



DAGLI OBIETTIVI VERDI ALLE AZIONI VERDI

*Una guida per i professionisti della
vendita nel settore cinematografico*

Giugno 2024



Co-funded by
the European Union

**EUROPA
INTERNATIONAL**



**CLIMATE
ALLIANCE**



CONTENUTI

INTRODUZIONE

- 3 Introduzione e scopo della guida

COMPRENDERE IL SETTORE

- 5 Analisi del gruppo target:
agenti di vendita nel settore
cinematografico
-
- 6 Impatto del settore sull'ambiente
e importanza della sostenibilità
Persona 1
Persona 2
-
- 9 Il quadro normativo esistente:
nome e linee guida

LA STRADA DA SEGUIRE: ATTUARE PRASSI SOSTENIBILI

- 11 Comprendere il proprio impatto:
l'economia circolare e le aree di
intervento
-
- 13 L'importanza della sostenibilità
nella vendita nel settore
cinematografico
-
- 14 Calcolare la propria impronta di
carbonio
-
- 15 Preparare un piano e intervenire:
passi avanti verso la sostenibilità
Attività in ufficio
Eventi
Viaggi
Alloggio

The background features a series of overlapping, semi-transparent geometric shapes in shades of teal, light blue, and green, creating a layered, 3D effect. The shapes are angular and vary in opacity, with some appearing as bright highlights and others as darker shadows against the overall teal background.

INTRODUZIONE



Quali agenti di vendita, come possiamo individuare e misurare opportuni indicatori per ridurre la nostra impronta di carbonio senza perdere di vista il significato essenziale del nostro lavoro, che consiste nell'intrattenere relazioni personali con i clienti?

Dagli obiettivi verdi alle azioni verdi: una guida per i professionisti di vendita nel settore cinematografico è il risultato del progetto "Greening Strategies for the International Distribution of European films" (GSID), cofinanziato da Erasmus+. Europa International e Climate Alliance hanno deciso di collaborare per sensibilizzare in merito allo sviluppo sostenibile sul panorama internazionale delle vendite nel settore cinematografico, migliorando le competenze verdi dei professionisti delle vendite nel settore cinematografico, molti dei quali membri di Europa International.

Questa guida, in linea con le priorità di Erasmus+, è il risultato della volontà congiunta di Europa International, della rete europea di agenti di vendita nel settore cinematografico e di Climate Alliance, la più grande rete di città europee impegnate ad affrontare a livello locale la crisi climatica globale, di lavorare a uno strumento pratico che aiuti gli agenti di vendita nel

settore cinematografico internazionale a plasmare un'industria del cinema più sostenibile dal punto di vista ambientale. Le informazioni contenute in questa guida sono il risultato degli scambi tra Climate Alliance e gli agenti di vendita nel settore cinematografico internazionale per mappare le esigenze di questi ultimi in termini di competenze verdi. Il progetto GSID si è svolto da settembre 2023 a giugno 2024, promuovendo lo sviluppo di una condotta verde da parte degli agenti di vendita nel settore cinematografico europeo attraverso una serie di attività ibride.

Lo scopo di questa guida non è proporre un'unica metodologia per rendere più verdi le vendite nel settore cinematografico, quanto evidenziare i punti e le prassi fondamentali per ridurre l'impatto ambientale di questo settore, in linea con gli obiettivi del Green Deal europeo, raggiungendo un'efficace transizione verso la neutralità climatica entro il 2050.



**COMPRENDERE
IL SETTORE**

IL RUOLO DEGLI AGENTI DI VENDITA INTERNAZIONALI NELLA FILIERA CINEMATOGRAFICA



Fonte: ADEF – Association des Exportateurs de Films – Agnès Durvin

Le società di vendita nel settore cinematografico a livello internazionale sono specializzate nel finanziamento dei film e nella presentazione in festival e su mercati (che comportano costi elevati in termini di marketing fisico e digitale e di comunicazione, nonché viaggi internazionali – film e persone – per i team e riunioni in presenza o virtuali).

L'agente di vendita internazionale, coinvolto in fase iniziale di sviluppo del progetto, contribuisce a cofinanziare il film grazie al mandato di vendita internazionale affidato loro dai produttori (prevendite all'estero, canali TV, piattaforme SVOD) e, sempre più spesso, coproduce il film.

Al tempo stesso, l'agente di vendita deve lanciare il film e promuoverlo a livello internazionale. Il compito principale dell'agente di vendita internazionale, commissionato dai produttori, è trovare acquirenti locali per i film che rappresenta in cambio di una commissione su ciascuna vendita. Questi film sono commercializzati con vari mesi di anticipo rispetto all'uscita nelle sale, in linea con il ritmo annuale dei vari mercati associati ai principali festival cinematografici. Nel corso di questi incontri annuali, l'agente di vendita nel settore

cinematografico internazionale vende un film finito dopo una proiezione oppure prevede un progetto in produzione o ancora in sviluppo. Si serve di vari strumenti di marketing per posizionare il film, semplificando così il lavoro del distributore (sceneggiatura, foto, pre-poster, promo reel). Eppure, queste attività possono essere inquinanti e il settore cinematografico nel suo complesso è consapevole dell'esigenza di ridurre le emissioni di gas serra e diventare più neutrale dal punto di vista climatico.

Impatto del settore sull'ambiente e importanza della sostenibilità

La Commissione Europea punta a trasformare l'UE in un'economia moderna, competitiva ed efficiente nell'uso delle risorse, preservando al contempo l'ambiente naturale dell'Europa, affrontando il cambiamento climatico, azzerando le emissioni e promuovendo un impiego efficiente delle risorse entro il 2050 attraverso il Green Deal europeo. Poiché si tratta di una delle principali priorità dell'UE, è essenziale che tutti i settori dell'economia dell'UE siano ben preparati ad affrontare questa sfida. Nonostante i [cittadini europei](#)¹ ritengano che ai governi nazionali spetti la responsabilità primaria di affrontare il problema della crisi climatica (63%), a seguire figurano le imprese e il settore (58%). È evidente che anche il settore cinematografico è responsabile del riscaldamento globale. Come evidenziato nello [studio EcoProd "Environment and climate: new facts for audiovisual actors" \(2020\)](#), in Francia ammonta a 1,7 milioni di tonnellate di CO2 equivalente all'anno (escludendo la produzione di apparecchiature TV,

perlopiù importate). Lo streaming rappresenta metà dell'impronta di carbonio totale, mentre l'impatto della produzione e delle riprese si attesta attorno al 18% (il consumo di energia per illuminare un set e alimentare le piattaforme streaming, i rifiuti generati da cast e troupe o i viaggi aerei durante i tour promozionali).

Tuttavia, si osserva che il settore cinematografico si sta adoperando per diventare più sostenibile: la [carta verde del Les Arcs Film Festival](#), la [partnership della Berlinale con la Deutsche Bahn](#) o le riprese ecosostenibili (ad esempio il [Green shooting](#)). Se i [produttori](#), i festival e i [distributori cinematografici europei](#) dispongono di strumenti migliori per ridurre il consumo di carbonio, sono però poche le iniziative sviluppate per coinvolgere gli agenti di vendita internazionali nel settore cinematografico.

