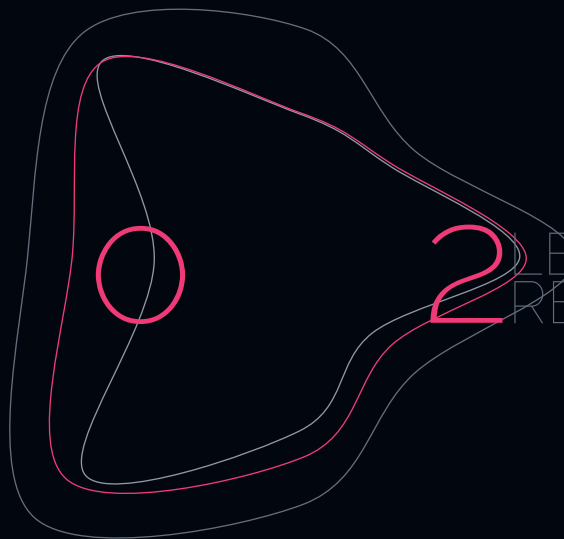


2



2

LEGACY
REPORT 4

INDICE

IL LEGACY REPORT: LA MISSION DI RCS	3
IL PERCORSO DI RCS	4
IL PROFILO DI RIGENERAZIONE	6
GIRO D'ITALIA	8
• PROFILO DI EVOLUZIONE 2023-2024	9
• PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024	11
• Resilienza climatica	13
• Circolarità	15
• Capitale naturale	17
• Benessere: felicità e salute	18
• Educazione e coinvolgimento	20
CONCLUSIONI E PROFILO TARGET	22
ANNEX	24
• METODOLOGIA	25
• TABELLE KPI GIRO D'ITALIA	27

IL LEGACY REPORT 2024: LA MISSION DI RCS

Nel 2023 abbiamo intrapreso un ambizioso viaggio verso la sostenibilità, coinvolgendo il nostro vasto ecosistema. **Abbiamo tracciato la rotta, definito la strategia e dato il via a questo importante percorso.**

Le domande che guidano la nostra azione sono rimaste le stesse. **Quale Legacy, che valore duraturo vogliamo creare con la nostra attività e come far sì che il "dopo" Giro d'Italia e Wizz Air Milano Marathon sia migliore del "prima"?** Come attivare tutti gli stakeholder? Come trasformare questi eventi vetrine della bellezza del nostro Paese?

L'avvio di questo percorso ha generato grande emozione, simile a quella di una corsa ciclistica o una maratona. Nei primi secondi tutto sembra muoversi a rallentatore e il lavoro svolto nel 2023 per definire direzione e percorso è stato cruciale, fornendo a tutti una chiara visione comune. Questo ha permesso di **lavorare in sinergia, affinando la nostra strategia man mano che il progetto prendeva slancio.**

Abbiamo mantenuto i nostri primi impegni, ampliando progressivamente il numero di persone e attori coinvolti. È stato fondamentale coinvolgere l'intero team di RCS Sports & Events per **consolidare una nuova cultura**, integrando una visione di rigenerazione e pratiche più sostenibili in ogni aspetto del nostro operato, sia internamente che esternamente.



Più avanziamo in questo viaggio, più ne apprezziamo la bellezza e l'importanza per tutti gli attori coinvolti, pur riconoscendone la complessità. Sentiamo sempre più la forza dello sport come aggregatore universale, capace di unire soggetti altrimenti difficili da far convergere. Sport e sostenibilità si stanno rivelando un binomio indissolubile.

Ora che il progetto è entrato nel vivo, diventa sempre più facile coinvolgere persone, istituzioni e aziende mosse dallo stesso ideale di innovazione che rigeneri le persone, l'ambiente e l'economia.

La sostenibilità sta diventando parte integrante del nostro DNA aziendale. Abbiamo capito che più che di un obiettivo distante, si tratta di una disciplina quotidiana che vogliamo guidi le nostre decisioni e azioni.

Vediamo sempre più chiaramente **un'opportunità per innovare, crescere e lasciare un'impronta di bellezza** duratura nel mondo dello sport e oltre.

Paolo Bellino
CEO di RCS Sports & Events

IL PERCORSO DI RCS

9 TAPPE CHIAVE

1

REGENERATIVE AMBITION

Finalità e descrizione dello scopo rigenerativo dell'evento.

2

STAKEHOLDER MAPPING

Mappatura dell'ecosistema per capire 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.

3

ANALISI DI BASELINE E PROFILO DI RIGENERAZIONE 2023

Insieme a NATIVA abbiamo mappato i nostri impatti rispetto a 5 aree, sia positivi sia negativi, con lo scopo di conoscerli e di definire un percorso per migliorarci.

4

CO-EVOLUZIONE

Una volta mappati i nostri impatti abbiamo tracciato il percorso di evoluzione che richiede un'intensa collaborazione con tutti gli attori del nostro ecosistema.

5

PROFILO TARGET

Il profilo di evoluzione rappresenta graficamente il profilo intenzionale che volevamo raggiungere per l'edizione 2024 grazie all'impegno di RCS e al contributo di tutto il nostro ecosistema.

6

PIANO DI MIGLIORAMENTO

Definizione delle azioni specifiche che possono essere implementate per raggiungere gli obiettivi prefissati.

7

INGAGGIO STAKEHOLDER NELL'EVOLUZIONE

Dare il via per agire insieme, tramite lavoro di squadra e grazie alla partecipazione di tutti gli attori chiave.

8

PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024

Il Profilo di Rigenerazione rappresenta il risultato della valutazione dell'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto ad obiettivi di impatto positivo.

9

PROFILO TARGET 2025

Il profilo di evoluzione rappresenta graficamente il profilo intenzionale che vorremmo raggiungere per l'edizione 2025, grazie all'impegno di RCS e al contributo di tutto il nostro ecosistema.

IL PROFILO DI RIGENERA- ZIONE

Il capitolo esplorerà in dettaglio le azioni di miglioramento specifiche intraprese in risposta agli impegni presi, analizzando le aree di forza e le sfide affrontate nel percorso. Questi elementi sono graficamente rappresentati nel Profilo di Rigenerazione, il quale emerge dalla valutazione sull'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto agli obiettivi di impatto positivo.

I principi di progettazione e le metodologie analitiche che hanno guidato lo sviluppo del nostro piano di miglioramento, oltre ai dati dell'analisi, le fonti e le tabelle KPI, sono stati collocati nell'annex per una consultazione approfondita e mirata.



COME LEGGERE L'ANALISI E IL PROFILO

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



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

I numeri e gli elementi chiave relativi alle varie aree di impatto.



AZIONE RIGENERATIVA

Aspetto di massimo impatto positivo durante l'evento.



IMPEGNI 2025

Impegni concreti per la prossima edizione dell'evento.



AREE DI FORZA

Aspetti di impatto positivo che valorizzano il profilo.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

Sfide chiave evidenziate dall'analisi, che molto spesso rappresentano le sfide del settore e definiscono il massimo potenziale dell'evento, oltre alle direzioni che possono essere intraprese, ottimizzate o potenziate per ottenere migliori risultati.

GIRO D'ITALIA

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.



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.

