, eseguiti da bambini e accompagnati da musicisti professionisti, sono stati prodotti all'interno del progetto
- ● **Design goes washing jetty:** Il festival cittadino del dipartimento di pianificazione urbana di Helsinki si concentra sulla significatività dei 13 moli di lavaggio dei tappeti sulle rive intorno a Helsinki, come luogo di incontro sociale che unisce i residenti della città e come aspetto importante del patrimonio culturale di Helsinki. Gli eventi Design Goes Washing Jetty saranno incentrati su architettura, design, spirito di comunità e conservazione dell'ambiente.
- ● **Skidit festarit - children's arts festival:** Il Skidit Children's Art Festival è un festival di cultura infantile urbana, ora organizzato per la terza volta, nel quartiere Kaillio di Helsinki. Mira a offrire cultura significativa, tempo di qualità insieme, esperienza positiva, tolleranza al multiculturalismo, incontri con artisti e ambienti artistici. La parola chiave è precipitazione.
- ● **Lasipalatsi design markets & fashion film festival:** Market e Film festival sul tema del design e del fashion design.
- ● **Design helps - Living Room:** spazio adibito a luogo di incontro per chiunque fosse interessato a un design utile e ha creato un luogo per il dialogo tra sviluppo sostenibile e design. Oltre ai vari eventi, il Living Room era allestito con una caffetteria di design e un'area espositiva e seminariale.
- ● **Design Week:** la Helsinki Design Week 2012 ha riunito la comunità internazionale del design e i designer locali. La Design Week non ha solo presentato il design ai designer, ma ha anche cercato di trovare nuovi modi per beneficiare la società e la città stessa. Un tema importante sarà l'implementazione delle innovazioni sociali attraverso il design partecipativo.
- ● **Where does the soil come from?** (urban farming): Questo club aperto e gratuito rivolto ai giovani ha fatto conoscere ai partecipanti la produzione di prodotti locali e freschi in un ambiente urbano e ha ispirato il rinnovamento estetico del paesaggio urbano. I giovani hanno imparato le diverse alternative dell'agricoltura urbana e locale e organica e hanno avuto anche la possibilità di avviare i propri progetti di giardinaggio.
- ● **The Secret Lightgardens:** L'evento ha introdotto idee e sogni sul ruolo dello spazio e dell'architettura della città nella vita quotidiana dei residenti della città usando la luce per illustrare i concetti. I Lightgardens segreti si estenderanno nelle aree del cortile interno del quartiere Tori di Helsinki che di solito sono nascoste di giorno. Un seminario per professionisti ha fatto parte dell'evento.
- ● **20x0 -a journey into the future:** La mostra Heureka ha ritratto una città futura: tra le altre cose illustrano le abitazioni, i trasporti, l'assistenza sanitaria e le spese future.
- ● **City centre, living and working environments:** La mostra ha riunito i progetti selezionati del centro città, della zona residenziale e della zona industriale gestiti dalla città di Vantaa. L'enfasi della mostra è specificamente sull'urbanistica, il parco e l'urbanistica come design urbano. La mostra era divisa in quattro parti: progettazione sostenibile a Vantaa, città dell'aeroporto di Aviapolis-An, centri rinnovati e Marja-Vantaa, Ring Rail Une.
- ● **Nowhere Finland 2012:** La mostra nazionale Nowwhere Finland organizzata ogni due anni. Nel 2012, la mostra si è concentrata sul design ecologico applicato a prodotti e opere in calcestruzzo, nonché su azioni e concetti.
- ● **EKOLANDIA exhibition:** ha messo in mostra il design finlandese e l'arte attraverso concetti spaziali che scandiscono il futuro. L'enfasi principale era sul pensiero ecologico e sugli oggetti o materiali a cui è stata data una nuova vita in un nuovo ambiente e il contesto dell'arte.
- ● **Change:** towards a sustainable future: esposizione sul tema della casa sostenibile, che promuoveva abitudini e soluzioni per ridurre l'impatto ambientale nell'ambiente domestico.
- ● **Finland meets Uganda:** La Finlandia incontra l'Uganda ha mostrato il lavoro di Lincol Kayiwan, nato in Uganda. Una parte essenziale della mostra sono stati i workshop, percepiti e progettati da Kayiwan e rivolti ai bambini, incoraggiandoli a comprendere il concetto di design utilizzando materiali riciclati.

- ● **Smart design, smart thinking, smart process:** mostra e la conferenza hanno discusso e descritto l'uso di un processo creativo e la progettazione di servizi nella risoluzione dei problemi e la promozione dello sviluppo sostenibile nella società. Il progetto ha presentato i risultati nordici alla comunità internazionale nell'area del concept design.
- ● **Aalto garden Otaniemi student competition:** Ai concorrenti è stato affidato il compito di creare un piano praticabile e multidisciplinare per l'area dell'Università di Otaniemi, tenendo conto dei principi di sviluppo sostenibile e del benessere dell'area.
- ● **Aurora - show me the way:** in collaborazione con l'Helsinki Deaconess Institute Alppikatu, le insegne interne ed esterne dell'istituto sono state rinnovate e sono state progettate le insegne delle porte personali per coloro che occupano la residenza. Questo progetto di pianificazione a misura di persona mirava a creare un'area urbana orientata alla comunità liberamente accessibile che tenesse conto dei suoi diversi utenti.
- ● **Abattoir area:** nell'autunno 2012 è stato aperto a tutti un luogo d'incontro sul cibo e il design. Mercati degli agricoltori, ristoranti pop-up ed eventi di design sono stati riuniti in questo posto.
- ● **Beauty on the way home:** le piante stagionali fanno parte del design quotidiano nell'ambiente urbano. Il progetto Beauty on the Way Home ha creato nuove forme per le aree vegetali stagionali, ha evidenziato le aree di impianto tradizionali all'interno dell'architettura e dei parchi. Queste aree erano situate intorno a Helsinki in 30 località diverse. È stata creata una mappa delle varie località di impianto con elenchi delle piante e loro descrizioni. La scelta dei luoghi serviva a evidenziare l'originalità e le caratteristiche speciali delle aree residenziali e migliorare il paesaggio urbano.
- ● **Oasis - a true 'living' room in an nantalo's yard:** Il cortile Annantalo è stato trasformato in un'area di attività piacevole e facilmente accessibile per bambini, giovani e famiglie in cui arte e design svolgono un ruolo centrale. Al progetto hanno partecipato studenti dell'Università di Aalto.
- ● **Bicycle project:** mirava a pianificare e produrre modi più efficaci per promuovere il ciclismo. Gli obiettivi principali del progetto includevano la stesura delle istruzioni di pianificazione, costruzione e manutenzione di piste ciclabili, organizzazione di parcheggi per biciclette, un centro per biciclette e marketing e informazioni relative al ciclismo. Il progetto ha seguito la strategia del Consiglio comunale di Helsinki che promuove la cooperazione tra le amministrazioni cittadine. Lo scopo del progetto era quello di realizzare un prototipo di centro per biciclette in cemento per la stagione ciclistica dell'Anno della Capitale del Design.
- ● **The Bullhorn international design competition:** Cembrit Oy, un'azienda specializzata nella produzione di pannelli in fibrocemento, ha invitato gli architetti a migliorare l'ambiente di vita degli abitanti delle città. Il tema erano le aree di transito urbano e la progettazione di soluzioni per migliorare l'ambiente di vita attorno alle aree delle stazioni ferroviarie. Il sito di progettazione era la stazione di Malmi, che è uno dei maggiori snodi di trasporto pubblico di Helsinki.
- ● **Clay and Wood in the city project:** Clay and Wood in the City ha cambiato le scene che rovinano il paesaggio urbano rendendole più piacevoli alla vista. Il progetto ha riunito architetti, artisti, produttori e rappresentanti della città e ha studiato la possibilità di utilizzare materiali naturali come materiali da costruzione moderni e opere d'arte. Il progetto inviterà le associazioni di residenti e altri attori locali a partecipare.
- ● **Design Street in Herttoniemi Business District:** è stato organizzato un concorso di idee aperte per trovare un nuovo look e identità per la strada principale del quartiere degli affari Herttoniemi. Questa competizione faceva parte del progetto Metrohelsinki in cui la città, insieme alle attività commerciali della zona, promuoveva i quartieri adiacenti alla rotta della metropolitana orientale come aree commerciali vivaci.
- **Ita-Pasila to STRIKE!** mirava a migliorare l'appello estetico e il godimento dell'area Ita-Pasila, nel rispetto della architettura originale dell'area.
- ● **Helsinki south harbour - open international ideas competition:** Il concorso internazionale Helsinki South Harbour organizzato dal Dipartimento di pianificazione urbana di Helsinki mirava a trovare idee per le aree costiere di Etelesatama. Questo concorso di idee aperto a tutti ha cercato di trovare proposte che potessero essere utilizzate come guida per il futuro sviluppo di Etelesatama. L'obiettivo era quello di fornire ai residenti un libero accesso al mare e di integrare l'area nella ristrutturazione della città.
- ● **Fifth dimension - innovative solutions and ecosystem services to benefit our cities:** il progetto dell'Università di Helsinki che ha studiato l'uso degli spazi urbani e l'utilizzo dei servizi eco-sistemi nello sviluppo delle città. Al centro del progetto ci saranno tetti verdi, tetti di edifici coperti di vegetazione che sono visti come parte essenziale dello sviluppo sostenibile di una città.
- ● **Gardens for all:** ha portato tre nuovi tipi di aree di coltivazione a Espoo, Otaniemi a Tapiola e Keilaniemi. Il progetto ha fornito opportunità di svago e hobby per residenti, studenti e dipendenti delle aree. Le assegnazioni hanno aumentato la diversità, le aree verdi e il godimento dell'ambiente cittadino.
- ● **Design your own city and urban stage:** i giovani di Helsinki parteciperanno alla creazione e alla progettazione del proprio ambiente e alla realizzazione del loro design utilizzando materiali riciclati. È stato dato un nuovo aspetto ad alcuni centri giovanili e ha dato un forte impatto ai giovani sulla cultura urbana e per continuare le pratiche che si sono rivelate vincenti dopo la capitale del design, il progetto fa parte dei "giovani e entità del design".
- **Trashcarnival:** Gli eventi trashcarnival insegnano ai giovani a trovare nuovi usi per la spazzatura e per i beni abbandonati, insegnando loro i principi dello sviluppo sostenibile e di un nuovo tipo di pensiero progettuale.
- ● **Rusetti - espoo central park project:** mirava a migliorare il parco centrale di Espoo trasformandolo in un'oasi ricreativa per i residenti, creando un portale Internet per il parco e organizzando diversi eventi.
- **Lighting at Helsinki City Theatre and its park area:** co-progetto con l'area dei residenti per migliorare l'illuminazione del teatro cittadino e del suo parco.
- ● **Resident participation at the public works department:** progetto del Dipartimento dei Lavori Pubblici della città di Helsinki finalizzato a riunire residenti, aziende e la città per creare un ambiente cittadino migliore. Questo progetto cerca di aumentare la partecipazione dei residenti allo sviluppo di un piacevole ambiente urbano. Lo scopo principale era quello di creare canali per saperne di più sui parchi e sull'ambiente. La partecipazione dei residenti ai progetti del dipartimento dei lavori pubblici comprende ad esempio le operazioni di pulizia primaverile e le passeggiate guidate nei parchi.
- ● **Electricity Cabinet Campaign:** Fortum Oy ha organizzato una campagna per promuovere i gabinetti di distribuzione elettrica nella primavera del 2012 in collaborazione con 3 scuole. L'obiettivo della campagna era di attivare i giovani nelle aree T3 per vedere il loro ambiente in un modo nuovo e per ridurre gli atti di vandalismo nei confronti dei gabinetti di distribuzione elettrica.
- ● **Rhythm:** il Garden City Kauniainen ha visto prendere forma un'opera d'arte ambientata nella comunità, Rhythm, che non solo ha migliorato l'estetica dell'area della città, ma ha anche ricordato a tutti che appartiene a ciascun residente.
- **Design exchange:** il programma lanciato da Sitra mirava a portare le competenze del design nel settore pubblico mediante l'inserimento di un designer in un'organizzazione pubblica, con l'obiettivo di sostenere e sviluppare il rinnovamento del settore pubblico e delle sue capacità di progettazione, nonché di fornire alle amministrazioni degli strumenti di progettazione orientati all'utente. Uno scopo a lungo termine del progetto era aumentare le capacità di progettazione strategica e creare una nuova generazione di "progettisti strategici" in Finlandia.
- ● **Olo Muoto '12 - Form Of Existence:** evento internazionale di design con giovani designer e scuole di design e il legno finlandese come punto focale. Mirava a migliorare la comprensione del significato del design industriale nelle aziende e a promuovere la gestione del design.

- ● **Eventi più ecologici - dalle linee guida alla pratica:** Lo scopo di Helsinki City Environment Centre era di creare eventi sostenibili, eventi ecologici, aiutare a gestire e minimizzare gli impatti ambientali degli eventi, come le loro emissioni di anidride carbonica. Il modello è stato sviluppato e diffuso nel corso del 2012, dopodiché a tutti gli organizzatori di eventi sono state fornite istruzioni sull'organizzazione di eventi ecologici attraverso una guida cartacea che suggeriva buone pratiche: Neat Event.
- ● **Shape your world:** il workshop ha offerto a bambini e giovani dai 6 ai 12 anni l'opportunità di partecipare alla progettazione del proprio ambiente. L'idea del workshop era quella di progettare e produrre una scultura di gioco interattiva per la scuola / asilo nido.
- ● **Green Campus:** Lo scopo del progetto era quello di sviluppare nel campus di Otaniemi un ambiente di test per supportare la partecipazione del campus alla lotta climatica globale e consentire la partecipazione attiva di varie parti allo sviluppo dell'efficienza ecologica ed energetica dell'area.
- **Youth food festival:** I giovani nell'area della capitale hanno organizzato vari eventi a tema sulla cultura del cibo che hanno programmato la serata, tra cui l'impostazione del tavolo, le decorazioni, il menu e il programma. Ciò ha consentito ai giovani di apprendere nuove competenze, scoprire cibo biologico e locale e prendere in considerazione l'estetica del cibo. Inoltre, ha sostenuto l'interazione reciproca tra giovani e adulti.

Sostenibilità

Gli obiettivi di Helsinki WDC 2012, attraverso il tema di Open Helsinki-Embedding Design in Life, era quello di fornire servizi municipali orientati all'utente e rafforzare la partecipazione e la responsabilità dei residenti, a rendere la città più attraente, funzionale e piacevole.

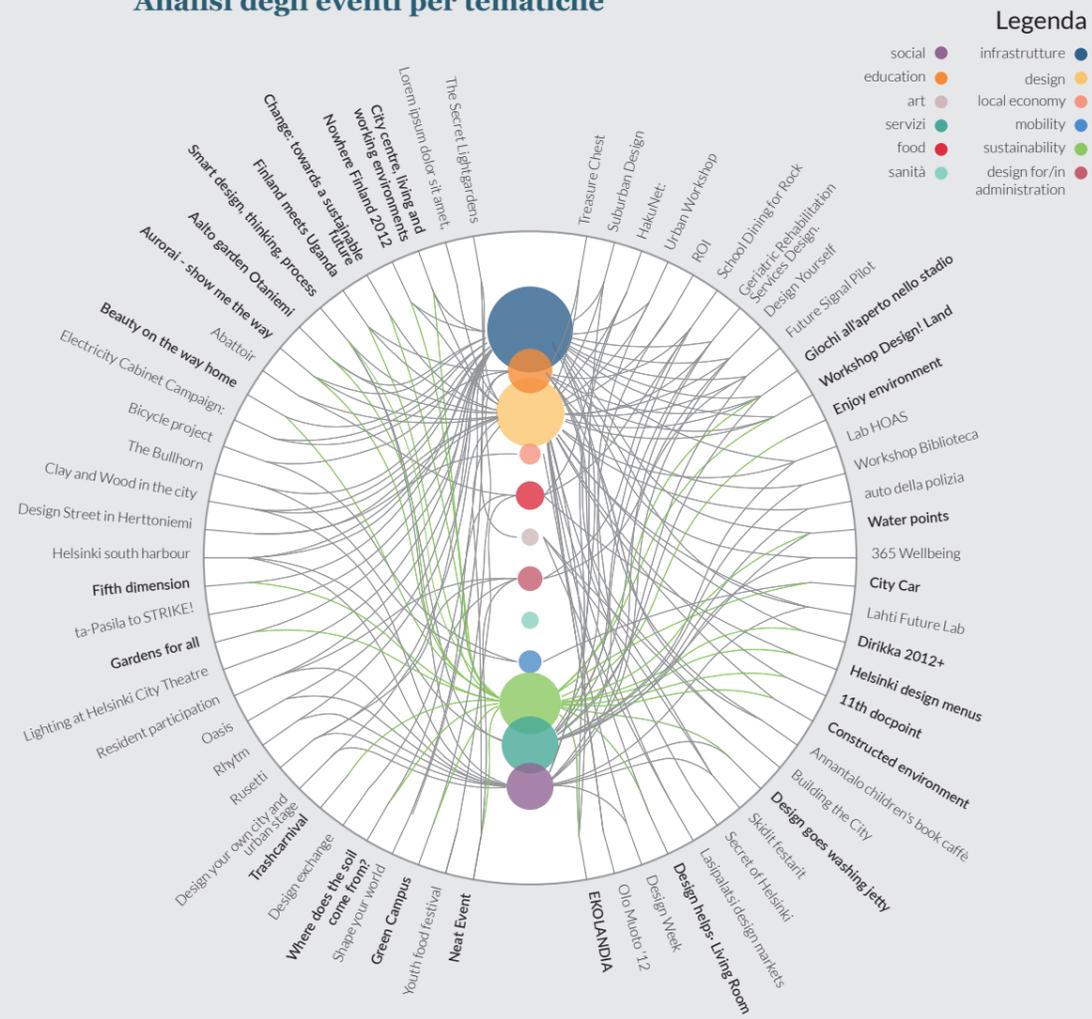
Dall'analisi svolta sulla programmazione ufficiale dell'anno di designazione, è emerso che molti degli eventi proposti nel calendario ufficiale toccavano la tematica sostenibilità ambientale in diversi ambiti. Molti di questi hanno coinvolto gli studenti dell'Università della Aalto University, che sono stati chiamati a co-progettare insieme ai residenti della città ed imprenditori, come nel caso del progetto Drikka 2012. Anche il settore pubblico ha partecipato allo sviluppo di diversi progetti e ha realizzato mostre incentrate su tematiche della sostenibilità. Un esempio è la mostra organizzata dall'Environmental Centre di Helsinki che ha sfruttato la designazione della città a WDC per organizzare un'esposizione sul cambiamento climatico che ha attratto numerosi visitatori a cui è stato mostrato come cercare di ridurre la propria impronta ecologica a livello domestico. Numerose sono state le mostre e le esposizioni di questo genere.

Helsinki WDC ha saputo dimostrare la sua sensibilità al tema della sostenibilità non solo attraverso la programmazione di attività ma anche attraverso un progetto volto a sviluppare delle linee guida per ridurre l'impatto ambientale degli eventi stessi.

La municipalità, insieme all'Environmental Centre, ha infatti sviluppato una guida con lo scopo di fornire consulenza e aiuto agli organizzatori di eventi su come gestire le questioni ambientali.

La guida Neat Event! è stata creata come parte del progetto congiunto Greening Events dell'area metropolitana di Helsinki e dal 2012 ad oggi si è sviluppata in un vero e proprio servizio della città messo a disposizione di tutta la comunità. Il Think Sustainable è infatti un progetto che mira guidare l'organizzatore nella pianificazione di un evento a basso impatto ambientale attraverso l'applicazione di 17 criteri specifici per il settore.

Analisi degli eventi per tematiche



4.4.5 Cape Town WDC 2014

Cape Town, la città più antica del Sudafrica, è stata nominata World Design Capital 2014 il 26 Ottobre 2011 al Congresso dell'Ida di Taipei, superando le altre città selezionate, Dublino e Bilbao, e diventando così anche la prima città africana a ricevere il titolo. La città ha ufficialmente ricevuto la carica nel giugno 2012 presso il *Freeworld Design Center*, dove il Sindaco di Città del Capo, Patricia de Lille, e Soon-in Lee, Presidente della WDO di quel ciclo, hanno firmato l'**Host City Agreement**.

Città del Capo aveva affidato la propria proposta di candidatura alla **Cape Town Partnership** a cui è stato assegnato il compito di inquadrare il tema dell'offerta e di reperire contenuti e *case study*. Il libro finale di proposta è stato consegnato il 31 marzo 2011 e comprendeva ben 465 pagine con numerosi casi studio e delineava il tema **"Live Design. Transform Life"**. La gestione per il conseguimento degli obiettivi, del corretto sviluppo del programma e della realizzazione dell'evento è stata affidata all'agenzia **Cape Town Design**, appositamente creata a seguito della stipulazione del contratto di Ospitalità.

In passato, la città era stata plagiata e divisa dell'era dell'**apartheid**. Ma attraverso una grande riprogettazione e ristrutturazione del paesaggio urbano, Cape Town ha saputo modificarsi radicalmente. Attraverso la democratizzazione del design, ha infatti concentrato i propri sforzi sull'obiettivo di riunire le persone per creare una città sostenibile che promuovesse una reale inclusione sociale. La città ha dunque introdotto diversi processi di progettazione partecipativa nei quartieri, raggiungendo migliaia di persone in 81 dei 111 quartieri della città.

Il 2014 non è stato solo un programma di eventi, ma è stato un vero e proprio contributo al processo di cambiamento del modo in cui la città e i suoi cittadini affrontano lo sviluppo e usano sia il design che il pensiero innovativo per trasformare Città del Capo.

Gli obiettivi principali di Cape Town WDC 2014 erano:

- Valorizzare l'immagine di Città del Capo come destinazione con risorse progettuali e creative.
- Identificare e iniziare a consolidare il design come motore della crescita economica e sociale all'interno della metropoli.
- Sviluppare l'industria del design locale attraverso lo sviluppo di reti e partenariati collaborativi.
- Costruire un maggiore apprezzamento e comprensione del valore del design per aumentare la domanda di servizi di design.
- Educare e ispirare una nuova generazione di professionisti del design e pensatori.
- Ampliare il mercato locale e internazionale per prodotti, servizi e sistemi orientati al design sudafricano.
- Costruire relazioni inclusive e colmare divisioni tra comunità, istituzioni, industria, città sudafricane e in tutto il continente.³³

Cape Town WDC 2014 si è dunque impegnata per stabilire un'eredità positiva che



consentisse alla città di avere strumenti decisionali più efficaci, volti a migliorare la vita quotidiana dei suoi cittadini, e per accrescere la comprensione del potere del pensiero guidato dal design per risolvere sfide complesse. Le collaborazioni internazionali e locali sono state forgiate tra il settore pubblico e privato, usando il design come focus unificante, e hanno gettato le basi per molti progetti di legacy.

A tale scopo, si è tenuta un'importante conferenza, **"Make A Plan"**, che per prima in Sudafrica è riuscita a riunire il governo municipale, provinciale e nazionale in uno sforzo congiunto per integrare il design all'interno delle entità del settore pubblico.

Più di 30 esperti di politica e design, locali e internazionali, e membri della società civile, hanno sottolineato l'importanza di disporre di una politica di progettazione a livello di governo locale e nazionale. Hanno introdotto esempi di *best practices* su come il design ha svolto un ruolo vitale nello sviluppo di economie, società e culture in tutto il mondo al fine di sviluppare le politiche necessarie per liberare il potenziale dell'industria del design per rispondere alle sfide sociali.

