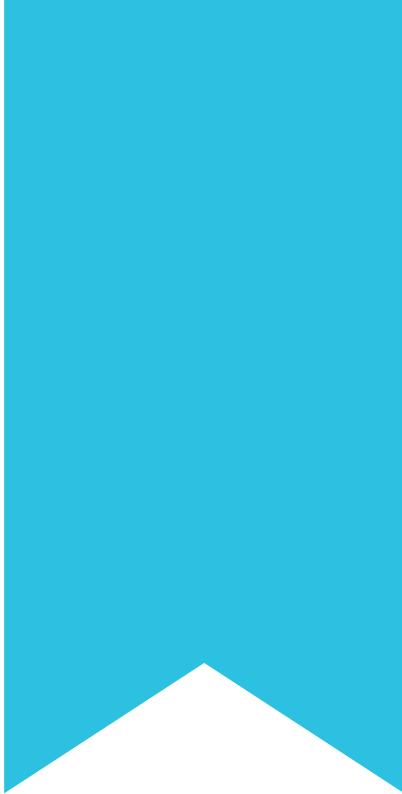




2





Le informazioni presenti all'interno del documento sono state fornite da RCS Sport e dagli altri partner dell'iniziativa espressamente citati nel report. Queste si basano sulle migliori informazioni disponibili per una corretta rappresentazione delle performance. Le stime presenti sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e sono opportunamente segnalate.

Ove non diversamente indicato questo Report è stato scritto da NATIVA.

**CREDITS**

Analisi e contenuti

**NATIVA**

**[www.nativa.eco](http://www.nativa.eco)**

# INDICE

<b>IL LEGACY REPORT: L'IMPEGNO DI RCS SPORT</b>	<b>4</b>
<b>IL PROFILO DI RIGENERAZIONE</b>	<b>5</b>
· I NOSTRI PRINCIPI DI PROGETTAZIONE	5
· COSA ABBIAMO MISURATO	5
· COME ABBIAMO MISURATO	7
 <b>GIRO D'ITALIA</b>	 <b>10</b>
· REGENERATIVE AMBITION	11
· ECOSYSTEM	12
· IL PROFILO DI RIGENERAZIONE	13
· Resilienza climatica	15
· Circolarità	18
· Capitale naturale	20
· Benessere: felicità e salute	22
· Educazione & coinvolgimento	25
 <b>CONCLUSIONI E PROFILO DI MIGLIORAMENTO</b>	 <b>28</b>
<b>TABELLE KPI GIRO D'ITALIA &amp; MILANO MARATHON</b>	<b>31</b>

# IL LEGACY REPORT: L'IMPEGNO DI RCS SPORT

Un viaggio di molti chilometri, in bici o a piedi, inizia con una singola pagina.

Questa è la prima pagina del nostro primo Legacy Report, con cui abbiamo voluto dare vita a un nuovo corso per Giro D'Italia e Milano Marathon, per fare un salto evolutivo rispetto alle già numerose iniziative mirate ad avere un impatto positivo - sui territori, sull'ambiente e sulle persone - che abbiamo realizzato negli anni precedenti.

Così come il mondo dello sport evolve, anche noi abbiamo voluto accelerare il nostro percorso di evoluzione. La tecnologia consente oggi di misurare innumerevoli parametri, ignoti nel passato, che permettono agli sportivi di migliorare la preparazione e la performance. Allo stesso modo, abbiamo svolto un approfondito percorso di analisi e misurazione di decine di indicatori, per capire quale sia il vero impatto di grandi eventi come il Giro d'Italia e la Milano Marathon e migliorarli come mai prima. Abbiamo pensato e progettato intenzionalmente la Legacy che desideriamo, ovvero quello che vogliamo lasciare durante e soprattutto dopo queste manifestazioni.



Quale è il valore che possiamo creare per tutti gli attori con cui entriamo in contatto, con l'ecosistema di cui gli eventi sono parte? Come facciamo a fare in modo che il "dopo" sia migliore del "prima"? Come possiamo rendere queste manifestazioni un amplificatore e un megafono del meglio che il nostro Paese può offrire? Crediamo che oggi queste siano domande fondamentali che si devono porre non solo gli organizzatori di grandi eventi sportivi come noi, ma tutti i principali attori del mondo economico, politico e delle istituzioni.

Crediamo che la ricerca di risposte su quale sia il senso più profondo e l'utilità del nostro lavoro per la società possa anche toccare e ispirare milioni di individui, affinché ciascuno diventi parte attiva di un miglioramento che abbia un effetto rigenerativo per l'intera società e per l'ambiente. Crediamo fortemente di potere agire come attivatori di comportamenti e scelte virtuose da parte dei territori, degli sportivi, degli appassionati, delle aziende nostre partner e delle istituzioni.

Lo sport è da sempre una straordinaria leva che attiva le emozioni e l'energia delle persone. Con questo Legacy Report vogliamo chiamare tutti a raccolta e invitandoli a sostenerci a vicenda, perché questo viaggio di consapevolezza ed evoluzione verso la sostenibilità è forse il più importante che abbiamo mai fatto.

**Paolo Bellino  
& RCS Sport  
team**

# IL PROFILO DI RIGENERA- ZIONE

## I NOSTRI PRINCIPI DI PROGETTAZIONE

### ECOSISTEMA

Questo Report guarda agli eventi come parti interdipendenti di un ECOSISTEMA, di un insieme straordinariamente vasto e complesso senza il quale non esisterebbero.

Questo concetto, per quanto semplice e intuitivo, richiede un lavoro e un'attenzione particolari per fare sì che ciascuna di queste connessioni e relazioni generi un **impatto virtuoso**, nel **presente** come nel **futuro**.

Nelle prossime pagine abbiamo mappato e rappresentato gli elementi fondamentali del sistema di cui siamo parte, per capire quali siano i punti più delicati o fragili da curare e quei 'nodi di moltiplicazione' che consentano di **amplificare il risultato delle scelte** che vengono fatte.

### LEGACY

Per lasciare una legacy, è **necessario partire dal futuro**. Ovvero, chiedersi: come voglio che questo evento contribuisca **positivamente** al futuro delle persone e del pianeta.

Solo **definendo un'ambizione** è possibile indirizzare l'impegno verso obiettivi precisi.

In questo caso tutto ruota attorno al concetto di Rigenerazione. **Rigenerare** significa "**creare più valore di quello che si estrae**", includendo l'ambiente, gli aspetti sociali e culturali, e quelli economici. È un concetto scientificamente complesso, oggetto di studi sempre più approfonditi e, nel contempo, è un semplice **principio guida** che può plasmare tutte le azioni che vengono compiute nell'organizzazione e gestione di un evento.

Consapevole di questa complessità - e con la volontà di creare più valore di quanto se ne estragga - il team che ha dato vita all'evento definisce quindi la propria "**Regenerative Ambition**". Questa esprimerà gli obiettivi legati al concetto di rigenerazione e servirà per guidare le azioni future.

## COSA ABBIAMO MISURATO

Per creare un evento che tenda verso effetti rigenerativi, il primo passo è **misurarsi**. Misurare cioè tutti gli aspetti principali che possono creare un **impatto economico, sociale e ambientale, sia positivi che negativi** con un modello sistematico, che consideri le connessioni tra diversi elementi, per migliorare e monitorare il percorso. È stato fondamentale considerare in questa analisi tutti gli stakeholders, ossia tutti i "portatori di interesse" che compongono l'ecosistema dei nostri eventi.

**Il risultato di questa analisi è un "Profilo di Rigenerazione", una mappa per capire gli impatti rispetto a 5 aree chiave:**

### RESILIENZA CLIMATICA

Gestione e misurazione delle emissioni di gas clima-alteranti.

### CIRCOLARITÀ

Adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti, ...), in tutte le fasi di progettazione e svolgimento dell'evento.

### CAPITALE NATURALE

Impatti sugli ecosistemi e sulla biodiversità.

### BENESSERE

Felicità e salute: impatti socio-economici e generazione di benessere per tutte le persone coinvolte, in particolare i partecipanti, i lavoratori e le comunità locali.

### EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

Promozione di comportamenti sostenibili, sensibilizzazione e attivazione dell'impegno individuale.

## IL PROFILO DI RIGENERA- ZIONE\*

Nella seguente immagine sono mostrate tutte le aree considerate nel modello di analisi che ha generato il profilo dell'evento:



\*PROFILO DI  
RIGENERAZIONE  
POWERED BY NATIVA

### RESILIENZA CLIMATICA

- Trasporti e caratteristiche degli alloggi durante i sopralluoghi
- Trasporti e caratteristiche degli alloggi degli stakeholder durante l'evento
- Consumi ed efficientamento dell'energia
- Consumo e tipologia di cibo offerto

### CIRCOLARITÀ\*\*

- Progettazione dell'evento in base a criteri di circolarità
- Criteri di selezione di materiali
- Criteri di selezione del packaging
- Pratiche di smaltimento dei rifiuti

### CAPITALE NATURALE

- Impatti sulla biodiversità
- Consumi e degradazione dell'acqua utilizzata
- Inquinamento luminoso, dell'aria e del suolo



### BENESSERE, FELICITÀ E SALUTE

- Benessere e crescita dei lavoratori e dei volontari dell'evento
- Impatto sulla comunità locale sia economico che sociale
- Benessere e felicità degli spettatori e dei partecipanti
- Sicurezza ed accessibilità dell'evento
- Consapevolezza sulla diversità e l'inclusione



### EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Caratteristiche della mission dell'evento
- Coinvolgimento stakeholder
- Criteri di scelta e valutazione degli sponsor e dei fornitori
- Trasparenza
- Messaggi educativi ed coinvolgimento degli stakeholder sulla mission e su tematiche sociali e ambientali

\*\*Gli elementi considerati in queste valutazioni sono: i cibi e le bevande, costruzione del villaggio, del palco e di tutte le infrastrutture, gadget, trofei, abbigliamento e prodotti ufficiali

IL PROFILO  
DI RIGENERA-  
ZIONE

## COME ABBIAMO MISURATO

L'analisi degli eventi si basa su una prospettiva sistematica, a 360 gradi, che mappa tutti gli impatti generati, considerando anche le interazioni tra di loro. Il risultato è la misura dell'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto agli obiettivi di impatto positivo.

### METODOLOGIA

Abbiamo raccolto informazioni di carattere qualitativo e quantitativo, coinvolgendo tutte le **aree e funzioni chiave** dell'organizzazione - Fornitori, Organizzazione Interna, Stakeholder Locali, Partner e molti altri ancora - nel rispondere ad oltre 150 domande che considerano tutte le aree analizzate.

Il **modello di misura** si basa su oltre 20 anni di esperienza nell'**applicazione di framework internazionali e riconosciuti** tra questi:

> **IL B Impact Assessment**, strumento utilizzato da più di 240.000 aziende nel mondo per misurare i propri impatti.

> **Gli obiettivi di sviluppo sostenibile Sustainable Development Goal 2030** del Global Compact delle Nazioni Unite.

- > **I principi di sostenibilità del Framework For Strategic Sustainable Development** sviluppato dalla NGO The Natural Step a partire dal 1989.
- > **I bisogni umani fondamentali** catalogati dall'economista Manfred Max-Neef – Human Scale Development.
- > **La valutazione** secondo i parametri dei più autorevoli e diffusi standard di certificazione ambientale e sociale, prima tra questi la **ISO 20121, e best practice dell'industria**.

### MODELLO DI ANALISI

Il modello si basa sulla raccolta di **dati quali-quantitativi** adottando una metodologia allineata con il **Modello PROBE**<sup>1</sup>.

La struttura è caratterizzata da una serie di domande, costruite e organizzate secondo gli **assi del Profilo di Rigenrazione**.

A ciascuna domanda viene associato un punteggio, determinato correlando le risposte ottenute ad una serie di **scenari che descrivono pratiche, modelli e scelte operative** più o meno allineate al concetto di "approccio rigenerativo".

Il **punteggio minimo** indica che nello scenario attuale è stato riscontrato un ecosistema di pratiche non allineato ad un approccio rigenerativo, che si riferisce di solito ad un approccio "business as usual", oppure a situazioni in cui non si conosce la risposta alla data domanda.

Il **punteggio massimo** è invece associato a scenari che mettono in atto pratiche rigenerative. I **punteggi intermedi** si posizionano tra i due estremi, dove l'approccio evidenzia un inizio di consapevolezza e di scelte che considerano la sostenibilità, ma, allo stesso tempo, non si allinea ancora completamente ed intenzionalmente ad una visione rigenerativa.

Più nel dettaglio, il **modello valorizza tutte le pratiche mirate alla minimizzazione degli impatti negativi**, tramite la loro riduzione o eliminazione, qualora possibile, e alla **massimizzazione degli impatti positivi**, premiando quegli approcci orientati a costruire un'eredità positiva nel lungo termine.

La **somma dei punti** ottenuti per ciascuna area di impatto determina quindi un punteggio complessivo per l'asse di misura. Il punteggio viene espresso con una percentuale, che indica l'allineamento attuale delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto agli scenari di massimo impatto positivo di quell'asse.

Il Modello, con i suoi scenari di rigenerazione, è uno strumento di misura, ma **il suo massimo potenziale si esprime nell'applicazione e lettura dei risultati ottenuti per definire un percorso di miglioramento**. Chi lo usa acquista consapevolezza e può di conseguenza tendere intenzionalmente verso scelte e operazioni via via più rigenerative, che includano una platea sempre più ampia di stakeholder.

