

## Le linee guida di sostenibilità del Summit

1. **Muoversi, ma con giudizio:** uno dei maggiori impatti ambientali conseguenti all'organizzazione di un evento è legato al trasporto di persone e materiali verso il luogo in cui si svolge. Per questo l'organizzazione del Summit si è impegnata a fornire ai partecipanti suggerimenti utili per effettuare scelte di viaggio e trasporto a basso impatto ambientale, a privilegiare fornitori locali per limitare il costo ambientale del trasporto merci e a sensibilizzare sulle opportunità offerte dalla mobilità sostenibile. Rientra in questo impegno anche la possibilità di proporre interventi video di relatori situati in località lontane dalla sede dell'evento.
2. **Accogliere in "verde":** impatti ambientali e socio-economici si intrecciano nella selezione delle strutture ricettive in cui accogliere i partecipanti all'evento. Per questo gli organizzatori del Summit hanno scelto come location un edificio storico ristrutturato di proprietà di una fondazione benefica posto al centro del sistema dei trasporti urbani milanesi, dotata di caratteristiche ecocompatibili e di aree verdi. L'organizzazione raccomanda inoltre ai partecipanti strutture alberghiere con marchi e certificazioni ambientali o, anche se non dotate di marchi ambientali, attente alla gestione razionale delle risorse idriche ed energetiche e alla corretta gestione dei rifiuti.
3. **Ridurre, riutilizzare, riciclare:** la produzione di rifiuti è un aspetto molto critico nell'organizzazione delle varie fasi di un evento. Per questo gli organizzatori del Summit si sono impegnati a ridurre la quantità dei materiali consumati, ad impiegare materiali riciclati o riutilizzabili, a prevedere una corretta gestione dei rifiuti in fase di allestimento, svolgimento e disallestimento dell'evento sensibilizzando tutte le persone coinvolte in queste attività.
4. **Acquistare in modo consapevole e responsabile:** nel rispetto delle analisi qualità-prezzo gli organizzatori del Summit si sono impegnati non solo ad utilizzare materiali, prodotti e servizi ecocompatibili (dalla carta al catering, dai materiali di allestimento ai gadget) ma anche a far conoscere ai partecipanti il meglio del nascente mercato dei prodotti e dei servizi sostenibili attraverso una rassegna specifica organizzata nell'ambito dei lavori congressuali
5. **Consumare meno carta:** per diminuire l'impatto ambientale della gestione operativa della segreteria organizzativa il Summit ha scelto di ridurre di ridurre al minimo la produzione di materiale congressuale cartaceo in un'ottica operativa tendente al paperless, dando maggior spazio possibile ai canali elettronici e sviluppando via internet tutte le attività di comunicazione,

promozione e gestione delle partecipazioni. Laddove necessario ha scelto di utilizzare esclusivamente materiali cartacei ecolabel o certificati FSC (Forest Stewardship Council) o PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification schemes).

6. **Buono per l'ambiente, buono per l'evento:** nel servizio di ristorazione gli organizzatori si sono impegnati a preferire menu composti esclusivamente da prodotti cosiddetti "a Km 0", (che cioè non devono subire lunghi trasporti) e da materie prime provenienti da produzioni agricole biologiche.
7. **Coinvolgere e comunicare per trasferire conoscenze:** la sostenibilità ha valore soprattutto se tutti ne sono coinvolti e se riesce a trasferire modelli utili non solo alla salvaguardia dell'ambiente ma anche alla crescita culturale della società. Per questo gli organizzatori del Summit si sono impegnati a coinvolgere tutte le parti interessate per condividere esperienze professionali di eccellenza, contribuire alla nascita di una comunità che possa assumere un ruolo culturale guida e trasferire ai giovani modelli operativi sostenibili per la comunicazione del futuro
8. **La sostenibilità è un'opportunità, non un costo:** per stimolare e coinvolgere tutti i partecipanti a condividere e a far proprio il principio secondo cui la sostenibilità di un evento non deve rappresentare un costo aggiuntivo per i suoi utenti gli organizzatori del Summit promuovono una gestione responsabile delle risorse agendo in una logica di autofinanziamento e di basso impatto economico realizzata anche attraverso partnership tecniche.
9. **Un modello economico win win :** la strategia di autofinanziamento del Summit si basa su 2 principi: coinvolgimento economico diffuso ma misurato e contenimento dei costi realizzato attraverso partnership tecniche. Con ognuno dei partner tecnici è stato trovato un accordo reciprocamente vincente e il conseguente taglio dei costi ha permesso di mantenere le quote di partecipazione a livelli contenuti. Chiedere poco a tutti, senza prevedere sconti o tariffe di favore rinunciando consapevolmente alle classiche forme di sponsorship è sembrata la scelta più responsabile.