Organigramma

A seguito della nomina a WDC, la città ha fondato l'associazione Cape Town Design NPC per seguire l'Host City Agreement firmato con la WDO. La Npc era gestita da una commissione indipendente composta da 12 membri. Il consiglio di amministrazione di nuova costituzione ha poi creato un sottocomitato per delegare la supervisione del progetto, la gestione delle finanze, del programma, delle comunicazioni, e successivamente al 2014, della *legacy*. Nel corso del 2013 il sottocomitato ha costituito un Panel curatoriale composto da 40 membri la cui direzione è stata affidata a Paul Duncan. Gestiti dal Program Manager Jenni Kruger gli obiettivi principali del panel curatoriale della WDC 2014 erano valutare e rivedere le proposte del pubblico e sviluppare un programma dinamico, formulare raccomandazioni.

Tema e programma

L'offerta di Città del Capo si è basata sul concetto di "Live Design, Transform Life", ponendo una grande attenzione al design socialmente attivo. Da questa idea sono stati estrapolati tre temi principali:

³³ «Implementation and Outcome Evaluation of the City of Cape Town's World Design Capital Initiatives», 2014, 49.

- **Ricostruire Cape Town** attraverso la coesione della comunità;
- **Ricollegare Cape Town** attraverso il potenziamento infrastrutturale;
- **Riposizionare Cape Town** per la *knowledge economy*.³⁴

WDC Cape Town 2014 ha democratizzato il design, mettendo in mostra il valore del pensiero progettuale e dei processi di progettazione partecipativa a livello di quartiere. Per questa ragione, per il completamento della programmazione dell'anno di designazione, è stato aperto un periodo di dieci mesi e lanciate due *call* per raccogliere proposte di progetti ed eventi. I progetti che avevano risposto al bando dovevano rientrare in una delle quattro categorie stabilite:

- African Innovation. Global Conversation; African ideas that speak to the World.
- Bridging the Divide; Design that reconnects our city and reconciles our communities.
- Today for Tomorrow; sustainable solutions for people and planet.
- Beautiful Spaces. Beautiful Things; Inspiring architecture, interiors, food, fashion, jewellery, craft, art and creativity.

Il primo e il secondo bando hanno raccolto ben 952 progetti che sono stati successivamente vagliati, selezionati e ulteriormente divisi in sei categorie:

- Lifestyle enhancers: design che dà significato attraverso moda, arte, cultura, sport e tempo libero.
- Business that builds: design che aggiunge valore all'economia attraverso l'innovazione, la finanza, i sistemi e l'imprenditoria sociale.
- Sustainability solutions: design incentrato sull'efficienza e la resilienza relative a cibo, energia, acqua e ambiente naturale.
- Connections that unite: design che eleva la comunicazione, i trasporti e la coesione sociale.
- Education that elevates: design che condivide le conoscenze attraverso scuole, mostre e sviluppo delle competenze.
- Community improvement: design che migliora la salute, il benessere, l'abitazione e lo sviluppo urbano.^{35 36}

Di questi, circa 450 sono stati selezionati e inseriti ufficialmente nel calendario dell'anno. Inoltre, il programma generale per World Design Capital 2014 ha incluso anche un progetto di co-design avviato con le comunità di ciascuno dei 111 dipartimenti della città. Ogni seminario mirava a coinvolgere circa un centinaio di persone tra membri della comunità, funzionari, progettisti e gruppi di interesse speciali e si è concentrato su una particolare problematica, adottando un approccio progettuale per proporre soluzioni.

³⁴ «Cape Town World Design Capital 2014», Western Cape Government, <https://www.westerncape.gov.za/general-publication/cape-town-world-design-capital-2014-0>.

³⁵ «Cape Town World Design Capital 2014».

³⁶ «WDO | World Design Capital Cape Town 2014 Programme Launches with 450 Recognized Projects», consultato 16 agosto 2019, <https://wdo.org/press-release/world-design-capital-cape-town-2014-programme-launches-with-450-recognized-projects/>.

La municipalità ha inoltre svolto delle attività rivolte al suo stesso staff. Lo scopo di questa iniziativa era condividere gli "strumenti" del pensiero **design-led** con i dipendenti di Cape Town, in modo che essi fossero avvicinati a queste competenze e che potessero applicarle nel loro ambiente di lavoro, sui progetti e nel servizio dei clienti. La città ha inoltre identificato 74 progetti da esporre al grande pubblico per creare consapevolezza e mostrare il processo di sviluppo del programma della World Design Capital.

Identità visiva

Il colore scelto da Cape Town è stato il giallo, un colore che indica ottimismo e speranza e che rappresenta il futuro urbano di Città del Capo.

Il logo per la campagna World Design Capital di Cape Town per il 2014, progettato da Bruno Morphet, fa riferimento alle autostrade costiere incomplete.

Budget

I finanziamenti ricevuti per la realizzazione di Cape Town WDC 2014 sono stati di 60 milioni di Rand (meno di 4,2 milioni di dollari). Altri fondi sono stati invece raccolti attraverso una piattaforma di crowdfunding, Thundafund.

La valutazione dei benefici economici diretti e indiretti dell'anno 2014 WDC Cape Town ha rivelato che per ogni rand speso nel budget di investimento di Cape Town, sono stati generati 2,46 rand. Il WDC Cape Town 2014 ha quindi avuto un impatto diretto di R 59,2 milioni e un indiretto R 86,6 milioni andando ad influire direttamente sul benessere della popolazione che ha potuto beneficiare della creazione di nuovi posti di lavoro, dell'aumentato della produzione, delle vendite aziendali, del Prodotto interno lordo (PIL) e del reddito familiare.

Partner e sponsor

Gli sponsor principali ed internazionali erano: Microsoft, Rado, Nestlé e BMW. Altri partner locali erano invece Bos, Tsogo Sun, Graham Beck Wines, Media24 e Smile 90.4 FM.

La Clock Tower di Cape Town, di Ravi Gajjar, estratta da <https://visi.co.za/2014-wants-you/>





Legenda	
social	infrastrutture
education	design
art	local economy
servizi	mobility
food	sustainability
sanità	design for/in administration

- #WDC 101 Co-Design Workshops:** Ogni workshop si è concentrato su una particolare problematica e ha adottato il design-thinking per proporre soluzioni. I consiglieri di rione sono stati invitati a proporre criticità rilevate per essere risolte attraverso la co-progettazione. I workshop hanno dato alla comunità lo spazio per stabilire connessioni con funzionari e consiglieri comunali. Hanno anche esposto i designer, molti per la prima volta, al design sociale. Attraverso il seminario di co-design, sono stati studiati e implementati vari interventi in città come riqualificazione di parchi, spazi per il tempo libero, luoghi pedonali, ecc.
- #WDC660 Shift Stellenbosch project:** un programma pubblico di eventi, workshop, spettacoli, mostre e conferenze tenutosi a Stellenbosch per aiutare le singole microimprese a diventare autosostenibili.
- #WDC210 Innovate the Cape project:** A 31 studenti delle scuole superiori si sono approcciati al pensiero progettuale attraverso una serie di lezioni mirate sull'argomento. Come risultato del progetto è stato progettato un orto in una scuola e 40 alberi sono stati piantati in un'altra.
- #559 The MOTION Project:** progetto di film e fotografia per promuovere lo sviluppo e lo scambio di competenze tra i diversi artisti attraverso diversi momenti di collaborazione. Il progetto è culminato in una mostra fotografica, un film sulla danza e uno spettacolo.
- Sustainable operations:** Alcuni progetti si sono concentrati sull'assicurare che le operazioni della loro organizzazione fossero rispettose dell'ambiente e hanno dimostrato che è possibile essere ecologici.

- #WDC387 Oude Molen Eco Village project:** i cittadini sono coinvolti per trattare temi come la creazione di posti di lavoro, l'agricoltura urbana e la sicurezza alimentare, progettando iniziative di sviluppo urbano sostenibile. L'esposizione pubblica della futura visione di sviluppo del progetto ha promosso la tecnologia sostenibile / rinnovabile.
- #WDC640 Celebrate the City" project:** i cittadini sono stati coinvolti ed ascoltati durante sessioni di seminari per individuare che il design avrebbe dovuto risolvere nel loro ambiente urbano.
- #WDC346 Informal trader project":** Le esigenze dei commercianti di Greenmarket Square sono state analizzate da gli studenti del corso di Design. Gli studenti hanno studiato e tenuto in considerazione l'impatto ambientale delle loro soluzioni. Tramite l'upcycling sono stati nomilitati anche materiali di scarto.
- #WDC541 MIDA project:** 4 designer italiani hanno lavorato con studenti di design e comunità locali per 1 settimana per riconvertire i simboli e le icone relativi all'apartheid in oggetti positivi. Una sezione particolare del seminario è stata dedicata al riutilizzo e al riciclaggio di materiali di scarto nelle attività di progettazione.
- #WDC479 Edupeg Sustainable Food Garden project:** è stato costruito un orto sostenibile di 400m². È stato insegnato ai partecipanti come piantare e curare i propri giardini, ed è stato creato un ambiente di apprendimento per i bambini delle scuole.
- #WDC357 Cape Town Calling:** a citywide activation that was planned to take place during Creative Week 2014. Unused public spaces were identified, specifically alleyways, for creative activation through social design.

- #WDC 639 ASEN – Stories of impact":** is a multimedia project that showcases Social Entrepreneurship in action. Through video and photography it tells the stories of entrepreneurs working to create sustainable developmental impact. Created awareness of social entrepreneurs.
- #WDC570 Brainstorm the City** project: awareness campaign about the consequences of injury, alcohol abuse and drug abuse on the brain.
- #WDC679 Shaping a shared world** project: a collaborative exhibition between Aalto University and CPUT University, that follows the theme of how we "shape our shared world". Drew increased attention to tertiary education institutions.
- #WDC206 Ikhwezi project:** service design project at the busy, overloaded and rundown Ikhwezi clinic in Lwandle.
- #WDC342 The Town 2 Clinic** in Khayelitsha, struggling with some human-resources challenges, was the beneficiary of a co-creation intervention conducted by CCT's WDC team, with significantly improved relationships reported.
- #WDC690 Design Development Research Conference:** Many presentations were within the field of design for sustainability (one of CPUT's seven research niche focus areas).
- #WDC619 Save Our Waters" Project:** promoted water conservation through calligraphic messages on a wide range of media and installation to educate people on the importance of waterways, wetland and ocean..
- #WDC454 ColourIkamva:** wanted to reimagine the learning environment. Based on the principle that a creative and nurturing environment fosters positive interest and growth among learners they facilitated the process of re-imagining their school and future that leads to the co-designing of a mural artwork, which transformed the school and classroom space. During this process learners are taught valuable creative and life skills through workshops that encouraged expression and self-empowerment.
- Public Infrastructure WDC2014** had an impact on public sector projects and communities. Co-design workshops allowed communities and public sector officials to be exposed to design-led thinking; and public sector budgets were influenced by applying design-led thinking in the implementation of projects. #WDC235 Two River Prk
- #WDC443 Design Storming Toolkit:** Provided a toolkit in the form of a website that supports the processes of co-creation workshops used to uplift community life in informal settlements in and around CT. It offers a platform for sharing past work using participatory design methods. The overarching aim is to enable people in poverty-stricken situations to see design as a means of making change and improvements.
- #WDC253 Platform 6:** this project, a collaborative initiative by tertiary design institutions, was a series of six 'platforms' or workshops in 2014, each with a different focus and the cumulative intent to improve the teaching methodology of grades 10 to 12 design teachers. As part of the programme, research was done into the status, perception and position of design in secondary schools.
- #WDC330 a Green Space Factor Tool** for the City of Cape Town: The Green Space Factor is a planning tool developed by the City of Stockholm, Sweden, for implementing the vision of a greener and more sustainable city in new development areas. The tool was adapted to the natural context of the Western Cape and tested in three diverse urban areas in Cape Town, in collaboration with the City of Cape Town and ARG Design, led by the urban planner Gita Goven.
- #WDC642 SKOP 7455** a group of high school learners to a free design workshop. SKOP is a multi-disciplinary design collaboration. It aims to connect town and township by employing physical design as a kick-off for social (re)-design. It aimed to connect people, places, materials and techniques, during and beyond 2014
- #WDC 354 Art Street" project:** Convert buildings in a derelict street into giant artworks, with a weekend art market for emerging artists to showcase and sell their work. A food wall was created from herbs.

- ● **#WDC201 Workshop 17:** è stato creato un hub di innovazione e uno spazio fisico dedicato per inventare, prototipare e testare prodotti, creare nuovi modelli di business, servizi e avviare attività commerciali allineate ai mercati africani. Fornisce un laboratorio collaborativo per le menti creative dei cittadini e per imprenditori, fondazioni, innovatori sociali e attori della comunità locale del design.
- ● **#WDC213 A Central City Development Strategy Project:** nell'ottica che le WDC seravo a promuovere il design come strumento per migliorare la vita sociale, culturale ed economica, il progetto CCDS era una mostra interattiva che mirava a mostrare il passato della città, la trasformazione presente e ambiva ad ispirare i partecipanti a co-creare il futuro di Città del Capo.
- ● **#WDC234 The Density Project:** una collaborazione tra architetti, educatori, designer, amministratori e urbanisti olandesi e sudafricani per esplorare soluzioni per alcuni dei problemi urbani più urgenti di Città del Capo. Il progetto ha fornito una piattaforma di scambio e cooperazione su questioni di trasformazione sociale, progettazione urbana e delle infrastrutture.
- ● **#WDC230 Co-designing Healthcare Services:** l'istituto Lung dell'Università di Cape Town, il dipartimento di progettazione dell'Università della Tecnologia di Cape Peninsula, il personale della Chapel Street Clinic e una più ampia comunità di utenti hanno collaborato per migliorare i servizi sanitari nelle cliniche governative di tutto il Western Cape. I risultati includono spazi progettati e un kit di strumenti per condividere le lezioni apprese e consentire collaborazioni simili per altri casi.
- ● **#WDC237 Corkabitation:** progetto che ha proposto la progettazione e la costruzione di un padiglione che serviva a colmare le divisioni sociali e urbane fornendo spazi pubblici dal design accattivante in cui le persone ora possono riunirsi e connettersi.
- ● **#WDC223 The Spier Secret Festival:** è un evento annuale di due giorni in cui vengono esplorate le tendenze enogastronomiche locali e internazionali con una forte attenzione alla produzione etica e sostenibile.
- ● **#2WDC48 Design Storming :** una piattaforma per la progettazione partecipativa che univa designer, membri della comunità e altri stakeholders per generare soluzioni open source. È stata una collaborazione tra Cape Town Partnership, Cape Town Design Network e Social Justice Coalition ed è focalizzata sull'affrontare questioni di rilevanza sociale. Basato su un format di workshop di due giorni, mirava a valorizzare i progetti esistenti che dimostravano disponibilità e avevano la capacità di generare risultati futuri.
- ● **#WDC239 The Salt River Village project:** ha integrato diversi progetti come la ristrutturazione di edifici industriali, il potenziamento di marciapiedi e paesaggi urbani, la ricostruzione di un parco giochi comunitari e l'installazioni di arte urbana. Ha lavorato in collaborazione con i proprietari di immobili, appaltatori, funzionari della città e la comunità stessa per creare collettivamente un posto inclusivo per tutti.
- ● **#WDC236 Community-led spatial design:** questo processo guidato dalla comunità riconfigura il layout spaziale degli insediamenti informali, che si sono sviluppati organicamente nel tempo, per creare layout più razionalizzati.
- ● **#WDC238 Re-blocking of Mtshini Warn:** un'iniziativa guidata dalla comunità locale in collaborazione con Città del Capo per il miglioramento degli insediamenti attraverso la progettazione più ordinata delle abitazioni. Una volta minacciata di sfratti, la comunità ha avviato un processo di auto-progettazione che ha ordinato le baracche in "ammassi". I residenti così beneficiati di spazi pubblici più sicuri e dignitosi, nonché dell'installazione nella città dei servizi di base
- ● **#WDC305 My Dream World:** il progetto ha coinvolto la comunità di giovani locale per creare nuovi strumenti partecipativi e potenziare gli strumenti di progettazione dei servizi che verranno utilizzati dal pubblico di destinazione.
- ● **#WDC246 Active Mobility:** è una collaborazione tra il team di progetto di World Design Capital 2014, la Città di Cape Town e diverse organizzazioni che lavorano nel trasporto non motorizzato. L'iniziativa aspira a incoraggiare i cittadini a co-creare una città più sostenibile attraverso le forme NMT. Ha organizzato vari eventi di ciclismo in città, in particolare il Cape Argus Pick n Pay Cycle Tour, Absa Cape Epic e il Tour d'Afrique sfida ciclistica transcontinentale
- ● **#WDC252 School Design Week:** è un progetto educativo che ha esposto agli studenti delle scuole superiori le diverse professioni relative al design e per incoraggiarli a prendere in considerazione una tale carriera. Si è composto di una serie di talks e presentazioni video che si svolgono durante le assemblee delle scuole superiori di Cape Town. L'attenzione si è concentrata su scuole svantaggiate che non avevano arte o design come materia. Durante la settimana, i designer hanno parlato del proprio lavoro e delle interessanti opportunità di carriera nel settore del design,
- ● **#WDC245 Driving Dreams:** il progetto mira a implementare la tecnologia adattiva per migliorare mobilità e indipendenza alle persone con disabilità. Iniziato da Nicky Abdinor, il progetto si è basato sulla collaborazione tra più dipartimenti e studenti dell'Università di Cape Peninsula di formazione presso Il Technology per progettare e implementare e fornire una soluzione locale.
- ● **#WDC262 Light Containers - Il Haute Lumiere Light Award** celebra e promuove l'eccellenza nella comprensione e nell'applicazione della luce artificiale. Il concorso annuale di design è aperto a studenti e professionisti del design. Il brief di progettazione del 2014 ha sfidato i partecipanti a trasformare un container in uno spazio affascinante attraverso un'applicazione fantasiosa della luce. Il vincitore ha partecipato al seminario sull'illuminazione "Lights in Alingsas" in Svezia
- ● **#WDC231 Innovation for in-situ upgrading:** researcher, technologists and resident collaboratively developed strategies to tackle the issue of sanitation in informal settlements.
- ● **#WDC275 Ex_Sample:** è stato ideato un luogo di raccolta di materiali di scarto donati da produttori locali e messi a disposizione degli studenti per la prototipazione e la sperimentazione dei loro progetti. L'iniziativa senza scopo di lucro forniva agli studenti un'esposizione a una varietà di diverse materiali da sperimentare e, a sua volta, aiutava i produttori a smaltire in modo utile i propri rifiuti.
- ● **#WDC274 Too Good to Waste exhibition:** una cooperativa di artisti e artigiani hanno usato oggetti di recupero per creare prodotti e opere d'arte. Il gruppo era composto da 14 designer e i materiali utilizzati includevano sacchetti di plastica, cartone, carta, filo, agli pneumatici, ecc.
- ● **#WDC272 Cape town Street Food Festival:** presentato da Studio HV e King Adz, il primo festival del cibo di strada si è tenuto nel luglio 2014. Il festival ha presentato la cucina locale e ha celebrato il talento degli imprenditori del settore. L'evento ha incluso un mercato dello street food e una sessione di talk in cui noti imprenditori alimentari locali hanno condiviso i loro segreti per il successo. La giornata si è conclusa con una cena di street-food preparata da alcuni degli oratori.
- ● **#WDC284 Mapping the Creative Industries:** implementazione di un database esistente di industrie creative, aggiornato ed applicato su una scala geografica. Lanciata come applicazione mobile, l'app mostra un elenco accurato di entità coinvolte nel settore creativo di Città del Capo, dove l'utente può vedere i diversi portfoli e mettersi in contatto facilmente con gli enti.
- ● **#WDC328 Thula Baba Box:** progetto di sensibilizzazione che mirava a ridurre il tasso di mortalità infantile nel paese fornendo una scatola di Thula Baba gratuita a tutte le donne che si facevano visitare regolarmente e partorivano in un ospedale o in una clinica pubblica. La scatola, che funge anche da lettino per i primi mesi, contiene elementi essenziali come vestiti, asciugamani, coperte, materasso, giocattolo e pannolini, nonché importanti informazioni sull'allattamento al seno, le vaccinazioni per bambini e l'assistenza sanitaria di emergenza per un neonato.

- ● **#WDC388 SolarWorld:** installazione artistica alimentata ad energia solare all'avanguardia per mettere in risalto la possibilità di trovare un connubio proficuo tra arte, sostenibilità ambientale ed innovazione tecnologica.
- **#WDC339 Lynedoch EcoVillage:** una serie di talk ed eventi che si sono tenuti nella prima comunità sudafricana progettata in modo ecologico. Situato a Stellenbosch, dimostra che è possibile per una comunità vivere in modo sostenibile attraverso la scelta dei materiali da costruzione, l'energia, il trattamento delle acque reflue, i rifiuti e gli spazi verdi.
- ● **#WDC370 Your City Idea Installation:** installazione che è stata sviluppata per testare nuovi modelli di coinvolgimento pubblico. Un'urna elettorale che si spostava tra diversi luoghi e spazi pubblici come mezzo innovativo per mobilitare i cittadini per interagire e contribuire alle idee urbane per il futuro di Città del Capo.
- **#WDC376 The Face of the Province:** Il governo provinciale ha avviato questo progetto con l'obiettivo di rinnovare architettonicamente e visivamente gli ingressi principali dei suoi uffici per migliorare l'esperienza dei visitatori e dei pedoni quando. Il progetto principale (con una serie di sottoprogetti) si è focalizzato sull'aggiornamento di una gerarchia di ingressi, foyer e strade relative alle sue sedi principali.
- **#WDC380 14th International Winelands Conference-Innovation for the Urban Age:** Un evento pre-conferenza di 2 giorni orientato alla pratica e una conferenza accademica di 3 giorni con l'obiettivo di facilitare l'interazione dinamica tra accademici, professionisti e altri stakeholders. L'evento ha presentato esempi pratici di approcci creativi e innovativi per affrontare le sfide dell'urbanizzazione e del degrado rurale.
- ● **#WDC247 PRASA Station Modernisation:** un progetto per modernizzare e potenziare le stazioni MetroRail in tutta l'area metropolitana.
- **#WDC 405 WDC ICT Collaboration:** una serie di mini-eventi per le aziende di software locali per presentare soluzioni tecnologiche in risposta ai 6 diversi cluster di WDC Cape Town 2014. Culminato nella pubblicazione di un libro che proponeva soluzioni basate sui risultati dei workshop.
- ● **#WDC455 The Power of Colour & Texture:** questa mostra contenitore pop-up si è concentrata sul potere trasformativo, sia fisicamente che psicologicamente, di elementi di design come colore, trama e motivo, utilizzati dalla Fondazione Cecile & Boyd per creare spazi di trasformazione e cura per i bambini svantaggiati. Questo spazio vetrina ospitato in un container mobile è stato esposto in vari luoghi pubblici nel 2014 dalla Fan Walk nel CBD al piazzale dell'aeroporto.
- **#WDC678 Berg River Improvement Plan:** Il progetto ha proposto una serie di eventi innovativi relativi alla protezione dell'ambiente, alla conservazione, all'uso dell'acqua, alla riabilitazione dello spazio naturale e ha mostrato il piano di miglioramento del fiume Berg.
- **#WDC434 Cape Town - A Creative Journey:** questo programma di viaggio ha offerto un'opportunità unica di partecipare a un evento mondiale con un tour basato sui quattro temi della WDC2014. Il programma è stato progettato per educare i viaggiatori portandoli alla scoperta delle radici, della storia e delle tradizioni delle persone di Cape Town per capire come esse siano cambiate influenzando anche il pensiero creativo e l'espressione della comunità locale.
- ● **#WDC454 ColourIkamva:** voleva reimmaginare l'ambiente di apprendimento. Basandosi sul principio che un ambiente creativo e educativo favorisce l'interesse e la crescita positivi tra gli studenti, ha facilitato il processo di rinnovamento di alcune scuole attraverso la co-progettazione di un'opera d'arte murale, che ha trasformato gli spazi scolastici. Durante questo processo agli studenti sono stati insegnate alcune nozioni di design thinking ed espressione creativa.
- ● **#WDC445 Wanna Have a Designer Future?:** attraverso colloqui in scuole superiori selezionate, il progetto mirava a ispirare le future generazioni esponendo agli studenti l'eccitante varietà di carriere e professioni nei settori creativi e legati al design. Il progetto mirava a fornire ai futuri designer tutte le informazioni necessarie a pianificare il loro futuro.
- ● **#WDC547 Live Eco ReMade Design Challenge:** questo concorso di progettazione sostenibile incoraggiava e ispirava giovani designer e studenti a esplorare tecniche di progettazione sostenibile ed eliminare gli sprechi nei loro metodi di produzione. Forniva loro le conoscenze e le competenze per diventare designer etici.
- ● **#WDC473 Creative Clusters:** Un forum per la comunità locale del design di incontrarsi, formare una rete e condividere informazioni, anche per sfruttare i potenziali vantaggi della WDC2014. I progettisti sono stati dotati di informazioni e risorse per comprendere come utilizzare WDC2014 per far crescere le loro attività e renderle sostenibili a lungo termine.
- ● **#WDC583 Planting Day Moya Khaya Peace Gardens:** Questo orto comunitario a Khayelitsha ha fornito infrastrutture, formazione e attrezzature ai residenti per piantare e raccogliere colture per la loro tavola e per venderle.
- ● **#WDC 584 How does your urban garden grow?** An urban agricultural inspiration: talk e workshop su come, utilizzando materiali di scarto, è possibile costruire il suolo, raccogliere l'acqua, coltivare verdure e generare energia solare, per condividere un piatto di verdure sicure e nutrienti con la comunità
- **#WDC214 Meet the Makers:** progetto di Creative Cape Town ha offerto uno sguardo ai processi creativi, agli spazi e alle personalità dei professionisti creativi locali. Dagli architetti agli chef, dai designer ai ballerini, questa serie di cortometraggi documentari e visite in studio curate per scoprire gli attori della comunità locale del design
- ● **#WDC 632 Urban Design Conference:** Mini-conferenza sull'Urban Design associata alla conferenza Winelands 2014 che ha portato un panel di relatori di design urbano internazionale a discutere su temi relativi al design e alla città.
- ● **#WDC603 SEED-A Walk on the Wild Side:** Walk on the Wild Side è un tour di apprendimento della permacultura di due ore del Rocklands Urban Abundance Center. Il tour è un'introduzione ad alcuni concetti e principi di design utilizzati nella permacultura. Il centro è un laboratorio educativo innovativo che dimostra soluzioni sostenibili attraverso l'agricoltura urbana e fornisce formazione sull'economia verde ed educazione ambientale nelle scuole. Attraverso il tour, il progetto mira a espandere la consapevolezza dell'educazione alla sostenibilità nel resto di Città del Capo
- ● **#WDC204 Better Living Challenge:** progetto dell'iniziativa 110%Green del Western Cape Government con un focus strategico sull'economia verde. La sfida promuoveva lo sviluppo di soluzioni abitative sostenibili che migliorano la vita dei meno agiati.
- ● **#WDC254 Design Transforms Lives Educational Bus:** ideato come un'estensione del curriculum di progettazione della scuola secondaria nazionale, questo progetto mirava a educare gli studenti su come prendere decisioni informate per il proprio futuro e per proporgli le opportunità offerte dal mondo e dalla carriera nell'ambito del design.
- ● **#WDC388 Cape Town's Future Foreshore:** questo progetto studentesco interdisciplinare ha cercato di creare nuove idee per il distretto di Foreshore nel centro città. Ha offerto agli studenti lo spazio e l'opportunità di confrontarsi con un progetto del mondo reale e di lavorare in modo interdisciplinare. È stata creata una mostra sui risultati ottenuti.