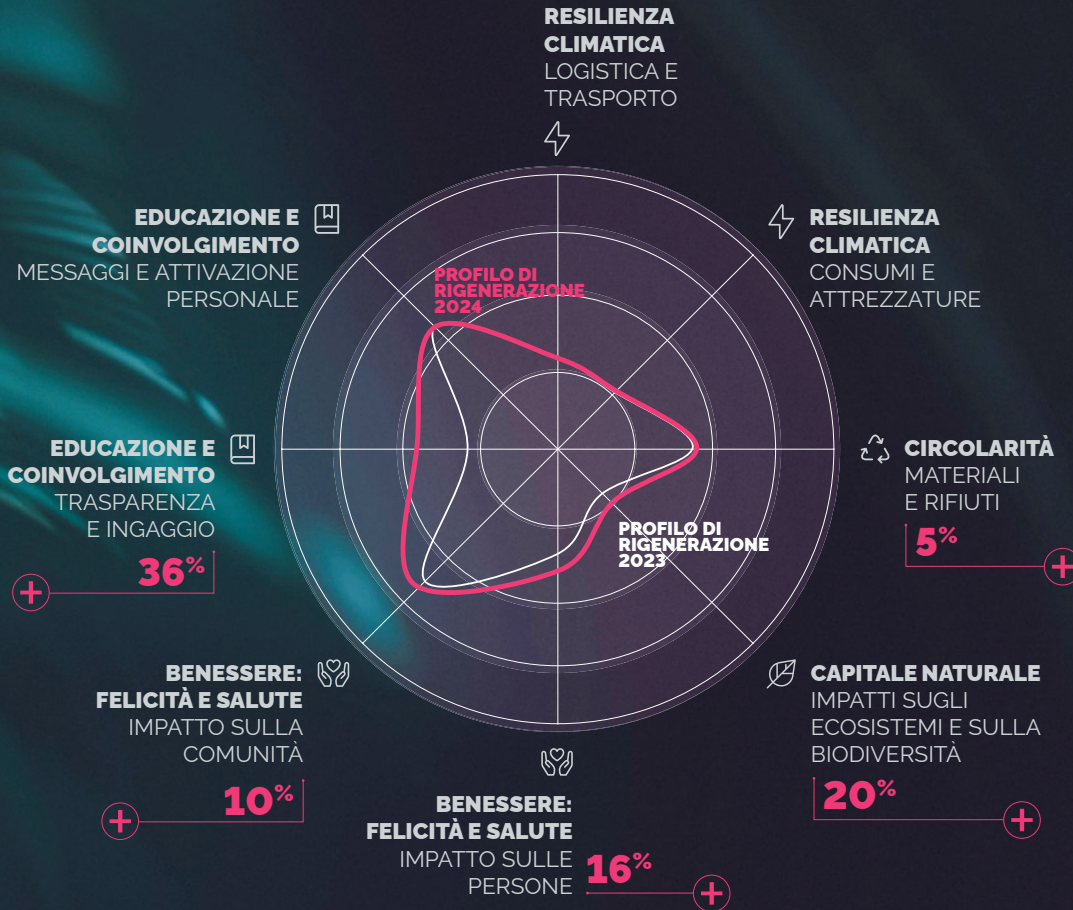
Il Giro si impegna a fare della bicicletta il simbolo della transizione verso un futuro più sostenibile, rispettando e valorizzando il legame tra natura e persone.

PROFILO DI EVOLU- ZIONE 2023-2024

ELEMENTI DI MIGLIORAMENTO IMPLEMENTATI ED EVENTUALI SFIDE AFFRONTATE

Nel 2023 ci siamo lasciati con una serie di impegni relativi ai vari assi, che, grazie anche al contributo degli attori chiave dell'ecosistema, ci siamo impegnati a concretizzare. Il paragrafo seguente mette in evidenza le aree di miglioramento e le sfide affrontate nell'edizione 2024 del Giro d'Italia, mentre le tabelle contenenti i rispettivi KPI, lo stato di avanzamento e le eventuali annotazioni sono riportate nell'annex.

PROFILO DI EVOLUZIONE* 2023-2024



RESILIENZA CLIMATICA

- Iniziale monitoraggio degli spostamenti di alcuni partner chiave dell'evento (Toyota e catering)

CIRCOLARITÀ

- Iniziale monitoraggio dei materiali per gadget/merchandising e packaging degli sponsors e partner grazie alla condivisione delle linee guida R-Intents (Toyota e catering)

CAPITALE NATURALE

- Analisi delle tappe per verificare il passaggio attraverso zone appartenenti alla rete Natura 2000 (36 siti toccati, di cui 39% attraversati)
- 1 sito sottoposto ad analisi di incidenza ambientale (Parco del Tamburrano)

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

- Workshop in collaborazione con ANCI in 16 comunità toccate dal Giro
- Monitoraggio dell'indotto economico grazie alla ricerca effettuata da Banca Ifis (nel 2023, generato un valore pari a 2 miliardi di euro)
- Ingaggio dei partecipanti del Giro-E per raccogliere input di miglioramento rispetto alla sostenibilità del Giro tramite survey di soddisfazione

EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Presenza di un team responsabile della sostenibilità dell'evento
- Formazione al 100% dei lavoratori e collaboratori sull'ambizione rigenerativa
- Avviato un programma di coinvolgimento degli stakeholder chiave per migliorare l'impatto dell'evento
- Definizione e condivisione pubblica di obiettivi qualitativi di miglioramento dell'impatto dell'evento
- Condivisione delle linee guida con sponsor, partner, fornitori e squadre (R-Intents)
- Maggiore partecipazione (+ 9%) nel rispondere alla survey dei lavoratori

- LEGENDA**
- PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024
 - PROFILO DI RIGENERAZIONE 2023
 - PREVALENZA DI BUSINESS AS USUAL (SCORE 1-25%)
 - PRIME AZIONI INTENZIONALI GUIDATE DALLA SOSTENIBILITÀ DELL'EVENTO (SCORE 26-50%)
 - SCELTE PROGETTUALI GUIDATE DA UNA VISIONE A LUNGO TERMINE DI IMPATTO POSITIVO (SCORE 51-75%)
 - PRATICHE UNICHE E DISTINTIVE CHE CREANO VALORE PER LA SOCIETÀ E L'AMBIENTE (SCORE 76-100%)