1 Tutte le fonti sono citate nei collegamenti ipertestuali.



PERSONA 1



NOME

MARCO ROSSI

INFORMAZIONI

Categorie: Amministratore delegato

Istruzione: Laurea specialistica in Diritto dei media

Sede: Francia

Età: 48

DETTAGLI SULL'AZIENDA

Team di 5-10 persone.

Si occupa della vendita di circa 20 film l'anno. Funge da intermediario tra produttori e distributori, negozia accordi di distribuzione, sviluppa strategie di marketing e gestisce contratti.

VIAGGI DI LAVORO NELL'ANNO SCORSO

circa

10-12

MANSIONI E RESPONSABILITÀ PRINCIPALI IN QUALITÀ DI AGENTE DI VENDITA NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO

"Il rapporto di fiducia personale con i clienti è fondamentale".

"Siamo come agenti e vendiamo il tuo film per tuo conto".

Responsabile dell'acquisizione.

OBIETTIVI

- Trovare fornitori che possano essere più sostenibili.
- Ridurre il numero di e-mail inviate.
- Nel settore cinematografico esistono già certificazioni per iniziative verdi nell'ambito della produzione di film, ma non esistono strumenti del genere per la produzione, poiché è difficile creare standard internazionali (ad es. sui mercati cinematografici).

DIFFICOLTÀ DEL LAVORO

"Vendere è difficile, c'è molta concorrenza".

"Decidere a quale evento partecipare e quale privilegiare è difficile".

CONSAPEVOLEZZA SULLA SOSTENIBILITÀ

"Per noi al momento è una zona grigia. Non abbiamo un piano strutturato e non viene ancora effettuato alcun monitoraggio".

ASPETTI RITENUTI PARTICOLARMENTE DIFFICILI NEL RENDERE PIÙ SOSTENIBILI LE VENDITE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO

Riduzione del numero di viaggi in aereo. Parte essenziale del lavoro.

L'archiviazione digitale è una zona grigia.

"Dobbiamo trovare fornitori migliori sui mercati locali. Produciamo molte cose e stiamo cercando di ridurre l'uso della plastica. Tuttavia, al momento è il materiale dal costo più accessibile".



PERSONA 2



NOME

NADINE HUBER

INFORMAZIONI

Categorie: Agente di vendita nel settore cinematografico

Istruzione: Formazione in gestione culturale ed esperienza nel settore musicale e festival artistici. 10 anni nell'azienda in ruoli diversi.

Sede: Germania

Età: 39

DETTAGLI SULL'AZIENDA

L'azienda gestisce in media 15 film l'anno, destinati prevalentemente alla TV.

VIAGGI DI LAVORO NELL'ANNO SCORSO

8-10

MANSIONI E RESPONSABILITÀ PRINCIPALI IN QUALITÀ DI AGENTE DI VENDITA NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO

"Siamo i principali intermediari tra produttori e distributori. Ci occupiamo di negoziare accordi di distribuzione, sviluppare strategie di marketing su misura, fornire analisi di mercato, gestire contratti e coltivare relazioni nel settore"

OBIETTIVI

- Cocreare e rispettare un manifesto ecosostenibile.
- Nominare una persona che si occupi delle questioni relative alla sostenibilità.
- *"Abbiamo bisogno di obiettivi realistici. Ci serve uno strumento che possa monitorare la nostra impronta di carbonio. Tuttavia, quelli disponibili non sono ancora pensati per le nostre esigenze e non riflettono il nostro settore. Mancano categorie relative all'archiviazione fisica e digitale".*

DIFFICOLTÀ DEL LAVORO

"Essere ambasciatori del cambiamento dovendo tenere in considerazione i diversi punti di vista nella filiera cinematografica. Al tempo stesso, dobbiamo prestare attenzione ai costi".

CONSAPEVOLEZZA SULLA SOSTENIBILITÀ

- *"La sostenibilità è sempre un problema. I dipendenti sentono di non fare abbastanza".*
- *"Non esiste alcun sistema di monitoraggio. Stiamo cercando di ridurre la stampa di materiale. Creiamo solo beni con una funzione".*
- *"Non usiamo più laccetti porta-badge, accesso a documenti digitali, gadget oppure omaggi. Abbiamo anche in programma di combinare più attività in un unico viaggio. Cerchiamo di condividere con i colleghi il taxi per/dall'aeroporto".*

ASPETTI RITENUTI PARTICOLARMENTE DIFFICILI NEL RENDERE PIÙ SOSTENIBILI LE VENDITE NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO

Misurare e monitorare l'impatto digitale rispetto a quello fisico e scegliere un tipo di archiviazione digitale sostenibile. Alcuni festival richiedono ancora documenti cartacei.



Il quadro normativo esistente: nome e linee guida

Green Deal europeo

La Commissione Europea punta a trasformare l'UE in un'economia moderna, competitiva ed efficiente nell'uso delle risorse, preservando al contempo l'ambiente naturale dell'Europa, affrontando il cambiamento climatico, azzerando le emissioni e promuovendo un impiego efficiente delle risorse entro il 2050 attraverso il Green Deal europeo. Questo insieme di proposte punta a far sì che il clima, l'energia, i trasporti e le politiche fiscali dell'UE siano in grado di ridurre le emissioni nette di gas serra almeno del 55% entro il 2030 rispetto ai livelli del 1990. La Commissione, assicurandosi che questa sia una delle priorità fondamentali dell'UE, sta attuando l'Agenda 2030 e gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. È essenziale che tutti i settori dell'economia dell'UE siano ben preparati ad affrontare questa sfida.

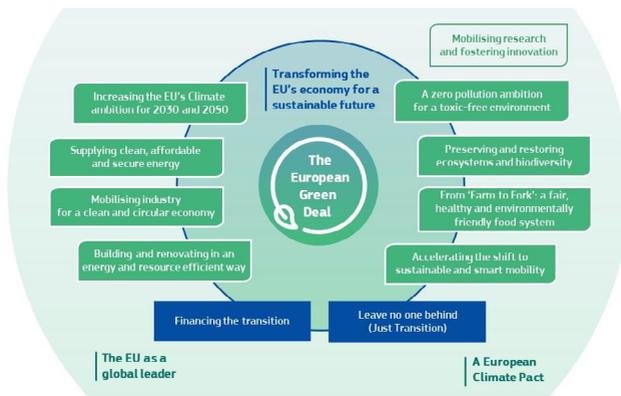
Studio "Greening the Creative Europe programme"

La Commissione Europea ha creato uno studio per dare indicazioni ai settori creativi e culturali affinché possano prendere parte

al più ampio Green Deal europeo. Questo studio è stato commissionato con l'obiettivo di individuare delle modalità attraverso cui introdurre in modo efficace misure ambientali, sostenibili e proporzionali nelle azioni dell'Europa Creativa grazie a una serie di raccomandazioni pubblicate nel 2023:

- *"una panoramica completa sulle buone prassi ambientali esistenti raccomandate ai beneficiari effettivi e potenziali del Programma Europa Creativa nel candidarsi e/o nell'attuare progetti supportati;*
- *aree in cui è necessario intraprendere azioni, con raccomandazioni in merito a ciò che si potrebbe fare concretamente per rendere verde il Programma Europa Creativa nel prossimo futuro;*
- *una guida al monitoraggio per proporre indicatori di sostenibilità ("indicatori verdi") per misurare i progressi e il contributo del programma al raggiungimento degli obiettivi del Green Deal europeo in un periodo successivo al 2027".*

Immagine 1. Fonte: Commissione Europea, The European Green Deal, 2019



The background features a large, abstract geometric shape composed of several overlapping, angular planes. The colors transition from a light teal at the top, through various shades of blue, to a vibrant green at the bottom. The overall effect is a sense of depth and movement, suggesting a path or a journey.

