

SUSTAINABILITY POLICY

POLITICA DI SOSTENIBILITÀ



1. SUSTAINABILITY POLICY POLITICA DI SOSTENIBILITÀ

1.1 VALUE PROPOSITION DI ACTION BRAND: IL BUSINESS

Action Brand ha come scopo primario e unitario la realizzazione di Eventi Sostenibili: la nuova frontiera della comunicazione e della responsabilità sociale d'azienda.

Sostenia vuole offrire alle aziende clienti una possibilità migliorativa di conseguire i propri obiettivi di responsabilità sociale (CSR) attraverso un processo altamente qualitativo, nel pieno rispetto delle prescrizioni applicabili e volto al miglioramento continuo delle proprie attività, certificato secondo lo standard normativo internazionale ISO 20121.

Sostenia lavora sui brief dei clienti ma offre anche 4 Format di eventi sostenibili che rispecchiano le maggiori richieste dei clienti in area MICE IT: Convention (corporate, consumer, celebration e formativa); Road-Show; Incentive; Fieldmarketing.

L'obiettivo finale di Action Brand è esportare i propri Format in tutta la zona EMEA, volendo essere così pioniera nel diffondere la "best practice" per gli eventi sostenibili e riconosciuta nel proprio mercato come LA Community che ha diffuso, a macchia d'olio, la Sostenibilità negli Eventi, divulgando il proprio know-how fino ai paesi esteri.

1.2 LA MISSION DI ACTION BRAND SUSTAINABLE EVENTS

La mission di Action Brand è: dar vita a eventi che generino il minor impatto negativo sull'ambiente, il maggior beneficio sociale, in un'ottica di efficienza economica. La ragion d'essere di Action Brand tocca così tutte e tre le dimensioni costituenti il concept di 'Sustainability', di recente definito formalmente anche dall'UNEP.

Action Brand è la nuova cultura degli eventi e della comunicazione, un modo responsabile di interpretare gli eventi, il partner preparato per le aziende sensibili alla propria sostenibilità.

2. LA POLICY DI ACTION BRAND ABBRACCIA TUTTE E 3 LE DIMENSIONI DI “SUSTAINABILITY”

1. ACTION BRAND E
LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA
2. ACTION BRAND E
LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE
3. ACTION BRAND E
LA RESPONSABILITÀ SOCIO-CULTURALE

2.1 ACTION BRAND E LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA

GESTIONE RESPONSABILE

Ottimizzare le risorse per offrire all'azienda cliente e ai partecipanti la miglior esperienza possibile massimizzando, nel contempo, il ritorno diretto e indiretto per la comunità locale in termini economici, sociali e culturali.

INDOTTO E RICADUTE POSITIVE ECONOMICHE

Action Brand si impegna affinché ogni evento realizzato funga da trampolino di lancio per lo sviluppo economico ed occupazionale del territorio circostante, sia in maniera diretta che indiretta. A questo scopo, infatti, Action Brand preferisce sempre la fornitura di beni e servizi qualitativi e funzionali alla riuscita dell'evento di origine locale.

PARTNERSHIP

Action Brand collabora con la rete di stakeholder locali al fine di valorizzare il territorio, stipulando convenzioni con gli attori pubblico/privati circostanti, interessati a loro volta a farsi conoscere e investire nel concept di sostenibilità.

2.2 ACTION BRAND E LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

GESTIONE EX-ANTE E SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

La Sostenibilità negli eventi non inizia e termina con l'evento stesso, piuttosto è intesa come gestione organizzativa sostenibile. Per una completa amministrazione sostenibile, il primo fondamentale step è la segreteria organizzativa: una fase in cui vengono progettate soluzioni e comportamenti atti alla riduzione dell'impatto ambientale. Infatti, è importante acquisire consapevolezza e considerare attivamente, sin dalla prima fase di progettazione, i diversi fattori dell'evento che impatteranno sull'ambiente; si dovranno selezionare quelle azioni che riducono concretamente l'entità dell'impatto stesso.

GREEN PROCUREMENT

Action Brand promuove e adotta una strategia di acquisti verdi: integra alle normali richieste di servizio e quotazione dei propri fornitori alcuni importanti criteri ambientali.

Action Brand ritiene che sia fondamentale, perché l'evento abbia un impatto Sostenibile, integrare le logiche di Supply Chain con le norme ISO 20121. Si potranno così raggiungere percentuali di impatto molto basse.