<sup>1</sup>Modello PROBE <https://probe-network.com/promoting-business-excellence/> Modello di misura articolato tramite un questionario in cui ogni domanda affronta un particolare aspetto della pratica organizzativa o della performance, e ne permette la valutazione rispetto all'allineamento a scenari descritti, in cui il punteggio massimo è associato alle migliori pratiche esistenti.

## IL PROFILO DI RIGENERA- ZIONE

### COME ABBIAMO RACCOLTO LE INFORMAZIONI

1 .

**Interviste** con persone chiave della **macchina organizzativa**, per considerare tutte le aree di analisi.

2 .

**Raccolta informazioni pubbliche e dati quantitativi** disponibili: durante e dopo gli eventi abbiamo raccolto dati di consumo, statistiche e numeriche. Abbiamo evidenziato ciò che quest'anno non era disponibile in ottica di evoluzione futura della qualità e quantità degli indicatori monitorati.

3 .

**Interviste** con alcune **persone chiave** delle **comunità locali ospitanti**: abbiamo condotto interviste, ascoltando sindaci, assessori ed altri rappresentanti pubblici delle comunità locali che hanno ospitato gli eventi, per raccogliere le loro storie e prospettive e supportare l'analisi degli impatti creati sul territorio.

4 .

**Sondaggi anonimi** per i **lavoratori coinvolti, i partecipanti e il pubblico**: i sondaggi ci hanno permesso di raccogliere il grado di soddisfazione, coinvolgimento e avvicinamento a tematiche sostenibilità ambientale ed inclusione di queste categorie fondamentali di stakeholder.

5 .

**Monitoraggio** durante gli **eventi tramite sopralluoghi e verifiche in loco**: i sopralluoghi ci hanno permesso di verificare alcune delle informazioni raccolte e di collezionare fotografie e input utili a consolidare i risultati del modello.



IL PROFILO  
DI RIGENERA-  
ZIONE



## COME LEGGERE L'ANALISI ED IL PROFILO

**In questo documento  
descriviamo la metodologia  
sistematica adottata e  
le aree di impatto di misurazione,  
per ciascuna delle quali  
indichiamo:**



### KEY NUMBERS

I numeri chiave relativi alle varie aree di impatto.



### STORIE DALL' ECOSISTEMA

Prospettive, storie, racconti e testimonianze degli attori dell'ECOSISTEMA che sono stati coinvolti nell'analisi.



### AZIONE RIGENERATIVA

Aspetti di massimo impatto positivo durante l'evento.



### SFIDE

Sfide chiave evidenziate dall'analisi, che molto spesso rappresentano le sfide del settore e definiscono il massimo potenziale dell'evento.



### QUALI SONO GLI IMPEGNI PER IL 2024?

Impegni concreti per la prossima edizione dell'evento.



### IN SINTESI

Sintesi dei punti di forza e delle direzioni di miglioramento dell'area di impatto.



GIRO  
D'ITALIA



# REGENE- RATIVE AMBITION

**"Qual è la ragione e lo scopo fondamentale per cui esiste il Giro d'Italia?"**

**Tutto parte da questa semplice domanda. Ma quel che rimane dopo è la vera risposta: che cosa resta di un grande evento ciclistico dopo che si è corsa l'ultima tappa ed è stata consegnata l'ultima maglia rosa? In poche parole, qual è la Legacy che il Giro d'Italia vuole lasciare nel tempo?**

Tutte queste domande vengono declinate nella "Regenerative Ambition" dell'evento, che è stata creata dal team che ha originato e dato vita al Giro d'Italia e che servirà come guida per le azioni future.



## Il Giro d'Italia siamo tutti noi.

**Tutti noi, con le emozioni del ciclismo, illuminiamo le comunità e i territori del nostro paese, per proteggerne la bellezza ed esaltarne le varietà, verso il futuro che scegliamo.**

Sulla base dell'ambizione rigenerativa, è stato scritto un Manifesto, come declinazione operativa in grado di indirizzare le azioni, le modalità e gli obiettivi futuri dell'evento.

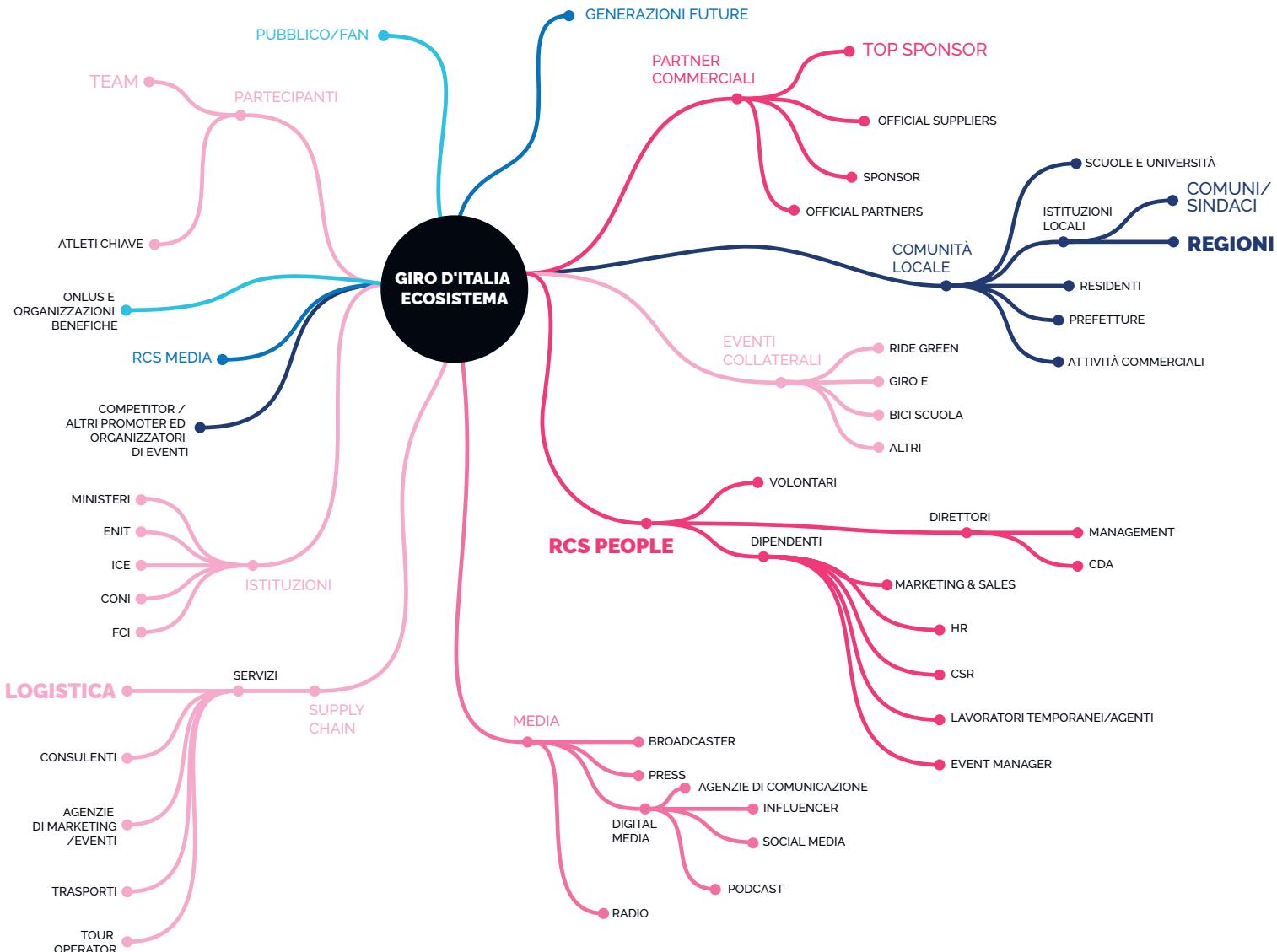


**Il Giro si impegna a celebrare e far emergere il pieno potenziale dei luoghi che attraversa,** tramite il rispetto, la valorizzazione e il racconto del territorio, la collaborazione con le comunità locali e l'esaltazione delle sue culture ed eccellenze.

**Il Giro d'Italia si impegna a diffondere i valori dello sport,** grazie al coinvolgimento delle istituzioni e alla passione delle persone, dando vita ad una festa, un evento godibile da tutti che lega diverse generazioni.

**Il Giro si impegna a fare della bicicletta il simbolo della transizione verso un futuro più sostenibile,** rispettando e valorizzando il legame tra natura e persone.

# ECOSY- STEM



Un "Ecosistema" è una rete complessa, un sistema interconnesso in cui coesistono diversi elementi, interdipendenti tra loro in cui ogni elemento è fondamentale.

Questo Report guarda al Giro d'Italia come a parte interdipendente di un ECOSISTEMA, di un insieme straordinariamente vasto e complesso senza il quale non esisterebbe.

**La Corsa Rosa è molto più di una competizione:** è l'incontro di persone, passioni ed energie che, insieme, danno vita ad un'esperienza indimenticabile. Atleti, tifosi, partner, media, istituzioni: ognuno è un tassello insostituibile di questo **ecosistema vivo e vibrante**, in cui lo sport diventa emozione condivisa.

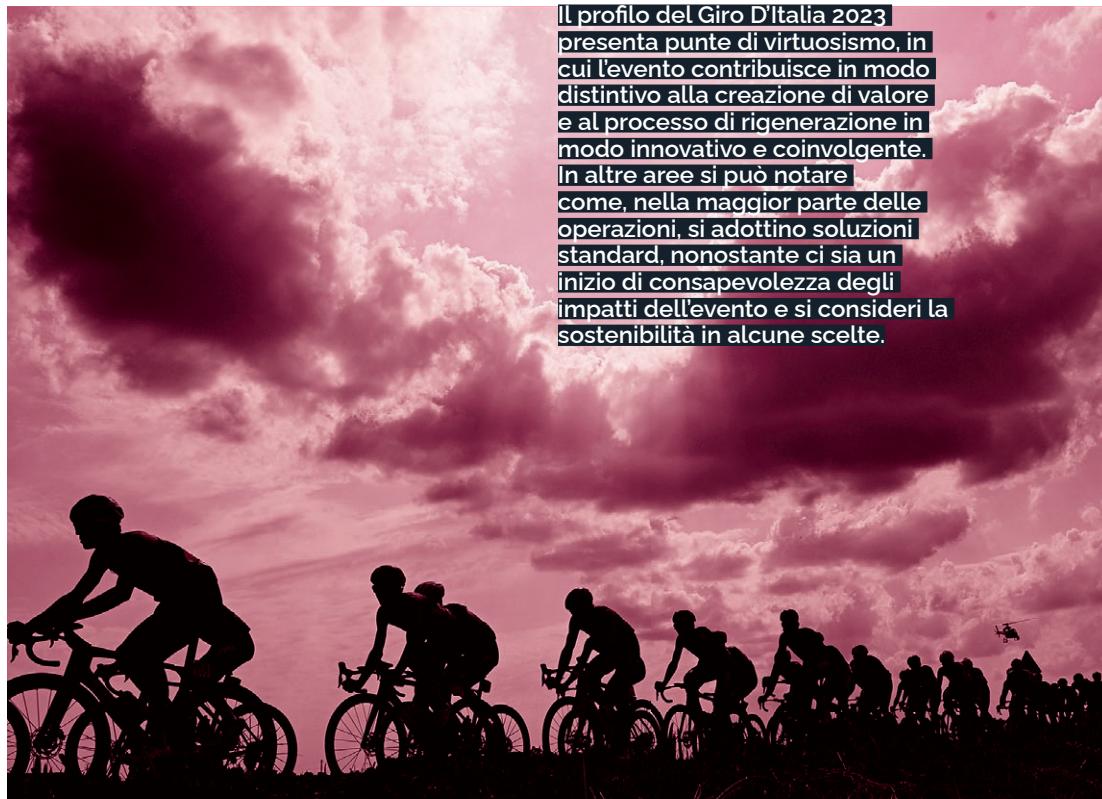
Nelle prossime pagine abbiamo iniziato a mappare e rappresentare gli elementi fondamentali del sistema di cui siamo parte, per **capiere quali siano i punti più delicati o fragili da curare e quei fattori moltiplicativi** che consentono di amplificare il risultato delle scelte che vengono fatte.

STAKEHOLDER ATTIVATI	AZIONI DI COINVOLGIMENTO
RCS SPORT & EVENTS E RCS SPORT S.P.A (ORGANIZZATORE GIRO D'ITALIA E MILANO MARATHON)	Collaborazione continua per la misurazione degli impatti e la condivisione di azioni strategiche di miglioramento
COMUNITÀ LOCALI	Dialoghi con gli stakeholder locali per raccogliere le loro prospettive e testimonianze
LAVORATORI E VOLONTARI	Sondaggio sul grado di coinvolgimento e sul benessere rispetto al lavoro
PUBBLICO E PARTECIPANTI	Sondaggio sul grado di coinvolgimento riguardo a tematiche di sostenibilità e su benessere e felicità che ha generato l'evento nel pubblico e nei partecipanti
FORNITORI E SPONSOR	Dialoghi per collezionare la loro testimonianza e di scambio di conoscenze e coordinamento delle buone pratiche
FORNITORI E SPONSOR CON PRESENZA DI STAND NEGLI EVENTI	Dialoghi e Sondaggi per collezionare la loro testimonianza, per lo scambio di conoscenze e coordinamento delle buone pratiche oltre che di coinvolgimento sull'approvvigionamento responsabile di materie prime e componenti a tutti gli stand
ISTITUZIONI	Dialoghi con le Istituzioni per raccogliere le loro prospettive e testimonianze

# IL PROFILO DI RIGENERA- ZIONE

## PROFILO DI RIGENERAZIONE & HIGHLIGHTS

**Il profilo del Giro D'Italia 2023 presenta punte di virtuosismo, in cui l'evento contribuisce in modo distintivo alla creazione di valore e al processo di rigenerazione in modo innovativo e coinvolgente. In altre aree si può notare come, nella maggior parte delle operazioni, si adottino soluzioni standard, nonostante ci sia un inizio di consapevolezza degli impatti dell'evento e si consideri la sostenibilità in alcune scelte.**



Saranno evidenziati a seguire i punti chiave del profilo (hotspot), mentre nei capitoli successivi verrà offerta un'analisi dettagliata di ciascun area di impatto.