LA STRADA DA SEGUIRE: ATTUARE PRASSI SOSTENIBILI

Comprendere il proprio impatto: l'economia circolare e le aree di intervento

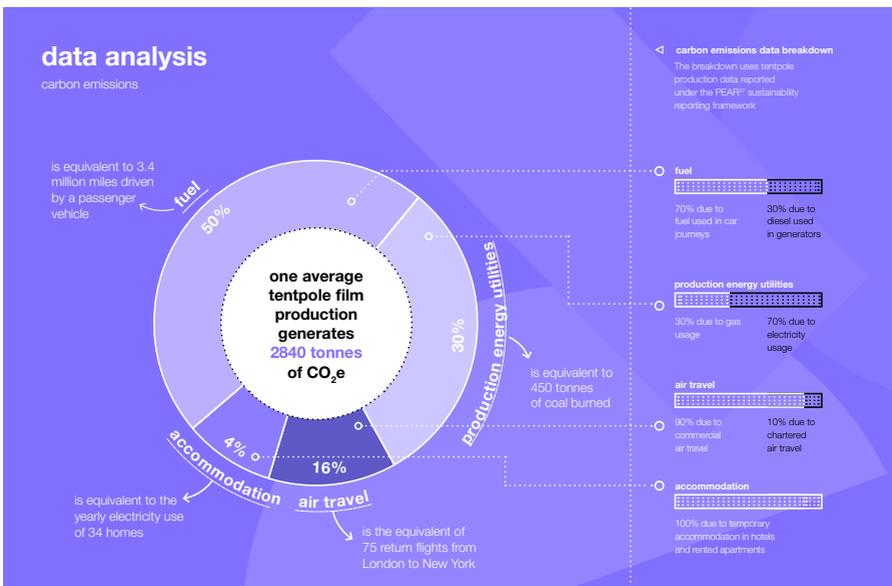
Il settore cinematografico contribuisce notevolmente alle emissioni globali di carbonio. Secondo un report del 2020 intitolato "A Screen New Deal: A Route Map to Sustainable Film Production", la produzione di un tipico film ad alto budget può generare oltre 2.840 tonnellate di CO₂ (vedi immagine sotto). Già solo l'elettricità usata durante la produzione equivale all'utilizzo annuale di energia elettrica di 34 case. Nel settore cinematografico, i trasporti sono la principale causa di emissioni di carbonio: costituiscono infatti oltre il 50% delle emissioni totali delle maggiori produzioni, seguiti dai consumi energetici (34%).

Se da un lato i report e le ricerche più approfondite si soffermano sull'impatto della produzione dei film, dall'altro si osservano lacune significative nei dati riguardanti la fase di distribuzione degli stessi.

Le statistiche prendono in considerazione in generale soltanto la fase di produzione, trascurando l'impatto della distribuzione, in cui rientrano proiezioni nei cinema, promozioni durante i festival cinematografici, archiviazione digitale e fisica e piattaforme streaming.

Tuttavia, gli agenti di vendita nel settore cinematografico, in quanto parte del team olistico di professionisti della filiera, possono svolgere un ruolo cruciale

Immagine 2. Rapporto "A Screen New Deal: A Route Map to Sustainable Film Production"

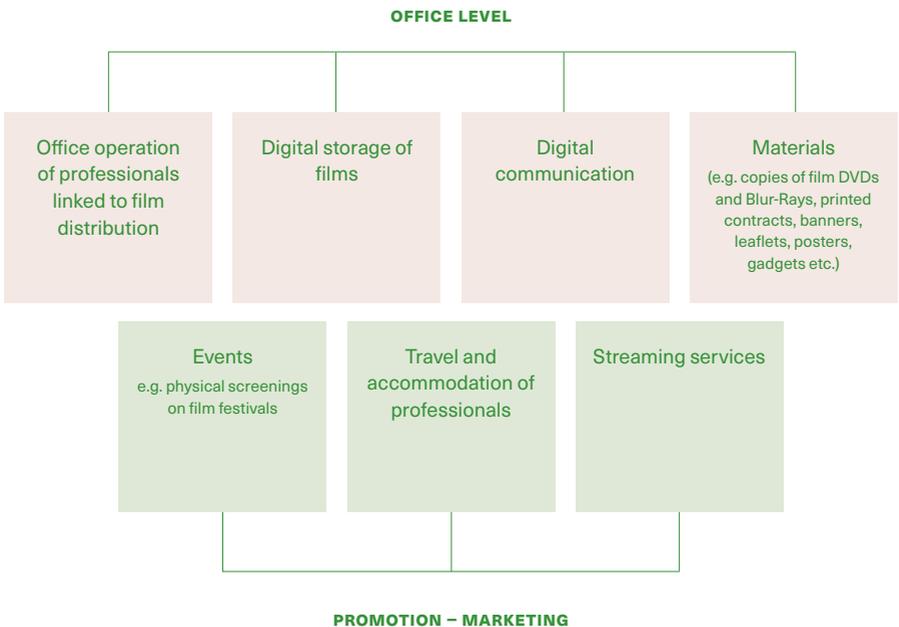


nella riduzione dell'impatto ambientale del settore, in particolare nella fase di distribuzione. A causa della mancanza di dati disponibili, il primo passo proposto in questa guida consiste nel fare in modo che gli agenti di vendita nel settore cinematografico comprendano il proprio impatto. Ciò consentirà loro di ideare e adottare soluzioni appropriate per ridurre la propria impronta di carbonio.

Con il progetto GSID, gli agenti di vendita nel settore cinematografico hanno sintetizzato le aree di maggior impatto. Grazie a un dialogo collettivo e interviste approfondite, è stato possibile identificare le aree principali in cui attuare potenziali cambiamenti. Queste aree, sintetizzate nell'immagine qui sotto, comprendono le decisioni al livello di uffici, il marketing e la promozione dei film.

Individuare le aree del lavoro che più contribuiscono alle emissioni di carbonio è indispensabile perché il settore possa attuare cambiamenti sostenibili.

THE IMPACT OF THE FILM INDUSTRY



L'importanza della sostenibilità nella vendita nel settore cinematografico

L'adattamento di un approccio basato sull'economia circolare e i principi di sostenibilità potrebbero costituire un notevole passo in avanti nella fase di distribuzione dei film. Sostenibilità significa soddisfare le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare le proprie. Essa è data da tre pilastri fondamentali:

- **Sostenibilità ambientale:** proteggere le risorse naturali e ridurre inquinamento e rifiuti per garantire il benessere del pianeta per le future generazioni.
- **Sostenibilità economica:** promuovere un tipo di crescita economica e di sviluppo che permetta a tutti di prosperare senza esaurire le risorse naturali.
- **Sostenibilità sociale:** assicurare equità sociale, giustizia e benessere a tutti gli individui e le comunità.