*PROFILO DI EVOLUZIONE POWERED BY NATIVA

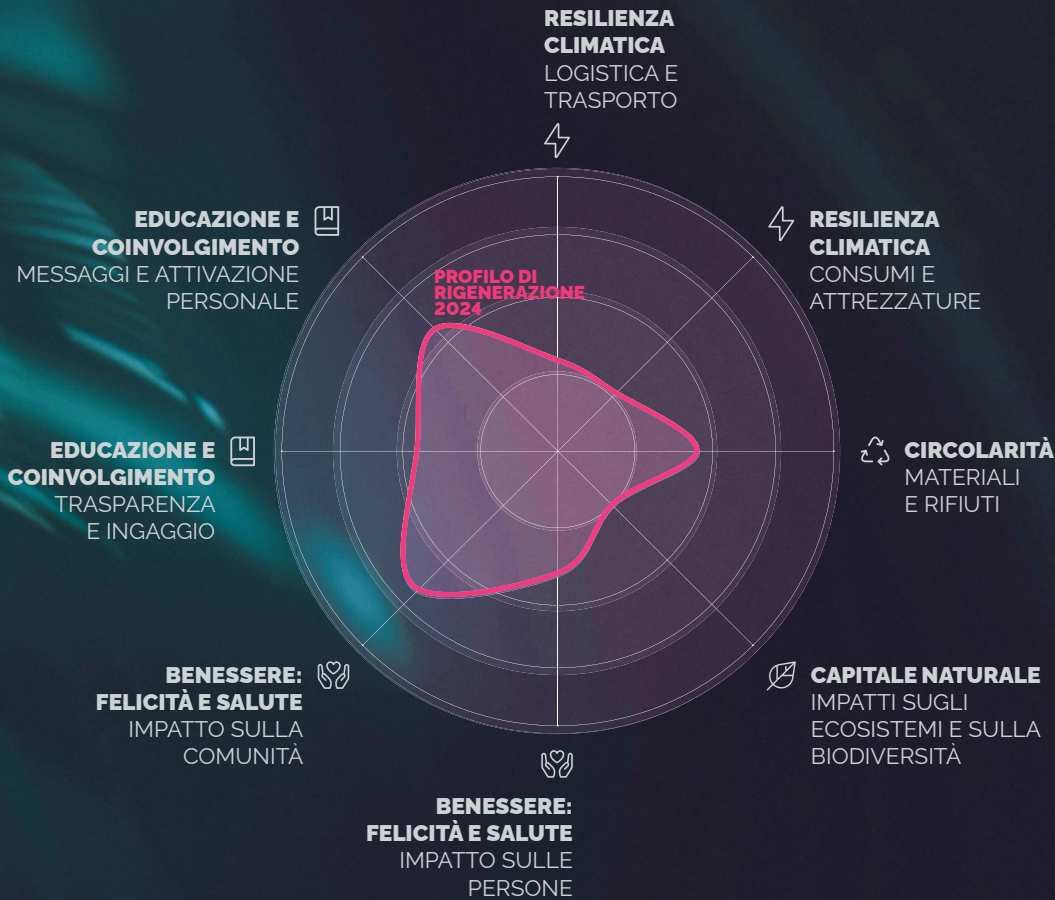
PROFILO DI RIGENE- RAZIONE 2024

ELEMENTI CHIAVE DEL GIRO D'ITALIA 2024

Il Profilo di Rigenerazione rappresenta graficamente il risultato dell'analisi degli impatti economici, sociali ed ambientali specifici del Giro d'Italia 2024¹ e di seguito sono evidenziati gli elementi chiave della Corsa Rosa 2024.

¹ I vari eventi collaterali all'ecosistema Giro d'Italia, come ad esempio il Giro-E e la Family Ride 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.

PROFILO DI RIGENERAZIONE* 2024



LEGGENDA

PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024

PREVALENZA DI BUSINESS AS USUAL (SCORE 1-25%)

PRIME AZIONI INTENZIONALI GUIDATE DALLA SOSTENIBILITÀ DELL'EVENTO (SCORE 26-50%)

SCELTE PROGETTUALI GUIDATE DA UNA VISIONE A LUNGO TERMINE DI IMPATTO POSITIVO (SCORE 51-75%)

PRATICHE UNICHE E DISTINTIVE CHE CREANO VALORE PER LA SOCIETÀ E L'AMBIENTE (SCORE 76-100%)

*PROFILO DI RIGENERAZIONE POWERED BY NATIVA

RESILIENZA CLIMATICA

- Stima delle emissioni complessive emesse dai più di 1000 mezzi coinvolti durante tutto il Giro d'Italia: 1.329.870 Kg di CO₂e
- Iniziale monitoraggio degli spostamenti dei partner chiave dell'evento (catering)

CIRCULARITÀ

- Monitoraggio e gestione dei rifiuti: 69.889,70 kg di rifiuti prodotti di cui 84% sono stati separati e inviati a riciclo
- Iniziale monitoraggio dei materiali per gadget/merchandising e packaging degli sponsors e partner grazie alla condivisione delle linee guida R-Intents (Toyota e catering)

CAPITALE NATURALE

- Analisi delle tappe per verificare il passaggio attraverso zone appartenenti alla rete Natura 2000 (36 siti toccati, di cui 39% attraversati)
- 1 sito sottoposto ad analisi di incidenza ambientale (Parco del Tamburrano)
- 200 alberi piantati nel progetto internazionale di riforestazione grazie alla collaborazione con Tread Freedom nel contesto del Giro-E (45.775 kg di CO₂ tot. compensate circa il 3% delle emissioni totali stimate)

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

- 67% dei lavoratori si ritengono felici e soddisfatti sul lavoro
- 84% dei tifosi e dei partecipanti del Giro-E si ritengono felici post-evento
- Più di 2.5 milioni di euro incassati dalle oltre 592 strutture ricettive per i 28.913 pernottamenti delle persone di RCS
- Attivazione della cittadinanza tramite i 16 workshop con ANCI
- Monitoraggio dell'indotto economico grazie alla ricerca di Banca Ifis (nel 2023, generato un valore pari a 2 miliardi di euro)
- Raccolta input di miglioramento della sostenibilità dell'evento da parte dei lavoratori, dei tifosi e dei corridori al Giro-E

EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Presenza di un'ambizione rigenerativa formalizzata e diffusa
- Presenza di un team responsabile della sostenibilità dell'evento
- Formazione al 100% di lavoratori e collaboratori sull'ambizione rigenerativa
- Coinvolgimento degli stakeholder per migliorare l'impatto dell'evento
- Condivisione di linee guida con tutti i partner dell'evento
- 59% del pubblico e dei corridori del Giro-E ha una percezione positiva della sostenibilità dell'evento
- 59% tasso di risposta della survey lavoratori (aumento del 9% rispetto al 2023)

RESILIENZA
CLIMATICA

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

IMPEGNI
2025

- **Ottimizzazione ed efficientamento** del numero di mezzi coinvolti nel Giro d'Italia per iniziare la transizione verso una mobilità sostenibile.
- **Monitoraggio** di tutte le fonti di emissioni (spostamenti, generatori, etc) in maniera dettagliata al fine di avere le basi per misurare la carbon footprint dell'evento (es. valutare rendicontazione delle emissioni tramite piattaforma e secondo il GHG protocol).
- **Valutazione** dei generatori a minore impatto rispetto ai tradizionali a diesel.

AZIONE
RIGENERATIVA

Toyota è stata Mobility Partner del Giro d'Italia e Giro-E per il quarto anno consecutivo, contribuendo alla fornitura e monitoraggio dei consumi dei mezzi forniti. In particolare, grazie a Toyota è stato possibile monitorare i consumi effettivi delle 14 vetture ibride fornite alla Direzione Corsa RCS che sono state utilizzate per il 56% del tempo e per il 40% della distanza in modalità elettrica comportando l'emissione di 13.668 kg di CO₂ (corrispondente a 134 g/km di CO₂ emessa) e portando un risparmio del 18% e 21% di CO₂ emessa rispetto all'utilizzo rispettivamente di mezzi a benzina o diesel.

KEY
NUMBERS
E KEY
ACTIONS

Più di 1.000
mezzi coinvolti

1.329.870 kg CO₂ e
emissioni
legate ai mezzi

7% emissioni
legate a
3 elicotteri

22% emissioni
legate ai mezzi
dell'organizzazione

27% emissioni
legate ai team

27% emissioni
legate
ai fornitori

**Alberto Santilli,**
Amministratore Delegato Toyota Motor Italia

"Ancora una volta siamo al fianco di RCS per mettere a disposizione tutta la nostra esperienza nel campo della mobilità sostenibile. Lo faremo accompagnando il Giro con vetture che mostrano concretamente l'approccio multi-tecnologico che Toyota persegue nella strategia di elettrificazione. Una strategia che vede la coesistenza delle tecnologie Full Hybrid, Plug-in Hybrid, Full Electric e Fuel Cell alimentate ad idrogeno. È un impegno in linea con la nostra visione "Let's go Beyond", la cui ambizione è sviluppare tecnologie e servizi che garantiscano la libertà di movimento per tutti, per realizzare una società più sostenibile, sicura e inclusiva²."

”

² Fonte: <https://newsroom.toyota.it/toyota-com-res-per-il-giro-ditalia-2024-consegnate-le-auto-al-seguito-della-corsa-rossa/>



AREE DI FORZA

Stima delle emissioni legate ai mezzi coinvolti nel Giro d'Italia.

