

Ghid pentru evenimente culturale sustenabile

2021

Timișoara 2021
Capitală Europeană a Culturii

Bogdan Gioară
Mihaela Vețan



Timișoara
2018



CAPITALĂ EUROPEANĂ
A CULTURII



CONSILIUL
JUDEȚEAN
TIMIȘ



Ghid pentru evenimente culturale sustenabile

Coordonator: Gioară Bogdan

Contributori: Mihaela Vețan (Asociația CRIES),
Manuela Oprea (Asociația Ceva de Spus)

Editor: Sergiu Florean

Concept și editare grafică: Eduard Jakabházi

Tipar: SC ORNELLA DESIGN SRL

Cuprins

2	Evenimente responsabile la Timișoara - Capitală Culturală Europeană 2021
4	Capitolul 1: Ghid practic pentru organizarea de evenimente sustenabile
6	1.1. COMUNICAREA
11	1.2. TRANSPORTUL
15	1.3. SERVIREA MESELOR
20	1.4. CAZAREA
22	1.5. LOGISTICA
25	1.6. IMPLICAREA STAKEHOLDER-ILOR
27	1.7. FIȘE DE LUCRU DE TIP CHECK-LIST
34	Capitolul 2: Marca „Eveniment responsabil”
44	Bibliografie



2021

Timișoara 2021
Capitală Europeană a Culturii

Evenimente responsabile la Timișoara - Capitală Culturală Europeană 2021

„Indiferent de tipul de eveniment pe care îl organizezi, deții un important potențial de a meșteșugi pe termen scurt o mini-utopie. Ai puterea de a produce schimbare și a lăsa participanților și audienței inspirația de a trăi mai sustenabil. Aceasta este moștenirea și contribuția pe care o poți aduce lumii întregi pentru un viitor mai sustenabil”.

Meegan Jones, Sustainable event management

Chiar dacă un eveniment are, prin definiție, o durată scurtă, când luăm în considerare consecințele sale ne dăm seama că nu este deloc „efemer”. Un eveniment de o anumită amploare generează o paletă de impacturi ecologice, economice, sociale, care își continuă efectele mult timp după ziua încheierii

sale oficiale. E ceea ce ne putem aștepta și de la manifestările organizate în cadrul „Timișoara - Capitală Culturală Europeană 2021”. Ele vor reuni și vor activa foarte multe persoane, iar acest lucru se va face inevitabil prin consumuri de resurse financiare, umane și naturale, precum și prin utilizarea unei părți semnificative a spațiilor și a echipamentelor urbane.

Adesea, organizatorii de evenimente se exprimă prin cele mai creative mijloace artistice, inovarea jucând un rol important pentru activitatea lor. Credem că acest sector deține un potențial semnificativ pentru a inspira și motiva: de la furnizori, sponsori, mass-media până la publicul căruia i se adresează un eveniment.

Utilizați evenimentul pentru a demonstra modul în care o comunitate sustenabilă ar putea funcționa, pentru a arăta durabilitatea în acțiune. Fiecare litru de combustibil utilizat, fiecare grad pe un termostat, fiecare litru de apă risipită, fiecare sticlă de plastic sau doză de aluminiu aruncată sunt direct responsabile

pentru utilizarea resurselor naturale, crearea de deșeuri și inevitabil producerea de gaze cu efect de seră.

Haideți să ne gândim cum putem face lucrurile mai bine, contribuind la consolidarea unor practici responsabile! Puteți informa comunitatea cu care intrați în contact despre practici sustenabile și să contribuiți la schimbări de comportamente. Vă invităm să deveniți agenți ai schimbării și să creșteți de la an la an caracterul sustenabil al evenimentului pe care îl organizați, fie că este vorba de un festival, concert, competiție sportivă sau o piesă de teatru.

Ca organizator de evenimente vă găsiți într-o situație unică în care puteți produce schimbare socială imediat, ajutând industria organizării de evenimente să se îndrepte în direcția pe care ne-o dorim cu toții. Indiferent că organizați o expoziție pentru 100 de persoane sau un festival la care sunt așteptați peste 10.000 de participanți, puteți dezvolta un sol fertil în care inovatorii și designerii de soluții sustenabile să experimenteze și să crească. Cererea pentru produse și servicii mai sustenabile din partea organizatorilor de evenimente va produce cu timpul schimbare și în oferta furnizorilor. Mediul fizic și oamenii cu care veți interacționa vor fi influențați de angajamentul vostru și vor fi motivați să își aducă propria contribuție.