Integrare la sostenibilità nei processi decisionali può aiutare gli agenti di vendita nel settore cinematografico ad assicurarsi che le proprie prassi non si limitino a ridurre l'impatto ambientale, ma promuovano anche la sostenibilità economica e la responsabilità sociale. Ciò include:

- attuare prassi sostenibili negli uffici, ad esempio usare apparecchiature efficienti dal punto di vista energetico,

ridurre l'uso della carta e scegliere materiali digitali.

- Privilegiare gli eventi virtuali a quelli fisici per ridurre le emissioni legate al trasporto e relativi costi.
- Usare materiali ecosostenibili per la produzione di articoli promozionali e incoraggiare la distribuzione digitale per ridurre gli sprechi e il consumo di risorse.

D'altra parte, l'economia circolare è un modello di produzione e consumo che punta a estendere il ciclo di vita dei prodotti, a minimizzare gli sprechi e sfruttare al meglio le risorse. A differenza dell'economia lineare tradizionale, che segue uno schema basato sul "prende-fare-smaltire", l'economia circolare si basa su tre principi fondamentali:

- ridurre al minimo rifiuti e inquinamento.
- Continuare a usare prodotti e materiali.
- Rigenerare sistemi naturali.

Tenere a mente sia gli approcci che i principi può aiutare il settore ad adottare prassi più ecosostenibili e a trasformare le modalità tradizionali di fare business.

Calcolare la propria impronta di carbonio

Prima di modificare le prassi attuali, è indispensabile che gli agenti di vendita nel settore cinematografico comprendano il proprio impatto ambientale. Secondo quanto emerso dalle discussioni con diversi agenti, nonostante le aziende non dispongano di un piano concreto per ridurre le emissioni di carbonio, esiste una forte consapevolezza del problema dell'impronta di carbonio, nonché la volontà di adottare prassi più sostenibili.

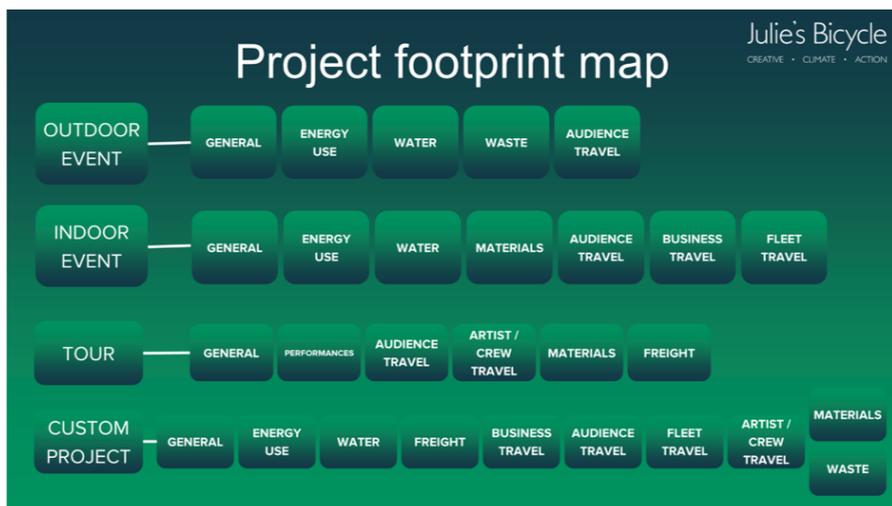
In un'intervista bilaterale, gli agenti di vendita nel settore cinematografico *Agnieszka Pucifo* di New Europe Film Sales e *Stephanie Fuchs* di Outlook Filmsales hanno affermato che, nonostante non dispongano di alcun processo di monitoraggio formale, tutti in ufficio desiderano ridurre la propria impronta di carbonio. Provano a suggerire e attuare piccoli cambiamenti nelle proprie attività

operative, ad esempio ridurre per quanto possibile la stampa su carta e prendere in considerazione l'impatto ambientale delle proprie azioni.

Nonostante esistano vari calcolatori online delle emissioni di carbonio, sia gratuiti che a pagamento, in grado di fornire report sulle impronte di carbonio, dopo una lunga ricerca, il team GSID ha stabilito che il miglior strumento attualmente disponibile per gli agenti di vendita nel settore cinematografico sia il CC Tools (Creative Climate Tools sviluppato da Julie's Bicycle).

Julie's Bicycle propone i **Creative Climate Tools** (CC Tools), un calcolatore di emissioni di carbonio gratuito progettato appositamente per aiutare le organizzazioni nel settore delle arti e della cultura a misurare e comprendere il proprio impatto ambientale. Questo strumento semplifica il

Immagine 3. Panoramica degli strumenti creativi per il clima da Julie's Bicycle



tracciamento delle varie aree di impatto, incluso il consumo energetico, di acqua, i rifiuti, i viaggi, i costi di trasporto e i materiali, in diversi tipi di attività, come sale, uffici, tour, progetti, eventi e festival.

Le organizzazioni possono creare account che consentono a più utenti di inserire e gestire i dati. Gli utenti possono poi inserire i dati relativi a sei aree diverse, suddivise in due sottocategorie: edifici, tra cui uffici e sale o edifici culturali, e progetti, in cui rientrano gli eventi all'aperto e al chiuso, tour e progetti personalizzati.

Lo strumento è stato riconosciuto quale utile punto di partenza per gli agenti di vendita nel settore cinematografico desiderosi di approfondire ulteriormente l'argomento. Tuttavia, i Creative Climate Tools non riescono a calcolare l'impronta digitale a causa della difficoltà di raccogliere dati pertinenti, aspetto ritenuto quale punto debole del calcolatore dell'impronta di carbonio.

Preparare un piano e intervenire: passi avanti verso la sostenibilità

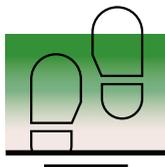
I risultati forniti dal calcolatore dell'impronta di carbonio possono aiutare a capire dove viene generata la maggior quantità di emissioni. Il passo successivo è stabilire un **chiaro piano d'azione** con obiettivi raggiungibili e individuare aree fondamentali di intervento. Obiettivi realistici dovrebbero prendere in considerazione tutti gli aspetti della sostenibilità, tra cui bilanciamento dei tre **pilastri: ambientale, economico e sociale**. La sostenibilità ambientale è incentrata sulla conservazione delle risorse e sulla riduzione dell'inquinamento. La sostenibilità economica punta alla stabilità finanziaria di lungo termine e la sostenibilità sociale assicura un accesso equo alle risorse e alle opportunità. Attraverso un piano d'azione

dettagliato e attuabile, la condivisione dei risultati e la valutazione del loro impatto, gli agenti di vendita nel settore cinematografico possono ispirare altre figure della filiera ad adottare prassi simili.

Di seguito sono riportati suggerimenti pratici per azioni legate a tutte le potenziali aree di intervento individuate dallo scambio con gli agenti di vendita nel settore cinematografico.