Primo significativo coinvolgimento di alcuni partner e fornitori logistici del Giro d'Italia per definire un percorso dettagliato di misurazione e riduzione degli impatti causati dalla logistica.

Giro-E come laboratorio di innovazione di pratiche a minor impatto, in particolare³:

- Utilizzo di 5 auto elettriche Toyota Bz4x, che hanno permesso di risparmiare 2.331,9 kg CO₂
- Esposizione di 76,5 mq di tessuto TheBreath® per gli allestimenti, capace di catturare e disaggregare le particelle inquinanti contenute nell'aria che vi passano attraverso, neutralizzando durante tutto l'evento l'equivalente dell'inquinamento generato da circa 770 auto a gasolio e 1924 auto a benzina
- Utilizzo di 6 pannelli solari equivalenti a 15kw totali di potenza a supporto della fornitura elettrica ricevuta dai Comuni di Partenza
- Monitoraggio puntuale dei consumi dei mezzi coinvolti.

³ Fonte: Report Giro-E di RCS Sports & Events

SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

Per un evento come il Giro d'Italia, l'ottimizzazione e il miglioramento della logistica sono fondamentali per minimizzare il proprio impatto. Ci sono molte sfide legate alla natura itinerante dell'evento, ma è possibile

migliorare in piccoli step quali valutare un'ottimizzazione del percorso, la valutazione dell'utilizzo di droni al posto degli elicotteri, l'ottimizzazione dei mezzi coinvolti, oltre all'efficientamento dell'intera flotta che può arrivare solo grazie ad un percorso condiviso insieme ai partner.



CIRCULARITÀ

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.



IMPEGNI 2025

- **Gestione circolare** del materiale pubblicitario (es. TNT, partnership con Humana⁵).
- **Esteso ingaggio** di sponsor e fornitori per un utilizzo responsabile dei materiali (fornitura da parte di +80% dei partner di materiali, gadget e packaging in linea con le linee guida condivise e relativo monitoraggio).

⁴ Per maggiori informazioni: <https://www.giroiditalia.it/ride-green/>
⁵ Per maggiori informazioni: <https://raccoltavestiti.humanaitalia.org/>
⁶ Per maggiori informazioni: <https://www.cooperica.it/>



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

69.889,70 kg di rifiuti prodotti di cui 84% sono stati separati e inviati a riciclo⁴

Città di Partenza: Foligno, Novara e Acqui Terme
più del 94% dei rifiuti prodotti sono stati separati e inviati a riciclo

Città di Arrivo: Fossano, Santa Cristina, Lucca, Oropa, Cento
più del 90% dei rifiuti prodotti sono stati separati e inviati a riciclo

Il 100% del packaging utilizzato dal catering è plastic-free (prodotto di carta o compostabile) escludendo prodotti forniti da sponsor e partner



AZIONE RIGENERATIVA

Dal 2016, RCS Sports & Events collabora con la Cooperativa E.R.I.C.A.⁶ nel progetto Ride Green, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale del Giro d'Italia sulle località attraversate. Il progetto si concentra sulla raccolta, separazione e gestione responsabile dei rifiuti generati durante l'evento, coinvolgendo volontari e aziende locali. Grazie a questa iniziativa, i rifiuti vengono correttamente smaltiti, promuovendo il più possibile il riciclo.

Luigi Bosio,

Presidente Cooperativa E.R.I.C.A.

"Sicuramente il progetto Ride Green raggiunge un risultato notevole (83,47% raccolta differenziata), ma se pensiamo alla quantità di rifiuto prodotto in Italia è una goccia nel mare.

La forza di questo progetto risiede nel cambiamento socio-culturale che genera in tutti gli spettatori la possibilità e il dovere di 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."





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 borracce e rifiuti da parte degli atleti con staff di RCS Sports & Events adibito alla loro raccolta (Green Zone).
- Condivisione di linee guida su utilizzo e scelta dei materiali con sponsor, partner, fornitori e squadre.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

Per un evento come il Giro d'Italia, gestione circolare del materiale pubblicitario.

Esteso ingaggio di sponsor e fornitori che contribuiscono all'evento affinché i gadget e materiali in input rispettino le linee guida sviluppate. Questo è fondamentale per garantire il rispetto dei principi di circolarità e l'impiego di materiali sostenibili e promuovere una coevoluzione responsabile.



CAPITALE NATURALE

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



IMPEGNI 2025

- **Allargare le valutazioni** di incidenza ambientale anche per siti dove non è strettamente richiesto per legge, ma consigliato (es. aree maggiormente sensibili tra i siti Natura 2000 attraversati⁷).
- In aree identificate come maggiormente sensibili, adottare le pratiche necessarie per **minimizzare il proprio impatto** (es. limitare passaggio carovana nei siti ritenuti più sensibili).



AREE DI FORZA

- Analisi delle tappe per verificare il passaggio attraverso zone appartenenti alla rete Natura 2000 (36 siti toccati).
- Partnership con Treadom per ampliare la foresta di RCS Sports & Events (+200 alberi piantati).



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

Applicazione delle misure preventive applicate ad alcuni luoghi specifici ai siti Natura 2000 attraversati⁷.

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.



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

70% tappe attraversano siti Natura 2000 (toccati in tutto 36 siti)

1 Valutazione incidenza Ambientale effettuata (Parco del Tamberano)

200 alberi piantati nel progetto internazionale di riforestazione grazie alla collaborazione **con Treadom** nel contesto del Giro-E (45.775 kg di CO₂ tot. compensate, circa il 3% delle emissioni stimate legate ai mezzi)

Per maggiori informazioni: <https://www.mase.gov.it/pagina/rete-natura-2000>

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.



IMPEGNI 2025

- **Valorizzare e favorire** la diffusione di iniziative e di eventi collaterali organizzati dai Comuni o da associazioni nei territori in cui passa il Giro d'Italia (es. BiciTerapia).
- **Formalizzare i processi** di feedback da parte dei lavoratori dell'evento.
- **Favorire l'inclusione e l'accessibilità** dell'evento, abbattendo le barriere architettoniche nelle aree hospitality e sviluppando servizi inclusivi (es. amplificare il dialogo con Comuni/Città ospitanti).



AZIONE RIGENERATIVA

Il Giro d'Italia non è solo una competizione sportiva, ma un vero e proprio motore di sviluppo sociale ed economico per le comunità che attraversa. Per la prima volta, grazie a uno studio condotto da Banca Ifis⁸, è stato possibile quantificare l'impatto economico della Corsa Rosa, rivelando un valore stimato di 2 miliardi di euro. L'analisi evidenzia come questo impatto si articoli in due fasi distinte: 620 milioni di euro sono generati dall'impatto immediato, frutto della spesa degli spettatori lungo le tappe e dalle attività della macchina organizzativa.

La parte più consistente, 1,4 miliardi di euro, deriva invece da benefici economici "differiti". Questi ultimi sono prodotti da coloro che, ispirati dall'evento, tornano nei territori del Giro entro 12-18 mesi per vivere nuove esperienze turistiche. Questo dato straordinario si traduce in un impulso tangibile per le economie locali nel breve, medio e lungo periodo.