Prezentul Ghid este realizat în cadrul proiectului **La Pas**, derulat de Asociația Timișoara-Capitală Culturală Europeană în parteneriat cu asociația CRIES-Centrul de Resurse pentru Inițiative Etice și Solidare, cu sprijin financiar din partea Consiliului Județean Timiș.

Materialul se adresează unui public larg, implicat în organizarea și finanțarea de evenimente culturale:

- **Specialiști implicați în organizarea de evenimente comunitare (festivaluri, concerte, competiții locale, festivități, sărbători religioase);**
- **Școli și universități – elevi, studenți, cadre didactice și părinți, implicați în organizarea unor evenimente,**

precum: zilele porților deschise, târguri, ceremonii de absolvire la sfârșitul anului, carnavaluri, excursii, sărbători etc.

- **Cluburi sportive, asociații, grupuri informale implicate în organizarea unor concursuri și competiții sportive;**
- **Voluntari implicați în organizarea unor evenimente, care doresc să devină agenți ai schimbării și să mute industria evenimentelor spre un viitor durabil;**
- **Agenții de organizare evenimente, inclusiv agenții care oferă soluții de marketing pentru persoane juridice, organizarea unor campanii de publicitate și de responsabilitate socială;**
- **Finanțatori publici și privați, interesați să stimuleze dezvoltarea unor evenimente sustenabile.**

Ghidul conține două capitole distincte. Primul capitol prezintă informații cu privire la măsuri și exemple concrete pe care organizatorii de evenimente le pot integra pentru dezvoltarea unor evenimente sustenabile. Acestea sunt prezentate urmărind etapele principale de organizare a unui eveniment. Capitolul al doilea conține informații despre marca Eveniment responsabil, singura marcă de acest fel din România, dezvoltată de Asociația REPER 21. Acest capitol se adresează organizatorilor de evenimente care sunt familiarizați cu demersul de responsabilitate socială, și doresc să aplice pentru a obține și utiliza marca Eveniment responsabil¹.

¹ Persoanele și organizațiile interesate să obțină marca Eveniment responsabil vor putea colabora cu Asociația REPER 21 – www.reper21.ro

Capitolul 1

Ghid practic pentru organizarea de evenimente sustenabile



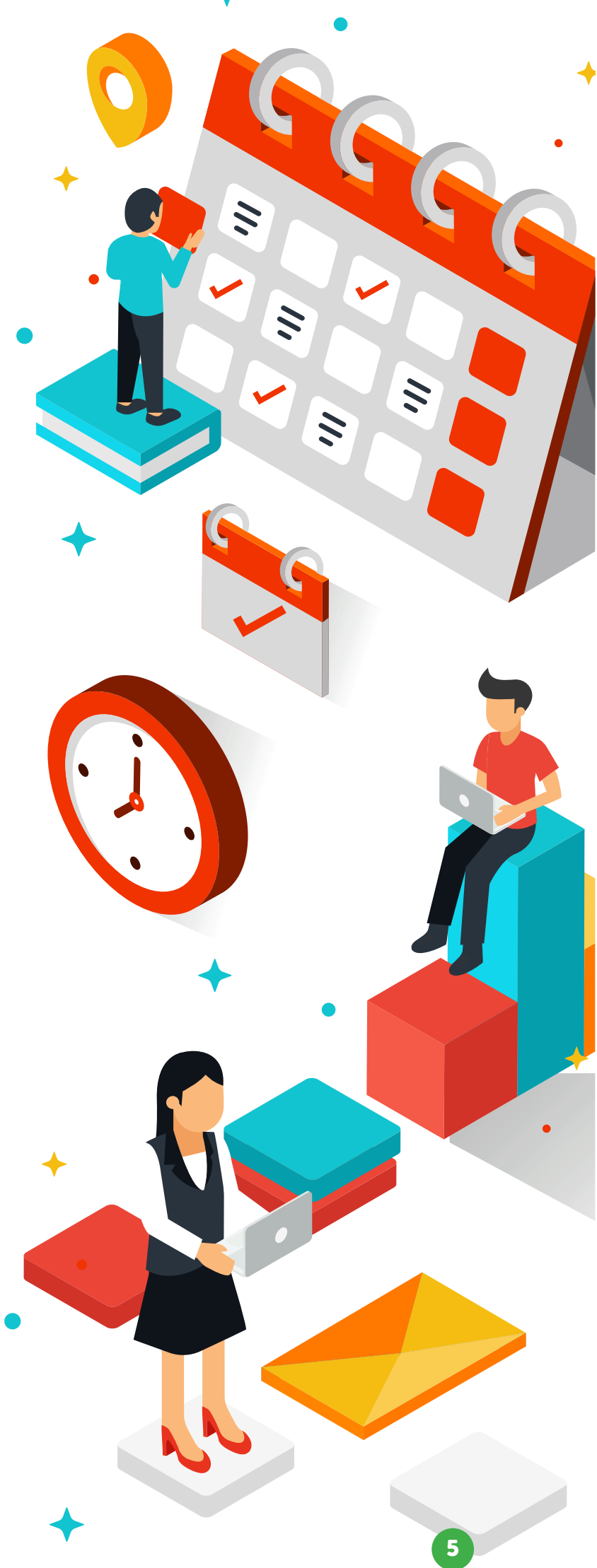
Acest ghid practic este un instrument managerial pentru faza de planificare a unui eveniment sustenabil. Pentru a facilita adoptarea unor măsuri de responsabilizare cât mai realizabile, ghidul urmărește o serie de soluții concrete pentru fiecare dintre capitolele evenimentului vostru: comunicare, transport, masă, cazare. Pentru a putea fi parcurse mai ușor, aceste soluții sunt exprimate sub formă de întrebări reunite sub forma unei **liste de verificare**. Utilizarea acestui ghidul practic vă permite să realizați un Plan cu măsuri suficient de concrete. Acest lucru crește fezabilitatea demersului vostru de responsabilizare.