ATTIVITÀ IN UFFICIO



Impronta digitale

Nonostante si possa pensare che la transizione verso attività più digitali aiuti a ridurre l'impatto ambientale, le attività digitali costituiscono circa il **3-4% delle emissioni globali di gas serra**, superando così il settore aeronautico. A causa del più ampio accesso a Internet, dell'aumento del numero di dispositivi connessi e della crescente popolarità dei servizi in streaming, si prevede che tale quota aumenterà ulteriormente. Spesso percepiamo le attività digitali come intrinsecamente "verdi", poiché permettono di non utilizzare la carta e ridurre i viaggi fisici. Tuttavia, ogni attività nello spazio digitale, come visitare un sito web, inviare e-mail, usare i social media, guardare video in streaming e archiviare file su cloud, emette anidride carbonica. Ciò è dovuto al notevole consumo di energia dei data center, delle infrastrutture di rete e dei dispositivi degli utenti finali.



Suggerimenti chiave

GESTIONE DELLE E-MAIL

- Disattivare le notifiche e-mail non necessarie.
- Rivedere le e-mail per ridurre gli ulteriori invii.
- Eliminare regolarmente e-mail vecchie e non necessarie.
- Usare provider di e-mail verdi come EcoSend, Posteo e Greenmail.

ABITUDINI DI STREAMING

- Ove possibile, guardare i video in definizione standard (SD) anziché in alta definizione (HD).
- Ridurre lo streaming nel suo complesso. Usare download offline per i contenuti visualizzati più volte.

- Scegliere fornitori di servizi di videoconferenza che usino energia rinnovabile.

ARCHIVIAZIONE DI FILE DIGITALI

- Ridurre i file digitali eliminando i vecchi documenti e comprimendo i file multimediali.
- Scegliere servizi cloud che usino energia rinnovabile.
- Raggruppare i file per ridurre l'energia di archiviazione necessaria.

CONSEGNA DIGITALE

- Usare mezzi digitali per l'invio di trailer e DCP (pacchetti digitali per il cinema) per ridurre il trasporto fisico.

- Trasferimenti programmati: pianificare trasferimenti digitali in orari non di punta per approfittare della minore domanda di energia, contribuendo a un processo di trasferimento più efficiente e sostenibile.
- Vicinanza dei centri dati: scegliere centri dati più vicini ai destinatari previsti per ridurre al minimo la distanza percorsa dai dati, riducendo così la latenza e il consumo energetico.
- Routing di rete ottimizzato: implementare algoritmi di routing ottimizzati per ridurre il numero di passaggi e la distanza complessiva percorsa dai dati attraverso la rete, migliorando l'efficienza.

NAVIGAZIONE WEB SOSTENIBILE

- usare hosting provider green (ad es. Ecosia).
- Bloccare le inserzioni e ridurre gli script di tracciamento.
- Disattivare le funzionalità di riproduzione automatica.
- Usare i segnalibri per visitare più volte i siti web senza ripetere le ricerche.

PRASSI GENERALI

- programmare i trasferimenti di dati in orari non di punta.
- Disattivare dispositivi e router quando non in uso.



Strumenti e link

PROVIDER DI E-MAIL VERDI

- [EcoSend](#)
- [Posteo](#)
- [Greenmail](#)

STREAMING E VIDEOCONFERENZE:

- [Fairmeeting](#)

HOSTING WEB:

- [Ecosia](#)
- [The Green Web Foundation Directory](#)

CALCOLATORE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO DI SITI WEB

- [Calcolatore delle emissioni di carbonio di siti web](#)



Lo sapevi?

Inviare un'e-mail standard genera circa 4 grammi di CO2 equivalente, ma un'e-mail con un allegato di grandi dimensioni può produrre fino a 50 grammi di CO2 equivalente. Ridurre la dimensione, la frequenza e gli allegati non necessari delle e-mail può contribuire a fare una sostanziale differenza.



Materiali e rifiuti

Gestire i rifiuti in modo efficace può mitigare notevolmente i danni ambientali. Questo capitolo evidenzia le 7 R della sostenibilità: Ripensare, Rifiutare, Ridurre, Riutilizzare, Riparare, Riciclare e Recuperare. Questi principi rappresentano un approccio completo alla gestione dei rifiuti. Ripensare incoraggia a valutare i modelli di consumo, mentre Rifiutare significa rinunciare agli oggetti non necessari. Ridurre prevede la riduzione al minimo dei rifiuti prodotti. Il riutilizzo promuove l'uso ripetuto degli oggetti prima del loro smaltimento. Riparando si prolunga la vita dei prodotti. Riciclare significa convertire i rifiuti in materiali riutilizzabili, mentre il recupero consiste nell'estrarre materiale utile o energia dai rifiuti. Mettere in pratica questi principi può ridurre drasticamente l'impatto ambientale e promuovere un futuro più sostenibile. Ad esempio, la Germania è in testa con un [tasso di riciclaggio dei rifiuti locali del 71%](#), una prova del profondo impatto positivo di ampie policy di gestione dei rifiuti.



Per gli agenti di vendita nel settore cinematografico, ridurre i materiali e i rifiuti è cruciale sia durante gli eventi che organizzano e a cui partecipano, come i festival cinematografici e i mercati, che in ufficio. In occasione degli eventi, è possibile ridurre i rifiuti, prediligendo materiali digitali anziché cartacei, usando stoviglie riutilizzabili o compostabili e introducendo postazioni di raccolta differenziata. In ufficio è possibile promuovere la sostenibilità scegliendo utensili da cucina riutilizzabili, riducendo l'uso di carta attraverso la comunicazione digitale e incoraggiando la riparazione e il riutilizzo delle apparecchiature da ufficio.



Suggerimenti chiave

EVENTI E FESTIVAL

- Materiali promozionali: prediligere brochure e cataloghi digitali rispetto a materiali stampati per ridurre lo spreco di carta.
- Design degli stand: usare materiali riutilizzabili o riciclabili per l'installazione di stand ai festival e agli eventi. Progettare stand modulari semplici da assemblare e disassemblare per il riutilizzo.
- Omaggi: scegliere articoli promozionali sostenibili, come borse riutilizzabili, bottiglie d'acqua o articoli ottenuti da materiali riciclati.
- Cibo e bevande: incoraggiare i venditori a usare confezioni biodegradabili o riciclabili. Fornire piatti e posate riutilizzabili o compostabili.

PRASSI NEGLI UFFICI

- Uso della carta: eliminare l'uso della carta in ufficio passando ai documenti

digitali e alle firme elettroniche. Qualora occorra stampare, utilizzare carta riciclata e stampare fronte e retro.

- Articoli per l'ufficio: scegliere prodotti realizzati in materiali riciclati o sostenibili. Ove possibile, riutilizzare fascicoli, cartelle e altri articoli per l'ufficio.
- Raccolta differenziata: predisporre un programma di riciclaggio completo con cestini ben contrassegnati per il conferimento di carta, plastica, vetro e rifiuti organici.
- Consumo energetico: ridurre il consumo di energia optando per illuminazione, attrezzature e apparecchiature ad alta efficienza energetica. Incoraggiare le persone a spegnere i dispositivi quando non in uso.
- Utensili da cucina: usare piatti, posate e bicchieri riutilizzabili anziché monouso. Predisporre una stazione di riciclaggio e compostaggio nella cucina dell'ufficio.