Oltre all'aspetto economico, l'impatto sociale del Giro d'Italia sul territorio è altrettanto significativo e multiforme. La Corsa Rosa agisce come catalizzatore di coesione comunitaria, creando un senso di festa e partecipazione collettiva, che rafforza il senso di appartenenza e l'orgoglio



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

67% tasso di soddisfazione e felicità dei lavoratori

2.5 milioni di euro incassati dagli hotel delle Città di Tappa per i pernottamenti delle persone di RCS

28.913 pernottamenti delle persone di RCS 592 strutture ricettive coinvolte dai comitati organizzatori (staff, teams, giornalisti, fornitori)

84% dei tifosi e dei partecipanti del Giro-E si ritengono felici post evento

12 Regioni italiane attraversate dal Giro d'Italia

40 Città di tappa di partenza o arrivo

2 miliardi di euro Valore economico generato sul territorio dal Giro d'Italia

⁸ Fonte: Ricerca Banca Ifis, disponibile su: <https://www.bancaifis.it/comunicati-stampa/studio-banca-ifis-il-giro-ditalia-vale-2-miliardi-di-euro/>

locale di ciascun territorio attraversato.

Il Giro non si limita a essere un evento sportivo: diventa un'esperienza condivisa che unisce generazioni, stimola l'economia e promuove l'identità territoriale, lasciando un'impronta positiva e duratura su ogni comunità che tocca.

Fabio Giulivi, Sindaco di Venaria Reale

"Il Giro d'Italia non è solo sport ma una festa popolare che ha travolto la città⁹."

Sergio Giordani, Sindaco di Padova

"Avrei voluto il Giro a Padova anche se fosse stato solo un evento sportivo [...], ma è ovvio che il Giro è anche un formidabile volano economico e turistico: è tra i primi cinque eventi sportivi al mondo per copertura televisiva, tra quelli che durano più giorni. E in occasione della tappa a Padova sarà trasmesso durante il collegamento televisivo uno speciale di 30 minuti dedicato alla nostra città¹⁰."

”

⁹ Prima settimana, Giro d'Italia: 'l'onda rosa' ha attraversato Venaria, 6 maggio 2024, disponibile su: <https://primasettimo.it/tempo-libero/eventi/giro-ditalia-londa-rosa-ha-attraversato-venaria/>

¹⁰ Il Mattino di Padova, Il ritorno a Padova del Giro d'Italia, il sindaco: «Un gran lavoro di squadra», 22 maggio 2024, disponibile su: https://mattinopadova.gelocal.it/nordest/2024/05/22/news/padova_giro_ditalia_sindaco_giordani-14324036/



AREE DI FORZA

- Attivazione della cittadinanza tramite i workshop con ANCI.
- Monitoraggio dell'indotto economico grazie alla ricerca di Banca Ifis.
- Invio della survey di soddisfazione ai partecipanti del Giro-E per raccogliere input di miglioramento rispetto alla sostenibilità del Giro d'Italia.
- Monitoraggio del livello di soddisfazione e felicità dei lavoratori, del pubblico e dei corridori del Giro-E.
- Promozione del programma BiciTerapia in occasione della 14^a tappa di Castiglione delle Stiviere in collaborazione con Casa del Sole ONLUS.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Integrare dei processi intenzionali per favorire il benessere dei volontari all'evento.
- Raccogliere input e feedback dai volontari tramite strumenti e iniziative specifiche.
- Investire direttamente sulle comunità in cui passa il Giro d'Italia, attraverso donazioni e progetti sul territorio.
- Offrire servizi e strutture accessibili e inclusive durante le tappe anche per persone con disabilità.
- Selezione delle tappe in base alle possibilità di sviluppo e valorizzazione dei territori, in ottica di rigenerazione.



EDUCAZIONE E COINVOLGI- MENTO

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



IMPEGNI 2025

- Definizione di target quantitativi di miglioramento (e.g. raggiungere l'80% del tasso di risposta alla survey lavoratori, +80% il numero di partner coinvolti nell'evoluzione sostenibile dell'evento).
- Inserimento di impact terms (con i termini contenuti nella guida R-Intents¹¹) nei contratti con sponsor, partner e istituzioni.
- Aumentare il coinvolgimento dei partner nelle fasi di progettazione dell'evento.

- Valorizzare e organizzare attività di formazione sull'uso della bicicletta e i valori dello sport, con particolare riferimento alle nuove generazioni.

¹¹ Per maggiori informazioni: <https://www.giroditalia.it/r-intents/>



AZIONE RIGENERATIVA

Quest'anno, per la prima volta, l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) ha organizzato una serie di workshop nelle Città di Partenza del Giro-E, con l'obiettivo di approfondire il ruolo dei giovani come protagonisti dei processi di sviluppo locale sostenibile nei propri Comuni di appartenenza. In occasione di questi incontri è stata creata una survey che ha visto la partecipazione complessiva di 177 persone, di cui 100 hanno contribuito in modo attivo, offrendo il proprio punto di vista su come far emergere e moltiplicare il valore creato dal Giro d'Italia per i giovani. Gli input ricevuti sono stati raccolti in quattro macrotemi principali:

- Coinvolgimento giovani ed educazione sportiva: promuovere l'integrazione e la partecipazione delle nuove generazioni attraverso l'educazione sportiva
- Coinvolgimento comunità locale e istituzioni: rafforzare il legame tra la comunità locale e le istituzioni per una collaborazione più efficace
- Legacy materiale: investire in infrastrutture durature di cui possa beneficiare la comunità nel lungo termine
- Educazione alla mobilità sostenibile e all'uso della bicicletta: sensibilizzare e formare i cittadini sull'importanza della mobilità sostenibile e dell'uso della bicicletta.

Le risposte raccolte in 16 città dal Nord al Sud Italia sono risultate geograficamente omogenee, dimostrando una distribuzione uniforme degli interessi e delle preoccupazioni tra le diverse aree, dando maggiore importanza al coinvolgimento delle nuove generazioni e a seguire delle comunità e dei territori. Tuttavia, considerando le dimensioni delle città



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

21 Città di Partenza coinvolte che hanno permesso di sensibilizzare la popolazione locale, i visitatori ed i telespettatori su tematiche di sostenibilità

22 squadre ciclistiche

59% dei tifosi e dei corridori del Giro-E ha una percezione positiva della sostenibilità dell'evento

59% tasso di risposta della survey lavoratori (aumento del 9% rispetto al 2023)

3 priorità che secondo i lavoratori dovrebbe avere il Giro d'Italia il prossimo anno:

1. Attenzione al benessere dei lavoratori e volontari che lavorano all'evento
2. Utilizzo di materiali più sostenibili e minimizzazione degli oggetti monouso
3. Attività di educazione e sensibilizzazione sui valori dello sport

3 priorità che secondo i tifosi e i partecipanti del Giro-E dovrebbe avere il Giro d'Italia il prossimo anno:

1. Attività di formazione sull'uso della bicicletta e sui valori dello sport
2. Attività per le nuove generazioni
3. Amplificare l'impatto verso le comunità attraversate dal Giro



GIRO
D'ITALIA

dei workshop, è emerso che nelle città con meno di 10.000 abitanti, il 54% degli input riguardavano il coinvolgimento della comunità locale. I partecipanti di questi piccoli centri cittadini hanno enfatizzato l'importanza di una maggiore partecipazione e collaborazione della comunità nelle iniziative locali, suggerendo che le dinamiche sociali e il senso di appartenenza giocano un ruolo cruciale nello sviluppo sostenibile del territorio. In tutte le altre città con più di 10.000 abitanti, l'input maggiore riguardava il coinvolgimento dei giovani e l'educazione sportiva (il 58% degli input nelle città tra i 10.000-100.000 abitanti, fino ad arrivare al 67% nelle città con più di 100.000 abitanti); in particolare sulla necessità di promuovere i valori dello sport e la pratica sportiva come strumento educativo e sulla necessità di dare ruolo centrale alle nuove generazioni, investendo nei loro talenti per creare sistemi virtuosi a latere di un grande evento come il Giro d'Italia.