- ● **#WDC255 Igniting Connections:** l'Iziko Museums ha creato una mostra per attrarre la comunità locale e per sensibilizzarla su contesti storici, naturali e sociali. Igniting Connections ha esplorato i legami all'arte, alla società, alla natura e alle persone attraverso varie mostre, programmi educativi, visite guidate e conferenze pubbliche.
- ● **#WDC271 Green Clusters:** Iniziati dalla Cape Town Partnership, i cluster verdi hanno esplorato le diverse tendenze agricole urbane e in che modo processi, opportunità e sistemi possono creare opportunità per un approvvigionamento alimentare sostenibile e per un'alimentazione sana nella metropoli di Città del Capo. La piattaforma ha proposto una serie di talks con coltivatori di cibo urbani, organizzazioni non governative e funzionari cittadini, al fine di allineare gli sforzi individuali, dare maggiore slancio al movimento agricolo urbano di Cape Town per garantire la sicurezza alimentare, attuale e futura. Sono state programmati momenti di dibattito sull'agricoltura giovanile e urbana, sul tetto, sugli interventi agricoli verticali e di trasformazione, sulle donne contadine nell'agricoltura urbana, nonché sull'agricoltura urbana e sul mercato per il programma 2014 di World Design Capital
- **#WDC265 Kamers and CCDI Winter Market:** Un evento collaborativo tra Kamers Vol Geskenke e il Cape Town Craft and Design Institute (CCDI) che ha messo in mostra designer e imprenditori emergenti. Tenutosi al Castello di Buona Speranza, l'evento di quattro giorni è stato una festa visiva di creatività e design.
- **#WDC298 Neighbourhood Communication Project:** Creando una cultura del design centrata sulla realtà locale, questo progetto voleva colmare le divisioni temporali, storiche, fisiche e sociali. Mirava a ricollegare le comunità divise storicamente e incoraggiare la collaborazione nell'area.
- ● **#WDC449 Turning Homes into Innovation Labs:** il progetto voleva introdurre il concetto di vita ecologica ed accessibile in una "via dell'innovazione" a Gugulethu. Le case del distretto sono state convertite in laboratori di apprendimento autosufficienti in termini di energia rinnovabile e mostrano buone pratiche per dei comportamenti sostenibili
- ● **#WDC614 Ecobrick Exchange:** è una NPO che promuove atteggiamenti proattivi e l'educazione attraverso la costruzione di scuole dell'infanzia in mattoni ecologici (bottiglie di plastica da 2 litri riempite con rifiuti di plastica non riciclabili). Ecobrick Exchange riduce i rifiuti e le discariche creando ambienti di apprendimento per i bambini.
- **#WDC675 Smart Build:** Sustainable Building Materials and Construction Technologies: progetto per educare e fornire aggiornamenti su come sviluppare progetti nuovi e sostenibili, come diventare più efficienti dal punto di vista energetico, come sfruttare in modo efficiente le risorse e come implementare le ultime tecnologie e soluzioni.
- ● **#WDC652 Live Design Tours (LDT):** LDT mette in mostra esperienze locali, culturali, culinarie, tour di progettazione personalizzati per accrescere la consapevolezza sulla realtà locale e per promuovere lo co-progettazione per attivare processi di cambiamento del tessuto urbano. Voleva inoltre offrire ai visitatori l'opportunità di vedere Città del Capo sotto il punto di vista del design e di come questo abbia plasmato la città.

Sostenibilità

Anche se non è possibile tracciare le strategie messe in atto per la riduzione dell'impatto ambientale di Città del Capo WDC, è possibile riscontrare nella programmazione dell'anno numerosi eventi che hanno avuto come tema portante la sostenibilità e alcune sue declinazioni. Circa il 13% di essi infatti rientrava nell'ambito "sostenibilità" e il 16,2% nella categoria "ambientale"³⁷.

WDC2014 ha agito come uno strumento per aiutare i project manager e le comunità locali a comprendere meglio come poter usare il design per progettare soluzioni a supporto dell'ambiente. Alcuni dei nuovi progetti WDC2014 hanno messo in evidenza alcuni risultati ambientali che sono però difficili da misurare quantitativamente.

Sul tema degli orti alimentari e della sicurezza alimentare sono stati sviluppati dei progetti come:

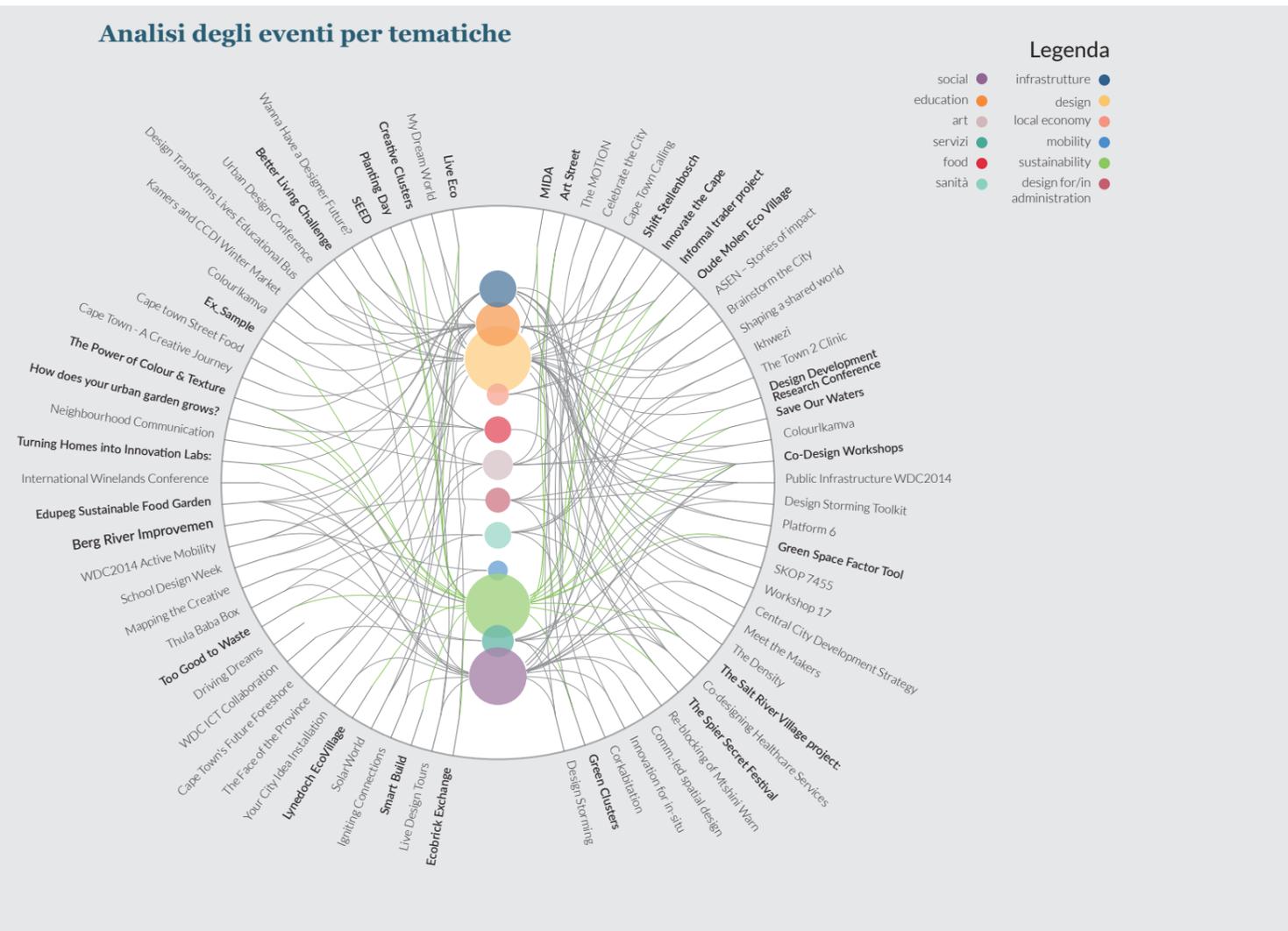
- "Innovate the Cape": è stato avviato un orto in una scuola e 40 alberi sono stati piantati in un'altra.
- Progetto "Orto alimentare sostenibile": è stato realizzato un orto alimentare di 400 mq. È stata coinvolta la comunità locale a cui è stato insegnato come piantare i propri orti.
- Progetto "Art Street": un muro alimentare composto da varie erbe.
- Progetto "1000 Disegni": sono stati piantati 70 alberi.

La tematica della raccolta differenziata e sul riutilizzo dei materiali è stata invece portata avanti attraverso alcuni eventi come il progetto "MIDA": una sezione particolare del workshop è stata dedicata al riutilizzo e al riciclaggio di materiale di scarto nelle attività di progettazione.

L'esposizione **Oude Molen Eco Village** ha invece esposto la visione futura di città basata sullo sviluppo di tecnologie sostenibili ed energie rinnovabile.

37 «Implementation and Outcome Evaluation of the City of Cape Town's World Design Capital Initiatives».

Analisi degli eventi per tematiche



4.4.6 Taipei WDC 2016

In soli cinquant'anni la città di Taipei ha rigenerato il suo paesaggio urbano creando un sofisticato sistema di mobilità, una rete di servizi sanitari specializzati e una vivace infrastruttura culturale. La capitale taiwanese Taipei è stata annunciata come WDC 2016, essendo stata l'unica città candidata a superare il primo giro di offerte. Nella sua proposta, Taipei ha definito un piano per focalizzare il suo programma su temi della sostenibilità e della responsabilità di preservare l'ambiente per le generazioni future. L'equilibrio tra innovazione e rispetto per la natura è stato quindi il cuore tematico su cui Taipei ha voluto distinguersi.

Con il tema **Città adattiva - Design in Motion**, la città di Taipei ha dimostrato come le città con risorse limitate possano adattarsi per soddisfare le esigenze dei cittadini, utilizzando il design come strumento per reinventare una città e migliorare la qualità della vita. Ha messo in mostra la sua talentuosa industria del design sul palcoscenico internazionale, avviato nuovi progetti di sviluppo urbano e alimentato una comprensione del design che ha permeato i dipartimenti della città e i suoi cittadini.

Sono stati esplorati i modi in cui il design può essere utilizzato per perseguire il rinnovamento nella *governance* urbana e per affrontare le sfide di una città come limitazioni di spazio e risorse, la popolazione che invecchia rapidamente e gli effetti di condizioni meteorologiche estreme.

Attraverso oltre 6.000 workshop, mostre, forum e interventi di progettazione, sia i cittadini che i visitatori hanno potuto sperimentare le molteplici sfaccettature del design insieme alle loro attività quotidiane.

Temi e programma

L'anno della WDC è stato incentrato sul concetto chiave della Città adattiva - Design in Motion" e sui quattro sottocategorie, o "toni" (sì shēng, 四声, letteralmente, i quattro toni della fonetica cinese classica):

- Qualità della vita e salute
- Sostenibilità ecologica
- Rigenerazione urbana
- Smart Living

L'obiettivo che Taipei si poneva era quello di costruire una città con strategie lungimiranti grazie all'utilizzo del design come strumento innovativo e integrato come metodo sistematico di analisi e di risoluzione delle sfide emergenti dell'urbanizzazione e della globalizzazione.

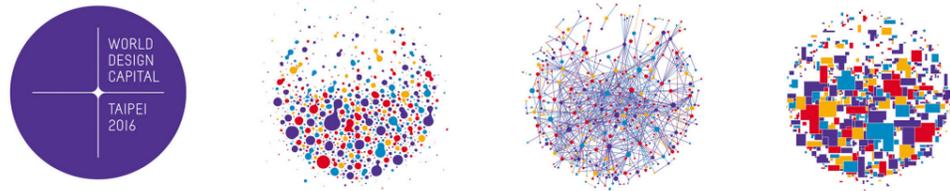
Oltre a invitare i professionisti del design a prendere parte alle discussioni politiche, il governo della città ha anche organizzato una serie di corsi di *design thinking* per i funzionari della città, con l'intento di fornirgli un nuovo efficace strumento da sfruttare nei processi della *governance* urbana. Taipei ha cercato inoltre di incorporare il design nella vita dei cittadini e di consentire loro di diventare parte attiva e creativa per la comunità e di promuovere attivamente l'innovazione urbana. Attraverso la partecipazione congiunta di designer, comunità locale ed esperti di diversi settori, la WDC mirava a trasformare Taipei ad un nuovo modello per lo sviluppo urbano.

Dall'inizio della procedura di offerta WDC di Taipei, la città ha definito il progetto WDC come un movimento di trasformazione collettiva per la città di Taipei. Pertanto, per ampliare le opportunità di partecipazione, hanno istituito una piattaforma operativa con due meccanismi: un approccio *top-down*, con l'iniziativa **Public Policy by Design** in base alla quale le agenzie governative cittadine invitano i progettisti a partecipare, ed un approccio *bottom-up* attraverso il progetto **Stir Design**, con il quale cittadini, designer, studi di progettazione e istituti e dipartimenti educativi legati al design, nonché organizzazioni non profit, potevano presentare le proprie proposte innovative. Nel 2013, la partecipazione pubblica agli eventi del progetto **Stir Design** ha raggiunto oltre 400.000 e hanno preso parte 730 designer e 255 aziende legate al design. Questo modello a due binari mirava a massimizzare il potere di mobilitazione per la partecipazione.

Identità visiva

Come World Design Capital per il 2016, Taipei ha scelto il viola come colore distintivo. Il viola viene creato mescolando rosso, giallo e blu: rosso per vitalità ed entusiasmo, giallo per attività culturali e creative e blu per tecnologie intelligenti. Simboleggia pienamente lo sviluppo diversificato della città e la costante ricerca di miglioramenti.

Il logo prende la forma di un cerchio imperfetto, un derivato del logo WDC, con elementi in stato di raggiungimento della forma finale. Tre loghi a tema sui modi in cui la città può andare avanti sono intitolati "Coinvolgere la comunità", "Collegamento delle informazioni" e "Una città rinata". Quindi il design per il logo di Taipei City è una riflessione su una capitale la cui visione del suo futuro sta ancora prendendo forma.



Partner e sponsor

A supporto di World Design Capital Taipei 2016, vi erano partner ufficiali come Rado e BMW. Dal 2014 entrambe le aziende hanno sostenuto gli obiettivi della città.



Legenda	
social	infrastrutture
education	design
art	local economy
servizi	mobility
food	sustainability
sanità	design for/in administration

- ● **Re-Create Taipei project:** progetto bottom-up per lo sviluppo di parchi urbani. Si sono tenuti Incontri con l'amministrazione locale, i volontari e i residenti dei quartieri per soddisfare le esigenze del pubblico. La ricostruzione ha utilizzato materiali di scarto riciclati. Sono stati ricreati due parchi:
 - "Kids Ambition Park" con un grande serbatoio di raffreddamento recuperato, tagliato e rimontato a forma di bottiglia è stato allestito con attrezzatura da parco indesiderata.
 - "Swings Park" con del lampioni inutilizzati è stata creata un parco con strutture sopraelevate, dove persone di ogni età e sesso possono praticare attività fisiche sotto la superstrada.
- ● **Lantern Festival Highlight:** progetto di illuminotecnica per riprodurre l'eleganza storica di un venerabile complesso di tempio andato distrutto. Ha utilizzato il tradizionale Festival delle Lanterne per reinventare in chiave architettonica e sociale l'utilizzo della luce. Per l'opera d'arte "Il nostro tempo" per restaurare il prezioso tempio in stile giapponese sono stati utilizzati materiali ecologici riciclabili.
- ● **The Taste of Home** progetto: desiderava costruire un "sistema di alimentazione comune", che collegasse gli agricoltori locali ai giovani lavoratori, portando all'attenzione dei consumatori le tematiche sugli alimenti sani e locali giovani lavoratori, che spesso sono ignorate a causa della mancanza di tempo. Gli agricoltori locali hanno fornito ingredienti freschi ai residenti per preparare i loro pranzi al sacco, offrendo a coloro che mangiano spesso fuori una nuova scelta salutare.
- ● **Taipei Design & City Exhibition:** mostra che mirava a costruire una piattaforma internazionale di social design per supportare lo scambio e la condivisione degli esempi esemplari nel mondo di social design.
- **Creative Expo Taiwan city tour App:** interpreta i quartieri delle città come spazi esperienziali per la creatività e mette in risalto il design eccezionale e l'innovazione intorno alla città. Con 250 negozi, caffetterie, ristoranti e centri culturali, i visitatori hanno scoperto di persona perché Taipei è stata nominata World Design Capital 2016.
- ● **Taiwan to Go!** progetto: piattaforma online per i cittadini basata sul tema "Future Taipei". Questa piattaforma è servita come punto focale per le questioni municipali e ha invitato i cittadini a discutere e partecipare alla progettazione della Taipei del futuro.
- ● **The Small Shop Signboard Manufacturer:** progetto che collega le piccole imprese a conduzione familiare con i progettisti. I designer si sono consultati con gli imprenditori per creare insegne che mettersero in risalto il carattere unico dei loro negozi.