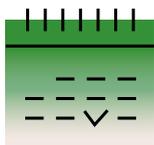
Strumenti e link

- [Risorse EPA sulla gestione dei rifiuti](#): linee guida e strumenti completi per la riduzione e il riciclaggio dei rifiuti.
- [TerraCycle](#): eliminare l'idea dei rifiuti
- [Recycle Coach](#): app con informazioni e promemoria sul riciclaggio a livello locale.
- [Zero Waste International Alliance](#): informazioni e standard per le iniziative a zero rifiuti.
- [Guida al compostaggio](#).



Lo sapevi?

In Europa, nonostante gli sforzi per la promozione del riciclaggio, viene riciclato solo il 42% circa dei rifiuti da imballaggi in plastica. Se non interveniamo per ridurre la produzione di materiali e rifiuti, entro il 2050 ci sarà più plastica in termini di peso che pesci negli oceani.



EVENTI

Organizzazione

La gestione di eventi sostenibili prevede l'applicazione di misure in sette ambiti fondamentali: catering, mobilità, gestione degli edifici, gestione degli ospiti (accreditamento), gestione dei rifiuti, energia ed edifici e approvvigionamento sostenibile. Il settore degli eventi è responsabile del **10%** delle emissioni di carbonio a livello globale. La scelta dei luoghi è quindi la base su cui si fonda la gestione della sostenibilità. Prendere in considerazione la possibilità di inserire le questioni relative alla sostenibilità nel piano di marketing.



Suggerimenti chiave

LOCATION

- Scegliere ambienti con certificazioni di sostenibilità incentrate principalmente sull'efficienza energetica e la riduzione dei rifiuti (ad es. fornitura di energia verde).
- Scegliere location raggiungibili con i mezzi pubblici o con opzioni di trasporto ecosostenibili come la bicicletta.
- Ridurre al minimo le esigenze di trasporto scegliendo location vicine ai partecipanti e alle attrezzature necessarie.

VIAGGI E TRASPORTI

- Incoraggiare l'uso del trasporto pubblico e del carpooling o della bicicletta da parte dei partecipanti.
- Fornire informazioni sulle opzioni di trasporto verde quando si inviano gli inviti agli ospiti.

CATERING

- Affidarsi ad aziende di catering con certificazioni di sostenibilità riconosciute.
- Optare per alimenti biologici, di stagione e a km zero, con opzioni vegetariane e vegane.

- Ridurre carne e latticini, prediligere alimenti a base vegetale e pesce locale proveniente da fonti sostenibili.
- Usare stoviglie riutilizzabili o alternative biodegradabili.
- Attuare una politica che preveda l'uso di bottiglie/bicchieri riutilizzabili a persona.

GESTIONE DEI RIFIUTI

- Fornire strutture per differenziare e riciclare i rifiuti.
- Evitare la plastica monouso e utilizzare materiali sostenibili.
- Donare il cibo avanzato a enti benefici locali o ripartirlo tra gli ospiti.
- Ridurre lo spreco di cibo ordinandone solo la quantità necessaria.

ENERGIA E RISORSE

- Disattivare le apparecchiature quando non in uso per risparmiare energia.
- Servirsi di soluzioni digitali (come inviti e programmi degli eventi) per ridurre lo spreco di carta.

COMUNICAZIONI

- Informare tutte le parti coinvolte, compresi gli ospiti, lo staff dell'evento e gli addetti alla sicurezza, in merito alle misure di sostenibilità in vigore.
- Integrazione del tema: fare leva sul tema del film, portare all'attenzione il tema del cambiamento climatico e ambientale, con campagne promozionali per sensibilizzare il pubblico sull'ecologia.
- Iniziative di collaborazione: avviare partnership con ONG o marchi ecosostenibili per iniziative congiunte in linea con il messaggio del film, amplificandone l'impatto e raggiungendo un pubblico più ampio.
- Campagne di sensibilizzazione: realizzare campagne di sensibilizzazione di pari passo alla promozione del film, fornendo al pubblico informazioni sul cambiamento

climatico e ispirando le persone a intraprendere azioni ecosostenibili.

- Conferenze stampa digitali: sostituire le conferenze stampa tradizionali con alternative digitali per ridurre al minimo gli spostamenti dei talenti.

EVIDENZIARE LE PRASSI SOSTENIBILI NEGLI INVITI E NELLE COMUNICAZIONI RELATIVE ALL'EVENTO

- Usare colonne pubblicitarie digitali anziché materiali stampati.
- Promuovere la partecipazione da remoto attraverso opzioni di live streaming per ridurre i viaggi.
- Usare badge biodegradabili e accessi digitali.
- Attuare una politica senza carta, usando lavagne o codici QR per i programmi degli eventi.



Strumenti e link

- [Lista di controllo](#) per l'organizzazione di eventi sostenibili.
- [Ridurre gli sprechi](#) di cibo avanzato.
- Etichette sostenibili.

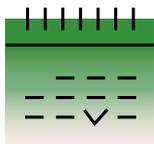


Lo sapevi?

“La produzione di un chilogrammo di carne bovina comporta l'emissione di **60 chilogrammi di gas serra**, quasi 2,5 volte di più di alimenti simili, agnello e montone. Al contrario, la produzione della stessa quantità di kebab a base di falafel causa l'emissione di meno di due chilogrammi di gas serra”.



Ora stampiamo tutto nel luogo in cui si svolge il festival, così riduciamo i trasporti e i nostri materiali di marketing sono digitali al 100%”.



Participating

La produzione e lo smaltimento dei beni svolge un ruolo sostanziale nella definizione dell'impronta di carbonio degli eventi. Per favorire una transizione efficace verso l'azzeramento delle emissioni nette, l'intero settore deve adottare un approccio più circolare alla produzione degli eventi. Ciò significa prediligere articoli riutilizzabili e materiali sostenibili e ideare processi che riducano al minimo la produzione di rifiuti.



Suggerimenti chiave

- Un festival/mercato realmente sostenibile parte da un'organizzazione rispettosa del clima. Scegliere opzioni ecosostenibili, come il treno, per il trasporto del materiale degli stand e dello staff fino al luogo dell'evento.
- Spostare beni e attrezzature in modo efficiente e passare a una logistica a zero emissioni: raggruppare spedizioni e consegne per ridurre il peso e il numero dei viaggi e le emissioni di carbonio (ad es. servirsi di fornitori e opzioni di deposito locale).
- Affidare la stampa ad aziende ecosostenibili sul posto
- Recuperare il materiale stampato e riutilizzarli negli eventi successivi.
- Usare materiali riciclabili o sostenibili per la costruzione e i cartelli degli stand. Optare per display digitali e materiali elettronici invece di brochure e volantini cartacei. Per gli stand, usare componenti elettronici e illuminazione (LED) efficienti dal punto di vista energetico.
- Ridurre i rifiuti durante i mercati: distribuire articoli promozionali riutilizzabili o biodegradabili invece di omaggi monouso. Usare biglietti da visita digitali o con un codice QR stampato.
- Scegliere opzioni di merchandising ecosostenibili, come tote bag riutilizzabili, penne in bambù o blocchetti riciclati.
- Condividere informazioni sull'impatto ambientale del settore cinematografico e su come promuovere una produzione cinematografica sostenibile.
- Scegliere opzioni vegetariane e usare bicchieri riutilizzabili.
- Collaborare con altri espositori e organizzatori dell'evento per promuovere iniziative relative alla sostenibilità.
- Entrare in contatto con fornitori e partner sostenibili per supportare prassi aziendali verdi.
- Scegliere alloggi con standard di sostenibilità certificati (ad es. Ecolabel UE).