RIDUZIONE, RIUSO E RICICLO

RIDUZIONE: Action Brand adotta una policy di riduzione dell'uso di risorse, in particolare digitalizzando i supporti cartacei per mezzo di nuove efficaci tecnologie di comunicazione: e-ticketing, app, web, e social network. Action Brand crea e propone template di Software Data Analysis e App per singolo cliente; in linea con le direttive ISO 20121, i template sono "customizzabili" per il singolo evento.

RIUSO: Action Brand promuove la progettazione Sostenibile, cercando di riutilizzare i materiali acquistati che rispondano ai requisiti di Sostenibilità necessari e progettando il loro riposizionamento per ogni singola edizione dell'evento, pur mantenendo costanti gli standard qualitativi richiesti, al fine di ridurre drasticamente l'impatto ambientale dell'allestimento e dei servizi complementari all'evento.

RICICLO: Sebbene l'obiettivo primario di Action Brand consista nel ridurre al minimo la produzione di rifiuti, creare un piano di gestione del rifiuto è fondamentale e imprescindibile per abbattere i volumi di produzione e garantire un corretto smaltimento. Action Brand, in quanto organizzatore dell'evento, si propone di dare regole chiare di smaltimento per i rifiuti durante l'evento - con contenitori per tipologia di rifiuto - e di educare gli ospiti a pratiche ripetibili nella loro quotidianità.

ENERGIA ELETTRICA

È determinante scegliere energia prodotta al 100% da fonti rinnovabili e quindi rispettose dell'ambiente e sostenibili per il futuro del territorio.

TRASPORTI

Informare i partecipanti e favorire modalità di trasporto sostenibili tramite ad esempio la contrattazione di mobilità da e per l'evento con veicoli elettrici, ibridi, e a metano.

2.3 ACTION BRAND E LA RESPONSABILITÀ SOCIO-CULTURALE

VALORIZZAZIONE E COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ LOCALE

Action Brand si prefigge di coinvolgere gli attori locali nella coproduzione di eventi, ad esempio scegliendo un catering locale che, oltre a permettere un risparmio sull'impatto ambientale grazie a prodotti a Km0, offrirà agli ospiti la possibilità di provare piatti tipici aumentando la valorizzazione e la reputazione del territorio ospitante.

Similmente, Action Brand propone gadget originali e creati ad hoc prendendo spunto dal territorio che ospiterà l'evento, sia in termini culturali che ambientali.

EDUCAZIONE, SENSIBILIZZAZIONE ED EREDITÀ

Action Brand valorizza la "best practice" e sensibilizza i partecipanti a replicare nella loro quotidianità comportamenti Sostenibili, raggiungendo così l'obiettivo principale degli eventi e della comunicazione di Action Brand: lasciare in eredità un'educazione verso il Sostenibile.

INCLUSIVITÀ

Action Brand è consapevole del fatto che la realizzazione dei propri eventi impatta su un'ampia platea di stakeholder differenti. Action Brand è attenta ad ascoltare e coinvolgere a tutto tondo e senza nessuna esclusione le esigenze e gli interessi di tutti gli attori e i partecipanti.

Action Brand infatti programma, organizza e gestisce briefing e de-briefing prima, durante e dopo l'evento, come indicato dalla norma ISO 20121, con fornitori, artisti, tecnici, direttori, incaricati interni del coordinamento, incaricati esterni rappresentanti il cliente, ed ulteriormente effettua un Audit in formato Digital per l'indice di gradimento interno dell'operazione, con l'intento di continuare a migliorarsi e a far crescere la qualità Sostenibile degli Eventi prodotti.

ACCESSIBILITÀ

Action Brand è molto attenta alla scelta della location, e ne analizza attentamente il grado di accessibilità (supporto ai diversamente abili, mezzi di trasporto pubblico, parcheggi, servizi, barriere architettoniche) per agevolare a tutti l'ingresso e la fruibilità dell'evento.

LEGACY

Gli eventi di Action Brand non sono solo un momento di comunicazione riservato agli stakeholder interni o esterni; al contrario, attraverso un evento, un'azienda cliente può promuovere comportamenti sostenibili e responsabili fra: i partecipanti, i dipendenti, i fornitori, la comunità locale, e lungo tutta la propria catena del valore. Action Brand supporta la perpetuazione di tali comportamenti.

Action Brand si dedica al miglioramento continuo delle performance di Sostenibilità dei propri eventi e ad operare in piena conformità normativa. La politica di Sostenibilità sarà costantemente monitorata e aggiornata al fine di garantire nel tempo l'effettiva e durevole riduzione degli impatti ambientali e la valorizzazione dei benefici economici e socio-culturali.