- ● **Green Ocean Project Workshop:** ai partecipanti è stato chiesto di portare i loro oggetti rotti preferiti per cercare di ripararli o reinventarli insieme ad esperti.
- ● **Urban Landscape Planning Bicycle Workshop:** i partecipanti hanno pedalato in bicicletta per la città e raccontano le attrazioni e i suoni che incontrano durante il viaggio. La ricerca si è inserita nel progetto Urban Landscape Project, parte del programma Open Call del WDC 2016..
- **The Food Project** - "snack internationalization": mirava a trasformare gli snack del mercato notturno e migliorare le ricette del pranzo a scuola e del pranzo al sacco. Ripensare gli ingredienti, i gusti, la presentazione, il packaging e il rapporto con gli alimenti.
- **The Food Project - Street Food Evolution:** negli ultimi anni lo street food taiwanese è diventato un sinonimo internazionale per la stessa nazione. Questo progetto parte da questa tipica forma di cibo per dargli una nuova narrazione, anche dal punto di vista dei designer stranieri. Nel corso del progetto sono stati creati vari workshop e mostre interattive.
- ● **The Food Project - Big Bento Redo:** Bento è il termine generale per "pasti convenienti da asporto". Al giorno d'oggi, i bentos sono un'opzione per il pranzo comune per i taiwanesi. Il progetto mirava a dare nuova vita a questo comportamento comune, intraprendendo il percorso di sperimentazione e integrando il movimento ispiratore anti-spreco che ha avuto luogo negli ultimi anni.
- ● **The Food Project - Edible Tales:** mirava a incoraggiare il pubblico a sperimentare diverse forme di cibo ed eliminare gli stereotipi sulle forme "perfette" degli alimenti. Sono stati esplorati temi come la responsabilità sociale relative alla produzione, distribuzione e consumo degli alimenti. Infine, gli spettatori hanno avuto la possibilità di considerare cosa potrebbe riservare il futuro per il cibo.
- **Design Tea Party-Image of animal workshop:** la serigrafia è stata usata per raccontare storie che aumentano la consapevolezza dei diritti degli animali. I partecipanti a questo seminario hanno creato i propri prodotti serigrafici fatti a mano.
- ● **Designers in Residence Program:** sei team di progettazione provenienti da Paesi Bassi, Regno Unito, Germania, Spagna, Giappone e Israele sono stati invitati a trascorrere sei settimane nella città di Taipei, mentre due designer taiwanesi si sono recati a Eindhoven nei Paesi Bassi. I progettisti hanno portato nelle loro città residenti specialità come il design sociale, il social mapping, l'ingegneria, la cura di eventi e l'artigianato tessile. Durante questo periodo, ai designer è stato affidato il compito di utilizzare la loro formazione per esplorare aspetti della città trascurati o sottoutilizzati, interagendo i residenti della città e gli esperti locali attraverso seminari e attività nello spazio pubblico.
- ● **Designers in Residence - Forest Bathing In Taipei:** workshop su come modi contemporanei possano ricollegare le persone alla natura. Ispirato al concetto giapponese del "forest bathing", una pratica che promuove il trascorrere del tempo nella natura per benefici per la salute, i progettisti ha visto il programma di residenza come un'opportunità per tradurre questo passatempo tradizionalmente rurale nell'ambiente iper-urbano di Taipei.
- ● **The Age of Design for Public Good project:** grazie alla collaborazione con 15 designer, WDC Taipei e Taipei MRT hanno unito le forze e trasformato la Sun Hall Yat-sen Memorial Hall Station e un'auto in dimostrazioni di design. Inoltre, ridisegnando le bacheche e la segnaletica, WDC Taipei mostra ai cittadini come il design può cambiare l'aspetto della vita a Taipei.
- ● **Taipei Issuuue:** esibizione che ha messo in mostra i risultati dei progetti WDC Taipei 2016 ed ha esplorato l'impatto delle politiche di pianificazione e progettazione pubbliche della città di Taipei. Lo spazio ha anche ospitato un programma di forum e workshop interattivi che miravano a mostrare ai visitatori i problemi che Taipei attualmente affronta e come i metodi di pensiero progettuale sono stati applicati per risolverli. Mirava a sensibilizzare, avviare discussioni e promuovere una comunità di cittadini impegnati e attivi che comprendessero l'impatto che il design e la partecipazione pubblica possono avere nel modellare la città.
- **World Design Industrial Day:** il tema era "Giovani e design: una combinazione potente". Mirava a evidenziare il ruolo che la prossima generazione di designer giocherà per affrontare le sfide del 21° secolo.
- ● **The Square exhibition:** ha messo in mostra le innovazioni della sostenibilità dei giovani designer e incoraggia i visitatori a ripensare il loro atteggiamento nei confronti dei cosiddetti materiali di scarto. Tre progetti: Plastic X Unwanted Everyday Objects, the LEAVES Recycling Plan, and the Static Flow Paper Recycling Plan.
- ● **Gone Too Soon! by Luc & Manon:** affrontando il problema dei rifiuti elettronici, ha dimostrato come smontare i "singoli" prodotti in innumerevoli minuscoli componenti è utile nel tentativo di ridefinire le percezioni delle persone sugli oggetti danneggiati.
- ● **When the End Signifies a New Start: Rethinking the Concept of "Environmentally Friendly" by Renato Lab:** durante la talk, è stato approfondito l'uso del termine "ecologico" e si è cercato di ispirare il pubblico a rivalutare il vero impatto ambientale dei materiali comunemente usati.
- ● **Tapping and Hammering:** un laboratorio di progettazione esperienziale che consente a bambini e genitori di trasformare i materiali di scarto in arte.
- ● **Songyan Creative Hub:** nuovo ambiente di lavoro che offre ai professionisti creativi uno spazio di lavoro esclusivo e una piattaforma interattiva. L'ex fabbrica di tabacco trasformata nello spazio innovativo ospita oggi alcuni dei creatori d'arte emergenti della città, specialisti culturali e creativi e designer che lavorano da soli o in piccole e medie imprese. Gli utenti possono anche tenere presentazioni di prodotti, seminari, workshop e riunioni di lavoro nell'hub. Altre strutture includono strumenti e macchine professionali.
- ● **Waste Craft by Victoria Leding:** seminario in cui i partecipanti hanno imparato a riutilizzare i rifiuti industriali tessili utilizzando cinque tecniche: tessitura, fabbricazione di corde, uncinetto, lavoro a maglia e filatura.
- ● **Designers in Residence - DIT (Do It Together) in Taipei workshop:** ha riunito imprenditori, governo, comunità locali per produrre nuove collaborazioni. Sono state condotte varie attività tra cui la preparazione di cene con cibi altrimenti destinati a essere buttati via. Altre attività erano legate a laboratori di lavorazione dei rifiuti, lezioni di *graffiti bombing*, conferenze d'arte e spettacoli di poesia, musica e arte del suono.
- ● **Grounding Program:** programma che mirava ad attuare il pensiero progettuale nel curriculum scolastico nazionale K-12. Le scuole di Taipei che hanno partecipato al programma sono state abbinate a società di design locali, che hanno organizzato seminari per studenti, programmi di formazione degli insegnanti e costruito nuovi spazi dedicati alla progettazione nei campus scolastici.
- ● **Citizen of tomorrow project:** un programma che ha coinvolto e riunito vari gruppi e comunità locali per discutere della questione dei cittadini del futuro, basato sul programma delle Nazioni Unite sugli obiettivi di sviluppo sostenibile. I risultati sono stati elaborati attraverso vari seminari e attività e sono stati mostrati in una mostra.
- ● **Next Design for an Aging Society project:** in risposta alle preoccupazioni sulla popolazione in rapido invecchiamento di Taiwan, il team ha avviato un programma per insegnare agli anziani di Taipei l'invecchiamento attivo. La serie di seminari si è concentrata su argomenti di promozione della salute come la salute fisica, la salute mentale e l'integrazione sociale. L'obiettivo era studiare e proporre idee per una città della futura generazione che invecchiava, attraverso il design di prodotto, servizio e dello spazio.
- ● **YODEX (Young Designer's Exhibition)** celebrare l'innovazione e la creatività degli studenti della città e riflettere sul potenziale del design per cambiare la società in meglio. Gli studenti hanno esposto opere con una forte consapevolezza ambientale e sociale, che vanno dai kit di fuga antisismica ai rifugi di sopravvivenza ai documentari sulla gestione sostenibile degli oceani.

Sostenibilità

La città di Taipei ha saputo sfruttare l'occasione della sua designazione di World Design Capital per coinvolgere attivamente i suoi cittadini nel processo di rinnovamento della città. Attraverso una serie di eventi e iniziative basati sull'ascolto e la co-progettazione dei residenti, designer locali e internazionali sono stati chiamati a progettare per rivalutare molti spazi urbani e per creare nuovi servizi. Taipei ha saputo trattare la tematica della sostenibilità declinandola sotto vari aspetti e sensibilizzando il pubblico attraverso eventi come laboratori, conferenze e talk. I temi affrontati sono stati vari e diversificati, tra i quali quello dello spreco alimentare, come nel caso dell'evento Edible Tables che mirava a sconfiggere i pregiudizi e gli stereotipi sul cibo "esteticamente imperfetto", quello dell'upcycling di materiali di scarto per rivalutare degli spazi pubblici abbandonati, come è accaduto nel progetto di co-progettazione di Re-Create Taipei.

Un altro importante progetto è stata la mostra chiamata The Square che ha messo in mostra le innovazioni della sostenibilità di giovani designer laureati in design all'Università di Cheng Kung e Shih Chien, incoraggiando i visitatori a ripensare il loro atteggiamento nei confronti dei cosiddetti materiali di scarto.



Espacio CDMX, Città del Messico, di Jaime Navarro

4.4.7 Mexico City WDC 2018

Città del Messico è una megalopoli, la più grande area metropolitana del Nord America, situata nel centro del paese. È una molteplicità di città, ognuna con la propria identità. L'organizzazione Design Week Mexico (DWM) ha lavorato a stretto contatto con il governo di Città del Messico per ottenere la designazione di World Design Capital. Fin dalla sua prima edizione nel 2009, DWM ha incoraggiato il lavoro di designer, architetti e professionisti creativi messicani e ha sottolineato la rinascita di Città del Messico (CDMX) come una città del XXI secolo attraverso il design, pratiche di business collaborative e il coinvolgimento della comunità. Si tratta della prima città designata nel continente americano ed è una delle megalopoli più creative e allo stesso tempo complicate dell'America Latina.

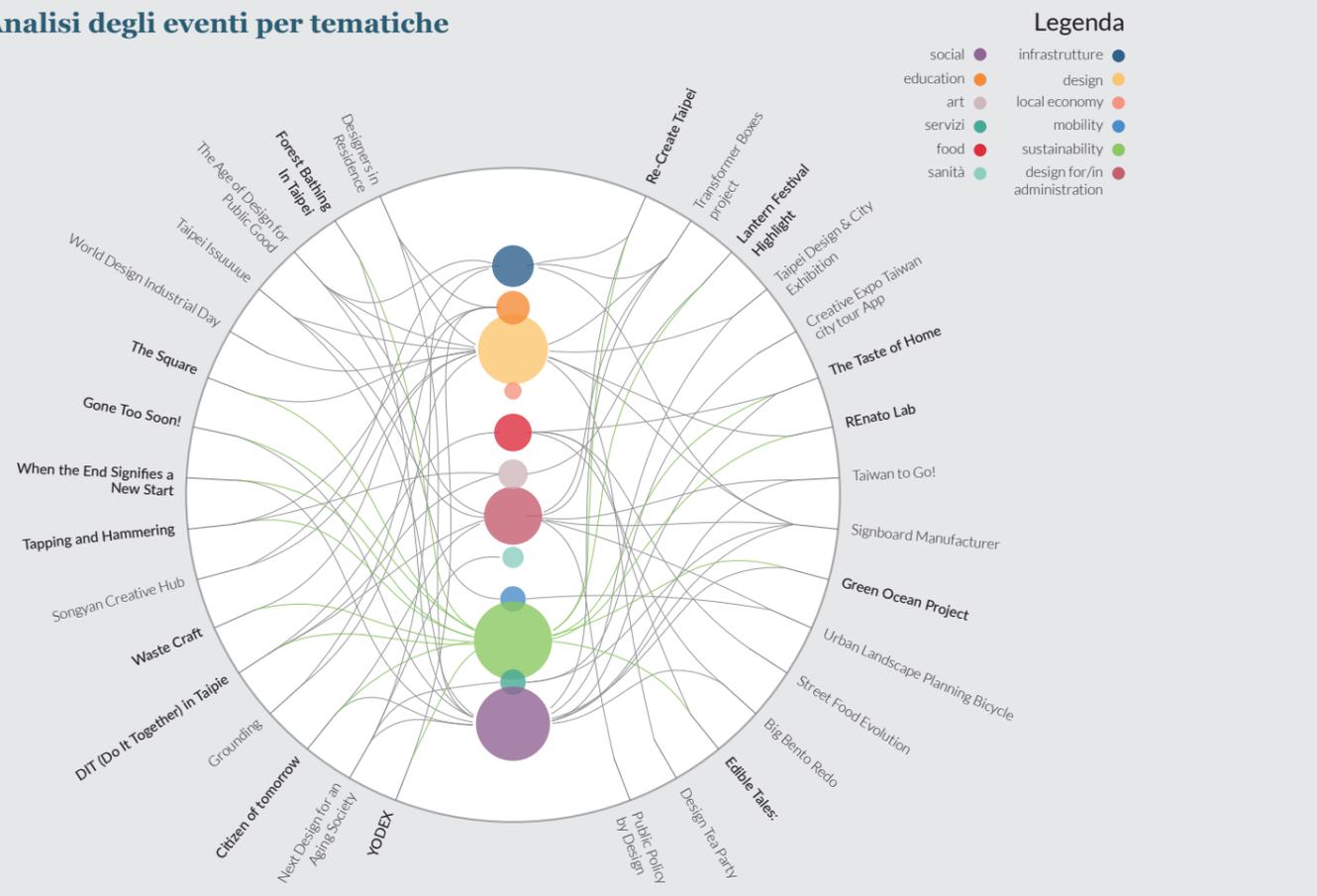
Nominata nel 2015 durante il 29° Congresso della WDO tenutosi a Gwangju (South Korea), Città del Messico ha ottenuto la designazione come sesta Capitale Mondiale del Design. Il tema che è stato scelto come filo conduttore della programmazione è stato il **Socially Responsible Design**, proponendo per l'anno di designazione una fitta agenda di iniziative.

- Gli obiettivi che la Città si è posta sono stati cinque:
- Generare opportunità
- Migliorare la qualità della vita
- Preservare ciò che è prezioso
- Trasformare con rispetto

WDC Mexico City 2018 ha compreso una vasta gamma di attività, mostre, conferenze, installazioni, documentari per avviare conversazioni e interazioni tra i vari attori del territori e per evidenziare l'importanza del design nella vita quotidiana e il suo ruolo fondamentale nella società.

Il programma WDC CDMX 2018 si è concentrato sull'approfondimento dell'esperienza dell'abitare e della trasformazione della città rigenerando attraverso il design anche alcune delle aree più bisognose, come quelle che raccolgono la popolazione con un basso reddito.

Analisi degli eventi per tematiche



L'anno ha incluso anche una ricca agenda di attività per movimentare e sollecitare non solo la comunità del design ma anche per coinvolgere il grande pubblico nella partecipazione a questo programma di cambiamento.

Tema e programma

L'obiettivo del programma è stato di promuovere la progettazione e la creatività come motori di cambiamento sociale, economico e culturale. Per questa ragione, le sfide urbane del 21° secolo identificate sono state analizzate e suddivise in sei assi tematici:

- Persone
- Mobilità
- Identità della città
- Ambiente
- Spazio pubblico
- Economia creativa

Focalizzato sul tema del **Socially Responsible Design**, il programma di Città del Messico WDC 2018 ha promosso il design e la creatività, ma si è anche proposto di confrontarsi e risolvere le sfide delle megalopoli di tutto il mondo, tra cui lo spazio pubblico, la mobilità e la sostenibilità³⁸.

Nel corso del 2018 CDMX il programma è stato suddiviso in quattro principali macro-sezioni. La prima è stata quella dedicata ai sette eventi di protocollo siglati WDO, tra cui la Cerimonia inaugurale (3 Marzo 2018), il Forum internazionale sul Design (5-6 Marzo 2018), la World Design Experiences (14-19 Aprile 2018), il Network of Cities Meeting (23 Aprile), la World design Weeks (13 Ottobre 2018), la cerimonia di premiazione della WDC (13 Ottobre 2018) ed infine la cerimonia per il passaggio di testimone alla futura Lille World Design Capital 2020.

La seconda sezione di eventi è stata quella presentata nell'ambito del Circuito Interuniversitario, in cui le diverse università partecipanti hanno organizzato una serie di conferenze, workshop, tavoli di discussione e altre attività incentrate su design, innovazione, architettura, pianificazione urbana, economia creativa e politiche pubbliche. Le attività hanno discusso aspetti della vita quotidiana dei cittadini, dell'approccio alla progettazione socialmente responsabile e hanno identificato sfide comuni sul miglioramento urbano.

Un'altra serie di eventi, mostre e conferenze si è tenuta invece in uno spazio appositamente recuperato in occasione della WDC 2018, il CDMX Space. Questo era infatti l'ex-officina del treno panoramico della foresta di Chapultepec, recuperata architettonicamente e simbolicamente per esplorare un nuovo potenziale di socializzazione e alimentarlo con diverse attività che riflettevano sul presente urbano.

L'intero programma è stato declinato in luoghi ed eventi diversi grazie alla collaborazione con alcuni dei più importanti musei di Messico City, sia pubblici che privati, tra cui il Tamayo Museum, il Museo di Arte Contemporanea (MAM), Museo Universitario di Scienza e

³⁸ «World Design Capital Mexico City 2018 | Livegreenblog», Floornature.com, consultato 21 agosto 2019, <https://www.floornature.it/blog/world-design-capital-mexico-city-2018-13639/>.

Arte (MUCA) Roma e MUCA Campus, Chopo University Museum, il museo nazionale di antropologia e il Mexico City Museum.

Identità visiva

Comex, azienda specializzata e di fama nazionale nelle pitture e nei rivestimenti, ha presentato il colore "Rosa Chilango". Questo colore è stato scelto per commemorare la capitale, che nel corso degli anni si è vestita di rosa attraverso elementi caratteristici come: i tetti dei mercati, la buganvillea, i suoi dolci tipici (zucchero filato e meringhe), nonché le creazioni di uno dei suoi più grandi esponenti dell'architettura, Luis Barragán. Questo elemento ha conferito negli anni identità e coesione agli abitanti di una delle città più grandi del mondo e per questa ragione è stato scelto per l'immagine coordinata della WDC che ne ha mantenuto la sua vivacità e l'ha accostato ad altri colori sgargianti.

Partner e sponsor

La città ha goduto dell'appoggio e del sostegno di numerosi partner sia pubblici che privati. I partner locali e federali erano: Città del Messico; Bosque de Chapultepec; FICA- Feira Internacional de las Culturas Amigas; Ministero della Cultura; INBA.

Anche diverse università hanno aderito come partner, tra cui: UNAM-Universidad Nacional Autónoma de México; Universidad Autónoma Metropolitana; CENTRO; Escola de Diseño-Istituto nazionale di Belle Arti; Tecnológico de Monterrey; Anáhuac Mexico; IED-Istituto Europeo di Design; IBERO; UVM-Universidad del Val de Mexico; Universidad La Salle Mexico.

Altri partner provenivano invece dal mondo degli istituti culturali: Museo de la Ciudad de México; Museo de Arte Moderno; Patronato del Museo de Antropología; Museo Nacional de Antropología; Museo Tamayo arte contemporáneo; cultura UNAM; UNAM la Universidad de la Nación; Museo Universitario del Chopo; Muca Campus;

Tra i partners locali figurano invece: Gran Salón México; Abierto Mexicano de diseñ.



Legenda	
social	infrastrutture
education	design
art	local economy
servizi	mobilità
food	sustainability
sanità	design for/in administration

- **Gran Salón México-Feria de ilustración contemporánea:** il Grande Salone del Messico o GSM, riunisce gli illustratori messicani e latinoamericani che con il loro talento e creatività si sono posizionati nel gusto di esperti e amanti del design.
- **Exposición Olivetti Makes:** mostra che approfondiva il ruolo di Olivetti nello sviluppo industriale e sociale Città del Messico (Vallejo), Tepeaca, Toluca e Apizaco. Esposizione di circa 200 oggetti, 50 poster, 100 foto, 12 macchine da scrivere e altri manufatti visivi e archivi.
- **Mexicalidad. Diseño/Nuevas generaciones:** mostra di oggetti per uso personale, abbigliamento, mobili, per la medicina e la sostenibilità, proposta dai giovani messicani che lavorano in varie discipline e campi.
- **¿Dónde está el diseño italiano?:** in collaborazione con lo Studio dell'Arq. Italo Rota de Milan, questa mostra offriva una rassegna completa del design italiano negli ultimi cento anni enfatizzando il ruolo del design nella vita di tutti i giorni.
- **Inauguración Expo Torre del Reloj:** mostra ha richiamato architetti, urbanisti, designer e team creativi multidisciplinari a partecipare con proposte volte a migliorare l'ambiente e la qualità della vita di CDMX. Le proposte potevano essere approcci utopici non realistic, fittizi o soluzioni realizzabili per sfide concrete, con reali probabilità di applicazione. I progetti coprivano una vasta gamma tematica tra abitazioni, spazio pubblico, mobilità, ambiente, conservazione del patrimonio, recupero dei quartieri, infrastrutture urbane.
- **El otro diseño: Homenaje Internacional Rafael López Rangel:** tributo a Rafael Lopez Rangel come progettista di pianificazione urbana partecipativa, che prendevano in considerazione le opinioni di vari specialisti e della popolazione generale per la progettazione di un'opera urbana.
- **Recorrido Inédito:** Iniziativa che espone e premia il design utile attraverso la mostra di pezzi inediti di creatori messicani al Museo Tamayo. Il premio di \$ 100.000,00 (mxn) viene assegnato al progetto più eccezionale nelle categorie di impatto sociale, funzione, estetica, concetto, esperienza utente, materiali e processi, con l'obiettivo di promuovere la produzione del pezzo vincitore.
- **Programa Visión y Tradición:** programma che integra una residenza e un processo di produzione di pezzi da uno spirito collaborativo e di apprendimento. Ogni edizione promuove lo scambio di esperienze tra artigiani e designer sia locali che internazionali. Come risultato del periodo di residenza, nascono pezzi collaborativi a medio termine che sintetizzano il meglio della conoscenza artigianale e dell'innovazione industriale.
- **Seminario Clara Porset:** attraverso il dialogo tra ricercatori, specialisti e accademici, il primo ciclo di questo seminario cerca di pubblicizzare nuovi contributi e guardare il lavoro di Clara Porset da altre prospettive. L'intento è quello di sviluppare un lavoro di riflessione basato su diversi metodi di design e architettura per integrare un dialogo che mostri l'influenza di Clara Porset sul design contemporaneo in America Latina.
- **Mexico / this month:** mostra, che riunisce pezzi della Collezione Anita Brenner appartenenti alla Collezione Ricardo B. Salinas Pliego, al fine di pubblicizzare i contributi del Messico / questo mese a La cultura e l'arte del Messico.
- **Colección Sismo:** Design Week Mexico presenta la collezione Sismo. LU'UM Workshop hanno invitato marchi di design contemporaneo, il cui lavoro era legato alla tecnica degli artigiani che vivono a Santa María Xadani, Oaxaca, per sviluppare alcuni oggetti di design la cui vendita andrà a un fondo di emergenza per risolvere costi di ricostruzione delle comunità colpite dopo i terremoti verificatisi nel 2017 sulla costa di Oaxaca.
- **Design under pressure:** Un programma di cinque giorni che include visite a iniziative di social design a Città del Messico, ricerca e brainstorming sull'impatto del design in relazione a situazioni di emergenza e un seminario di 24 ore che ricrea le conseguenze immediate di un disastro, in cui team di studenti internazionali collaborare per fornire soluzioni rapide a sfide urgenti e insolite relative a comunicazione, salute, mobilità, alloggio, energia, cibo e acqua.
- **AGI Congress & Open Mexico:** Alliance Graphique Internationale (AGI) è un'associazione professionale dei principali artisti e designer grafici del mondo. Ogni anno i membri si riuniscono in un'altra città al Congresso AGI. Qui, i membri si incontrano in uno spirito di amicizia, curiosi di conoscere le reciproche attività, desiderosi di discutere della professione e conoscere meglio la loro città ospitante. Fondamentale per il successo di AGI Open è che i membri partecipano liberamente a conferenze ed eventi che estendono la conoscenza e incoraggiano generazioni di studenti e designer presenti, alcuni dei quali diventeranno membri in futuro.
- **15to Congreso Internacional - Diseñar para la humanidad:** programma di attività integrate il cui obiettivo è collegare la vita accademica con le diverse espressioni della cultura messicana e con le principali tendenze dell'arte e del design internazionale.
- **Jornada de conservación del Canal Nacional:** Sotto la direzione dell'organizzazione Design Your Action Residencia Semilla ha convocato un gruppo di persone da diversi ambiti. I residenti di Canal Nacional, hanno svolto il ruolo principale, occupandosi della pulizia del canale e hanno identificato quattro potenziali trasformabili in progetti:
 - potenziale per generare comunità
 - potenziale ambientale.
 - potenziale per apprendere
 - potenziale di offrire un rifugio all'interno del CDMX.
 Le quattro proposte sono inquadrate in un sistema di progetto chiamato "Vibrant Channel".
- **Vivo y trabajo en CDMX:** l'esposizione mappa una parte dell'ecosistema della produzione creativa a Città del Messico. Alcune delle attività incluse sono architettura, design, arte visiva e gestione culturale.
- **La experiencia pionera de la UAM en el diseño nacional y su impacto social:** 30 diverse attività si sono tenute, tra cui conferenze, workshop, forum, tavole rotonde, presentazioni di libri, così come lo svolgimento di un seminario e revisione del portfolio da parte di specialisti invitati. Ha invitato a discutere questioni e questioni relative all'utilità del design nella costruzione della vita democratica nazionale, nonché sul contributo alla ricomposizione del tessuto sociale.
- **A través de la sustentabilidad:** eventi in cui sono state proposte conferenze sul rapporto tra innovazione, design e sostenibilità.
- **Idealista:** mostra che cerca di trasmettere, attraverso la storia di questo studio di design pionieristico nel suo campo, l'importanza della professione dei designer.
- **Barro y Fuego:** una mostra sulla ceramica semplice e funzionale delle popolazioni indigene del Messico.
- **Simposio sobre la educación en impacto social:** studio del ruolo dell'istruzione in relazione al sociale.