Strumenti e link

- **Vegan Trademark** – I prodotti con certificazione vegana contraddistinti da questa etichetta sono adatti a persone vegane e vegetariane.
- **Global Organic Textile Standard** – Certificazione GOTS, divisa in due categorie: “BIOLOGICO” – minimo il 95% di fibre biologiche certificate, e “PRODOTTO CON X% DI FIBRE BIOLOGICHE” – almeno il 70% di fibre biologiche.
- **OEKO-TEX® Standard 100**, un’etichetta di sicurezza per i prodotti tessili. I prodotti con questa etichetta sono privi di sostanze dannose in concentrazioni nocive per la salute umana.
- Certificazione **RCS (Recycled Claim Standard)** – verifica il contenuto di fibre riciclate del prodotto finito.
- Certificazione **GRS (Global Recycle Standard)** – specifica i requisiti delle fibre riciclate.
- **Better Cotton Initiative** – iniziativa a supporto della produzione di cotone grezzo.
- Il **Forest Stewardship Council (FSC)** è una ONG internazionale dedicata alla promozione di una gestione responsabile delle foreste mondiali.
- **The Blue Angel** – La certificazione Blue Angel è generalmente considerata la più rigorosa in Europa: la carta deve essere di fibra riciclata senza alcun ricorso ad agenti sbiancanti a base di cloro o ad altri prodotti chimici dannosi in fase di produzione.
- **La Rainforest Alliance** certifica i prodotti di carta e legno secondo lo standard FSC e la propria Certificazione Rainforest Alliance, prendendo in considerazione la catena di salvaguardia e gestione sostenibile delle foreste.



I festival e i mercati dovrebbero ripensare l'allestimento delle location. Ciò dovrebbe essere standardizzato per tutti i mercati!”



VIAGGI

Il trasporto e i viaggi sono tra le attività più inquinanti nel settore della vendita cinematografica. Viaggiare è imprescindibile del settore. I viaggi aerei emettono un'elevata quantità di carbonio e costituiscono uno degli aspetti più inquinanti per gli agenti di vendita nel settore cinematografico. Dovrebbero essere considerati l'ultima risorsa dopo aver esplorato opzioni di trasporto alternative. Nonostante sia così importante per la mobilità, il trasporto aereo contribuisce [per il 2-3% alle emissioni globali](#). Si dovrebbero fare solo viaggi veramente irrinunciabili e utili.



Suggerimenti chiave

Valutare la possibilità di viaggiare in treno o su gomma e attuare una politica che privilegi il treno per i viaggi di lavoro, sostituendo così i viaggi aerei in Europa. Se si è costretti a viaggiare in aereo, è importante seguire questi passaggi per limitarne l'impatto:

- Scegliere alternative da remoto e videoconferenze per ridurre l'esigenza di spostarsi.
- Optare per opzioni di trasporto verdi, come auto elettriche, ibride o a biogas, e promuovere l'uso delle biciclette sul lavoro.
- Combinare i viaggi e volare in Economy anziché in Business class per ridurre al minimo le emissioni.
- Ove possibile, scegliere voli diretti per ridurre le emissioni dovute a decollo e atterraggio.
- Servirsi di calcolatori di emissioni dei voli per scegliere opzioni con il minor consumo di carburante e valutare la possibilità di compensare le emissioni attraverso progetti locali nel settore energetico.
- Pianificare gli orari di viaggio in anticipo e fissare obiettivi per ridurre il numero annuo di voli per dipendente.
- Scegliere compagnie aeree con flotte più nuove, in genere più efficienti dal punto di vista dei consumi. Se un aereo nuovo ed efficiente nei consumi è pieno di passeggeri e trasporta merci, può generare emissioni di carbonio fino al 50% più basse per ciascuna persona.
- Consentire di lavorare da remoto: non doversi spostare significa azzerare le emissioni relative ai viaggi e al riscaldamento di uffici di grandi dimensioni. Due giorni lavorativi da remoto a settimana consentirebbero di risparmiare ogni anno quasi 900 chilogrammi di CO2 equivalente per dipendente.
- Tenere traccia dei viaggi: la contabilizzazione consente di capire se si stanno ripetendo più volte viaggi non necessari o se una modalità di trasporto possa essere sostituita.



Strumenti e link

- [Calcolatore di emissioni di carbonio MyClimate](#).
- Il [calcolatore di emissioni dei voli Atmosfair](#) confronta le emissioni di carbonio di diverse compagnie aeree e rotte di volo.
- Il [calcolatore di emissioni di carbonio ICAO](#) (ICEC) è l'unico strumento approvato a livello internazionale di stima delle emissioni di carbonio di viaggi in aereo.
- Una [politica di viaggio sostenibile](#) per organizzazioni ([esempio](#) e [esempio](#) e ulteriori [linee guida](#)).
- [Mercati e compensazioni volontarie delle emissioni](#).
- [Gallery Climate Coalition](#).



Lo sapevi?

Tecnicamente, i posti in Business class e in prima classe causano più emissioni dei posti in Economy. Occupano più spazio e pesano di più, poiché le persone approfittano della franchigia bagaglio gratuita. Inoltre, sottraggono posti in Economy. Molte compagnie aeree offrono la possibilità di “compensare” le emissioni in fase di acquisto. Tuttavia, c'è confusione e scarsa chiarezza sulla destinazione del denaro e su come venga speso efficacemente. Piuttosto, è meglio sostenere progetti locali in ambito energetico, ove possibile, o investire nei propri “fondi climatici strategici”.



Cerchiamo di viaggiare in treno, ma dobbiamo anche trovare un equilibrio e tentare di dare il nostro contributo senza mettere a rischio il nostro lavoro. Ci impegniamo con follow-up e monitoraggio dei nostri viaggi su base annua per analizzare le aree in cui migliorare, così da ridurre al minimo e stabilire le priorità dei nostri viaggi in modo sistematico”.



ALLOGGIO

Il settore dell'ospitalità consuma molta energia e acqua e impatta notevolmente sull'ambiente, contribuendo alle **emissioni globali di carbonio per circa l'1%**. Gli hotel rilasciano tra 160 e 200 kg di CO2 per metro quadro di superficie di una camera. Essendo il turismo mondiale responsabile dell'**8% delle emissioni di gas serra a livello globale**, ridurre l'impronta ambientale degli alloggi è cruciale. La Sustainable Hospitality Alliance sottolinea che gli hotel devono ridurre le emissioni di carbonio di ogni camera del **66% entro il 2030**.