In termini di **resilienza climatica**, sia nella logistica che per consumi e attrezzature, vi è un'attenzione particolare tramite il Giro E, che si pone come terreno di sperimentazione e innovazione. Il Giro D'Italia ha tuttavia davanti a sé un'importante sfida da affrontare, sia in termini di misurazione delle proprie emissioni, che di adozione intenzionale di pratiche per minimizzare i propri impatti, essendo la logistica del Giro il principale contributore alle emissioni di CO<sub>2</sub> (Scope 1 e 2).

Riguardo la **circolarità**, l'attenzione particolare alla gestione dei rifiuti è una pratica positiva distintiva. La scelta di materiali e prodotti e la minimizzazione alla fonte degli impatti di questi permetteranno nel futuro un'evoluzione verso un evento che fa della circolarità un elemento strategico della sua progettazione e gestione.

Gli impatti sul **capitale naturale** non sono ad oggi intenzionalmente considerati nella pianificazione dell'evento, ad esclusione degli obblighi richiesti dalla legge. Essendo il Giro un evento che attraversa molte aree naturali ed essendo la Natura uno stakeholder che sempre più dovrà essere centrale nella pianificazione di qualsiasi attività umana, una futura attenzione permetterà un importante miglioramento.

Il valore, soprattutto economico e sociale, che il Giro porta nelle località che attraversa, è contraddistinto da un impatto positivo molto alto nell'area **benessere, felicità e salute** nelle comunità locali. È infatti caratteristica intenzionale e identitaria del Giro quella di valorizzare le bellezze e peculiarità dell'Italia e creare impatti positivi nel breve e lungo periodo. L'attenzione al benessere potrà ulteriormente espandersi tramite un potenziamento

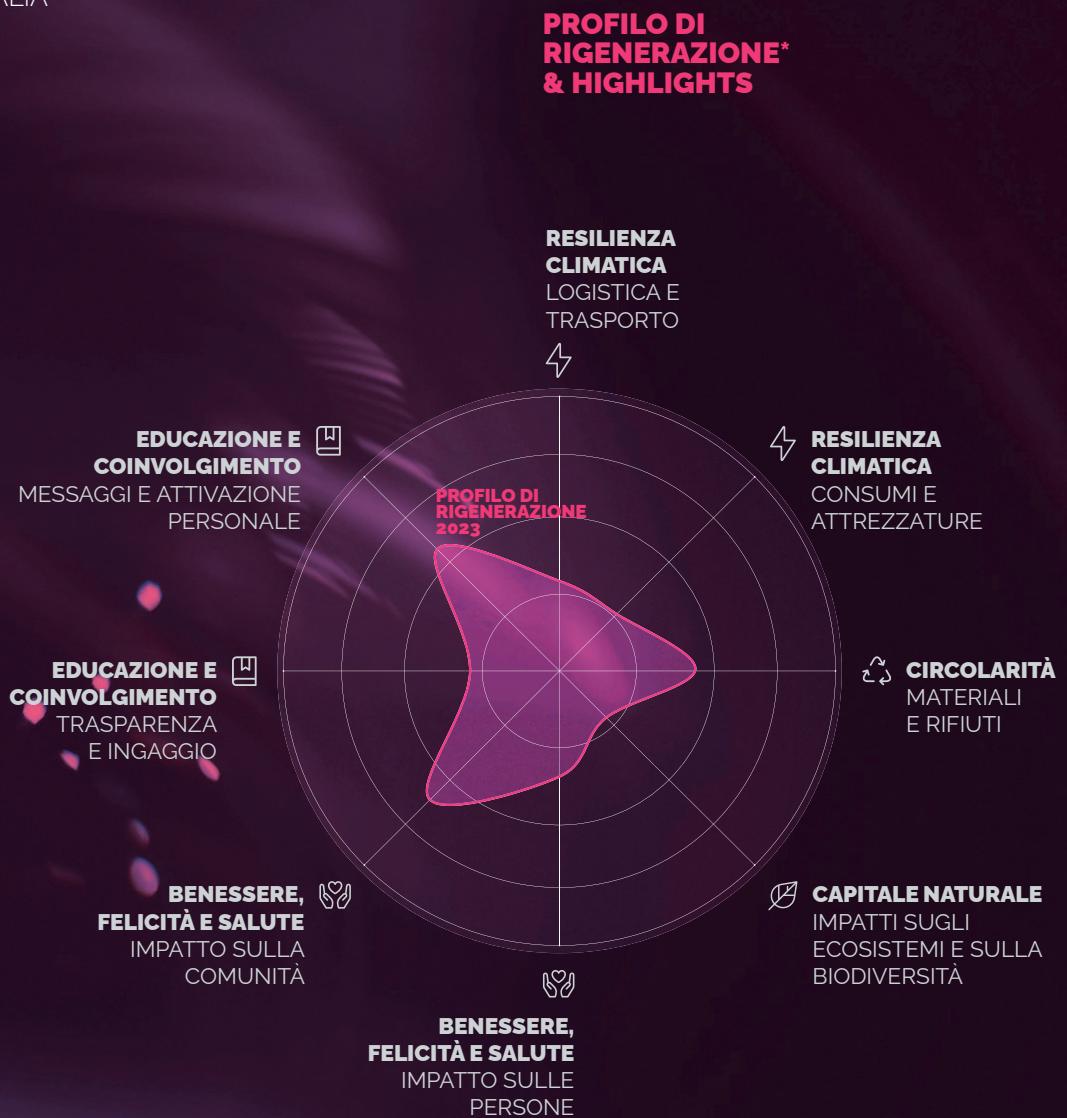
delle attività dedicate a tutto il personale impegnato nel fare del Giro l'evento iconico che tutti conosciamo.

L'ampio coinvolgimento soprattutto delle comunità locali e dei più giovani permette un impatto positivo spiccato nell'area **educazione e coinvolgimento** e, in particolare, nell'educazione e all'ingaggio di questi stakeholder, tramite numerosi eventi collaterali nelle località attraversate e BiciScuola. La trasparenza delle comunicazioni e l'ingaggio dell'intero ecosistema è uno degli aspetti più importanti che caratterizzano un potenziale di miglioramento e di moltiplicazione degli impatti positivi, di cui il lavoro riassunto in questo report è un ottimo inizio.

## PERIMETRO

Il profilo di Rigenerazione rappresenta graficamente il risultato dell'analisi degli impatti economici, sociali ed ambientali specifici del Giro d'Italia. I vari eventi collaterali all'ecosistema Giro d'Italia, come ad esempio il Giro E<sup>a</sup> e la Pedalate Rosa nelle comunità locali, sono stati considerati nel modello come elementi che contribuiscono all'impatto, in quanto parte dell'ecosistema e connessi in modo diretto al Giro D'Italia, o resi possibili da esso, ma non rientrano nel perimetro di analisi.

<sup>a</sup>Il Giro E, dal 2019, è un evento collaterale del Giro d'Italia che si svolge in contemporanea con l'obiettivo di far vivere a tutti gli amanti della bicicletta l'esperienza della Corsa Rosa, di cui ricalca il percorso.



\*PROFILO DI  
RIGENERAZIONE  
POWERED BY NATIVA



### RESILIENZA CLIMATICA

- Stima delle emissioni complessive emesse dai più di 800 mezzi coinvolti durante tutto il Giro d'Italia: 1.184.325 Kg di CO<sub>2</sub>e
- Sperimentazione, grazie al Giro E, di pratiche a minor impatto, come l'utilizzo 5 veicoli elettrici usati nel Giro E hanno permesso di risparmiare 2.321,52 kg di CO<sub>2</sub>
- +50% del packaging utilizzato per il catering è biobased, riciclato e con certificazione FSC
- Percorso da intraprendere rispetto all'adozione di veicoli a minor impatto di GHG



### BENESSERE, FELICITÀ E SALUTE

- 80% dei lavoratori si ritengono felici e soddisfatti sul lavoro.
- 2.923.250 euro incassati dalle 1.049 strutture ricettive per 32.902 i pernottamenti delle persone di RCS
- 97% dei tifosi si ritengono felici post-evento
- Impegno a sviluppare un piano di miglioramento in termini di accessibilità, abbattimento delle barriere architettoniche e sviluppo di nuovi servizi.



### CIRCOLARITÀ

- Monitoraggio e gestione dei rifiuti: 75.367 kg prodotti, di cui 83% sono stati separati ed inviati a riciclo
- 100% delle maglie simbolo del Giro con tessuti riciclati della linea NATIVE Sustainable Textiles
- Impegno ad espandere buone pratiche legate all'utilizzo di alternative sostenibili per materiale pubblicitario, gadget e relativo packaging



### EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Presenza di una ambizione rigenerativa che include impegni sociali e ambientali
- Condivisione trasparente delle metriche sociali ed ambientali monitorate durante l'evento
- Presenza di iniziative di coinvolgimento delle comunità locali
- Impegno ad amplificare il dialogo con i tutti gli attori chiave, a partire dagli sponsor e dai fornitori, per guidare l'evoluzione sostenibile
- Impegno a valutare e selezionare fornitori, sponsor e top partner in base a criteri di sostenibilità

# RESILIENZA CLIMATICA

## **L'asse resilienza climatica valuta la misura e la gestione delle emissioni di gas clima-alteranti.**



## KEY NUMBERS<sup>3</sup>

**Più di 800 mezzi**  
coinvolti durante tutto  
il Giro d'Italia tra auto,  
scooter, furgoni, camion,  
moto, scooter, elicotteri  
aerei.

**1.184.325 Kg di CO<sub>2</sub>**  
equivalente<sup>4</sup> totali  
emessi da tutti i trasporti  
utilizzati durante il Giro  
d'Italia, equivalenti  
all'assorbimento di CO<sub>2</sub>  
effettuato da **54.396 alberi**  
in un anno. Tali  
alberi, se affiancati,  
considerando uno  
spazio di 10m<sup>2</sup> per  
albero, riempirebbero  
una superficie di 54.4  
ettari, pari a **91 campi da  
calcio**<sup>5</sup>

**Il 7,5%** di tutte le emissioni dei trasporti è stato emesso da **3 elicotteri** (numero medio) utilizzati durante tutto il giro per le riprese e le esperienze VIP.

**Il 36,7%**  
di tutte le emissioni dei  
trasporti è stato emesso  
dai mezzi utilizzati dalle  
22 squadre partecipanti  
al Giro d'Italia.



**STORIE  
DALL'ECOSISTEMA**

**Il Giro E** è un **evento collaterale del Giro d'Italia** iniziato nel 2019. Replica il percorso della Corsa Rosa per far rivivere a tutti gli appassionati della bicicletta l'esperienza di percorrere il Giro d'Italia.

Ha l'obiettivo di **promuovere la mobilità sostenibile** e tutte le tematiche legate alla sostenibilità ambientale, **riducendo le emissioni** attraverso l'utilizzo di mezzi per l'organizzazione elettrici e ibridi e utilizzando energia rinnovabile nel villaggio di accoglienza.

Il Giro E tende a coinvolgere personaggi noti, inclusi influencer, ed è molto attivo sui social. Questi aspetti risultano dei mezzi molto efficaci per sensibilizzare il pubblico alla sostenibilità ambientale.

**Leonardo Ghiraldini, ex rugbista azzurro con 107 presenze in Nazionale, è uno dei suoi sostenitori.**

*"Il Giro-E è un modo meraviglioso di vivere la natura e lo sport assieme ai tuoi compagni di squadra. Il concetto di squadra è sempre stato un concetto chiave per me: in campo, nella vita, sul lavoro, e anche nei temi della sostenibilità che affrontiamo con NATIVA. Pedalare in un contesto come il Giro d'Italia sulle strade dei campioni, tra il pubblico, è davvero un regalo"<sup>6</sup>*

**Raffaele Ferrara, per tutti "Lello", ex ciclista professionista, è uno dei capitano del Giro E**

*"Al Giro-E ho trovato la mia dimensione. Da ciclista professionista (scarsa!) non ho mai potuto ammirare i paesaggi del nostro splendido paese. Ero perennemente bloccato a guardare la ruota del corridore che mi precedeva con la sella che diventava sempre più insidiosa...! Pedalare con una bici assistita in tutta tranquillità e supportato da una squadra di campioni mi ha permesso di godere del panorama, allenarmi in tranquillità e ammirare i tifosi lungo le strade. Un'esperienza che raccomando a tutti... Ps. Si arriva a cena allenati, affamati e soprattutto lucidi per riempirsi di cose buone!"*



<sup>3</sup>Le fonti e maggiori informazioni sui dati qui esposti si trovano nell'Annex. Nello stesso è possibile consultare altre metriche ed indicatori.