- ● **Tekton Arte transitable:** mostra di artisti, architetti e designer internazionali che cerca di generare un riavvicinamento tra le nazioni, rafforzando uno scambio permanente a beneficio dello sviluppo culturale, artistico e artigianale.
- **Anual Arca:** mostra di un pezzo di grande formato realizzato con enormi blocchi di marmo, con cui i partecipanti alla mostra possono interagire.
- ● **Disenando juntos por un Mexico sustentable:** Kickstarter è una piattaforma di crowdfunding che fornisce ai creativi le risorse e il supporto necessari per portare le loro idee in realtà. In "Progettare insieme per un Messico sostenibile", Kickstarter presenta sei progetti che celebrano la creatività con un impatto positivo sulla società.
- ● **Rayon:** Progetto che riunisce in un angolo della foresta di Chapultepec varie proposte di illustrazione, arte, design, edizione, stampa, ricamo, graffiti e disegno in generale.
- ● **Fuimos modernos:** mostra che comprendeva più di 350 pezzi che hanno segnato l'inizio di un'epoca che non esiste più: mobili, cartoline, elettrodomestici, automobili e moto, segnaletica, riviste, brochure dell'Istituto messicano di commercio estero, tra gli altri oggetti.
- **Tu huerto de ventana:** seminario sul giardino da balcone. È un laboratorio in cui veniva insegnato ai partecipanti a coltivare erbe e tè per il proprio appartamento o casa. Educando così in visitatori anche alla auto produzione di e al cibo locale.
- ● **Diseño y empoderamiento femenino:** mostra che esplora il ruolo complesso e contraddittorio che il design ha svolto nella ricerca dell'espressione di genere e dell'uguaglianza delle donne.
- **EdTech:** progetto che insegna ai bambini i primi elementi di robotica e programmazione attraverso un'esperienza ludica.

- ● **De todos, para todos. Diseño y espacio público en la Ciudad de México:** mostra che esponeva come le pratiche progettuali, nelle loro diverse scale e livelli, apportano contributi allo spazio pubblico urbano, al fine di consentire il funzionamento ed espandere le possibilità degli utenti di arricchire la propria esperienza durante l'uso o il soggiorno. La mostra presenta, dalla definizione dei quattro generi di spazio pubblico aperto urbano, Street, Plaza, Garden and Park, diversi interventi di design effettuati a Città del Messico nel secolo presente mosteando una progettazione consapevole delle componenti sociali, ambientali, politiche-amministrative, economiche e urbane.
- ● **Entre nos:** Sviluppato nel Dipartimento di Tecnologia e Studi superiori di Monterrey, Campus dello Stato del Messico, lavoro degli studenti universitari per la progettazione di un mobile per uso esterno, che incentivasse l'interazione tra studenti, al di fuori delle lezioni.
- ● **Proyectos Creativos para Ciudades más Humanas - FICA:** sessione dimostrativa di dinamiche di lavoro collaborativo, che dimostrano la capacità di sviluppare questo genere di progetti progetti in luoghi diversi.

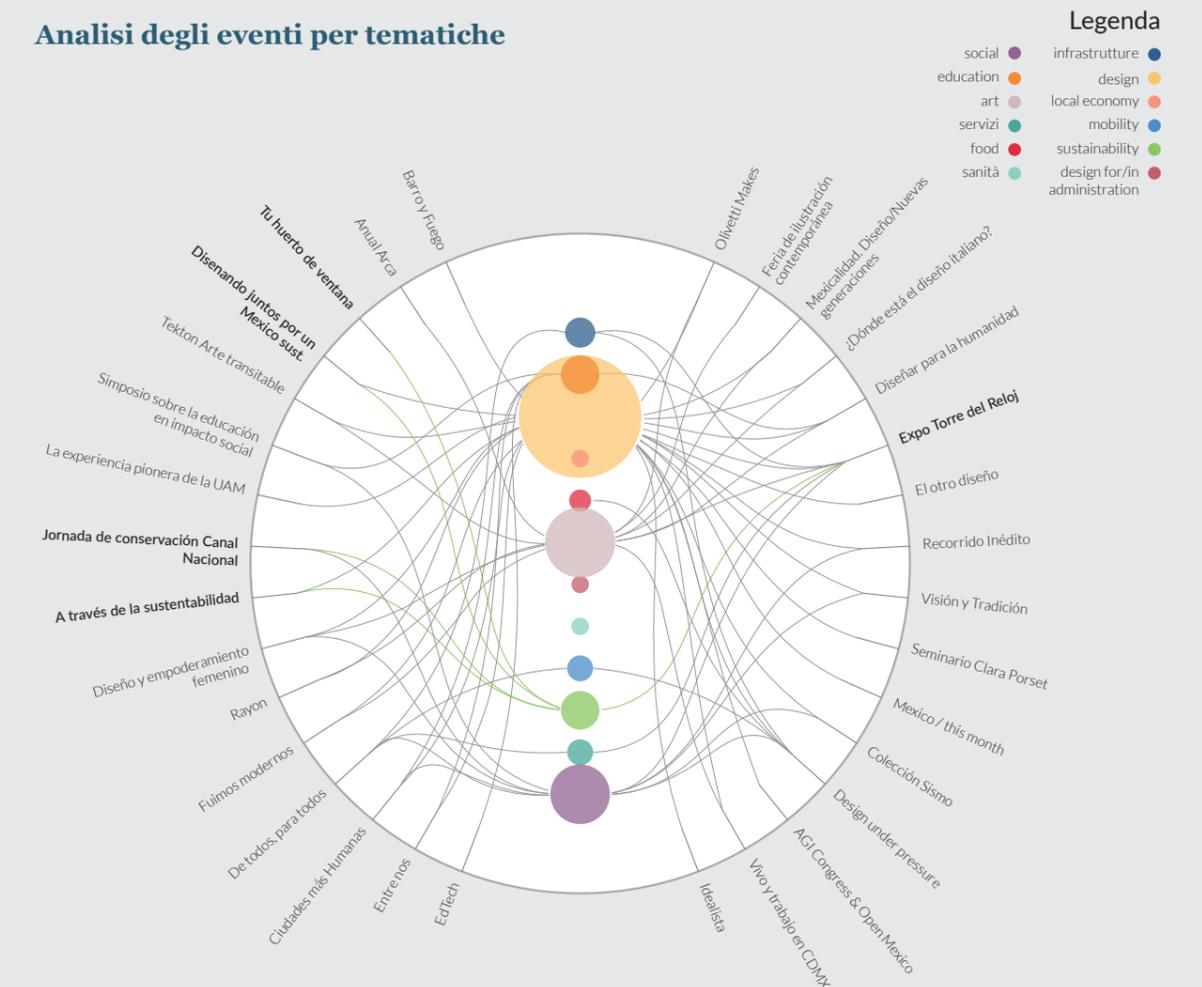
Sostenibilità

Per Città del Messico, la designazione come sesta Capitale del Design è stata una straordinaria occasione per mostrare al resto del mondo la ricca e vivace comunità del design della megalopoli.

Molti degli eventi si sono infatti focalizzati sull'esibizione della creatività di designer locali e nazionali attraverso una moltitudine di esibizioni, mostre e conferenze.

Tuttavia, attraverso la ricostruzione della programmazione dell'anno della WDC, è stato possibile constatare che nonostante la vasta gamma di eventi offerti, pochi si sono intrecciati con tematiche relative alla sostenibilità.

Analisi degli eventi per tematiche

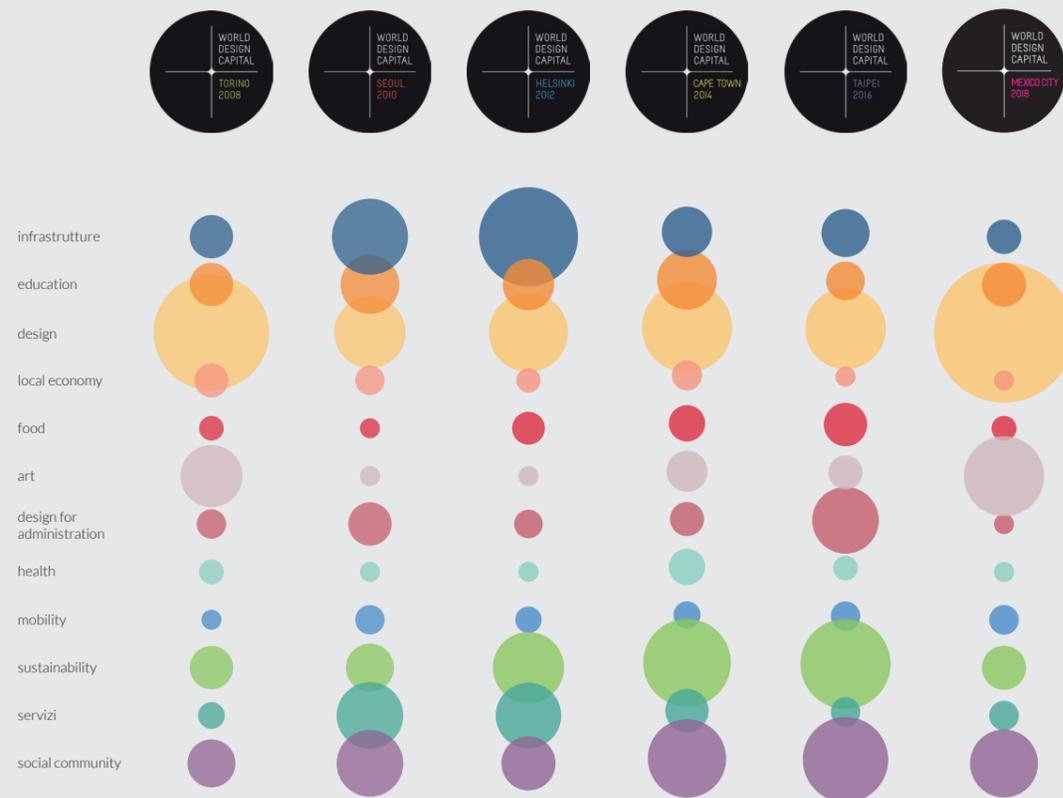


4.5 Analisi comparativa e considerazioni

Ogni città designata a World Design Capital ha saputo sfruttare la nomina come un'opportunità distintiva per mettere in evidenza i loro risultati nell'attrarre e promuovere un design innovativo ed evidenziare i loro successi nelle strategie di rilancio urbano. Molte WDC hanno approfittato dello slancio fornito dalla designazione per ottenere supporto pubblico per continuare a lavorare su iniziative guidate dal design già in atto. Attraverso un anno di eventi da mostre, conferenze, cerimonie e feste di gala, ogni città ha declinato il proprio tema coinvolgendo la comunità locale e la comunità del design. Nel fare ciò ciascuna città ha canalizzato la sua attenzione su diversi ambiti e tematiche. Qui di seguito si è voluto rappresentare graficamente l'analisi qualitativa sui temi maggiormente affrontati da ciascuna WDC. Si tratta di uno studio che ha preso in considerazione gli eventi della programmazione delle WDC disponibili per essere consultati e utilizzati come casi studio. Ciascuna Capitale del Design ha saputo integrare all'interno della sua programmazione tematiche relative alla sostenibilità ambientale, dimostrando quindi la propria attenzione ai temi e la capacità di farsi promotrice di messaggi di sensibilizzazione e di soluzioni guidate dal design. Sebbene l'interesse ai temi sia comprovato, la mancanza di disponibilità di dati quantitativi non ha permesso una valutazione dell'impatto ambientale degli eventi stessi.

La WDO dovrebbe quindi implementare la documentazione di casi studio che mettano in evidenza le varie strategie e pratiche per la sostenibilità che sono state applicate in tutte le precedenti città del programma WDC. Per far ciò, è necessario che la WDO stabilisca delle linee guida che possano indirizzare la città designate nella programmazione di eventi e nella definizione di obiettivi che tengano in considerazione gli aspetti dello sviluppo sostenibile. Se da una parte l'allineamento della WDO agli SDGs, e in particolare al Goal 11, possa indirizzare verso questa strada con una spinta dall'alto della organizzazione centrale, come anche affermato dalla ricerca svolta da Asfand M., dall'altra parte si prefigura come necessaria anche l'importanza di una strategia per favorire una corretta raccolta di dati qualitativi e quantitativi sulle strategie implementate dalla WDC per ridurre il proprio impatto ambientale. Questo potrebbe essere un contributo anche allo sviluppo del World Design Report (WDR) su cui la WDO si è già attivata (Asfand M., 2019, p.69).

In questo modo, ogni evento delle città designate a WDC si trasformerebbe in un vero e proprio proscenio per la dimostrazione di come la WDO e il design contribuiscano ad un futuro sostenibile.



5. Il progetto

5.1 Scenario

Durante la permanenza in Francia, si è avviato sin da subito un confronto con il Comitato organizzativo di Lille World Design Capital, in particolare con la direttrice dei Programmi Caroline Naphegyi e la commissaria della *maison Circular economy*, Giovanna Massoni. Con lei e con il resto del team, sono state individuate le necessità dell'ente. Esso infatti ha dimostrato la volontà di ridurre l'impatto ambientale dei propri eventi, ma al contempo, di non essere dotato degli strumenti per farlo.

Era necessario per loro avere uno strumento che li guidasse nell'approcciarsi alla tematica nell'organizzazione di un nuovo evento.

Dall'analisi sin qui svolta emerge chiaramente come la tematica degli eventi sostenibili sia un ambito vasto e complicato. La sua complessità deriva sicuramente dal fatto che la definizione stessa di un evento sia ampia ed eterogenea. Esiste infatti, come si è visto anche dall'analisi svolta nel primo capitolo, una moltitudine di tipologie di eventi, che si possono differenziare non solo per la tematica, ma anche dimensione e capacità di attirare persone, le caratteristiche del luogo in cui si svolge, le attività proposte all'interno della sua programmazione.

Ciò implica che sia difficile creare e suggerire delle strategie per la riduzione dell'impatto ambientale che si adattino a qualsiasi evento e alle sue specifiche esigenze. Per questa ragione risulta necessario che le soluzioni per la sostenibilità di un evento siano studiate in base alle necessità e alle caratteristiche delle singole manifestazioni.

A seguito anche dell'analisi effettuata sui casi studio, sono state evidenziate delle criticità comuni ai diversi manuali analizzati. Queste sono state tenute in considerazione come dei possibili punti chiave ed esigenze a cui la il nuovo concept avrebbe dovuto rispondere proponendo delle soluzioni.

Inoltre, vista la complessità di analizzare le diverse necessità dei singoli eventi, di gestire i vari strumenti per una maniera semplificata e di riuscire a connettere e creare un network con i diversi attori legati alla sfera dell'evento si è scelta come soluzione una piattaforma digitale, più versatile, interattiva e fluida rispetto a dei manuali cartacei che invece risultano più statici e difficili da implementare.

5.2 Linee Guida

Dallo studio effettuato è emerso che, spesso, le guide riportano **innumerevoli suggerimenti**, alcune più prescrittive altre meno, che proprio per la loro quantità rischiano solamente di disorientare l'organizzatore. In questo modo l'utente si trova ad operare in prima persona una scrematura per selezionare le indicazioni che risultano essere quelle più indicate alle necessità e alle esigenze del proprio evento, richiedendo anche un discreto dispendio di tempo. Al contrario, a volte, gli strumenti di guida propongono un numero troppo esiguo di linee guida o limitate solamente ad alcuni ambiti, facendo perdere così la visione complessiva di tutti i possibili ambiti d'intervento e le loro interconnessioni.

È inoltre difficile trovare dei manuali che riescano ad inglobare al loro interno tutti gli strumenti necessari all'effettiva completezza dei diversi processi per la realizzazione di un evento sostenibile. Ai fini della buona riuscita di tali scopi è infatti necessario un **approccio che integri tutte le diverse fasi di un evento** a basso impatto ambientale.

I diversi step sono allineabili con le diverse fasi descritte nel primo capitolo e, implementati da altri stadi, si possono così definire:

- analisi delle esigenze dell'evento
- individuazioni degli ambiti di intervento
- pianificazione delle strategie applicabili
- coinvolgimento dei diversi partner e creazione di nuove collaborazioni per l'implementazione delle strategie
- messa a punto dei sistemi di monitoraggio dei parametri
- applicazione delle strategie
- monitoraggio e raccolta di dati
- report e raccolta feedback

Queste fasi non sono tuttavia del tutto consequenziali e lineari, spesso infatti gli organizzatori devono fare dei passi indietro, rivalutare alcuni elementi ed aggiornare di conseguenza tutto ciò che ne consegue. Per tale ragione risulta necessario uno strumento **flessibile** e che si adatti alla natura mutevole della creazione di un evento sostenibile.

Per riuscire a districarsi nel processo di pianificazione, gestione e monitoraggio di un evento che cerchi di ridurre il proprio impatto ambientale, è necessario che l'organizzatore sia **fornito di diversi strumenti**. Ciascuno di questi tool deve essere specifico per la fase per cui è stato studiato ma allo stesso tempo deve **mantenere un collegamento** diretto con gli altri ed essere **adattabile ai possibili cambiamenti** effettuati dall'organizzatore. Dall'analisi svolta nel terzo capitolo sui casi studio, è stato evidenziato come spesso sia difficile trovare una guida o un manuale che includa i diversi strumenti.

Anche nel caso di guide pensate per essere consultabili digitalmente e non solo in formato cartaceo, esse presentano dei link e dei rimandi ad informazioni esterne.

Sebbene esse spesso possano rimandare a consigli e suggerimenti utili, il fatto che tali rimandi colleghino a qualcosa di esterno alla guida stessa, può confondere e disorientare l'utente che si trova a dover seguire diversi strumenti su diverse piattaforme.

La frammentazione dei diversi strumenti comporta inoltre una crescente difficoltà nel tenere traccia di ciò che è stato fatto, delle strategie implementate e delle misurazioni



Unificare i diversi strumenti in uno solo



Essere flessibile ai possibili cambiamenti



Guidare l'utente nel processo senza perdere tracce degli step precedenti



Connettere i vari attori che compongono un evento



Essere fluido per far sì che ogni strumento sia collegato e interdipendente dagli altri



Essere collaborativo per permettere ai diversi utenti di apportare il loro contributo



Sensibilizzare l'utenza alla tematica della sostenibilità degli eventi



Essere mirato e specifico rispetto alle esigenze di ciascun evento

effettuate, anche nell'ottica di elaborare un report finale. Elaborare un resoconto di ciò che è stato fatto risulta essere molto importante, non solo ai fini di valutare l'effettiva sostenibilità dell'evento attraverso misurazioni qualitative e quantitative, ma anche per iniziare a costruire una vera e propria bibliografia e documentazione a cui attingere e a cui ispirarsi per la creazione di nuovi eventi.

Bisogna inoltre sottolineare l'organizzazione di un evento non sia gestita da una sola figura, specialmente per quanto riguarda gli eventi di grandi dimensioni.

Infatti, molto spesso la **creazione di un evento è affidata ad un team di lavoro** all'interno del quale vengono distribuite mansioni e responsabilità. Ad ogni figura presente all'interno del comitato organizzativo è affidata la gestione di un singolo aspetto della realizzazione dell'evento rispetto alla quale possono avere una visione più dettagliata e specifica. Il manager/capo dell'evento è colui che però dovrebbe avere la visione di insieme e saper coordinare e gestire tutti i diversi collaboratori.

5.3 L'utente

Il target di riferimento è ovviamente quello degli organizzatori che si apprestano ad organizzare un evento sostenibile. L'utente è quindi colui che predispone e provvede a quanto necessario per la realizzazione dell'evento. Hanno un elevato potere decisionale e di conseguenza un'alta responsabilità, non solo nel portare a termine la realizzazione dell'evento in sé, ma anche nel suo raggiungimento degli obiettivi predisposti per ridurre il suo impatto ambientale e per il grado di effettiva sostenibilità raggiunta.

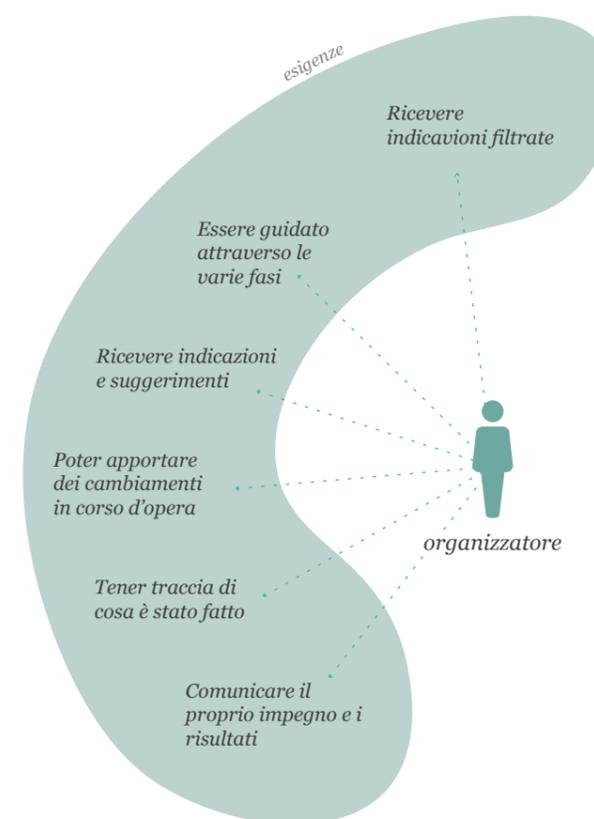
Si è tenuto in considerazione della possibilità che vi siano più persone a gestire l'organizzazione dell'evento, suddivise per responsabilità e mansioni, ma si è voluto condensare queste diverse figure in una sola, in quanto si tratta comunque di membri interni al sistema di creazione dell'evento.

Si tratta di un'utenza che può variare molto in termini di età ma che rientra comunque in una fascia tendenzialmente giovane e che possiede una media dimestichezza con l'utilizzo di dispositivi digitali o di piattaforme online come Facebook o Google Drive.

Attorno all'utente principale ci sono degli altri attori che sono inglobati all'interno del sistema dell'evento. Si tratta di tutti coloro che in un modo o in un altro prendono parte ad esso e per le loro funzioni e responsabilità vengono coinvolti nell'utilizzo della piattaforma in diversi modi.

Vi sono i partner e i fornitori che si occupano di fornire prodotti o servizi per la realizzazione dell'evento, o in cambio di un compenso economico oppure di un ritorno di visibilità e pubblicità.

Vi sono poi i visitatori, coloro che di fatto assistono all'evento. Non sono da intendere come attori meno importanti nella realizzazione di un evento sostenibile. Con le loro azioni possono infatti influenzare enormemente il raggiungimento del traguardo. Per questa ragione è indispensabile renderli consapevoli e partecipi degli sforzi che sono stati effettuati in un'ottica di sostenibilità. Non si è fatta una distinzione tra attori attivi e passivi non a caso. È infatti essenziale considerarli tutti come elementi indispensabili e interrelazioni che attivamente concorrono alla riduzione dell'impatto ambientale di un evento.