AREE DI
FORZA

- Presenza di un'ambizione rigenerativa formalizzata e diffusa.
- Presenza di un team responsabile della sostenibilità dell'evento.
- Formazione estesa per tutti i lavoratori sull'ambizione rigenerativa dell'evento.
- Avviato un programma di coinvolgimento degli stakeholder chiave per migliorare l'impatto dell'evento.

- Definizione e condivisione pubblica di obiettivi qualitativi di miglioramento dell'impatto dell'evento.
- Condivisione di linee guida con i partner dell'evento.
- Monitoraggio della percezione di sostenibilità dell'evento da parte del pubblico e dei partecipanti del Giro-E.
- Aumento delle risposte alle survey dei lavoratori.

SFIDE E DIREZIONI DI
MIGLIORAMENTO

- Tramite il lavoro con NATIVA sono stati identificati gli impatti sociali e ambientali negativi potenziali solo ad alto livello, ma non approfonditi.
- Definire obiettivi e target quantitativi di miglioramento.
- Selezione dei fornitori secondo criteri sociali e/o ambientali.

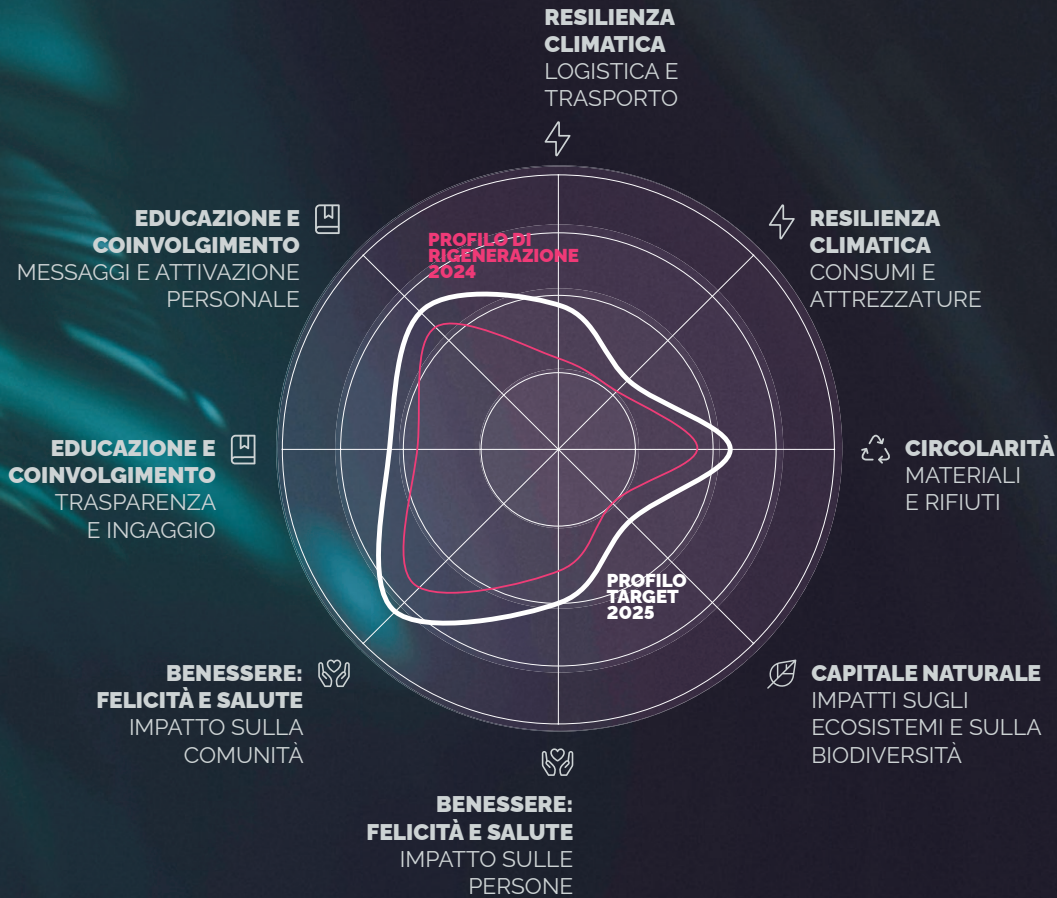
- Estendere la comunicazione di messaggi radicati in principi di sostenibilità a tutto l'evento.
- Monitorare le ore dedicate alla diffusione di messaggi di sostenibilità.

CONCLU- SIONI







RCS Sports & Events, perseguendo il sogno di fare diventare il Giro d'Italia 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, e seguendo la direzione di evoluzione intrapresa, rinnova il proprio impegno per le rispettive edizioni 2025 definendo nuovi obiettivi e nuovi traguardi che sono rappresenta graficamente dai seguenti Profili di Rigenerazione target.

Grazie al contributo di ciascuno di voi, insieme si potranno conquistare nuovi e ambiziosi traguardi.

PROFILO TARGET*
GIRO D'ITALIA
2024-2025



LEGENDA

- 
 PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024
- 
 PROFILO TARGET 2025
- 
 PREVALENZA DI BUSINESS AS USUAL (SCORE 1-25%)
- 
 PRIME AZIONI INTENZIONALI GUIDATE DALLA SOSTENIBILITÀ DELL'EVENTO (SCORE 26-50%)
- 
 SCELTE PROGETTUALI GUIDATE DA UNA VISIONE A LUNGO TERMINE DI IMPATTO POSITIVO (SCORE 51-75%)
- 
 PRATICHE UNICHE E DISTINTIVE CHE CREANO VALORE PER LA SOCIETÀ E L'AMBIENTE (SCORE 76-100%)

*PROFILO TARGET POWERED BY NATIVA

IMPEGNI 2025



RESILIENZA CLIMATICA

- Ottimizzazione ed efficientamento del numero di mezzi coinvolti nel Giro d'Italia per iniziare la transizione verso una mobilità sostenibile
- Monitoraggio di tutte le fonti di emissioni (spostamenti, generatori, etc) in maniera dettagliata al fine di avere le basi per misurare la carbon footprint dell'evento (es. valutare rendicontazione delle emissioni tramite piattaforma e secondo il GHG protocol)
- Valutazione generatori a minore impatto rispetto ai tradizionali a diesel



CIRCULARITÀ

- Gestione circolare del materiale pubblicitario (es. TNT, partnership con Humana)
- Esteso ingaggio di sponsor e fornitori per un utilizzo responsabile dei materiali (fornitura da parte di +80% dei partner di materiali, gadget e packaging in linea con le linee guida condivise e relativo monitoraggio)



CAPITALE NATURALE

- Allargare le valutazioni di incidenza ambientale anche per siti dove non è strettamente richiesto per legge, ma consigliato (es. aree maggiormente sensibili tra i siti Natura 2000 attraversati)
- In aree identificate come maggiormente sensibili, adottare le pratiche necessarie per minimizzare il proprio impatto (es. limitare passaggio carovana nei siti ritenuti più sensibili)



BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

- Valorizzare e favorire la diffusione di iniziative e di eventi collaterali organizzati dai Comuni o da associazioni nei territori in cui passa il Giro d'Italia (es. BiciTerapia)
- Formalizzare i processi di feedback da parte dei lavoratori dell'evento
- Favorire l'inclusione e l'accessibilità dell'evento, abbattendo le barriere architettoniche nelle aree hospitality e sviluppando servizi inclusivi (es. amplificare il dialogo con Comuni/Città ospitanti)



EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Definizione di target quantitativi di miglioramento (e.g. raggiungere l'80% del tasso di risposta alla survey lavoratori, +80% il numero di partner coinvolti nell'evoluzione sostenibile dell'evento)
- Inserimento di impact terms (con i termini contenuti nella guida R-Intents) nei contratti con sponsor, partner e istituzioni
- Aumentare il coinvolgimento dei partner nelle fasi di progettazione dell'evento
- Valorizzare e organizzare attività di formazione sull'uso della bicicletta e i valori dello sport, con particolare riferimento alle nuove generazioni