<sup>1</sup>Cosa è la CO<sub>2</sub> equivalente. Per maggiori informazioni: [https://olium.it/cosa-e-la-co2-equivalente/#text-La%20CO2%20equivalente%20\(CO2e\)%20%C3%A8%20una%20misura%20global%20warming%20potential%20\(GWP\).](https://olium.it/cosa-e-la-co2-equivalente/#text-La%20CO2%20equivalente%20(CO2e)%20%C3%A8%20una%20misura%20global%20warming%20potential%20(GWP).)

<sup>8</sup>Per maggiori informazioni: <https://www.eea.europa.eu/articles/forests-health-and-climate-change/key-facts/trees-help-tackle-climate-change>

8 Tappa 2 Chieti - San Salvo  
7 Fonte: intervista NATIVA



## AZIONE RIGENERATIVA

Il Giro E funge da **laboratorio di innovazione** per il Giro d'Italia, testando metodologie per ridurre gli impatti ambientali. È stato utilizzato un parco auto di 5 veicoli elettrici, risparmiando 2.321,51 kg di CO<sub>2</sub>, equivalente all'assorbimento di 128 alberi in un anno. Un **nuovo tessuto chiamato theBreath<sup>8</sup>** è stato **testato** per le comunicazioni pubblicitarie. Questo tessuto ha la capacità di **catturare e disaggregare le particelle inquinanti** contenute nell'aria che vi passano attraverso, reimmettendo in circolo aria più pulita e respirabile. **115,2 mq** di tessuto hanno **neutralizzato** durante tutto l'evento l'equivalente dell'inquinamento generato dal passaggio di più di 3.500 auto nel raggio di 150 metri dagli stessi.

Inoltre, sono stati **installati 16 pannelli solari** sopra gli stand espositivi del villaggio del Giro E, generando una potenza totale di 3,2 kWh di energia sui 20 kWh richiesti da tutto il villaggio, **in funzione per 6 ore giornaliere per 20 giorni di tappa**. Considerando che l'edizione del 2023 non è stata particolarmente fortunata dal punto di vista meteorologico, i pannelli sono riusciti a lavorare alla **massima intensità per 8 giorni, generando quindi il 16% dell'energia utilizzata** in queste giornate.

Tali sperimentazioni hanno mostrato dei **dati molto interessanti** rispetto alla **riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>**.



## SFIDE

La logistica del Giro è il principale contributore alle emissioni di CO<sub>2</sub> equivalente (Scope 1 e 2)<sup>9</sup>, e la sfida principale riguarda l'**evoluzione dei mezzi di trasporto utilizzati**. Sostituire tutti i veicoli, inclusi quelli dei fornitori e degli sponsor, sarebbe oneroso dal punto di vista economico, e le infrastrutture di ricarica per auto elettriche in Italia sono limitate.

Questa sfida è stata evidente nel Giro E, che ha dovuto **pianificare** gli spostamenti in base alle **stazioni di ricarica disponibili**, riscontrando **complessità** nonostante la sua flotta ridotta. Ci sono anche sfide tecnologiche legate alla presenza di **mezzi pesanti a basse emissioni di CO<sub>2</sub>**.

Un primo passo per affrontare queste sfide potrebbe essere la **transizione graduale** di alcuni veicoli, come dimostrato dal Giro E, seguendo un piano di ricarica ben studiato, in attesa anche che col tempo emergano nuove tecnologie.

Un altro punto è il **lavoro di squadra** che diventa **fondamentale**, con partner che possono contribuire a migliorare l'impatto.

Un esempio interessante è **La Vuelta**, che collabora con **Wenea<sup>10</sup>**, un'azienda spagnola leader nella ricarica elettrica. Wenea ha una vasta rete di stazioni di ricarica veloce in Spagna e offre soluzioni portatili per le aree rurali. La **flotta** di La Vuelta comprende veicoli elettrici e ibridi, in linea con gli **obiettivi di decarbonizzazione dell'evento**.



## QUALI SONO GLI IMPEGNI PER IL 2024?

Nel Giro sono presenti più di 100 stakeholder tra fornitori, sponsor, volontari, forze dell'ordine e istituzioni locali di cui fanno parte centinaia di persone. **Monitorare** gli spostamenti di tutti questi attori permetterebbe di misurare in maniera dettagliata le emissioni Scope 1 del Giro, la base per **misurare** **La carbon footprint di un evento** perché sotto il pieno controllo degli attori coinvolti. Come verrà mostrato successivamente, è stata effettuata una stima molto solida del monitoraggio delle emissioni derivanti dai trasporti, le quali crediamo essere le più impattanti tra lo Scope 1 e lo Scope 2. Questa stima non comprende la misurazione delle emissioni derivanti dai consumi di energia prodotta attraverso i generatori, poiché gli attori coinvolti non sono riusciti a monitorare tale dato. Inoltre, è stato molto complesso ricevere i dati richiesti da alcuni di loro. Per questo motivo, l'impegno nel breve termine sarà quello di **coinvolgere gli stakeholder** del Giro d'Italia affinché questi siano **sempre più consapevoli dell'ambizione rigenerativa** dell'evento e possano iniziare a **contribuire al suo raggiungimento**, monitorando e riportando in maniera puntuale i consumi derivanti dei propri spostamenti e dei propri consumi di energia.

<sup>8</sup> theBreath - Come funziona. Per maggiori info: <https://www.thebreath.it/breath/come-funziona/>

<sup>9</sup> Scope 1,2 and 3 emissions explained. Per maggiori info: <https://normative.io/insight/scope-1-2-3-emissions-explained/#:~:text=These%20scopes%20are%20determined%20by,emissions%20in%20the%20value%20chain>

<sup>10</sup> Wenea - Partner ufficiale di La Vuelta. Per maggiori info: <https://www.lavuelta.es/en/news/2022/wenea-official-provider-of-la-vuelta-22/30839>

**IN SINTESI****AREE DI FORZA**

Attraverso la collaborazione di RCS, di alcuni fornitori e di alcune squadre, è stato possibile effettuare una stima delle emissioni derivanti da tutti i trasporti effettuati durante tutto il Giro d'Italia 2023. Il dato ad oggi rappresenta una solida base di comparazione per gli anni a venire.

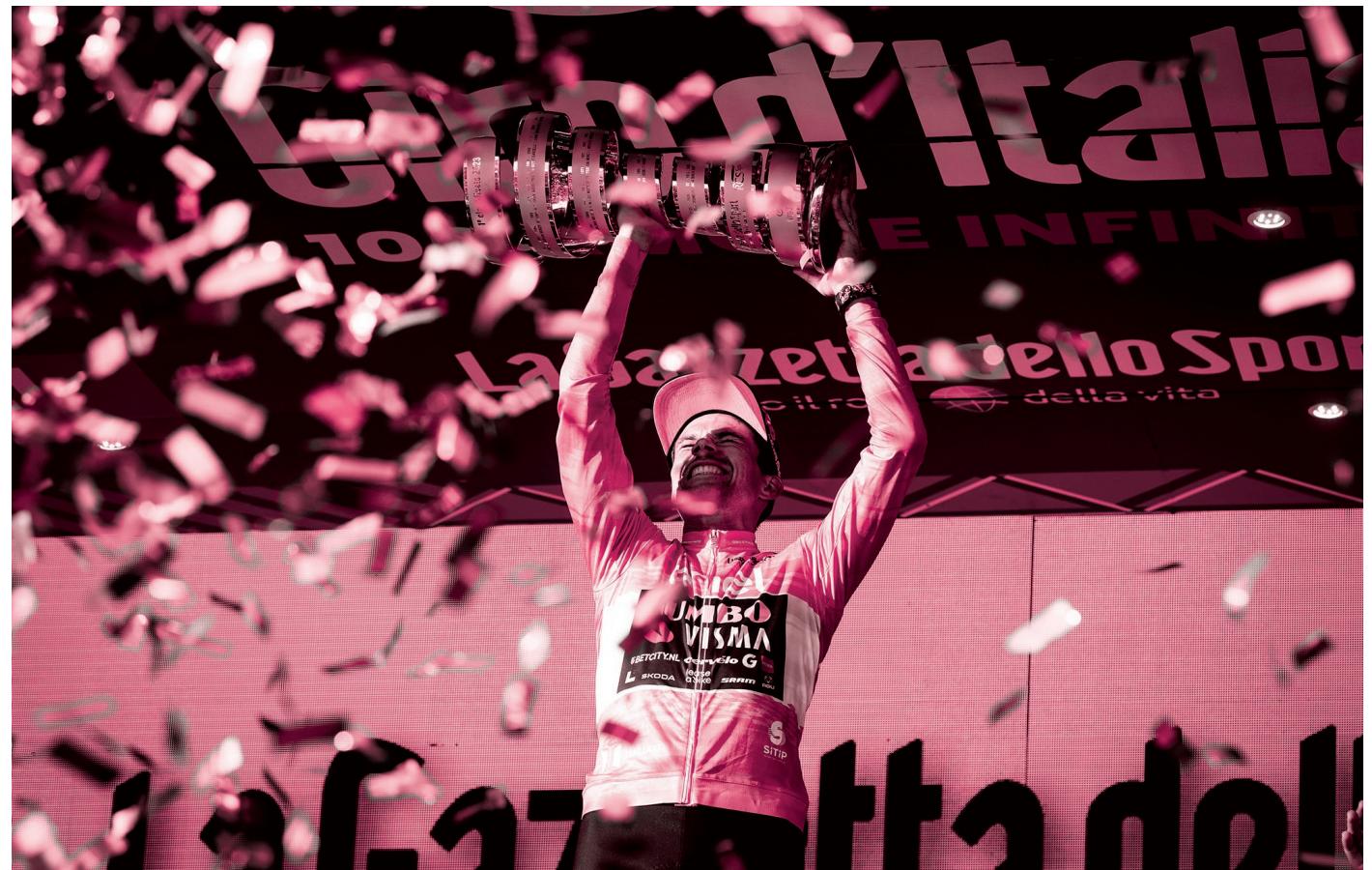


**Durante alcune tappe erano presenti degli stand che promuovevano buoni comportamenti in ottica di sostenibilità e di riduzione delle emissioni.**

Nello specifico, a Fossacesia Marina, lo stand della città di tappa promosso dal Ministero dell'Agricoltura, Sovranità alimentare e delle Foreste e dell'Assessorato Agricoltura e Pesca Regione Abruzzo dalla Regione Abruzzo ha sensibilizzato, attraverso spettacoli di marionette e filmati<sup>11</sup>, i più giovani all'adozione di buoni comportamenti per la salvaguardia del mare attraverso spettacoli di marionette e filmati<sup>12</sup>. Lo sponsor Viessmann, durante tutte le tappe, ha messo a disposizione un'area nella quale veniva incentivato l'utilizzo della bicicletta come alternativa di mobilità sostenibile.



**Il Giro E è servito come un mezzo di comunicazione efficace per la promozione di pratiche** con un ridotto impatto ambientale e la condivisione di concetti inerenti alla sostenibilità.

**DIREZIONI DI  
MIGLIORAMENTO**

- Ottimizzazione ed efficientamento del numero di mezzi coinvolti durante tutto il Giro effettuando una valutazione iniziale sulla necessità di ogni mezzo impiegato (limitare all'essenziale l'utilizzo degli elicotteri dell'organizzazione dato che in media, considerando 1 ora di tragitto, emettono circa 30 volte di più di un'automobile media a benzina).

- Iniziare una transizione che negli anni porterà alla conversione dell'intera flotta di mezzi dell'organizzazione verso un trasporto a basso impatto (che non utilizza fonti fossili).

- Coinvolgere tutti i fornitori, le squadre e gli sponsor nel monitoraggio dei loro spostamenti e consumi di energia, formandoli rispetto alle conseguenze delle loro decisioni a livello di sostenibilità ambientale.

<sup>11</sup> L'iniziativa del Ministero dell'Agricoltura, Sovranità alimentare e delle Foreste e dell'Assessorato Agricoltura e Pesca Regione Abruzzo dalla regione Abruzzo per la prima tappa del Giro d'Italia Per maggiori info: <https://www.giornaledimontesilvano.com/30672-parte-il-giro-d-italia-dalla costa-dei-trabocchi-ecco-le-iniziative-del-ministero-d-agricoltura>

<sup>12</sup> L'iniziativa del Ministero dell'Agricoltura, Sovranità alimentare e delle Foreste e dell'Assessorato Agricoltura e Pesca Regione Abruzzo dalla regione Abruzzo per la prima tappa del Giro d'Italia Per maggiori info: <https://www.giornaledimontesilvano.com/30672-parte-il-giro-d-italia-dalla costa-dei-trabocchi-ecco-le-iniziative-del-ministero-d-agricoltura>

## CIRCOLARITÀ

**L'asse circolarità misura l'adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti, etc), sia nelle fasi di progettazione che di svolgimento dell'evento.**



## 6<sup>...</sup> STORIE DALL'ECOSISTEMA

RCS Sport e Cooperativa E.R.I.C.A.<sup>14</sup> collaborano nel contesto del progetto Ride Green dal 2016, con l'obiettivo comune di minimizzare l'impatto del Giro sulle località che coinvolge, attraverso una corretta raccolta, differenziazione e gestione dei rifiuti prodotti durante l'evento, anche grazie all'ausilio di volontari e delle ditte locali. In questo modo, la maggior parte dei rifiuti prodotti durante l'evento viene gestita in maniera virtuosa, valorizzando quanto più possibile il riuso ed il riciclo, e smaltendo correttamente solo quella parte che non può essere trattata diversamente.