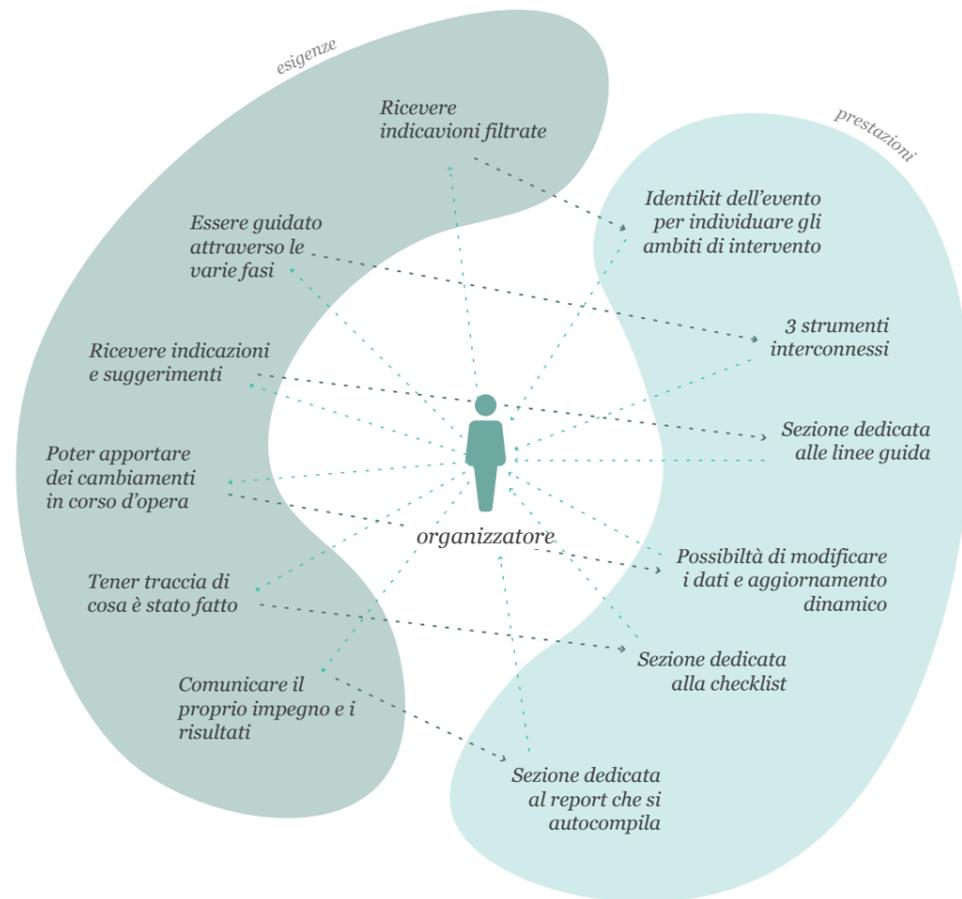


5.4 La nuova piattaforma

5.4.1 Il concept

Da queste considerazioni nasce l'intenzione di creare uno strumento utile a creare, gestire e monitorare un evento a basso impatto ambientale. Si tratta di una **piattaforma multiutente** che unifica al suo interno diversi **tool** per il supporto dell'organizzatore nelle diverse **fasi di sviluppo di un evento sostenibile**.

Il progetto è stato denominato **Set, Sustainable Event Tool**.



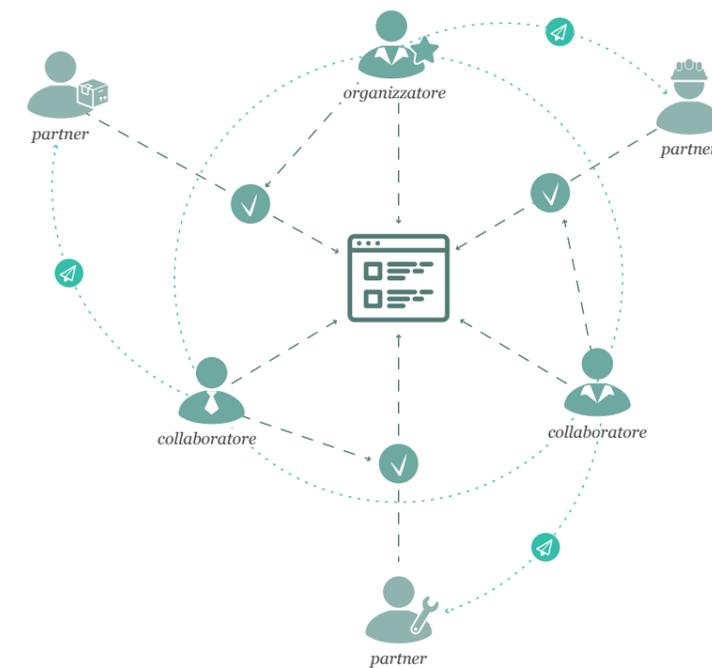
La piattaforma è suddivisibile in due macro-sezioni. La prima di è una sezione più comunicativa e introduttiva, che ha come obiettivo quindi di spiegare a chi visita la piattaforma qual è la tematica del progetto e sensibilizzarlo al concetto di evento sostenibile, proponendogli anche la possibilità di consultare i vari eventi che cercano di ridurre il proprio impatto ambientale.

La seconda macro-sezione è quella dedicata invece agli utenti che utilizzano la piattaforma e gli strumenti da essa forniti. I **tools** di cui si compone infatti di cinque strumenti.

Il primo è l'**Identikit** che ha come obiettivo quello di aiutare l'organizzatore a **definire le caratteristiche dell'evento** in modo da **individuare le esigenze e gli ambiti di intervento** su cui è possibile intervenire per ridurre l'impatto ambientale. L'utente si trova quindi a rispondere a delle domande e in base alle risposte fornite, la piattaforma filtra le possibili

linee guida che verranno poi visualizzate nella sezione dedicata delle **Guidelines**. È stato sviluppato un **diagramma di flusso** per definire a seconda di ciascun **input** le diverse combinazioni possibili e i conseguenti **output** sotto forma di linee guida.

Una funzionalità importante di questo strumento è il fatto che possa essere multiutente. L'organizzatore può infatti decidere di inserire dei collaboratori che lo aiutino a supervisionare e completare l'intero processo. Inoltre, tenendo in considerazione il fatto che gli attori potenzialmente coinvolti nella realizzazione dell'evento siano molti e ognuno con delle competenze differenti, si è inserita la possibilità di condividere ciascuna sezione con degli utenti esterni. Questi ricevono in questo modo una "copia" della sezione dell'identikit a cui possono aggiungere le proprie risposte che sono successivamente vagliate dall'organizzatore ed eventualmente approvate.



Il secondo strumento è quindi quello della sezione dedicata alle **linee guida**. In quest'area l'organizzatore può trovare alcune indicazioni da seguire per ridurre l'impatto ambientale del proprio evento, filtrate dopo aver fornito le risposte all'identikit. Le linee guida sono suddivise in categorie, individuate a seguito dell'analisi sui casi studio, e mirano a toccare tutte le aree di progettazione che contribuiscono alla creazione di un evento e che, a seconda di come vengono affrontate, ne determinano la sostenibilità. Gli ambiti individuati sono quindi l'energia, l'acqua, il cibo, l'allestimento, i rifiuti, i componenti e la mobilità, riferita sia a quella delle merci che delle persone che verranno orbiteranno intorno all'evento.



Dal momento che è possibile che non si sia in grado di dare una risposta immediata a tutte le domande poste, o che queste possano essere modificate nel tempo, si è tenuto conto del fatto che le linee guida, e conseguentemente anche gli altri strumenti, si aggiornano dinamicamente elaborando nuovi risultati, ma senza perdere traccia di ciò che è stato già fatto.

Vi è inoltre uno strumento dedicato ai Partner. L'efficacia delle strategie introdotte per la riduzione dell'impatto ambientale di un evento è estremamente condizionata dal fatto che tutti diversi attori che ruotano attorno ad esso, compresi i diversi partner, si allineano agli sforzi fatti e collaborino insieme all'organizzatore. La sezione dei partner è un'area dedicata alla catalogazione dei partner con cui è stata stretta una collaborazione per creare od implementare una strategia per la riduzione dell'impatto ambientale dell'evento. È utile a mantenere una visione d'insieme del network che si crea attorno all'evento. La piattaforma costituisce inoltre un canale di comunicazione diretta tra organizzatore e partner su ciò che riguarda le collaborazioni e le partnership.

All'organizzatore viene inoltre fornita una sezione dedicata al **check** delle strategie effettivamente messe in atto ed implementate. Questa sezione è costantemente aggiornabile ed è possibile spuntare le linee guida che si sono seguite, aggiungere il partner con cui si è eventualmente lavorato in collaborazione, inserire i dati relativi ed una breve descrizione del progetto.

Questo campo è utile per cominciare a documentare ciò che è stato fatto per cominciare un report più accurato. Per fare ciò l'organizzatore dispone infatti di una sezione dedicata, quella del **Report**. Si tratta di una sezione che è pensata per auto-compilarsi in parte grazie ai dati e le descrizioni inserite dall'organizzatore. Questo vuole facilitare il compito di quest'ultimo di riuscire a tener traccia di ciò che è stato fatto per ridurre l'impatto ambientale dell'evento e anche di documentarlo in modo accurato.

5.4.2 Naming e logotipo

Il nome scelto è **Set**, l'acronimo delle parole **Sultaniale Event Tool** che condensa la descrizione della piattaforma che si vuole configurare come uno strumento utile per la creazione di eventi sostenibili. Allo stesso tempo vuole richiamare il termine inglese "set" nella sua due declinazioni: da una parte come sostantivo maschile singolare che identifica un gruppo, un insieme di oggetti, facendo quindi riferimento al fatto che la piattaforma si componga di diversi strumenti per l'organizzatore; dall'altra come verbo che significa letteralmente mettere in atto, che allude quindi ai risvolti pratici del mettere in atto delle strategie per la riduzione dell'impatto ambientale dell'evento.

Il logo è il naming stesso, che può essere riportato nella sua variante dove si trova sovrapposto ad una bolla riempita con gradiente di colore.

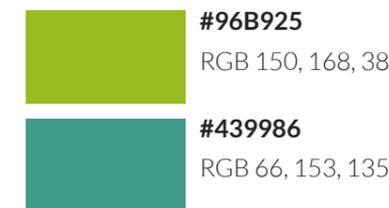


5.6 Le font e i colori

La font scelta per il naming è il Gilroy Extra bold, mentre per le parole che accompagnano il logo è stato scelto l'Avenir Light.

L'Avenir è la font utilizzata anche per il testo all'interno di tutta la piattaforma. I colori principali sono due e si trovano fusi in un gradiente che viene utilizzato per gli elementi da mettere in risalto, come la barra di navigazione principali o i pulsanti dopo essere stati attivati. I colori usati per il background sono invece dei colori neutri.

Colori principali



Colori di background



Varianti



5.4.3 Funzionalità

La piattaforma si divide in due sezioni principali.

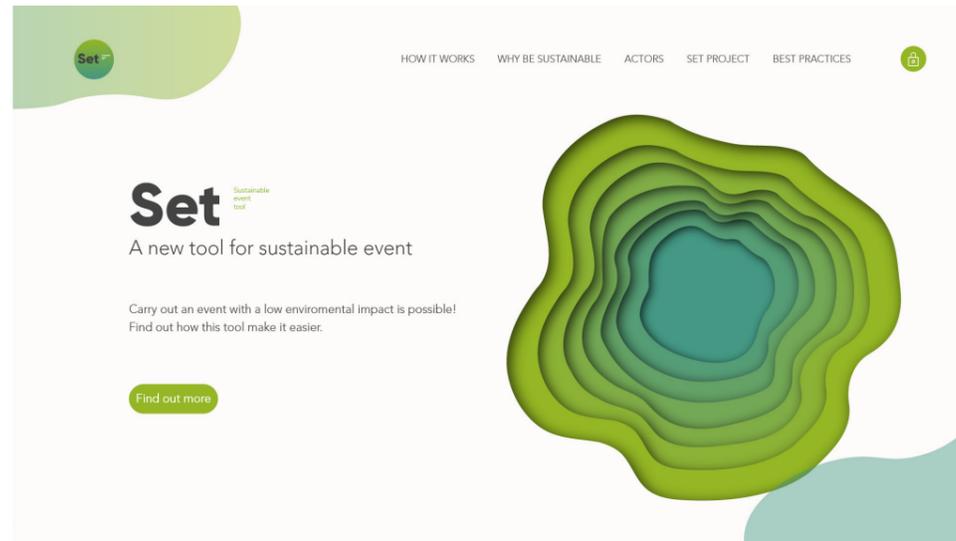
La prima è la sezione aperta al pubblico, in cui è possibile navigare attraverso altre quattro sottosezioni. E la seconda sezione a cui si può accedere tramite **registrazione e log-in** dove si trova il vero e proprio cuore pulsante della piattaforma.

Mentre la prima parte svolge un ruolo più comunicativo e di sensibilizzazione, la sezione 2 è invece composta dalle principali funzionalità della piattaforma.



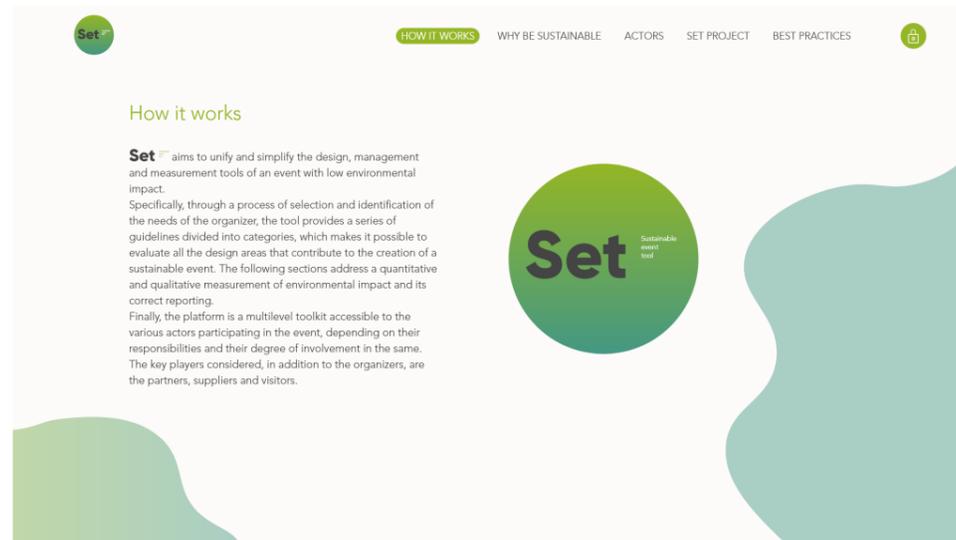
Home

Entrando sul sito si viene accolti dalla schermata di homepage in cui compaiono il logo con un breve **claim**, “**A new tool for sustainable event**”, che vuole già introdurre ai visitatori il soggetto della piattaforma. Da questa pagina si può già essere automaticamente reindirizzati alla prima sottosezione **How it work**, oppure si può navigare liberamente tra le altre sezioni dal menu presente in alto a sinistra.



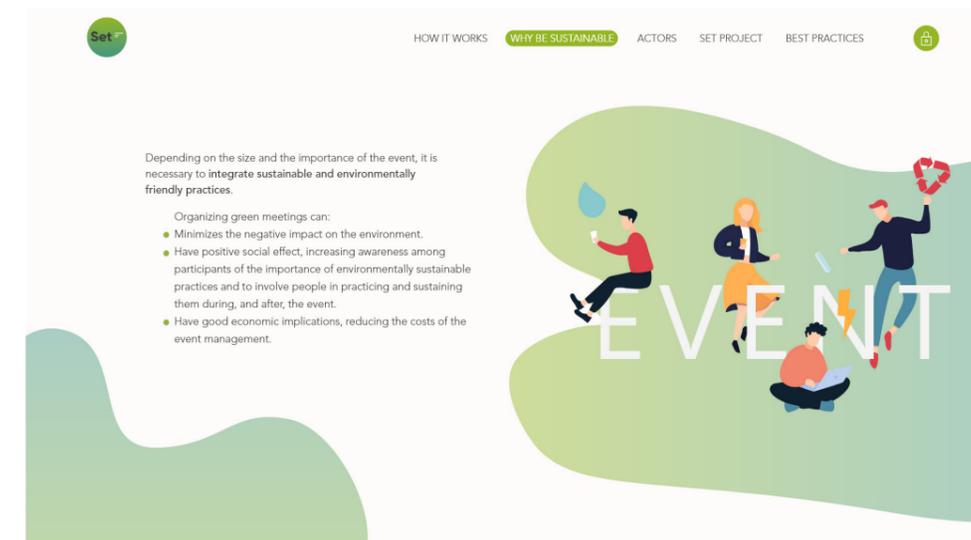
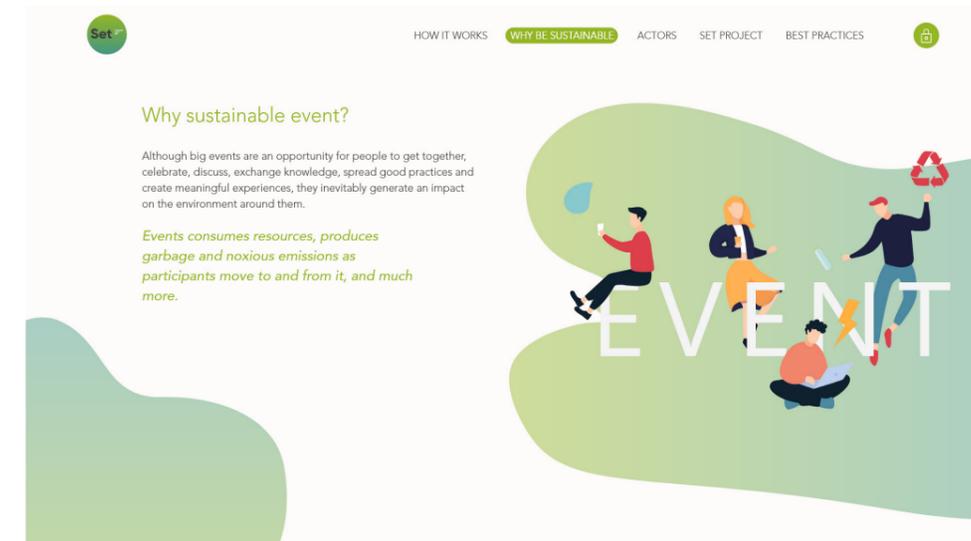
How it works

Nella sottosezione **How it works** si è deciso di introdurre all’utente le funzioni gli scopi della piattaforma. Si tratta di un paragrafo descrittivo che non vuole essere troppo dettagliato ma vuole fornire sufficienti informazioni per comprendere il progetto.



Why be sustainable

Se nella pagina **How it works** viene spiegato il concetto e il funzionamento di Set, nella pagina **Why be sustainable** si è ritenuto necessario anche spiegare brevemente le motivazioni che stanno alla base della piattaforma, ovvero la necessità di ridurre l’impatto ambientale degli eventi



Actors

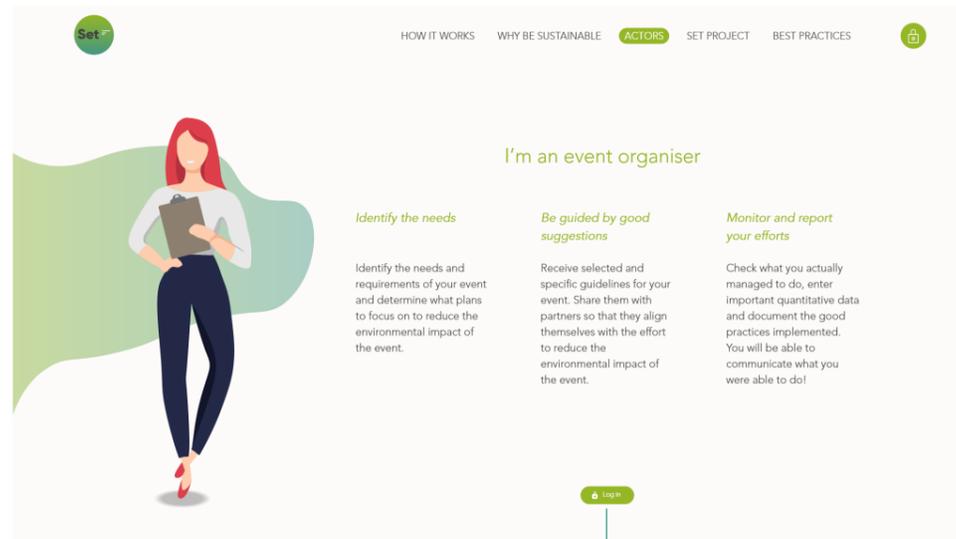
Nella sezione successiva, **Actors**, si è voluto evidenziare come questa piattaforma sia pesata per diverse utenze. Vengono mostrati i tre attori principali, ovvero l'organizzatore, il partner e il visitatore ed affianco a ciascuno vi è una breve descrizione, racchiusa in tre paragrafi, di ciò che ciascuno di essi potrebbe fare attraverso la piattaforma, cercando quindi di attirare l'attenzione dei visitatori e invogliandoli ad unirsi a Set .

Per l'organizzatore vengono riassunti in maniera sintetica ma incisiva le funzionalità dei tre strumenti che troverà all'interno dell'area privata: un identikit per meglio definire le necessità dell'evento, una sezione di linee guida da cui lasciarsi suggerire ed infine uno strumento di **check list** e di inserimento dei dati raccolti.

Al partner viene invece suggerita la possibilità di unirsi agli sforzi fatti per realizzare l'evento in modo sostenibile, diventando parte attiva nel suo processo e avendo la possibilità di dimostrare la propria sensibilità alle tematiche ambientali, ricordandogli inoltre che questa potrà essere ben ripagata da un ritorno di immagine positiva.

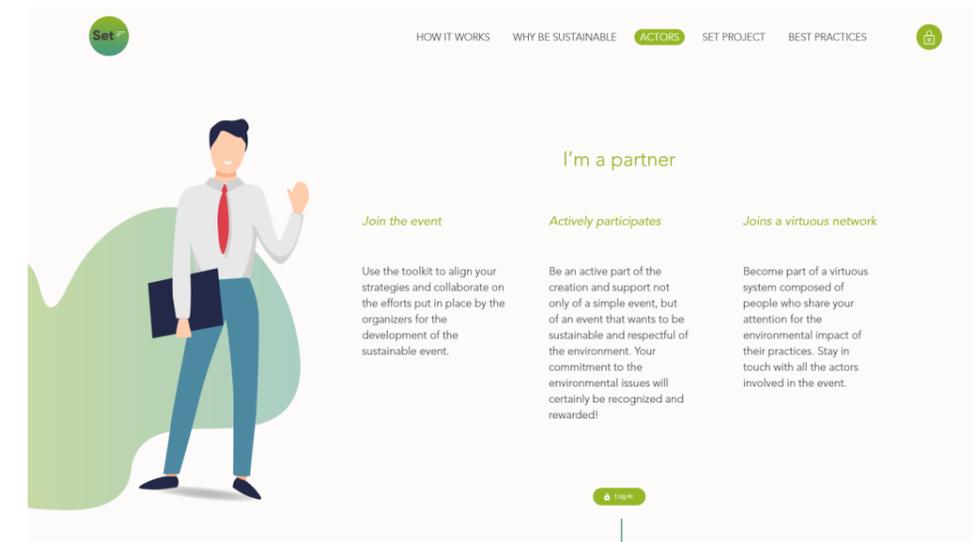
Infine, vi è il visitatore al quale viene prefigurata la possibilità di scoprire quali sono gli eventi, sia passati che futuri, che fanno uso della piattaforma e di scegliere quindi in maniera consapevole anche gli eventi a cui decidere di partecipare.