ANNEX

METODOLOGIA

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 espressione 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 sistemico, 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

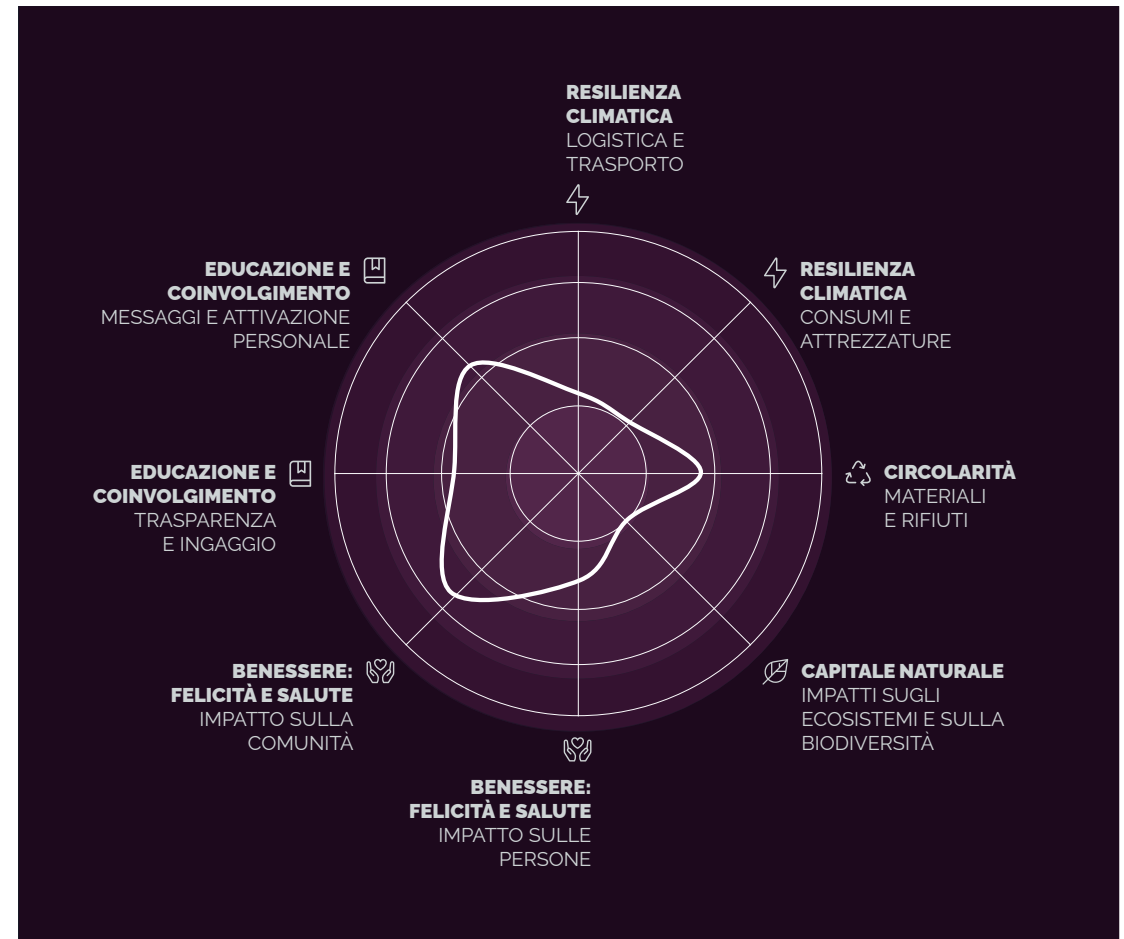
Circularità: Adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti,...), in tutte le fasi di progettazione e svolgimento dell'evento

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.

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



METODOLOGIA

COME ABBIAMO MISURATO

L'analisi degli eventi si basa su una prospettiva sistemica, 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 Goals 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 qualitativi adottando una metodologia allineata con il Modello PROBE¹².

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

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.

COME ABBIAMO RACCOLTO LE INFORMAZIONI

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

- Interviste ed incontri con partner e sponsor dei rispettivi eventi per raccogliere il loro contributo e supportarli nella raccolta di dati ed informazioni, oltre a collaborare per migliorare il loro impatto negli eventi.
- 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 e nell'evoluzione degli impatti creati sul territorio.
- 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 di sostenibilità ambientale ed inclusione di queste categorie fondamentali di stakeholder.
- 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.

¹² 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.

TABELLE KPI GIRO D'ITALIA

PROGRESSI RISPETTO AGLI IMPEGNI PRESI NEL 2023

RESILIENZA CLIMATICA		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Monitoraggio degli spostamenti effettuati durante il Giro d'Italia di tutti gli attori coinvolti	In evoluzione	L'impegno è stato riprogrammato
Monitoraggio dei consumi di energia derivanti dai generatori utilizzati e dai consumi degli attori coinvolti	In evoluzione	L'impegno è stato riprogrammato
Miglioramento degli impatti della logistica	Da completare	Sono stati avviati dialoghi con i principali attori, con l'obiettivo di ottimizzare ed efficientare i mezzi. Alcune iniziative sono state intraprese, ma risultano ancora troppo limitate per essere significative

CIRCOLARITÀ		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Creazione e condivisione di linee guida per sponsor e fornitori su alternative sostenibili per materiale brandizzato, gadgets e packaging monouso e relativo monitoraggio	Implementato	Sono state create e condivise le linee guida con tutti i fornitori e sponsor principali
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	Da completare	-

CAPITALE NATURALE		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Svolgimento di analisi preliminari dei siti per verificare la presenza di aree sensibili dal punto di vista naturalistico (e.g. appartenenza alla rete Natura 2000) ed eventuale svolgimento di Valutazione di Incidenza Ambientale (VIInCA) se ritenuto necessario	In evoluzione	Effettuata analisi delle tappe per verificare il passaggio attraverso zone appartenenti alla rete Natura 2000 ed effettuata una Valutazione di Incidenza Ambientale dove ritenuto necessario. È ritenuto importante approfondire anche altre analisi al fine di applicare eventuali misure preventive ad alcuni luoghi specifici attraversati

EDUCAZIONE & COINVOLGIMENTO		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Formazione dei lavoratori dedicata, su aspetti sociali e ambientali rilevanti	Implementato	Effettuate 6h di formazione per il 100% della popolazione aziendale e fino a 4h aggiuntive di formazione a seconda del ruolo e del coinvolgimento rispetto alla sostenibilità dell'evento
Coinvolgimento fornitori e sponsor nel processo decisionale sulla performance sociale e ambientale	In evoluzione	È stato organizzato un workshop con i fornitori principali e sono stati coinvolti i principali sponsor per migliorare la sostenibilità dell'evento. L'obiettivo per l'anno prossimo è ampliare il bacino di partner coinvolti
Definizione di una persona o un team responsabile degli impatti dell'evento	Implementato	È stato definito un team di 3 persone responsabile della sostenibilità dell'evento
Creazione e condivisione delle linee guida con sponsor e fornitori su alternative sostenibili	Implementato	Sono state create e condivise le linee guida con tutti i fornitori e sponsor principali
Coinvolgimento di istituzioni, fornitori e sponsor nella promozione di iniziative ad impatto positivo verso la comunità	Da completare	Sono stati coinvolti i principali partner nella fase di progettazione dell'evento, ma è da migliorare il coinvolgimento rispetto alla promozione di iniziative a impatto verso la comunità

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Creazione di percorsi di crescita e miglioramento del benessere delle persone che lavorano all'evento	In evoluzione	Sono stati implementati dei percorsi di formazione per tutti i lavoratori dell'evento ed è stata inviata una survey di soddisfazione e raccolta di feedback da parte dei lavoratori. Sono da formalizzare i processi di feedback da parte dei lavoratori dell'evento
Aumento dell'accessibilità dell'evento, tramite l'abbattimento delle barriere architettoniche e lo sviluppo di nuovi servizi	Da completare	L'impegno è stato riprogrammato
Investimenti per le comunità toccate dall'evento (e.g. attivazione del progetto di segnaletica stradale per il cicloturismo)	Da completare	-

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 (e.g. mezzi che si spostavano solamente tra partenza e partenza, mezzi che si spostavano tra arrivo e arrivo, mezzi che seguivano tutte le tratte). Per il calcolo delle emissioni degli elicotteri (3) e dell'aeroponte (1, assunto un modello stile Cessna) che sorvola i cieli di ogni tappa per trasmettere i segnali tv, sono state fatte le stesse assunzioni del 2023.