### Luigi Bosio, Presidente E.R.I.C.A. soc. coop

*"Sicuramente il progetto Ride Green raggiunge un risultato (83,47% raccolta differenziata) notevole ma se pensiamo alla quantità di rifiuto prodotto in Italia è una goccia nel mare, ma sicuramente la forza di questo progetto risiede nel cambiamento socio-culturale che genera in tutti gli spettatori che lo seguono che finalmente possono e devono differenziare i rifiuti anche presso i grandi eventi fuori dalla loro abitazione, Il Giro d'Italia è il primo grande evento che ha attivato questo tipo di approccio sostenibile"*



### KEY NUMBERS

75.366,9 kg  
di rifiuti prodotti  
di cui 83%  
sono stati separati  
ed inviati a riciclo<sup>13</sup>



### AZIONE RIGENERATIVA

Sin dal 2014, Sitip<sup>15</sup> è Official Supplier del Giro d'Italia contribuendo a promuovere l'utilizzo di materiali circolari, grazie alla fornitura delle maglie del Giro prodotte con filati della linea NATIVE Sustainable Textiles, tessuti riciclati e prodotti con sostanze chimiche a basso impatto ambientale (certificati bluesign®<sup>16</sup>, OEKO-TEX®<sup>17</sup> e GRS<sup>18</sup>), dimostrando che le esigenze di performance tecniche e design possono essere garantite con prodotti a ridotto impatto ambientale.

13 Per maggiori info: <https://www.giroditalia.it/ride-green/Progetto Ride Green con E.R.I.C.A.>

14 Per maggiori info: [cooperativa.it](http://cooperativa.it) E.R.I.C.A.

15 Sitip: azienda italiana con oltre 60 anni di esperienza alle spalle, specializzata nella produzione di tessuti indemagliaibili sintetici ed elasticizzati, tessuti circolari e tessuti piani sintetici, destinati al mondo tecnico industriale e dell'abbigliamento.

16 bluesign® è un sistema di certificazione che fornisce soluzioni ambientali per industrie della moda e marchi.

17 OEKO-TEX® standard è un sistema di controllo e certificazione indipendente e uniforme a livello internazionale per le materie prime, i semilavorati e i prodotti finiti del settore tessile ad ogni livello di lavorazione, oltre che per i materiali accessori utilizzati.

18 Global Recycled Standard (GRS) Global Recycle Standard è il più importante standard internazionale volontario per i tessuti riciclati ed è promosso dalla nonprofit Textile Exchange.

Il Giro d'Italia è un grande ecosistema che coinvolge decine tra sponsor e fornitori, il cui ingaggio è fondamentale per massimizzare l'impatto positivo dell'evento. Il loro impegno e coinvolgimento diretto, insieme alla condivisione e adozione di buone pratiche legate all'utilizzo di alternative sostenibili per materiale pubblicitario, gadget e relativo packaging saranno due sfide importanti in ottica di coevoluzione e design circolare dell'evento. Con questa prospettiva, il Giro E è già stato un ottimo laboratorio, collaborando con gli sponsor Enel X Way, Continental e Toyota in modo da distribuire gadget realizzati con materiali di origine naturale o riciclata. Inoltre, il Giro E ha testato alcune soluzioni interessanti in ottica di circolarità, quali l'utilizzo di pavimentazione in PFU (Pneumatico Fuori Uso) per gli stand espositivi, la realizzazione del proprio roadbook con carta riciclata, e lacci da collo per le medaglie in PET 100% riciclato (rPET), dimostrandosi terreno fertile di sperimentazione e innovazione.

## QUALI SONO GLI IMPEGNI PER IL 2024?

Includere **principi di design circolare** nella strategia dell'evento richiede un intervento diretto fin dai primi momenti di pianificazione del Giro d'Italia. La creazione e condivisione di linee guida pratiche che aiutino tutti gli stakeholder, in particolare sponsor e fornitori, nella scelta di alternative più sostenibili per la produzione di materiale brandizzato, gadget e packaging e il loro monitoraggio rappresentano un punto di partenza per aumentare la consapevolezza all'interno dell'ecosistema Giro d'Italia e ridurne l'impatto fin dalle prime fasi di progettazione. In quest'ottica sarà importante porre l'attenzione sia sulla **provenienza dei materiali**, privilegiando l'origine riciclata e/o rinnovabile, sia sul design seguendo principi di monomaterialità, durabilità, modularità, utilità e riciclabilità a fine vita. Inoltre, dare una seconda vita ai materiali attualmente smaltiti come indifferenziato, come ad esempio il TNT (Tessuto Non Tessuto) utilizzato per gli striscioni pubblicitari, o trovarne un'alternativa intrinsecamente più duratura o più semplice da riciclare, sarà importante per evolvere verso una gestione completamente circolare dell'evento. In questa direzione, il Giro d'Italia ha attivato negli anni alcuni **progetti di upcycle**, dai quali si potrebbe trarre ispirazione per farli diventare sistematici.

## IN SINTESI AREE DI FORZA



- Monitoraggio e corretta gestione dei **rifiuti** grazie alla collaborazione con la cooperativa E.R.I.C.A.

- Presenza di zone dedicate al lancio di **borraccce e rifiuti** da parte degli atleti con staff di RCS Sport adibito alla loro raccolta (Green Zone)

- Maglie del Giro fornite da Sitip realizzate con **tessuti tecnici riciclati e prodotti con sostanze chimiche a basso impatto ambientale** della linea NATIVE Sustainable Textiles, certificati bluesign®, OEKO-TEX® e GRS

## DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Creazione e condivisione di linee guida per **sponsor e fornitori** su alternative sostenibili per materiale brandizzato, gadgets e packaging monouso e relativo monitoraggio
- Gestione circolare del materiale pubblicitario utilizzato durante l'evento, ad esempio il Tessuto Non Tessuto utilizzato per gli striscioni pubblicitari, anche attraverso l'attivazione di progetti di upcycle con partner esterni

# CAPITALE NATURALE

**L'asse capitale naturale misura gli impatti sugli ecosistemi e la biodiversità**



## KEY NUMBERS

**2641 alberi piantati**  
nel progetto internazionale di riforestazione grazie alla campagna ViMove for Climate promossa da Viessmann.

**260 alberi piantati**  
grazie alla collaborazione con Treedom nel contesto del Giro-E

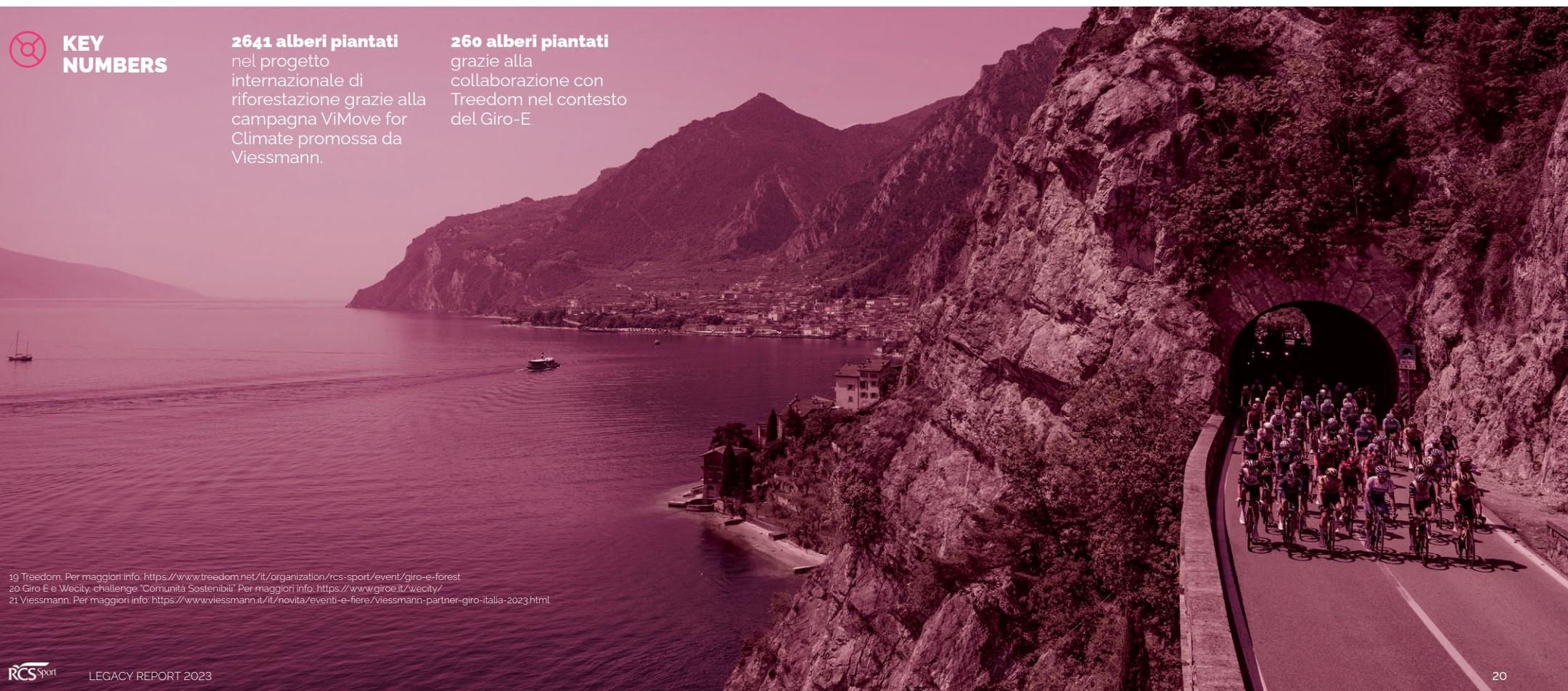
## STORIE DELL'ECOSISTEMA

Il Giro d'Italia ha deciso di **finanziare progetti agroforestali**, grazie al coinvolgimento di partner attivi nel settore.

Grazie alla collaborazione del Giro-E con **Treedom**<sup>19</sup> la foresta di RCS Sport è stata estesa con **200 alberi piantati** in Camerun, Colombia, Ecuador, Kenya, Madagascar e Tanzania, **stimando l'assorbimento di 45.5 t di CO<sub>2</sub>**. Inoltre, grazie alla sinergia con **WeCity**<sup>20</sup> e la sua sfida "Comunità Sostenibili", che ha coinvolto gli abitanti delle città di tappa **promuovendo l'utilizzo della bicicletta** per spostamenti quotidiani, sono stati **piantati ulteriori 60 alberi per un totale di 260 alberi**.

In più, per il secondo anno consecutivo, la partnership tra il Giro d'Italia e **Viessmann**<sup>21</sup> ha permesso di contribuire ad un importante progetto internazionale di **riforestazione**, grazie all'area dedicata all'iniziativa **ViMove for Climate** nei villaggi di partenza. Qui, pedalando, tutti possono sentirsi protagonisti del Giro: più ci si allena, più alberi verranno piantati.

Grazie a **ViMove for Climate**, con un totale di 10.061 km percorsi, sono stati piantati **2641 alberi** nelle foreste di Uganda, Regno Unito, Kenya, Cina, Russia e Germania.



<sup>19</sup> Treedom. Per maggiori info: <https://www.treedom.net/it/organization/rcc-sport/event/giro-e-forest>

<sup>20</sup> Giro E e WeCity, challenge 'Comunità Sostenibili'. Per maggiori info: <https://www.giroe.it/wecity/>

<sup>21</sup> Viessmann. Per maggiori info: <https://www.viessmann.it/it/novita/eventi-e-fiere/viessmann-partner-giro-italia-2023.html>


**SFIDE**

Il Giro, impegnato nel far emergere il pieno potenziale dei luoghi che attraversa e nel valorizzare le eccellenze del nostro paese, ha la grande sfida di essere un capofila non solo della valorizzazione degli ecosistemi antropizzati, ma anche del monitoraggio e della gestione dei potenziali impatti sugli ecosistemi naturali che attraversa. Questo può essere fatto integrando questi aspetti nel processo decisionale di selezione del suo percorso, nella valutazione delle possibili conseguenze, mitigazione degli eventuali impatti negativi e sensibilizzazione del pubblico. Considerando la lunghezza del Giro (3489,2 km nel 2023) e la varietà dei territori del nostro paese che attraversa, l'impostazione di un approccio di analisi sistematico e completo è estremamente ambiziosa.

Una strategia interessante è stata adottata dal Tour de France, che in collaborazione con Biotope sottopone ad analisi i siti che il percorso coinvolge anno per anno.<sup>22</sup> Questo è solo uno dei possibili spunti che andranno considerati per identificare soluzioni innovative adatte al Giro D'Italia.