Actors | Event organizer

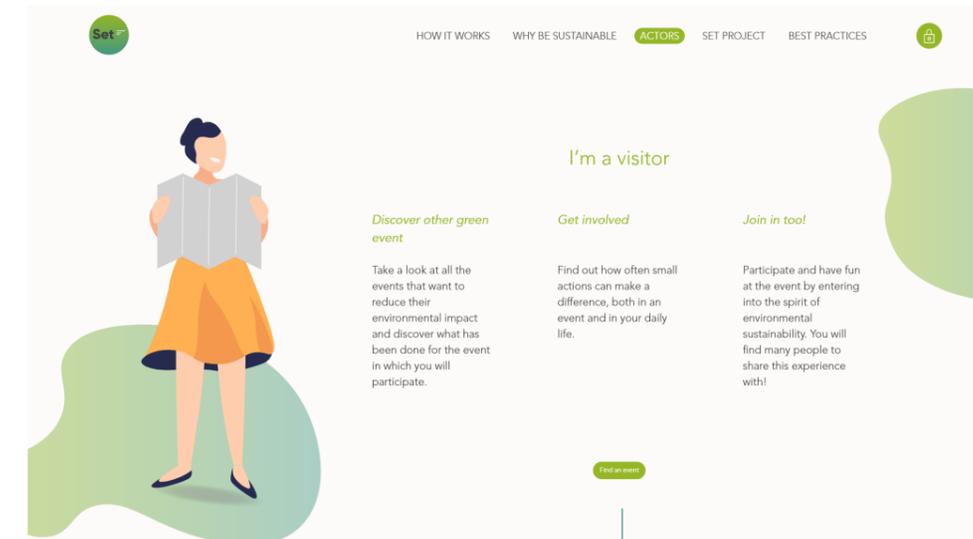


Collegamento diretto alla pagina di log-in

Actors | Partner



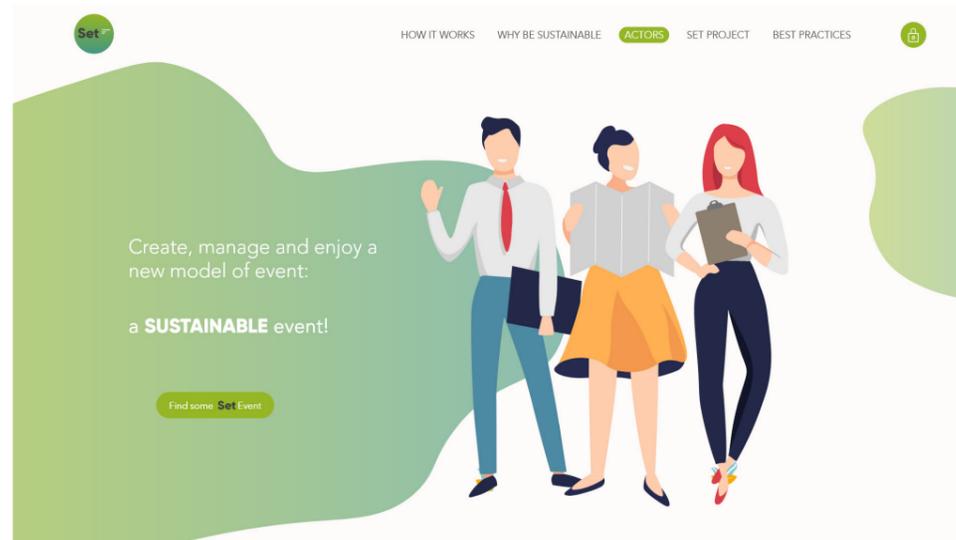
Actors | Visitor



Collegamento diretto alla pagina Set Event

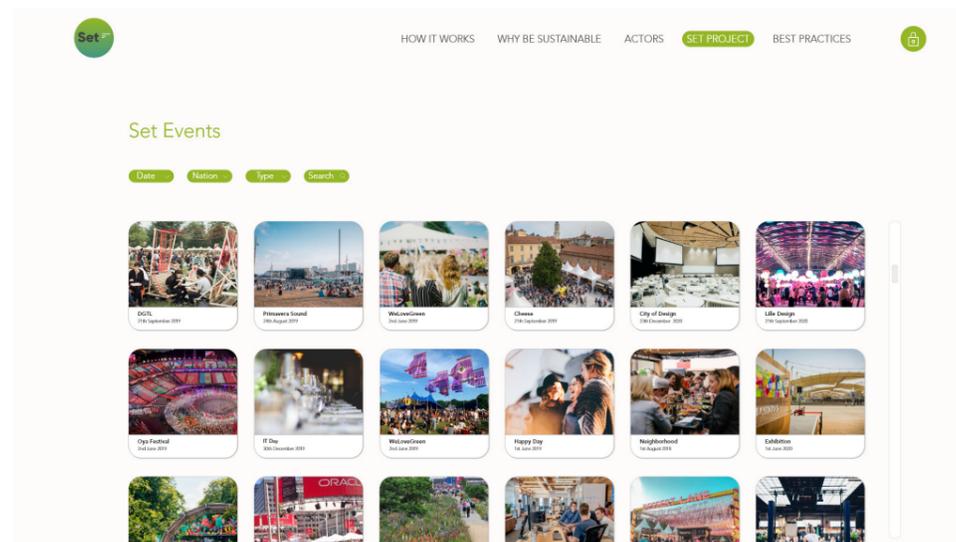
Dalla schermata successiva è possibile accedere direttamente alla sottosezione **Set Event**.

Actors | Network

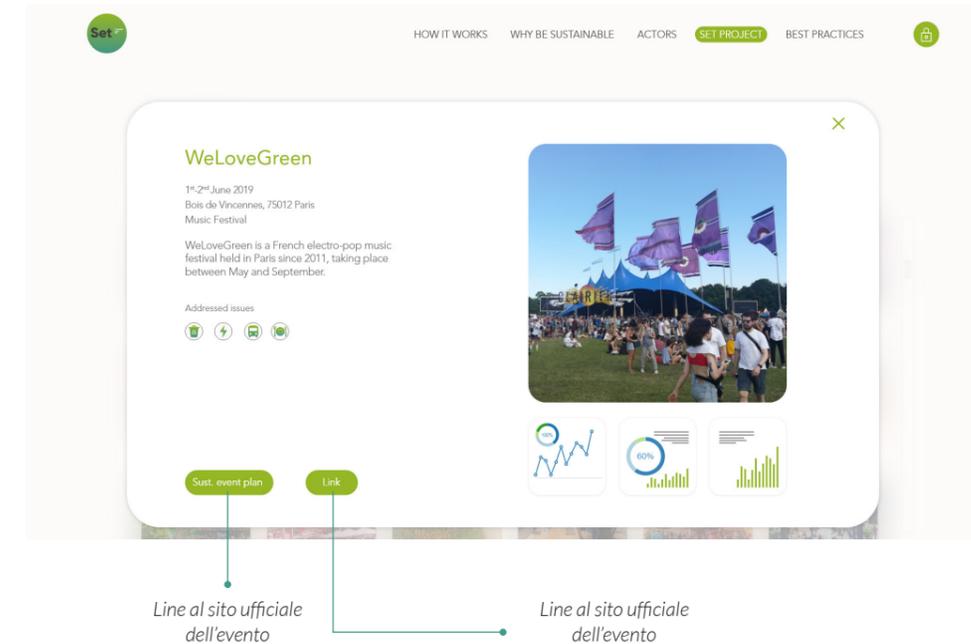


Set Event

Con la sezione **Set Event** si è voluto fare un passo avanti in un possibile futuro. Si è pensato infatti di dedicare una sezione a futuri possibili eventi che idealmente useranno la piattaforma Set per ridurre il proprio impatto ambientale. In questa sezione è possibile scorrere tra gli eventi che hanno utilizzato la piattaforma, filtrandoli per data, nazione, tipologia di evento, oppure selezionati attraverso una ricerca per **keywords**.



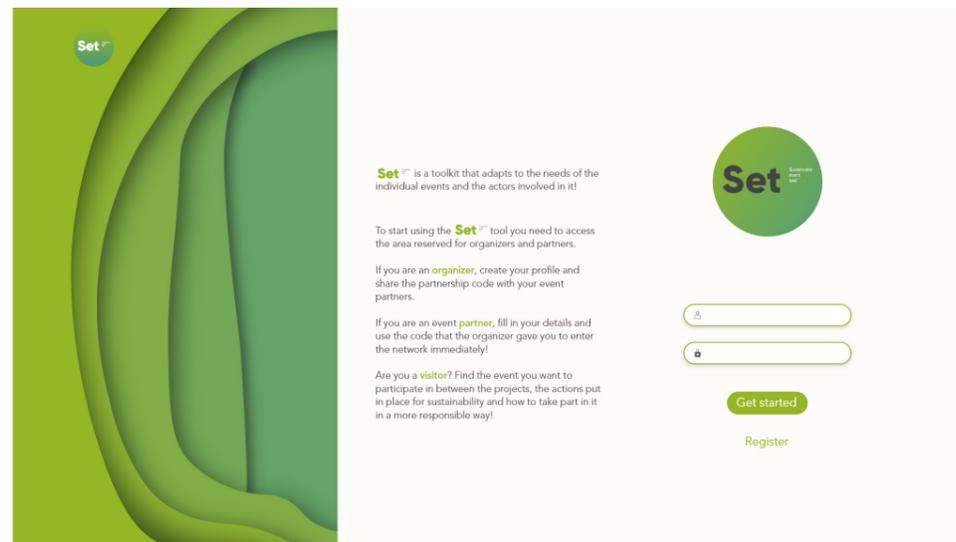
Cliccando su uno degli eventi è possibile accedere alla scheda dedicata in cui viene descritto brevemente l'evento ed indicate le categorie di intervento su cui si sono maggiormente focalizzate le strategie per la riduzione dell'impatto ambientale dell'evento. Inoltre, ciascuna scheda avrà dei link di rimando o al sito ufficiale dell'evento o all'eventuale report sulla sostenibilità pubblicato.



Log-in

Dall'icona presente in alto a sinistra del menu è possibile accedere alla pagina di log-in. Dal momento che l'accesso è consentito sia agli organizzatori che ai partner, si sono volute indicare le differenti modalità d'accesso. L'organizzatore potrà accedere alla parte privata attraverso un form di registrazione standard, invece il partner può entrare nella propria pagina privata ma per poter accedere ai contenuti specifici di un evento deve essere provvisto di un codice fornito dall'organizzatore stesso. Il visitatore, che invece non può accedere a quest'area viene invece invitato a tornare indietro dove potrà trovare informazioni più utili.

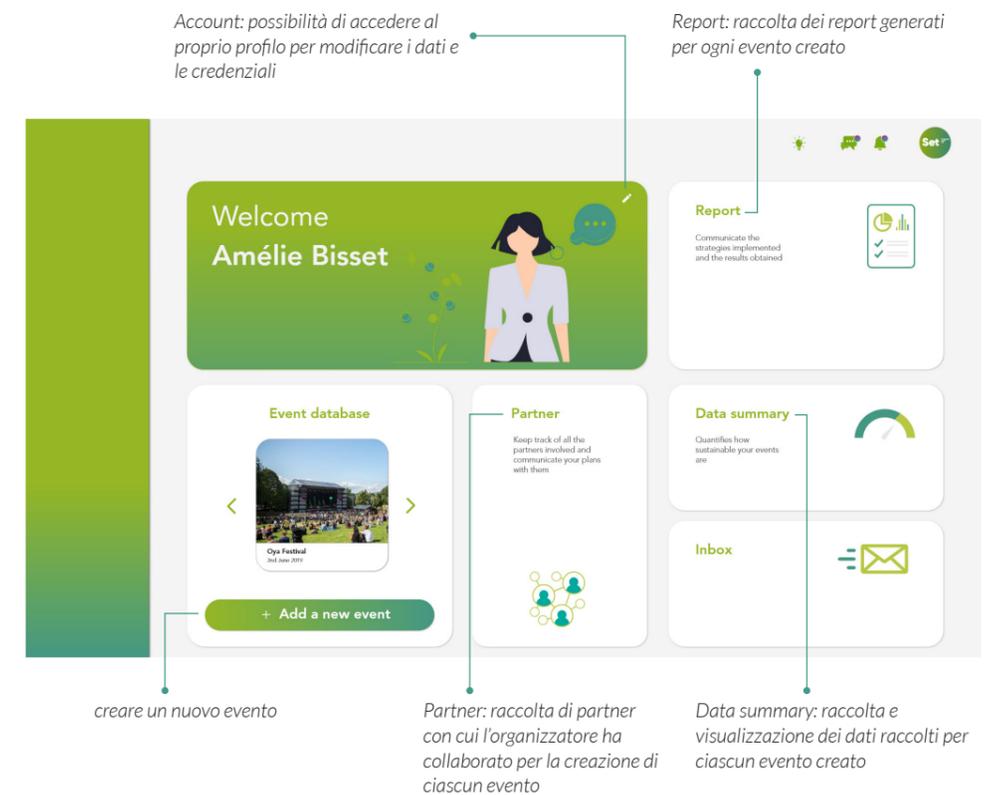
Da questa parte inizia la seconda sezione della piattaforma: la sezione privata dell'organizzatore



Dashboard principale

La prima schermata visualizzata è quella della dashboard principale attraverso la quale l'organizzatore ha accesso a delle sottosezioni specifiche. ciascuna di queste sottosezioni contiene l'insieme di tutti i diversi materiali prodotti da ciascun evento creato dall'organizzatore.

Dal gruppo, soprannominato **event database** è possibile accedere alla ai diversi eventi di cui l'utente si è occupato, oppure creare un nuovo evento.

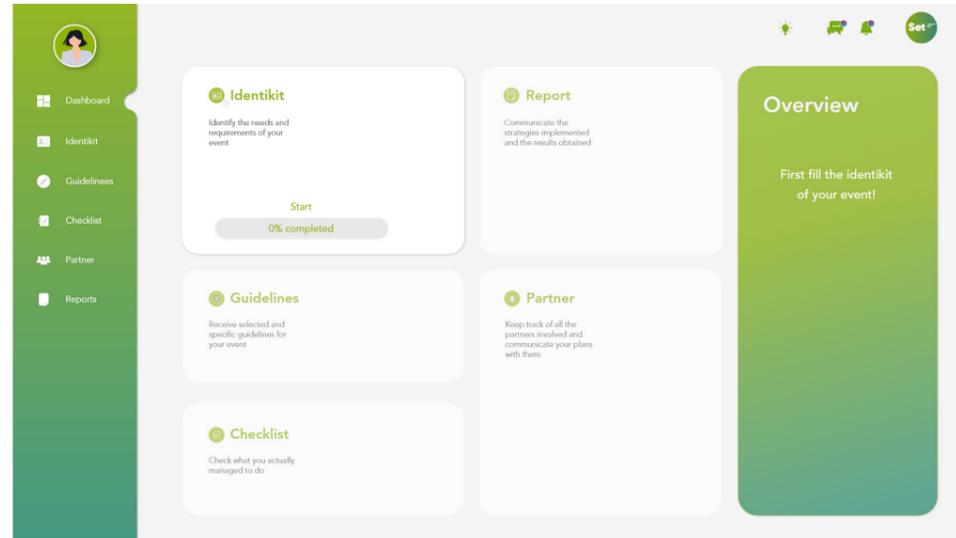


Cliccando **add a new event** è possibile accedere alla seconda dashboard, relativa allo specifico evento.

Dashboard | New event

Questa pagina è navigabile o attraverso il menu presente sul lato sinistro oppure attraverso le varie sezioni in cui è suddivisa la pagina.

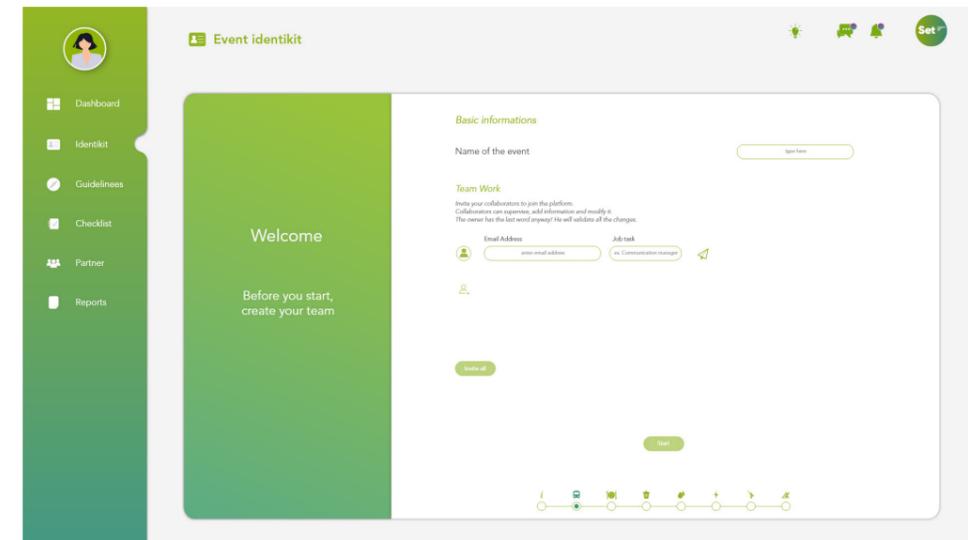
Al momento della creazione di un nuovo evento l'unica possibilità selezionabile sarà quella relativa all'identikit.



Identikit

Entrando nella sottosezione dell'identikit, l'organizzatore viene accolto da una prima schermata in cui gli viene richiesto il nome dell'evento e soprattutto di inserire eventuali collaboratori che possano aiutare nella gestione, compilare e monitorare le varie sezioni della piattaforma. Questo perchè è necessario tenere in considerazione che altri elementi del team di organizzazione dell'evento possano avere informazioni utili e specifiche che magari sfuggono all'organizzatore che deve invece avere una visione più ampia.

Per invitare a collaborare è possibile inviare una mail o singolarmente o collettiva in caso di aggiunta di più collaboratori.

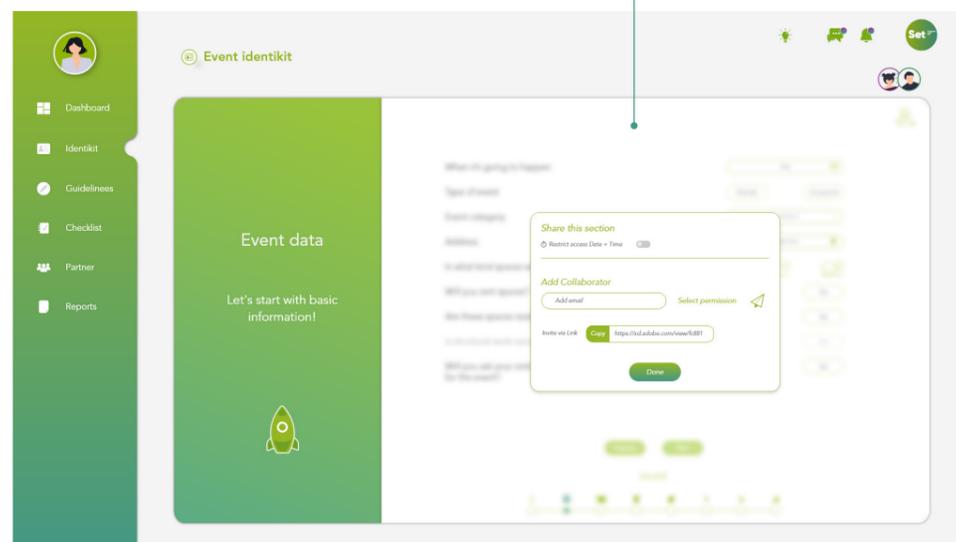
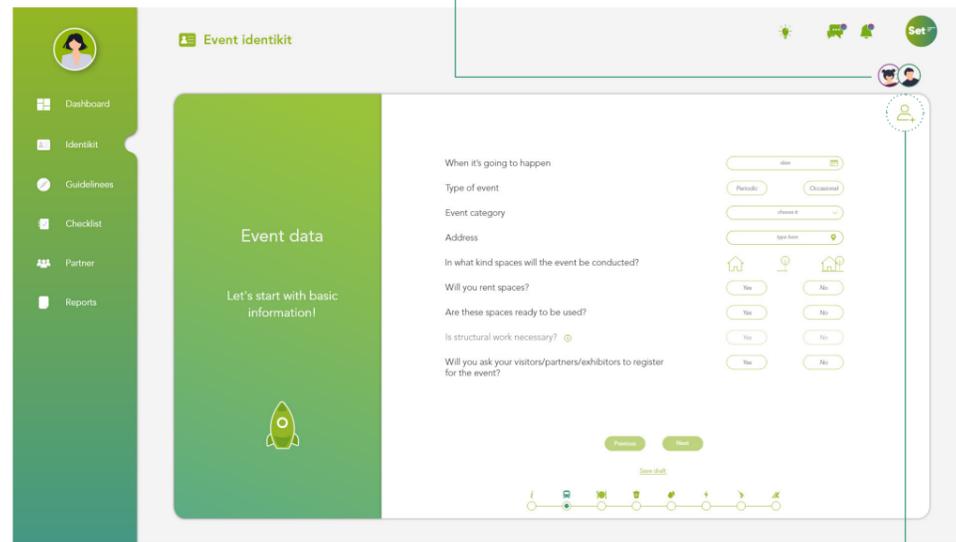


Identikit

Premendo su start si accede al resto dell'identikit suddiviso per le categorie di ambiti di intervento. Ciascuna scheda dell'identikit è condivisibile tramite link o e-mail a eventuali collaboratori e partner esterni.

Per accedere alle altre sezioni della piattaforma è necessario almeno immettere il nome dell'evento e avviare l'identikit.

È possibile visualizzare chi sta lavorando in real time sulla piattaforma

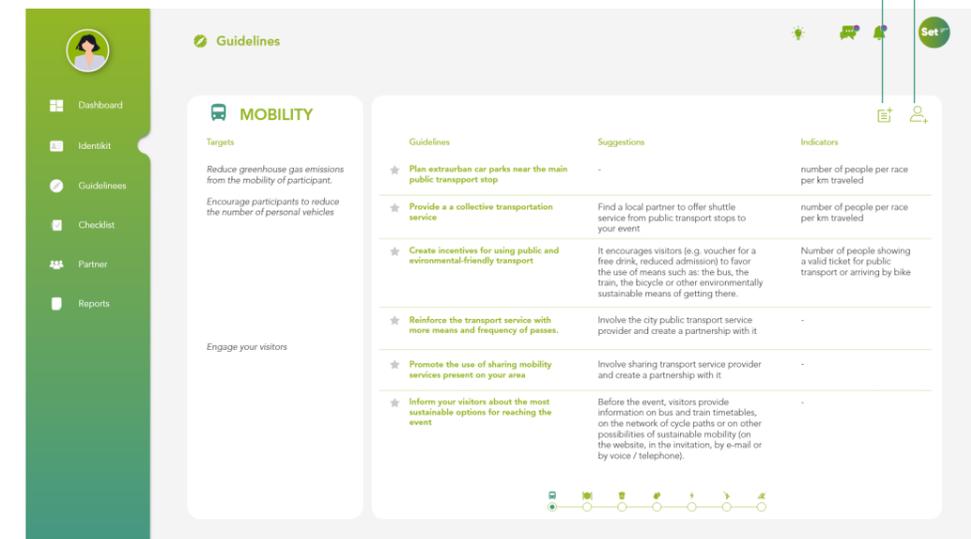


Guidelines

Dopo aver visionato e compilato l'identikit, l'organizzatore può accedere alla sezione delle **Guidelines**. In questa sezione può visionare le diverse linee guida che sono state selezionate a seguito delle risposte che ha fornito all'identikit. Le linee guida sono raggruppate per obiettivi a cui ambiscono e sono accompagnate da delle suggestioni pratiche su come agire o cosa fare. Ed infine sono indicati i parametri che dovrebbero essere monitorati per poter calcolare in modo quantitativo l'impatto ambientale dell'evento.

Possibilità di condividere esternamente le linee guida

Pulsante per aggiungere una linea guida



Le linee guida possono essere condivise tramite mail o link. Inoltre, non si è voluta escludere la possibilità che l'organizzatore possa aggiungere liberamente delle linee guida di propria iniziativa. Questo perchè ogni strategia pensata per ridurre l'impatto ambientale è un valido contributo da aggiungere alla piattaforma.

Checklist

Tramite la sezione **Checklist** l'utente può accedere all'area dedicata alla segnalazione delle linee guida che è effettivamente riuscito ad implementare. È qui possibile: selezionare i partner con cui si è eventualmente effettuata una collaborazione per implementare la strategia, inserire i dati raccolti ed infine aggiungere una breve descrizione di cosa è stato fatto.