Suggerimenti chiave

PRIMA DI VIAGGIARE

- Privilegiare hotel con certificazioni di sostenibilità e politiche ambientali e ritenerlo quale elemento fondamentale nell'adozione di decisioni sui viaggi di lavoro. Verificare le prassi di sostenibilità delle strutture e il relativo ricorso a fonti energetiche rinnovabili, come energia solare, eolica e geotermica.
- Scegliere alloggi che adottino prassi sostenibili, senza pulizia quotidiana e a ridotta produzione di rifiuti. Oggi molti hotel forniscono lenzuola e asciugamani puliti solo su richiesta per ridurre la quantità di biancheria da lavare ogni giorno.
- Usare le principali piattaforme di prenotazioni per trovare opzioni sostenibili o optare per piattaforme incentrate sulla sostenibilità.
- Informarsi in anticipo sulle opzioni di trasporto presso la destinazione.
- Viaggiare leggeri e scegliere le opzioni di pernottamento più vicine ai luoghi di svolgimento degli eventi.

- Alla fine del 2023, BOOKING.COM ha avviato il programma "Viaggi sostenibili" per gli alloggi, le auto, i viaggi e i voli.

BOOK DIFFERENT Valuta gli hotel sulla base delle certificazioni ecologiche di programmi o organizzazioni autorevoli. A ciascun hotel si assegna un apposito punteggio basato su quattro fattori fondamentali: gestione sostenibile, trattamento equo dei dipendenti e destinazioni, rispetto delle tradizioni locali e tutela ambientale.

ECOBNB valuta gli hotel sul proprio sito web in base a 10 criteri di sostenibilità.

FAIRBNB è un'impresa sociale con sede in Europa che dona la metà dei propri ricavi a progetti ambientali (e sociali) locali, come i giardini comunitari e i centri per il recupero degli sprechi alimentari.

TripAdvisor dispone ora del programma "GreenLeaders" che verifica l'ecosostenibilità degli hotel.



DURANTE I VIAGGI

- Adottare comportamenti responsabili in hotel: oggi molti hotel chiedono di mettere gli asciugamani in un posto specifico se si desidera che vengano cambiati.
- Aprirsi alla cultura locale: scegliere prodotti e servizi locali.

EFFICIENZA ENERGETICA

- Spegnerne le luci, i dispositivi elettronici e l'aria condizionata/il riscaldamento quando si lascia la stanza.
- Regolare il termostato su una temperatura moderata quando si esce o si dorme.

- Togliere i caricabatteria e i dispositivi elettronici dalla presa quando non in uso, per evitare inutili sprechi di energia.
- Ove disponibili, usare biciclette o scooter elettrici forniti dagli hotel per gli spostamenti in zona.
- Dopo aver viaggiato:
 - effettuare i dovuti calcoli e monitorare la propria impronta di carbonio.
 - Raccomandare il proprio alloggio ad altre persone che viaggiano per lavoro: il passaparola è la più potente forma di marketing.



Strumenti e link

Ecolabel UE è un sistema di certificazione volontario istituito dalla Commissione Europea per promuovere la sostenibilità nel settore del turismo/dell'ospitalità.

Green Globe è un programma internazionale di certificazione della sostenibilità dedicato al settore del turismo e dell'ospitalità.

Il programma **The Green Key** è gestito dalla Foundation for Environmental Education, con una forte presenza in Europa.

Gli hotel rispettosi dell'ambiente presentano in genere un [piano di sostenibilità](#) dettagliato sul proprio sito web.



Lo sapevi?

Privilegiare appartamenti in affitto rispetto agli hotel. Generalmente gli hotel hanno un impatto ambientale maggiore rispetto ai normali alloggi, che risultano anche più economici.



Quando partecipiamo a un festival, di solito il nostro team prenota un appartamento in cui possiamo cucinare insieme e portare il cibo all'evento il giorno successivo. In genere prepariamo piatti vegetariani e acquistiamo prodotti locali al mercato”.

RINGRAZIAMENTI

La guida *Dagli obiettivi verdi alle azioni verdi: una guida per i professionisti delle vendite nel settore cinematografico* è stata pubblicata con licenza CC 4.0 a giugno 2024 da Europa International and Climate Alliance nel quadro del progetto “Greening Strategies for the International Distribution of European films” (GSID), cofinanziato da Erasmus+, (2023-1-BE01-KA210-ADU-000153618).

Autori: Dimitra Drakaki, Kristina Eisfeld (Climate Alliance)

Revisore: Adeline Chauveau (Europa International)

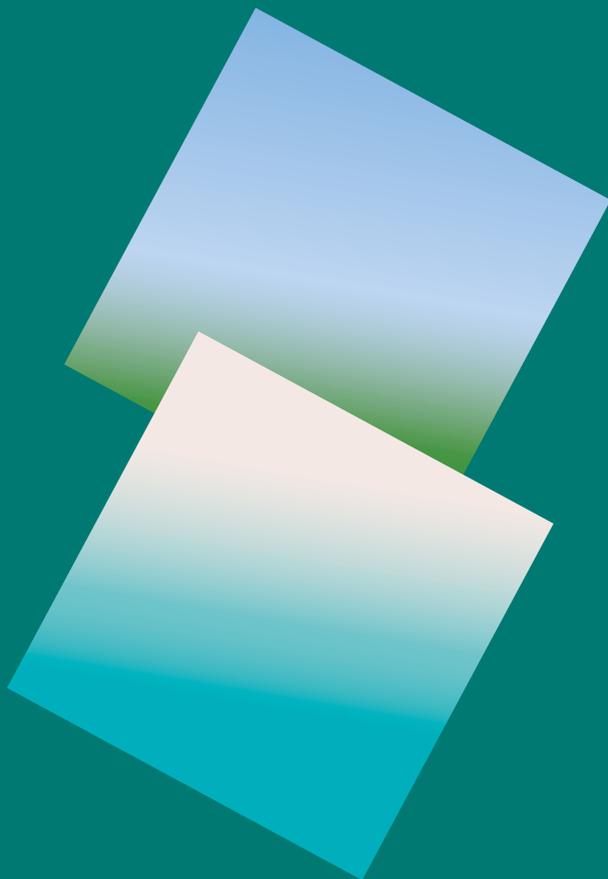
Design e layout originali: Joanna Górska e Ewa Skakun (Homework)

Gli autori desiderano ringraziare di cuore tutti coloro che hanno collaborato al progetto: ADEF (Association des Exportateurs de Films), Brussels International Film Festival, EFAD (European Film Agencies), European Film Market, European Film Promotion, il team del progetto del Green Toolkit Film and TV, Julie’s Bicycle, Media Desk Belgium, Relais Culture Europe, The Green Shot e i partecipanti: le aziende associate a Europa International.

I partner del consorzio (Europa International and Climate Alliance) sono impegnati nell’attuazione di prassi ecoresponsabili sia al proprio interno che nella gestione dei progetti.

Cofinanziata dall’Unione Europea. Le opinioni espresse appartengono agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell’Unione Europea. Né l’Unione Europea né l’autorità concedente ne rispondono.





Co-funded by
the European Union

**EUROPA
INTERNATIONAL**



**CLIMATE
ALLIANCE**