<sup>22</sup> Tour de France: <https://www.letour.fr>

<sup>23</sup> Rete Natura 2000: <https://www.mase.gov.it/pagina/rete-natura-2000>

## QUALI SONO GLI IMPEGNI PER IL 2024?

Il Giro d'Italia ci permette di godere delle **immense bellezze del nostro Paese**, percorrendo strade appartenenti ad aree antropizzate come le città, ma anche zone di interesse naturalistico come il Gran Sasso, Monte Lussari o Monte Bondone, la cui salvaguardia durante la gara è di fondamentale importanza. In quest'ottica, l'impostazione di una metodologia di analisi preliminare dei luoghi ospitanti il Giro da affiancare alle fasi di pianificazione per **verificare la presenza di aree sensibili dal punto di vista naturalistico**, come l'appartenenza alla rete Natura 2000, permetterebbe di **valutare il potenziale impatto del Giro sui territori coinvolti**, con conseguente svolgimento di Valutazione di Incidenza Ambientale (VIncA) quando ritenuto necessario ed eventuale definizione di misure di mitigazione. La rete Natura 2000<sup>23</sup> è infatti il principale strumento della politica dell'Unione Europea per la conservazione della biodiversità, le cui aree non sono riserve rigidamente protette dove le attività umane sono escluse. La rete Natura 2000 è stata infatti istituita ai sensi della Direttiva 92/43/CEE "Habitat" per garantire il mantenimento a lungo termine degli habitat naturali e delle specie di flora e fauna minacciati o rari a livello comunitario tenendo anche "conto delle esigenze economiche, sociali e culturali, nonché delle particolarità regionali e locali" (Art. 2), ed è costituita dai Siti di Interesse Comunitario (SIC), identificati dagli Stati Membri secondo quanto stabilito dalla Direttiva Habitat, che vengono successivamente designati quali Zone Speciali di Conservazione (ZSC), e comprende anche le Zone di Protezione Speciale (ZPS) istituite ai sensi della Direttiva 2009/147/CE "Uccelli" concernente la conservazione degli uccelli selvatici.

A questo proposito, iniziare un **dialogo con enti di protezione ambientale** e/o le **istituzioni delle comunità ospitanti**, sfruttando la collaborazione già ottima con le stesse, è un punto di partenza per questo tipo di considerazioni e per l'impostazione di una metodologia di analisi adeguata.

**IN SINTESI  
AREE DI FORZA**


- **Partnership con Viessmann** con progetto internazionale di riforestazione

- **Collaborazione con Treedom** per ampliamento della foresta di RCS Sport

**DIREZIONI DI  
MIGLIORAMENTO**

- **Svolgimento di analisi preliminari dei siti** per verificare la presenza di aree sensibili dal punto di vista naturalistico (es. appartenenza alla rete Natura 2000) ed eventuale svolgimento di Valutazione di Incidenza Ambientale (VIncA) se ritenuto necessario
- **Implementazione di un sistema di misurazione degli impatti** rilevanti dell'evento sul capitale naturale (es. consumo di acqua, inquinamento acustico, qualità dell'aria)
- **Valutazione di passaggio** da aree degradate, inquinate, o impattate da eventi climatici estremi, in un'ottica di supporto alla riqualificazione del territorio e alle comunità locali.

# BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

**L'asse Benessere, felicità e salute considera la generazione di benessere per tutte le persone coinvolte, in particolare i partecipanti, i lavoratori e le comunità locali**



## KEY NUMBERS

**2.923.250 euro incassati dagli hotel**  
delle città di tappa per i pernottamenti delle persone di RCS

**32.902 pernottamenti**  
delle persone di RCS  
1.049 strutture ricettive coinvolte dai comitati organizzatori (staff, teams, giornalisti, fornitori)

**80% dei lavoratori e volontari** si ritengono felici e soddisfatti sul lavoro  
**97% dei tifosi** si ritengono felici post-evento

**14 Regioni italiane** attraversate dal Giro

**37 Città di tappa**  
di partenza o arrivo



## STORIE DELL'ECOSISTEMA

*"L'amore e la promozione del territorio del Giro D'Italia sono unici, non c'è nulla così. È ormai parte dell'identità di Camaiore. La sfida è di accorciare sempre di più la distanza tra l'evento, chi lo organizza e le persone della comunità locale, affinché il Giro sia sempre di più per la gente qualcosa non solo di passeggero, ma che rimane".<sup>24</sup>*

**Francesco Santini, Segretario del Sindaco di Camaiore**

*"Non c'è solo la straordinaria potenzialità sportiva del Giro d'Italia, ma la capacità di sviluppare la promozione turistica della città di Teramo, che sta rinascendo dopo le calamità naturali e la pandemia".<sup>25</sup>*

**Gianguido D'Alberto,  
Sindaco di Teramo**

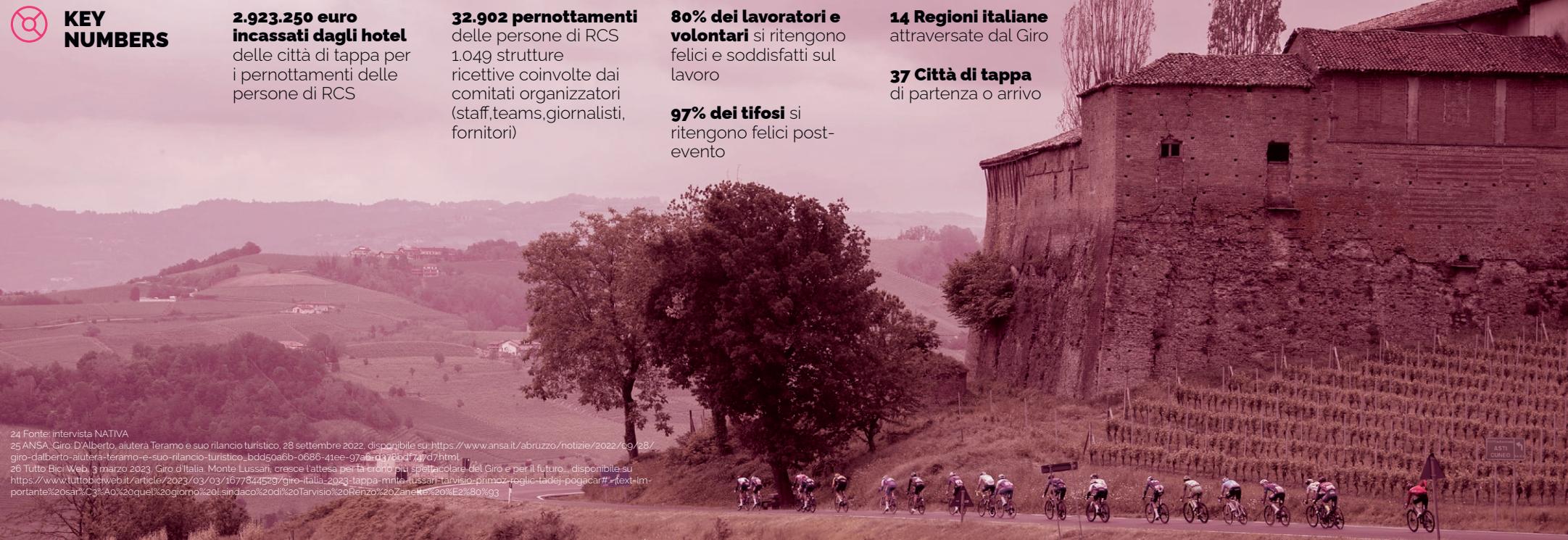
Il passaggio del Giro d'Italia è una festa sentita da tutte le generazioni: basterebbe transitare per le strade di Vasto o vedere i bambini che acclamano i primi ciclisti arrivare al castello di Rivoli, per capire che non si tratta soltanto di una gara di biciclette.

Durante il periodo del Giro d'Italia, tanto i piccoli centri urbani quanto le grandi città si trasformano in un tripudio di entusiasmo e passione ciclistica, con gli abitanti locali, le vetrine dei negozi e i fiori per strada colorati di rosa. Nonostante lo sfrecciare veloce dei corridori nelle varie località italiane l'impatto del Giro non è limitato a quel momento, ma rimane e cresce nel tempo. Non si tratta soltanto di un ritorno economico immediato, dovuto all'aumento di turisti e appassionati durante il giorno del passaggio della tappa, ma anche, e soprattutto, di visibilità e valorizzazione del territorio che permane nel tempo.

Basti pensare alla tappa sul Monte Lussari in Friuli Venezia Giulia che diventando una salita di culto per i ciclisti, dopo l'incredibile vittoria di Primoz Roglic, ha lasciato un'eredità duratura nell'immaginario collettivo.

*"Perché quel giorno dal Friuli si aprirà una finestra sul mondo. E noi dobbiamo esportare il meglio".<sup>26</sup>*

**Sergio Emidio Bini, Assessore regionale Friuli Venezia Giulia alle attività produttive e turismo.**



<sup>24</sup> Fonte: intervista NATIVA

<sup>25</sup> ANSA, Giro D'Alberto, aiuterà Teramo e suo rilancio turistico, 28 settembre 2022, disponibile su [https://www.ansa.it/abruzzo/notizie/2022/09/28/giro-dalberto-aiuterà-teramo-e-suo-rilancio-turistico\\_1bd50a6b-0686-41ee-97ab-a37bbdf747d7.html](https://www.ansa.it/abruzzo/notizie/2022/09/28/giro-dalberto-aiuterà-teramo-e-suo-rilancio-turistico_1bd50a6b-0686-41ee-97ab-a37bbdf747d7.html).

<sup>26</sup> Tutto Bici Web, 3 marzo 2023, Giro d'Italia, Monte Lussari, cresce l'attesa per la cronaca più spettacolare del Giro e per il futuro, disponibile su <https://www.tuttabiceweb.it/article/2023/03/03/1677847529/giro-italia-2023-tappa-monte-lussari-tanvisio-primoz-roglic-tadej-pogacar/>, text-importante%20sar%C3%A0%20quel%20giorno%20l sindaco%20di%20tanvisio%20Renzo%20Zanette,%20E2%80%93



## AZIONE RIGENERATIVA

L'impatto più significativo del passaggio della Corsa Rosa è proprio sulle comunità locali e avviene sotto molteplici aspetti:

Promozione turistica: il Giro d'Italia offre una vetrina unica per promuovere il territorio attraversato dalla corsa in Italia e all'estero. Questo comporta un aumento del flusso turistico nella zona nel medio-lungo periodo, con benefici per hotel, ristoranti, negozi e altre attività commerciali.

Economia locale: durante l'evento, le comunità locali beneficiano del maggiore afflusso di turisti e spettatori, generando introiti aggiuntivi per i commercianti e i fornitori locali.

Coinvolgimento sociale: il Giro d'Italia coinvolge attivamente le comunità locali attraverso eventi collaterali, promuovendo uno spirito di comunità e un senso di appartenenza tra i residenti.

Investimenti nella comunità: grazie al passaggio della Corsa Rosa, le amministrazioni locali si impegnano a rinnovare le infrastrutture stradali, garantendo una viabilità ottimale per i ciclisti e, successivamente al passaggio del Giro, per i residenti. Ad esempio, il Comune di Napoli ha investito 4.845.000<sup>27</sup> euro per il rifacimento del manto stradale in occasione del passaggio della tappa in città.

Salute e benessere: l'evento promuove uno stile di vita attivo e la passione per il ciclismo, incoraggiando l'utilizzo della bicicletta da parte dei residenti locali.

Promozione del territorio: il Giro d'Italia attraversa panorami naturali e siti storici spettacolari, mettendo in evidenza la bellezza e la diversità del territorio italiano.



## SFIDE

Le grandi gare ciclistiche di tutto il mondo si svolgono su più giornate e in diverse tappe: cosa succederebbe in termini di impatto se il Giro d'Italia si impegnasse a scegliere le tappe in base alle possibilità di sviluppo e valorizzazione dei territori, in ottica di rigenerazione? E se, grazie alla collaborazione di tutti gli attori che compongono una manifestazione di questa portata, il Giro riuscisse a rendere questo nuovo modo di selezione delle tappe uno standard per le gare ciclistiche? Quale impatto ci sarebbe nel mondo dello sport e dei grandi eventi in generale?

<sup>27</sup> Dato fornito dal Comune di Napoli (Antonio Caiazzo, Coordinatore del comune di Napoli ai grandi eventi) in collaborazione con il dott. Giovanni Di Trapani, anche sulla base di studi precedentemente riportati in "Mega eventi e creazione di valore per il territorio: un'analisi delle Esposizioni Universali e Internazionali", M. I. Simeon, G. Di Trapani, Sinergie (Verona), 2011, 34, 179-202.



## QUALI SONO GLI IMPEGNI PER IL 2024?

Rendere **accessibile e godibile il Giro d'Italia anche alle persone con disabilità**, sviluppando un piano di miglioramento in termini di accessibilità, abbattimento delle barriere architettoniche e sviluppo di nuovi servizi.

Porre **attenzione al benessere delle persone che lavorano al Giro d'Italia pre e post evento**, in modo da espandere il loro pieno potenziale e costruire dei percorsi di crescita che ruotino intorno alle loro potenzialità.