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 CO₂ equivalente specifici, sono stati calcolati utilizzando i riferimenti di emissione del DEFRA (well to wheel), riferimenti pubblici riconosciuti a livello internazionale sviluppati annualmente dal governo UK.

RESILIENZA CLIMATICA		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Kg di CO ₂ e equivalente derivanti dagli spostamenti di tutti i veicoli coinvolti durante il Giro	1.329.870	Dato stimato da NATIVA sulla base delle informazioni fornite da RCS utilizzando i fattori di emissione DEFRA
Alberi necessari per compensare le emissioni derivanti dagli spostamenti effettuati durante tutto il Giro d'Italia	61.080	Dato stimato da NATIVA in base ai dati dell'European Environment Agency
Campi da calcio necessari per distribuire il numero di alberi descritto sopra	Circa 100	Dato stimato da NATIVA considerando l'assegnazione almeno di 10m ² per ogni albero
Numero di veicoli coinvolti	1006 (+3 elicotteri, 1 aeroponte, 3 aerei di linea per il trasferimento verso l'ultima tappa)	Dati condivisi da RCS
Consumo di energia durante tutto l'evento	Dato non ancora monitorato	Dato non ancora monitorato
Emissioni complessive di tutto l'evento	Dato non ancora monitorato	Dato non ancora monitorato

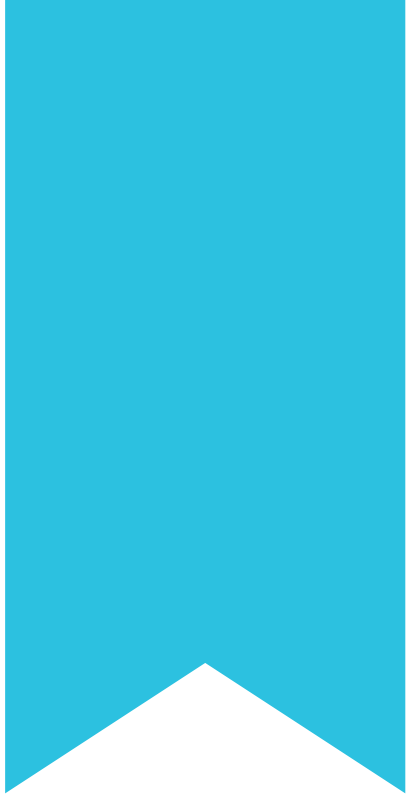
CIRCOLARITÀ		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Rifiuti prodotti e differenziati durante l'evento	69.889,70 kg di rifiuti prodotti di cui 84% sono stati separati e inviati a riciclo	Cooperativa E.R.I.C.A.
Materiali utilizzati per materiale pubblicitario (RCS)	Circa 63 km TNT per striscioni pubblicitari (da dato 2023)	Dato condiviso da RCS rispetto all'evento 2023
Materiali utilizzati per gadget, materiale pubblicitario e packaging da sponsor/espositori	Dato parzialmente monitorato ricevuto da Toyota: 87% dei gadget forniti non utilizza packaging monouso	Dati raccolti da NATIVA, RCS Sports & Events, Toyota
Packaging Food & Beverage (catering)	Il 100% del packaging utilizzato dal catering è plastic-free (prodotto di carta o compostabile) escludendo prodotti forniti da sponsor e partner	Dati raccolti da NATIVA, RCS Sports & Events, AE Ristorazione

CAPITALE NATURALE		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Siti sottoposti ad analisi preliminare per verificarne la sensibilità dal punto di vista naturalistico	1	RCS Sports & Events
Alberi piantati nel progetto di riforestazione grazie a Treedom	200 alberi 45775kg CO ₂ compensati	Report Giro-E, RCS Sports & Events
Consumo di acqua	Dato non ancora monitorato	Dato non ancora monitorato

TABELLE KPI GIRO D'ITALIA

EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
% di risposta alla survey rivolta ai lavoratori	59,2%	106 risposte su 179 questionari inviati 61 dipendenti di RCS, 45 collaboratori esterni per l'evento Sondaggio di NATIVA
3 priorità che secondo i lavoratori dovrebbe avere il Giro il prossimo anno: 1) Attenzione al benessere dei lavoratori e volontari che lavorano all'evento; 2) Utilizzo di materiali più sostenibili e minimizzazione degli oggetti monouso; 3) Attività di educazione e sensibilizzazione sui valori dello sport	64% 49% 38%	Sondaggio di NATIVA
N° di risposte alla survey del pubblico del Giro d'Italia	335 risposte	Sondaggio di NATIVA
Tasso di risposta alla survey dei partecipanti del Giro-E	3,6%	Sondaggio di NATIVA 92 risposte su 2537 sondaggi inviati
% del pubblico e dei corridori del Giro-E ha una percezione positiva della sostenibilità sociale dell'evento	64%	Sondaggio di NATIVA
% del pubblico e dei corridori del Giro-E ha una percezione positiva della sostenibilità ambientale dell'evento	53%	Sondaggio di NATIVA
3 priorità che secondo pubblico e dei corridori del Giro-E dovrebbe avere il Giro il prossimo anno: 1) Attività di formazione sull'uso della bicicletta e sui valori dello sport; 2) Attività per le nuove generazioni; 3) Amplificare l'impatto verso le comunità attraversate dal Giro	66% 51% 48%	Sondaggio di NATIVA
Ore di formazione ai lavoratori di RCS/n° di persone coinvolte nella formazione	6h per il 100% della popolazione aziendale, fino a 10h di formazione a seconda del ruolo e del coinvolgimento rispetto alla sostenibilità dell'evento	NATIVA
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
% del pubblico e dei partecipanti del Giro-E che si ritengono felici e soddisfatti post evento	84%	Sondaggio di NATIVA
Tasso di soddisfazione e felicità dei lavoratori	67%	Sondaggio di NATIVA
N° strutture ricettive coinvolte dai comitati organizzatori (staff, teams, giornalisti, fornitori)	592	RCS
N° pernottamenti delle persone di RCS	28.913	RCS
Euro incassati dagli hotel delle Città di Tappa per i pernottamenti delle persone di RCS	oltre 2,5 milioni	RCS
Valore economico generato sul territorio dal Giro d'Italia	2 miliardi di euro	Ricerca Banca Ifis, disponibile su: https://www.bancaifis.it/comunicati-stampa/studio-banca-ifis-il-giro-ditalia-vale-2-miliardi-di-euro/ Dato non specifico sul Giro d'Italia 2024
Regioni italiane attraversate dal Giro	12	RCS
Città di tappa di partenza o arrivo	40	RCS



Le informazioni presenti all'interno del documento sono state fornite da RCS Sports & Events 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