Partner

Nella sezione dei **Partner** l'organizzatore può accedere all'area dedicata al database dei partner. La pagina può essere visualizzata in due modalità. La prima composta da una classica tabella in cui i partner sono schedati per nome, responsabile di riferimento e categoria di intervento in cui si inserisce. Per ciascun partner è possibile inoltre scaricare i rispettivi loghi, che vengono aggiunti al momento della registrazione del partner o anche successivamente, e che possono servire anche nella stesura del report. È inoltre possibile accedere alla scheda privata di ciascun partner di cui è possibile cambiare dati e recapiti ed aggiungere eventualmente già una piccola descrizione della natura della partnership.

company name	company responsible	category	logo	project description
Estera	Pierre Durand			By sharing an anti-plastic policy, no disposable plastic products were used. Our partners have also joined the policy. 500 kg of plastic was saved.
Suez	Armand de Lancob			Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.
Ileò	François Dubois			All materials were well collected and sent to be recycled. The waste were sorted in 5 different section: plastic, paper, metals, glass, organic. In this way 5 t of waste
Veolia	Jacqueline Barbarque			Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat
Le court circuit	Antoniette Biennic			All materials were well collected and sent to be recycled. The waste were sorted in 5 different section: plastic, paper, metals, glass, organic. In this way 5 t of waste
Platan	Rosalie Le Pneu			A consultation process was initiated with the main partner who took care of the waste collection at the event headquarters, leading to the definition of a correct
Recylum	Isabelle Adjani			In collaboration with our partner Gecco, specialized in exhausted oil reuse, was
Gecco	Vincent Cassel			Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.
ecoMaget	Charlotte Gainsbourg			By sharing an anti-plastic policy, no disposable plastic products were used. Our partners have also joined the policy. 500 kg of plastic was saved.
Civam	Dominique Sands			All materials were well collected and sent to be recycled. The waste were sorted in 5 different section: plastic, paper, metals, glass, organic. In this way 5 t of waste
Carboline	Jacques Tati			In collaboration with our partner Gecco, specialized in exhausted oil reuse, was
NaturePlast	François Truffaut			Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Report

Infine, nella sezione **Report** è possibile accedere all'ultimo step per riportare e descrivere ciò che è stato fatto per ridurre l'impatto ambientale dell'evento. Sarà una sezione che si precompilerà con le informazioni già inserite durante la fase di checklist e durante l'inserimento della descrizione delle collaborazioni dei diversi partner. Questa sezione vuole cercare di semplificare la comunicazione da parte dell'organizzatore stesso di ciò che è stato fatto per il raggiungimento dell'obiettivo di sostenibilità dell'evento.

Conclusioni

Questa tesi si colloca in un contesto teorico molto ampio e diversificato.

La sostenibilità di un evento è un concetto alquanto recente dal momento che ha iniziato ad essere tema di discussione solo a partire dalla fine del 1900 e per questa ragione è tematica in continua evoluzione e aggiornamento. Questo lavoro di tesi si configura quindi come un tentativo di apportare un piccolo contributo alla discussione in atto.

Dall'analisi sin qui svolta si è visto come la complessità teorica dell'argomento si duplichi al momento della messa in pratica della realizzazione di un evento sostenibile. All'atto pratico, gli eventi che cercano di procedere verso una corretta e agevole riduzione del proprio impatto ambientale sono ancora una minima parte rispetto alla totalità dell'industria degli eventi. Questo perché da una parte, come si è già detto, la complessità di realizzare un evento sostenibile è reale e tangibile, dall'altra parte l'acribità del tema fa sì che non vi siano molti esempi a cui ispirarsi, anche se esistono casi di eccellenza, o metodologie da seguire.

Questa piattaforma vuole quindi porsi come un nuovo strumento che agevoli e guidi l'organizzatore nel percorso verso la riduzione dell'impatto ambientale dell'evento, partendo dalla pianificazione di strategie fino al corretto report delle stesse e dei risultati ottenuti.

Il prototipo dell'interfaccia sviluppata è stato sottoposto ad una prima fase di *beta-test* attraverso la quale è stato esaminato l'aspetto della *user experience* e alcune logiche alla base dell'interfaccia stessa. Nonostante alcune criticità individuate a seguito di questi primi test, che sono state quindi risolte, è stato riscontrato un *feedback* positivo sia sull'aspetto visivo sia sul concetto e i meccanismi alla base della piattaforma.

Il comitato di Lille World Design Capital, con cui è iniziato questo percorso, ha dimostrato interesse ed apertura nello sviluppo di questo progetto ed è quindi auspicabile che una delle possibilità future di implementazione della ricerca possa essere una collaborazione con l'Ente e la World Design Organization.

Per far ciò sarà sicuramente indispensabile la collaborazione con figure con competenze diverse e specifiche come informatici, programmatori, specialisti e tecnici per la raccolta e l'analisi di dati e UX designer.

Visto il fiorire dell'industria degli eventi e la crescente sensibilità alle tematiche ambientali, si spera di poter continuare a lavorare su una tematica così interessante e dinamica e che questo progetto possa trovare lo spazio e l'interesse per essere portato avanti.

Bibliografia e sitografia

Bibliografia

- Ahmed El-Geneidy. (2014). *New evidence on walking distances to transit stops: Identifying redundancies and gaps using variable service areas*.
- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2008). *Festival and Special Event Management*. Wiley.
Google-Books-ID: _AbgAAAAMAAJ
- Andriola, di L., Luciani, R., Poncina, R., & Sonnino, S. (2010). *I Sistemi di gestione degli eventi sostenibili secondo lo standard BS 890*. 6.
- Argano, L., Bollo, A., Sega, P. D., & Vivalda, C. (2005). *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*. Franco Angeli.
Google-Books-ID: MocYAAAACAAJ
- Asfand, M. (2019). *How can World Design Capital (WDC) programme better incorporate United Nation's Sustainable Development Goal 11 (SDG 11) in future strategies?* [Master of Design, Carleton University]. <https://doi.org/10.22215/etd/2019-13865>
- Behrer, M., Larsson, Å., & Sandgren, J.-O. (2001). *Event marketing: Att använda evenemang som strategisk resurs i marknadsföringen*. Göteborg : IHM (Institutet för högre marknadsföringsutbildning).
- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2012). *Events Management: An Introduction*. Routledge.
Google-Books-ID: BXvZBAAAQBAJ
- Brussel, M., Zuidgeest, M., Pfeffer, K., & van Maarseveen, M. (2019). Access or Accessibility? A Critique of the Urban Transport SDG Indicator. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 8(2), 67. <https://doi.org/10.3390/ijgi8020067>
- Buono, pulito e giusto: Il successo di uno slogan—Slow Food—Buono, Pulito e Giusto*. (s.d.). Recuperato 10 novembre 2019, da <https://www.slowfood.it/35995-2/>
- Cahier de préconisations environnementales pour un grand événement sportif international. Une démarche développement durable*. (2016). DIGES e Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie.
- Campigotto, M. (2014). *Gli Eventi come elemento distintivo e di comunicazione nelle strutture ricettive*. Università Ca' Foscari di Venezia.
- Cape Town Design NPC. (2015). *World design capital: Cape Town 2014 : the story of an African city*. Paul Duncan.
- Cape Town World Design Capital 2014*. (s.d.). Western Cape Government. Recuperato 16 agosto 2019, da <https://www.westerncape.gov.za/general-publication/cape-town-world-design-capital-2014-0>

- Caroli, M. (2017). *I grandi eventi sportivi come strumento di marketing territoriale per il turismo*. Luiss, Dipartimento di Economia e Direzione delle Imprese.
- Circular DGTL Amsterdam 2018. Staging a revolution*. (2018). Metabolic.
- City of Cape Town. (s.d.). *World Design Capital 2014 Graphic Booklet*.
- City of Helsinki Environment Centre. (2014). *Neat Event. An environmental guide for event organizers*.
- Corazza, M., & Favaretto, N. (2019). A Methodology to Evaluate Accessibility to Bus Stops as a Contribution to Improve Sustainability in Urban Mobility. *Sustainability*, 11(3), 803. <https://doi.org/10.3390/su11030803>
- Daly, H. E. (2014). *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*. Beacon Press.
Google-Books-ID: AgVoBAAAQBAJ
- DEFRA, Department for Environment, Food and Rural Affairs. (2007). *Sustainable Events Guide*.
- Defranceschi, P., & Mitrotta, E. (2010). *How to organise sustainable meetings & events in Brussels. A practical guide*. ICLEI - Local Governments for Sustainability. Brussels-Europe Liaison Office.
- Deloitte. (2012). *Helsinki WDC 2012 Impact assessment*. World Design Capital Helsinki 2012.
- Dickson, C., & Arcodia, C. (2010). Promoting sustainable event practice: The role of professional associations. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 236–244. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.013>
- Donald Getz. (1991). *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold.
Google-Books-ID: kFFXAAAAMAAJ
- EMAS. (2018). *Sustainable@work. Guidelines on organising sustainable meetings and events at the Commission*. European Commission, EMAS Coordination Team.
- FEI, Fédération Equestre Internationale. (2014). *Sustainability handbook for event organisers.pdf*. Somesh Dutt.
- Ferdinand, N., & Kitchin, P. (2012). *Events Management: An International Approach*. SAGE.
- Ferrari, S. (2012). *Event marketing. I grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*. CEDAM.
Google-Books-ID: ad6cMAEACAAJ
- Foley, C., & Getz, D. (s.d.). *National Library of Australia Cataloguing-in-Publication Entry*. 56.

- Francisco, S. (2018). *2018 Event Sustainability Report*. 21.
- Frey, S. (2016). *Green Meetings—A factor of success for a conference and event management company?* School of Management and tourism.
- García-Palomares, J. C., Sousa Ribeiro, J., Gutiérrez, J., & Sá Marques, T. (2018). Analysing proximity to public transport: The role of street network design. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 76, 102. <https://doi.org/10.21138/bage.2517>
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation. Google-Books-ID: 3TosAQAAAMAAJ
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2011). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (Reprinted). Elsevier [u.a.].
- Gilberti, G. (2004). *L'evento in strada. Il progetto, la produzione, la gestione e il controllo come strategia di marketing*. FrancoAngeli. Google-Books-ID: iIWRWR_jMEwC
- Gironde. (2015). *Guide pour manifestations responsables*.
- GIZ, Deutsche Gesellschaft für, & Internationale Zusammenarbeit. (2018). *Guide to Sustainable Event Management*.
- Goldblatt, J. (1997). *Special Events: Best Practices in Modern Event Management*. Wiley. Google-Books-ID: zT8sAQAAAMAAJ
- Golob, A., & Jere, J. (2014). Standardization and classification of events in tourism based on a systems approach. *Singidunum Journal of Applied Sciences*, 11(1), 67–73. <https://doi.org/10.5937/sjas11-5741>
- Gotheborg half marathon. Media guide 2018*. (s.d.).
- GRI-Global Reporting Initiative. (s.d.). *GRI Event Organizers Sector Supplement—Summary guide*.
- GRI-Global Reporting Initiative. (2012). *Sustainability Reporting Guidelines & Event Organizers Sector Supplement*.
- Groupe de Travail National développement durable. (s.d.). *Manifestations sportives et développement durable*. UFOLEP.
- Hunt, L. A. (s.d.). *Are we Moving Closer Towards a More Unified Definition of Sustainable Events?* 17.
- Iasevoli, G., & Cherubini, S. (2005). *Il marketing per generare valore nel sistema evento*. 26.
- Implementation and Outcome Evaluation of the City of Cape Town's World Design Capital Initiatives*. (2014). 49.
- INU, Istituto Nazionale di Urbanistica. (s.d.). *Manuale eventi sostenibili. Linee guida per l'organizzazione sostenibile di eventi nazionale, regionale o locali promossi dall'Associazione Istituto Nazionale di Urbanistica e dalle sezioni regionali*. Fondazione Caprio.
- IUNC, World Conservation Congress. (2008). *My guide to a sustainable congress*.
- Jago, L. K. (s.d.). Special Events: A Conceptual and Definitional Framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1–2), 21–32.
- Jäkkö, E., Laura Aalto, Sanna-Mari Jäntti, Maarit Kivistö, Tiina-Kaisa Laakso-Liukkonen, & Pekka Timonen. (2013). *World Design Capital Helsinki 2012 Final report*. International Design Foundation. <https://www.hel.fi/static/liitteet/kanslia/blogit/WDCHelsinki-FinalReport-Finnish.pdf>
- Jones, M. (2010a). *Sustainable event management: A practical guide*. Earthscan.
- Keys of the Environmental Statement*. (s.d.). 1.
- La Rocca, R. A. (2008). Dall'evento all'impatto: Expo e mobilità urbana. *Trimestrale del Laboratorio Territorio Mobilità e Ambiente – TeMALab*, 1(2), 16.
- Lee, J.-S., Lee, C.-K., & Park, C.-K. (2014). Developing and validating a multidimensional quality scale for mega-events. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 121–131. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.09.003>
- Liu, Y.-D. (2018). Legacy Planning and Event Sustainability: Helsinki as the 2012 World Design Capital. *Sustainability*, 10(7), 2453. <https://doi.org/10.3390/su10072453>
- Maganlal, M., & Schnoor, C. (2012). *Green event guideline. Hosting green event in Durban*. eThekweni Municipality.
- Manuale eventi sportivi sostenibili. Come organizzare eventi sportivi a ridotto impatto ambientale valorizzandone i benefici sociali, economici e ambientali*. (2012). UISP Emilia Romagna.
- Memento de l'éco événement*. (2017). Plan climat du Dunkerquois.
- Mon événement zero waste*. (s.d.). Association Zero Waste.
- New Zealand, & Ministry for the Environment. (2010). *Major event greening guide: A practical guide to reducing the environmental impact of a major event*. Ministry for the Environment.

- Ökoinstitut Südtirol, & Agenzia provinciale per l'ambiente e la tutela del clima. (2019). *Linee guida. Manuale per chi organizza eventi*. Provincia Autonoma di Bolzano.
- Olofsson, Z., Varhelyi, A., Koglin, T., & Angjelevska, B. (2011). *Measuring sustainability of transport in the city—Development of an indicator-set.pdf*. Lund University Faculty of Engineering, Technology and Society, Traffic and Roads.
- OnlyLyon. (s.d.). *Lyon guide dé l'événement eco responsable*.
- Parguel, B., Benoît-Moreau, F., & Larceneux, F. (2011). How Sustainability Ratings Might Deter 'Greenwashing': A Closer Look at Ethical Corporate Communication. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 15–28. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0901-2>
- Parkes, O., Lettieri, P., & Bogle, I. D. L. (2016). Defining a quantitative framework for evaluation and optimisation of the environmental impacts of mega-event projects. *Journal of Environmental Management*, 167, 236–245. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.11.009>
- Parmigiani, M., Barraco, L., Zarri, F., & Marjorie, B. (2010). *La realizzazione di eventi sostenibili*. Impronta Etica.
- Pelatelli, P., & Fortunati, S. (2009). *Spread design. Torino world design capital. Ediz. Italiana e inglese* (M. J. Anderson, F. Novajra, & P. Marchini, Trad.). Corraini.
- Plan a sustainable event*. (s.d.). Melbourne Convention Bureau.
- Powerful Thinking. (2017). *Powerful thinking guide. Smart energy for festivals and events*.
- Raffaele Cercola, Enrico Bonetti, & Michele Simoni. (2017). *Eventi e Strategie di Marketing Territoriale* [Università di Roma la Sapienza].
- Rautureau, C., & Guion, N. (2019). *Bilan Festival Les Trev, le festival artistique et ecoresponsable 100% lilloise*.
- Roche, M. (2000). *Megaevents and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. Routledge. <https://books.google.it/books?id=xHSGAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=it#v=onepage&q&f=false>
- Romagnoli, S. (s.d.). *Definizione e classificazione degli eventi*. 51.
- Scrucca, F., Severi, C., Galvan, N., & Brunori, A. (2016). A new method to assess the sustainability performance of events: Application to the 2014 World Orienteering Championship. *Environmental Impact Assessment Review*, 56, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2015.08.002>
- Shone, A., & Parry, B. (2011). *Successful event management: A practical handbook*. Cengage Learning Business Press.

- Siew, R. Y. J. (2015). A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs). *Journal of Environmental Management*, 164, 180–195. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.09.010>
- SPL ARPE Midi-Pyrénées. (2016). *Organisation evenements et developpement durable*.
- Sustainability Team RMIT University. (s.d.). *Sustainable events guide*. Sustainability Team RMIT University.
- Taiwan Institute of Marketing Science. (2017). *WDC Taipei 2016 Impact Study*.
- Todd, L., Leask, A., & Ensor, J. (2017). Understanding primary stakeholders' multiple roles in hallmark event tourism management. *Tourism Management*, 59, 494–509. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.010>
- United Nations Environment Programme. (2012). *Sustainable events guide. Give your large event a small footprint*. United Nations Environment Programme.
- Vecchiato, G. (2004). *Relazioni pubbliche e comunicazione. Strumenti concettuali. Metodologia. Case history*. FrancoAngeli. Google-Books-ID: TBLRRDURSxQC
- Wale, D., Robinson, P., & Dickson, G. (2010). *Events Management*. CABI. Google-Books-ID: V1rI1Cn8QkYC
- Wang, F., Wang, K., & Wang, L. (2019). An examination of a city greening mega-event. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 538–548. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.018>
- World Commission on Environment & Development, & Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press. Google-Books-ID: KcwqAAAAYAAJ
- Young, Y. E. (s.d.). *City Branding and Urban Tourism: A Case Study of Seoul and Taipei*. 10.

Sitografia

- 29th General Assembly of ICSID Held – ETMK. (s.d.), da <http://etmk.org.tr/en/29th-general-assembly-of-icsid-held/>
- A Cape Town la prima fiera africana sul design—*La Stampa*. (2014, febbraio 18). [lastampa.it](https://www.lastampa.it/casa-design/2014/02/18/news/a-cape-town-la-prima-fiera-africana-sul-design-1.35925954). <https://www.lastampa.it/casa-design/2014/02/18/news/a-cape-town-la-prima-fiera-africana-sul-design-1.35925954>
- ADI - Associazione per il Disegno Industriale. (s.d.), da <http://www.adi-design.org/blog/2017-da-icsid-a-wdo.html>
- A Greener Festival, da <https://www.agreenerfestival.com/>
- BBC SPORT | Other Sport... | Olympics 2012 | Coe promises Olympics to remember. (s.d.), da http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/other_sports/olympics_2012/4654821.stm
- California Academy of Sciences Museum, Aquarium and Planetarium Projects | Hawkins Delafield & Wood LLP. (s.d.), da <https://www.hawkins.com/project-profiles/california-academy-of-sciences>
- Cheese 2019: Il programma della Biennale del formaggio di Bra. (s.d.), da <https://langhe.net/etags/cheese/>
- Design to Make Seoul Global City. (2009, giugno 24). [koreatimes](http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/08/113_47429.html). http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/08/113_47429.html
- DGTL Amsterdam—Sustainability. (s.d.), da <https://dgtl.nl/sustainability>
- Environmentally responsible events | City of Helsinki. (s.d.), da <https://www.hel.fi/helsinki/en/housing/environmental/enterprises-events/events/>
- evento in Vocabolario—*Treccani*. (s.d.), da <http://www.treccani.it/vocabolario/evento>
- Foundation, T. K. I. B. (s.d.). *The World On Arirang!* Seoul Hosts 2010 Seoul International Design Workshop : ARIRANG, da <http://www.arirang.com/>
- Go Group | Green Operations Europe. (s.d.), da <http://go-group.org/>
- Green Cheese – Una scelta per la sostenibilità—*Cheese 2019*. (s.d.). Recuperato 10 novembre 2019, da <https://cheese.slowfood.it/green-cheese-una-scelta-per-la-sostenibilita/>
- History of ISO 20121—*Green Element*. (s.d.), da <https://www.greenelement.co.uk/blog/history-of-iso-20121/>
- Iberdrola Environmental Statement Shareholders' Day 2018. (2018). Iberdrola S.A. https://www.iberdrola.com/wcorp/gc/prod/en_US/corporativos/docs/DeclaracionAmbienta18.pdf
- ISO 20121—*Wikipedia*. (s.d.), da https://en.wikipedia.org/wiki/ISO_20121

- London 2012 Summer Olympics—*Results & video highlights*. (s.d.), da <https://www.olympic.org/london-2012>
- London 2012 Sustainability plan. *Towards a one planet*. (2007). London Organising Committee of the Olympic Games. https://web.archive.org/web/20091007102826if_/http://www.london2012.com/documents/locog-publications/london-2012-sustainability-plan.pdf
- Métropole européenne de Lille. (2019). In *Wikipédia*. https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=M%C3%A9tropole_europ%C3%A9enne_de_Lille&oldid=161650982
- Operazioni quotidiane efficienti *California Academy of Sciences*. (s.d.), da <https://www.calacademy.org/efficient-daily-operations>
- Our plans: *Getting ready—London 2012*. (s.d.), da <https://web.archive.org/web/20091018073244/http://www.london2012.com/plans/sustainability/getting-ready/index.php>
- Our Sustainable Efforts | *GoteborgsVarvet Half Marathon*. (s.d.), da <https://www.goteborgsvarvet.se/en/about/sustainability/>
- Pecchenino, M. (2002). *Organizzare gli eventi: Come gestire convegni, manifestazioni e feste per la comunicazione d'impresa*. Il Sole 24 Ore. Google-Books-ID: SVt_AAAACAAJ
- Roskilde Festival Press section. (2019). *Press kit for sustainability at Roskilde Festival 2019*. <https://www.roskilde-festival.dk/media/2778/rf19-press-kit-sustainability.pdf>
- Seoul Design Fair 2010. (s.d.), da <https://www.domusweb.it/it/design/2010/06/21/seoul-design-fair-2010.html>
- Sostenibilità: *Come monitorare i monitoraggi? (Sustainable Development Goals)—Info Data*. (s.d.), da https://www.infodata.ilsole24ore.com/2019/05/07/sostenibilita-come-monitorare-i-monitoraggi-sustainable-development-goals/?refresh_ce=1
- S.r.l, S. (s.d.). *La Design Week Mexico nominata World Design Capital 2018 | Fuorisalone Magazine*, da <https://fuorisalonemagazine.it/it/focus/article/154/la-design-week-mexico-nominata-world-design-capital-2018>
- Taipei WDC2016—*An year in review*. (s.d.), da http://wdo.org/wp-content/uploads/2017/12/WDC2016_AYearInReview.pdf
- Territoire de la MEL. (s.d.), da <https://www.lillemetropole.fr/votre-metropole/institution/territoire-de-la-mel>
- Toutes nos actions éco-responsables en détail. (2018, marzo 6). We Love Green. <https://www.welovegreen.fr/charte-green/>
- WDC Mexico City 2018 | *Circuito Interuniversitario*. (s.d.). [Wdcdmx2018](https://www.wdcdmx2018.com/circuito-interuniversitario), da <https://www.wdcdmx2018.com/circuito-interuniversitario>

WDO. (s.d.), da <https://wdo.org/>

WDO | *About | Definition of Industrial Design.* (s.d.), da <https://wdo.org/about/definition/>

WDO | *About | History.* (s.d.), da <https://wdo.org/about/history/>

WDO | *Past WIDDs | World Industrial Design Day 2015.* (s.d.), da <https://wdo.org/programmes/widd/past-widds/widd2015/>

WDO | *Programmes | World Design Impact Prize.* (s.d.), da <https://wdo.org/programmes/wdip/>

WDO | *Programmes | World Design Talks.* (s.d.), da <https://wdo.org/programmes/wd-talks/>

WDO | *Torino Mayor Sergio Chiamparino Comments on the Designation of World Design Capital 2008.* (s.d.), da <https://wdo.org/press-release/torino-mayor-sergio-chiamparino-comments-on-the-designation-of-world-design-capital-2008/>

WDO | *World Design Capital Cape Town 2014 Programme Launches with 450 Recognized Projects.* (s.d.), da <https://wdo.org/press-release/world-design-capital-cape-town-2014-programme-launches-with-450-recognized-projects/>

We are pioneers in sustainable event management. (s.d.). Iberdrola, da <https://www.iberdrola.com/press-room/top-stories/sustainable-event>

WLG18_Bilan Carbone 2018 V Com_EKODEV. (s.d.). Google Docs, da https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vTq4NK8bgQEPK3l6aT6ilqfJCQu4izQuLf1Td8-bMeAPgMh68Ho8VOfZrd3mk1Rawlk7JPiLZ2v-QfB/pub?start=true&loop=false&delayms=3000&usp=embed_facebook

World Design Capital Seoul 2010 | Seoulite Anne's Life Capsule. (s.d.), da <https://lifecapsule.wordpress.com/2010/01/08/world-design-capital-seoul-2010/>