## IN SINTESI

### AREE DI FORZA



- Risultati positivi** del questionario inviato ai lavoratori

- Impatti socio/economici diretti ed indiretti** nel medio e lungo periodo grazie al passaggio del Giro d'Italia nelle comunità locali

- Alto grado di partecipazione e soddisfazione** dei residenti locali e degli spettatori

## DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Offrire formazione e percorsi di crescita** chiari e definiti per i lavoratori, con processo formale e strutturato; (organizzatore e lavoratori)
- Investire direttamente sulle comunità** in cui passa il Giro, attraverso donazioni e progetti locali; (organizzatore, sponsor, municipalità)
- Offrire servizi e strutture accessibili e inclusive** anche per persone con disabilità; (organizzatore e municipalità)
- Definire delle zone** in cui è vietato il fumo e fornire raccoglitori per mozziconi di sigarette dove è consentito; (organizzatore, municipalità)
- Promuovere comportamenti inclusivi.** (organizzatore, sponsor e municipalità)

# EDUCAZIONE & COINVOLGIMENTO

**L'asse Educazione e coinvolgimento misura la promozione di comportamenti sostenibili, la sensibilizzazione e l'attivazione dell'impegno individuale.**



## STORIE DALL'ECOSISTEMA

*"La Carta Giovani Cycling Cup è il modo migliore per arricchire l'attesa della Città Eterna per il gran finale del Giro, e per offrire un'occasione di divertimento e promozione in più al movimento ciclistico laziale di base. [...] Roma sta tornando al centro del ciclismo ed essere parte di questo processo è motivo d'orgoglio."<sup>28</sup>*

**Claudio Terenzi, Team Manager Terenzi Sport Eventi**

Grazie al coinvolgimento del Comune di Roma e della Federazione Ciclistica Italiana è stato possibile organizzare, con Terenzi Sport Eventi e con il Comitato regionale Lazio della Federciclismo, la Carta Giovani Cycling Cup: una corsa singola e a squadre, che ha permesso a bambini e ragazzi di tagliare il traguardo il giorno dell'ultima tappa a Roma, lo stesso traguardo che poche ore dopo

avrebbe coronato il vincitore del Giro d'Italia. Sempre a Roma, in occasione del Grande Arrivo, più di 3000 persone tra famiglie, bambini e appassionati di ciclismo di ogni età hanno partecipato alla Pedalata Rosa. Un evento grazie al quale hanno potuto attraversare il centro storico in bicicletta sullo stesso percorso dei professionisti e completamento libero da autovetture...una prospettiva inedita della città!

Nonostante si tratti di eventi differenti, l'obiettivo comune è quello di mettere al centro il valore dello sport come forza motrice di cambiamenti positivi radicali nelle abitudini e nei comportamenti delle persone che ne hanno preso parte.

Prima ancora di parlare di cambiamenti positivi, c'è qualcosa che si può già fare, agendo direttamente a livello educativo. Per questo il Giro d'Italia ha voluto coinvolgere i più piccoli nel progetto di edutainment Biciscuola. Quali sono i messaggi che Biciscuola vuole passare ai giovani studenti

delle scuole primarie? I valori del ciclismo, della mobilità green, l'importanza di una sana e corretta alimentazione, l'educazione stradale (anche grazie al contributo della Polizia Stradale, presente a tutti gli eventi con il pullman azzurro) e il fairplay nello sport.

*"Oggi non è facile trattare determinati argomenti, a casa e a scuola, ma sono molto felice che il Giro d'Italia ci abbia dato occasione di affrontare anche queste tematiche, perché sono sicura che il messaggio sia arrivato."<sup>29</sup>*

**Katia Marafiotti, Assessore all'Istruzione di Borgofranco d'Ivrea**



**21 Città di partenza** coinvolte in giochi, sfide, animazione, attività di education che hanno permesso di sensibilizzare la popolazione locale, i visitatori ed i telespettatori sulle tematiche della sostenibilità

**75 ore** stime di attività e iniziative durante il Green Fun Village

**54% tasso di risposta** al sondaggio per i lavoratori e collaboratori del Giro d'Italia

**22 squadre** ciclistiche

**3 Regioni e 4 istituzioni** intervistate per dare il loro apporto all'analisi degli impatti

<sup>28</sup> Federazione Ciclistica Italiana, 26 maggio 2023, La Carta Giovani Cycling Cup domenica 28 durante il Giro d'Italia, disponibile su <https://www.federciclismo.it/it/article/2023/05/26/la-carta-giovani-cycling-cup-domenica-28-durante-il-giro-d-italia-1cb54226-8ced-49b7-a03d-1e72d7c4df5/>

<sup>29</sup> Giornale La Voce, 23 aprile 2023, I bimbi di Borgofranco vincono il contest nazionale del Giro d'Italia, disponibile su <http://www.giornalelavocetv.it/news/attualita/531865/bimbi-di-borgofranco-vincono-il-contest-nazionale-del-giro-d-italia.html>



## KEY NUMBERS





## AZIONE RIGENERATIVA

Il Giro-E è una e-bike experience che si svolge nei giorni e sulle strade del Giro d'Italia, facendo vivere a tutti gli amanti della bicicletta l'esperienza della Corsa Rosa in sella a delle bici a pedalata assistita.

Un evento ciclistico come questo ha già inciso sul telaio l'esigenza di sensibilizzare i ciclisti e tutto il pubblico sulle nuove soluzioni di mobilità ad impatto ridotto e sulle diverse tematiche legate alla sostenibilità ambientale. Il centro aggregatore di questo progetto è stato il "Villaggio della Sostenibilità" che ha ospitato esibizioni di associazioni del territorio, musica dal vivo di band locali, giochi e attività di vario genere con l'obiettivo di sensibilizzare su tematiche di sostenibilità, coinvolgendo a 360° la popolazione della città di partenza della tappa.



## SFIDE

Il Giro d'Italia è una festa, un evento unico nel suo genere, è l'espressione profonda e sentita del nostro paese e della nostra cultura. Per proteggere la bellezza del nostro territorio ed esaltarne la varietà, sarà importante amplificare il dialogo con i tutti gli attori che vi orbitano attorno, dalle istituzioni agli sponsor e fornitori, che giocano un ruolo fondamentale e dovranno essere maggiormente coinvolti e proattivi nel cercare nuove soluzioni alle sfide di sostenibilità che un settore complesso e multifattoriale come quello degli eventi pone innanzi. Verso quale futuro correremmo? Sicuramente verso uno più roseo (e verde)! La sfida parte proprio qui, nel cercare di mettersi tutti in sella verso la stessa direzione anche su temi di sostenibilità, partendo dalla definizione di obiettivi comuni e definendo gli step per evolvere insieme verso modelli rigenerativi.

## QUALI SONO GLI IMPEGNI PER IL 2024?

Includere **principi di sostenibilità nella strategia dell'evento** richiede un intervento diretto fin dalle prime fasi di progettazione del Giro d'Italia. Questo impegno prevede innanzitutto di aumentare la consapevolezza sulle tematiche di sostenibilità a partire dalle persone che lavorano operativamente per l'evento, come sponsor e fornitori, attraverso workshop e programmi di formazione dedicati, già pianificati per l'anno a venire. In secondo luogo, definire una persona o un team responsabile degli impatti dell'evento, con l'obiettivo di misurare, monitorare e migliorare nel tempo le performance di sostenibilità.

A questi due impegni, si aggiunge l'iniziativa che RCS sta portando avanti, nell'ambito della **segnaletica stradale, per il cicloturismo**. Il progetto, che vede il coinvolgimento anche del Ministero del Turismo e del Ministero dell'infrastruttura, ha l'obiettivo di inserire e/o **migliorare la cartellonistica stradale destinata ai ciclisti** su alcuni tratti di strada percorsi dai professionisti durante le gare. Ciò permetterà, non solo ai ciclisti, ma anche a turisti e appassionati, di avere informazioni utili del tratto di strada percorso, quali la pendenza, il dislivello e altri dettagli tecnici, di quello che potrebbe diventare il più grande circuito stradale ciclabile d'Europa.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> <https://www.gazzetta.it/Ciclismo/Classiche/17-03-2022/milano-sanremo-nuovi-cartelli-poggio-cipressa-tre-capi-4301896804704.shtml>

RCS Sport

LEGACY REPORT 2023

26

## IN SINTESI

### AREE DI FORZA



- **Presenza di una mission** (ambizione rigenerativa) che include impegni sociali e ambientali;

- 

- **Promozione di iniziative** per creare una cultura condivisa relativa all'ambizione all'evento e alla sostenibilità in generale, ad oggi soprattutto grazie al Giro E;

- 

- **Monitoraggio del coinvolgimento del pubblico:**

- 

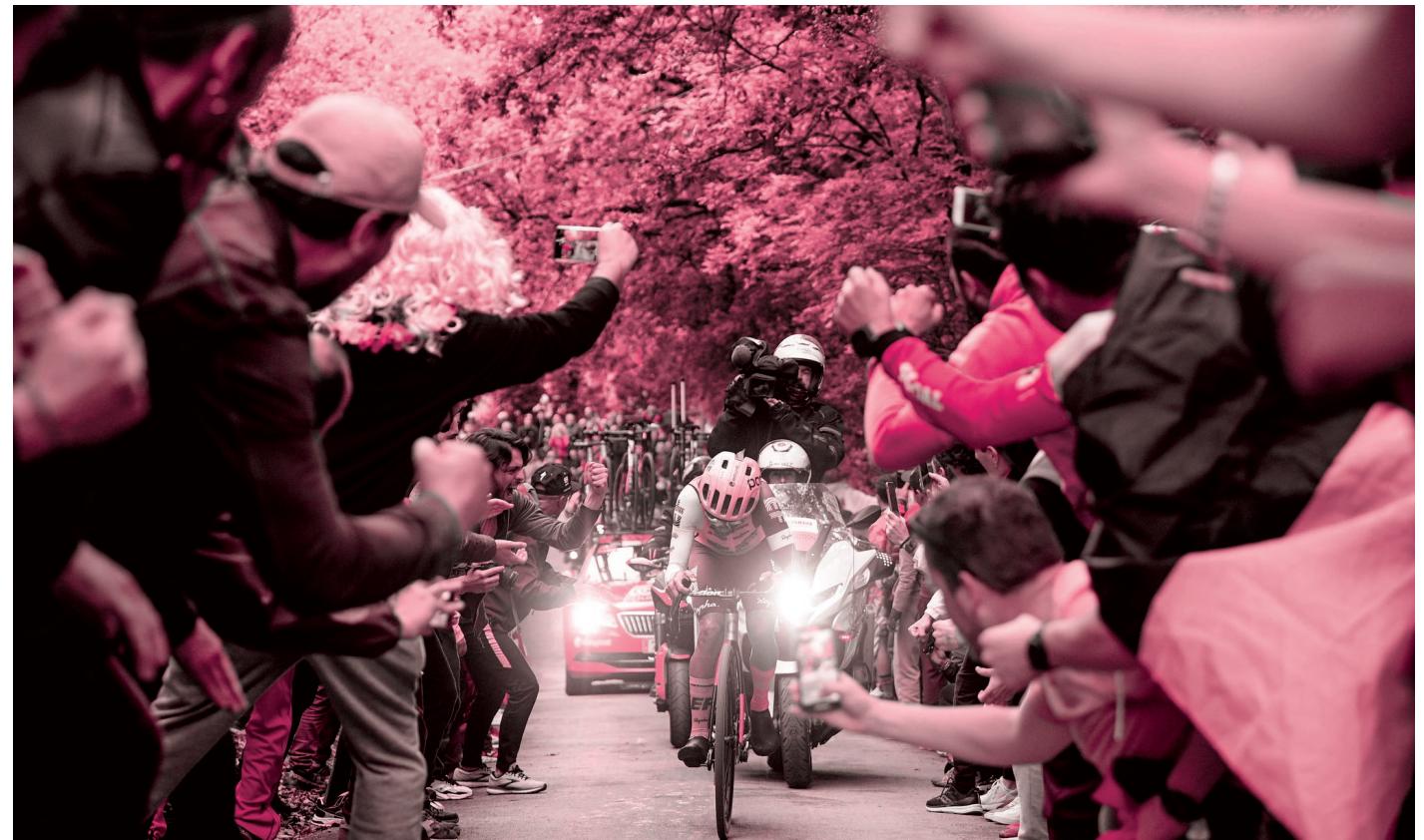
- **Coinvolgimento di partner e sponsor** per condividere le pratiche legate a tematiche di sostenibilità;

- 

- **Condivisione trasparente** delle metriche sociali ed ambientali monitorate durante l'evento;

- 

- **Presenza di iniziative di coinvolgimento** delle comunità locali, come la Pedalata Rosa, Biciscuola e la Cycling Cup.



## DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- **Coinvolgere un bacino più ampio di attori** nella direzione dell'ambizione rigenerativa; (organizzatore e tutti gli attori)
- **Definire una persona o un team responsabile** della sostenibilità e strutturare un sistema formale di identificazione dei rischi e un monitoraggio di metriche di impatto; (organizzatore)
- **Offrire formazione dedicata** dei lavoratori e dei volontari su tematiche sociali ed ambientali e prevedere un loro coinvolgimento nei confronti degli obiettivi di sostenibilità dell'evento; (organizzatore, lavoratori e volontari)
- **Condividere delle linee guida** su acquisti responsabili con i fornitori; (organizzatore e fornitori)
- **Valutare e selezionare** fornitori, sponsor e top partner in base a criteri di sostenibilità; (organizzatore, fornitori, sponsor e top partner)
- **Estendere la comunicazione** di messaggi radicati in principi di sostenibilità a tutto l'evento; (organizzatore e sponsor)
- **Monitorare le ore dedicate** alla diffusione di messaggi di sostenibilità durante il Giro-E e il Giro d'Italia. (organizzatore)
- **Implementare una strategia di comunicazione** rivolta a sensibilizzare tutto il pubblico del Giro d'Italia su temi di sostenibilità ambientale, in particolar modo legati alla riduzione degli sprechi e alla riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

# CON- CLU- SIONI

# CON- CLU- SIONI

**Muoversi soltanto con la forza del proprio corpo è la magia alla base del ciclismo e della corsa, è un superpotere che ci riporta all'origine di cosa ci rende umani, al di là della tecnologia.**

**La magia si amplifica quando lo si fa insieme agli altri, perché riattiviamo le parti più profonde e istintive del nostro cervello, che ci guidano negli spostamenti di gruppo da decine di migliaia di anni. Attraverso questa magia, il Giro D'Italia e la Milano Marathon nel 2023 hanno coinvolto, direttamente o indirettamente, milioni di persone. Si sono attivate le loro emozioni e questa è la leva per qualsiasi cambiamento.**

Oggi ci troviamo di fronte ad una **enorme necessità di evoluzione e cambiamento verso nuovi modelli** che siano sempre più sostenibili e rigenerativi. Non basta informare o educare, è necessario un livello più profondo di attivazione e le 'macchine' del Giro e della Milano Marathon hanno scelto di **fare la differenza**, coinvolgendo cittadini, partecipanti e appassionati, sponsor, partner e istituzioni.

**La vera sfida inizia ora: abbiamo indicato obiettivi e risultati raggiunti, ma soprattutto tracciato la strada per obiettivi futuri**, che richiederanno la collaborazione, in alcuni casi una collaborazione di intensità mai vista di tutti gli attori. Le sfide che

abbiamo iniziato ad affrontare come organizzazione di questi grandi eventi sono quelle della decarbonizzazione, dell'economia circolare, della promozione di stili di vita più salubri e sostenibili, della protezione e valorizzazione dei territori nei quali le manifestazioni si svolgono.

Sappiamo di essere ai primi chilometri di un lungo percorso, che per ora può contare su un valido sistema di navigazione. **Il nostro sogno è che perseguiamo gli obiettivi di miglioramento che ci siamo dati, Giro d'Italia e Milano Marathon diventino un riferimento operativo e culturale per tutto il mondo dello sport, dei grandi eventi e dello spettacolo, per il paese Italia e a livello internazionale.** Nel contempo, sappiamo di avere già raggiunto dei risultati importanti: abbiamo creato le migliori condizioni per imparare sia dalle nostre esperienze che da quelle di altri, ovunque nel mondo; abbiamo iniziato a condividere con tutte le persone degli ecosistemi di cui siamo parte le nostre intenzioni e la nostra ambizione rigenerativa; abbiamo iniziato ad utilizzare e diffondere standard evoluti di raccolta dati e misurazione, e a renderli disponibili a chiunque ne possa trarre beneficio.

Con questo Legacy Report si apre un nuovo capitolo di collaborazione e interdipendenza. **Noi abbiamo iniziato a fare la nostra parte**, sapendo che, come nello sport, ogni traguardo è soltanto un nuovo punto di partenza.

**Ora invitiamo tutti a proseguire insieme.**

# PROFILO DI MIGLIORAMENTO

Il profilo di evoluzione rappresenta graficamente il profilo atteso per l'edizione 2024 del **Giro d'Italia** e della Milano Marathon, considerando gli impegni dei vari assi e grazie al contributo degli attori chiave dell'ecosistema.



## Il Giro d'Italia siamo tutti noi.

Tutti noi, con le emozioni del ciclismo, illuminiamo le comunità e i territori del nostro paese, per proteggerne la bellezza ed esaltarne le varietà, verso il futuro che sceglieremo.



### RESILIENZA CLIMATICA

- Stima delle emissioni complessive emesse Coinvolgimento attivo nel recupero dei dati di monitoraggio richiesti da tutti gli attori principali coinvolti. In particolare:
  - Monitoraggio degli spostamenti effettuati durante il Giro d'Italia di tutti gli attori coinvolti
  - Monitoraggio dei consumi di energia derivanti dai generatori utilizzati



### BENESSERE, FELICITÀ E SALUTE

- Aumento del l'accessibilità dell'evento, tramite l'abbattimento delle barriere architettoniche e lo sviluppo di nuovi servizi
- Creazione di percorsi di crescita e miglioramento del benessere delle persone che lavorano all'evento,
- Monitoraggio dell'impatto economico sui territori attraversati dal Giro
- Investimenti per le comunità toccate dall'evento (e.g. attivazione del progetto di segnaletica stradale per il cicloturismo)



### CIRCOLARITÀ

- Creazione e condivisione delle linee guida con sponsor e fornitori su alternative sostenibili per materiale brandizzato, gadgets e packaging monouso e relativo monitoraggio
- Gestione circolare del materiale pubblicitario utilizzato durante l'evento, anche attraverso l'attivazione di progetti di upcycle con partner esterni



### EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Amplificazione del dialogo con gli attori chiave con lo scopo di guidare insieme l'evoluzione sostenibile tramite:
  - formazione dei lavoratori dedicata, su aspetti sociali e ambientali rilevanti
  - coinvolgimento fornitori e sponsor nel processo decisionale sulla performance sociale e ambientale
  - Definizione di una persona o un team responsabile degli impatti dell'evento



# TABELLE KPI GIRO D'ITALIA

# TABELLE KPI

## GIRO D'ITALIA



### RESILIENZA CLIMATICA

Per calcolare i seguenti dati sono state considerate le informazioni condivise da RCS rispetto al numero e la tipologia di veicoli utilizzati durante tutto il percorso tra organizzazione, fornitori, sponsor, volontari, forze dell'ordine, media, servizi medici e squadre.

Questi mezzi sono stati ulteriormente divisi in base alle tratte percorse durante tutto il Giro (es. mezzi che si spostavano solamente tra partenza e partenza, mezzi che si spostavano tra arrivo e arrivo, mezzi che seguivano tutte le tratte).

Considerando tutti questi mezzi, la distanza complessiva è stata calcolato sommando le distanze delle tratte del Giro e calcolando manualmente le distanze tra gli arrivi e le partenze, le partenze e le partenze e gli arrivi e gli arrivi. Per i mezzi che percorrevano esclusivamente le distanze tra arrivo e altro arrivo abbiamo valorizzato l'informazione che ci è stata condivisa da Movico rispetto a tutti i chilometri percorsi per tipologia di mezzo durante il Giro. Questo dato è stato quindi considerato per tutti i veicoli del Giro d'Italia che si muovevano solamente tra arrivi e arrivi.

Per il calcolo delle emissioni degli elicotteri e dell'aeroponte (assunto un modello stile Cessna) che sorvolano i cieli di ogni tappa per trasmettere i segnali tv, è stata considerata una media di tre ore di volo per tappa del Giro d'Italia. Oltre a questo, è stato considerato il tempo di volo impiegato da questi velivoli per percorrere le distanze da ogni arrivo a

ogni partenza della tappa successiva. Inoltre, delle 22 squadre presenti, è stato possibile calcolare le emissioni puntuali di 14 di queste che hanno condiviso la tipologia dei mezzi utilizzati e le distanze percorse da ognuno di questi. Dato che le distanze condivise comprendevano anche i chilometri impiegati per giungere alla prima tappa dal loro punto di partenza e per tornare alla loro sede dopo l'ultima tappa, in base ai dati di una squadra i cui chilometri non correlati alle tappe del Giro costituivano il 40% dei chilometri totali, è stato sottratto un 40% a tutte le distanze condivise percorse dalle 14 squadre.

Per le restanti 8 squadre è stato applicato un numero e una suddivisione della tipologia di veicoli medi in base ai dati delle altre 14 squadre. Come conseguenza, è stato assunto che ognuna di queste 8 squadre avesse una flotta di 11 veicoli, costituita da un bus, due camion, 3 furgoni e 5 auto di medie dimensioni. Anche i chilometri di queste 8 squadre sono stati assunti considerando la media di tutti i chilometri percorsi dai mezzi delle 14 squadre che hanno condiviso i dati sottraendo anche in questo caso un 40%.

Tutti i dati delle emissioni, a differenza per i dati relativi agli elicotteri e all'aeroponte per cui sono stati ricercati coefficienti di conversione in CO<sub>2</sub> equivalente specifici<sup>52</sup>, sono stati calcolati utilizzando i riferimenti di emissione del DEFRA, riferimenti pubblici riconosciuti a livello internazionale sviluppati annualmente dal governo UK<sup>53</sup>.

DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Kg di CO <sub>2</sub> equivalente derivanti dagli spostamenti di tutti i veicoli coinvolti durante il Giro	1184.325	Dato stimato da NATIVA in base ai ragionamenti indicati sopra
Alberi necessari per compensare le emissioni derivanti dagli spostamenti effettuati durante tutto il Giro d'Italia	54.396	Dato stimato da Nativa in base ai dati dell'European Environment Agency
Campi da calcio necessari per distribuire il numero di alberi descritto sopra	91	Dato stimato da NATIVA considerando l'assegnazione almeno di 10m <sup>2</sup> per ogni albero
Numero di veicoli coinvolti	-814 (include 3 elicotteri, 1 aeroponte, 3 aerei di linea per il trasferimento verso l'ultima tappa)	Dati condivisi da RCS e dalle squadre
Consumo di energia durante tutto l'evento	Dato non monitorato	Dato non monitorato
Emissioni complessive di tutto l'evento	Dato non monitorato	Dato non monitorato

Considerando invece i dati ricevuti dalle 14 squadre rispetto ai km complessivi percorsi dai loro mezzi per arrivare al Giro d'Italia, durante il Giro d'Italia e per tornare alla loro destinazione, e assumendo tali dati per le 8 rimanenti squadre, si raggiunge un numero di kg di emissioni di CO<sub>2</sub> equivalente pari 680.480, più del 56% delle emissioni prodotte per gli stessi mezzi solo durante il Giro.

<sup>52</sup> Emissioni elicottero; emissioni Cessna  
<sup>53</sup> DEFRA emission factors

## TABELLE KPI GIRO D'ITALIA



### CIRCOLARITÀ

#### DATI E INDICATORI

INDICATORE	VALORE	FONTE
Rifiuti prodotti e differenziati durante l'evento	75366,9 kg di rifiuti totali prodotti di cui 83,47% inviati a riciclo	E.R.I.C.A. <sup>54</sup>
Materiali utilizzati per materiale pubblicitario (RCS)	Circa 63 km TNT per striscioni pubblicitari	Dato condiviso da RCS
Materiali utilizzati per gadget, materiale pubblicitario e packaging da sponsor/espositori	Non monitorato	Sondaggio di NATIVA 5 risposte su 53 Sondaggio inviate
Packaging Food & beverage	Non monitorato	

### CAPITALE NATURALE

#### DATI E INDICATORI

INDICATORE	VALORE	FONTE
Siti sottoposti ad analisi preliminare per verificare la sensibilità dal punto di vista naturalistico	Nessuno	
Consumo di acqua	Dato non monitorato	Dato non monitorato

### EDUCAZIONE & COINVOLGIMENTO

#### DATI E INDICATORI

INDICATORE	VALORE	FONTE
% risposta dei lavoratori e volontari	54%	Sondaggio di NATIVA 76 risposte su 141 (46 RCS, 30 Altro)
N° risposte dei tifosi	272 risposte	Sondaggio di NATIVA (75% partecipato live, 25% tramite canali di comunicazione)
n° ore dedicate alla diffusione di messaggi e comunicazioni sulla sostenibilità durante il Green Fun Village	75	Tale dato è stato stimato sulla base delle ore di apertura del Villaggio e sul numero di interventi degli speaker. RCS si impegna per il prossimo anno a misurare il dato in modo puntuale.
% risposta degli sponsor	13%	Sondaggio di NATIVA 5 risposte su 53 sondaggi inviati
% risposta fornitori	17%	Sondaggio di NATIVA 1 risposta su 6 sondaggi inviati
N° rappresentanti locali coinvolti	3 Regioni, 4 Istituzioni (tra cui Grande Partenza e Arrivo).	NATIVA
% risposta squadre	14%	Sondaggio di NATIVA (3 risposte su 22)
N° città di partenza coinvolte in giochi, sfide, animazione, attività di education che hanno permesso di sensibilizzare la popolazione locale, i visitatori ed i telespettatori sulle tematiche della sostenibilità	21	RCS
N° squadre ciclistiche	22	RCS

### BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

#### DATI E INDICATORI

INDICATORE	VALORE	FONTE
% lavoratori o volontari felici e soddisfatti sul lavoro	80%	Sondaggio di NATIVA 76 risposte su 141 (46 RCS, 30 Altro)
% lavoratori o volontari che ritengono di lavorare in ambiente di lavoro accogliente	64%	Sondaggio di NATIVA 76 risposte su 141 (46 RCS, 30 Altro)
% lavoratori o volontari che hanno ricevuto una formazione pre-evento anche su tematiche di sostenibilità	20%	Sondaggio di NATIVA 76 risposte su 141 (46 RCS, 30 Altro)
% lavoratori o volontari che hanno percepito l'impegno del GDI in tematiche di sostenibilità sociale e ambientale	65%	Sondaggio di NATIVA 76 risposte su 141 (46 RCS, 30 Altro)
% tifosi felici post-evento	97%	Sondaggio di NATIVA 272 risposte (75% partecipato live, 25% tramite canali di comunicazione)
Valutazione dell'attenzione del GDI sui temi di sostenibilità	2,7/4	Sondaggio di NATIVA 272 risposte (75% partecipato live, 25% tramite canali di comunicazione)
N° strutture ricettive coinvolte dai comitati organizzatori (staff, teams, giornalisti, fornitori)	1.049	RCS
N° pernottamenti delle persone di RCS	32.902	RCS
Euro incassati dagli hotel delle città di tappa per i pernottamenti delle persone di RCS	2.923.250	RCS
Regioni italiane attraversate dal Giro	14	RCS
Città di tappa di partenza o arrivo	37	RCS

54 La raccolta differenziata del Giro d'Italia