Sugerăm managerului de eveniment să parcurgă listele de verificare împreună cu întreaga sa echipă de management, într-o ședință consacrată specific elaborării Planului de responsabilizare a evenimentului.

O etapă importantă în activitatea de planificare constă în stabilirea unor obiective pe care doriți să le atingeți, a unui interval de timp precum și a unor indicatori de măsurare. Pentru îndeplinirea unui obiectiv, veți putea alege mai multe tipuri de acțiuni pe care să le puneți în aplicare. Exemple de obiective pe care le puteți alege pentru a face din evenimentul vostru unul sustenabil:

- **Să creșteți numărul de utilizatori ai mijloacelor de transport în comun;**
- **Să reduceți cantitatea de deșeuri produse și să creșteți cantitatea de deșeuri reciclate și compostate;**
- **Să reduceți emisiile de CO2 și alte gaze nocive în organizarea evenimentului;**
- **Să reduceți cantitatea de apă utilizată.**

Informațiile sunt structurate în funcție de etapele organizării unui eveniment, ghidul propunând pentru fiecare etapă o serie de măsuri și exemple de inițiative ce pot fi realizate pentru a face din evenimentele voastre unele sustenabile.



1.1. COMUNICAREA



Comunicarea cu diferitele tipuri de stakeholder-i²: de la furnizori, sponsori, mass-media până la publicul direct al evenimentului - este deosebit de importantă pentru succesul demersului de responsabilizare. Explicați clar care sunt acțiunile de responsabilizare pe care vi le-ați propus și impactul pe care îl preconizați! Publicul trebuie să fie pregătit pentru experiența pe care i-o propuneți, să aibă timp pentru a interacționa cu informațiile trimise. Comunicați toate elementele cheie la care oamenii trebuie să se gândească înainte de a ajunge la eveniment: de la decizia de transport până la realizarea cumpărăturilor premurgătoare. Semnalați angajamentul de responsabilizare socială în toate materialele pe care le utilizați, iar cu ocazia evenimentului, faceți cât mai vizibile elementele sustenabile.

Comunicarea internă este la fel de importantă. Asigurați-vă că toți membrii echipei – în special persoanele implicate în achiziții – cunosc obiectivele de sustenabilitate pe care vi le-ați propus! Comunicați ceea ce faceți și faceți ceea ce comunicați!

² Stakeholder-i ai unui proiect sunt părțile interesate, adică persoane, grupuri sau organizații ce au interes într-un proiect sau sunt afectate într-o oarecare măsură de acesta. Stakeholder-ii activi sunt implicați direct în evoluția proiectului (de ex. echipa proiectului) sau sunt direct afectați de rezultatul sau evoluția lui (client, sponsor, subcontractori ai proiectului, furnizori). Stakeholder-ii pasivi sunt doar indirect afectați de evoluția proiectului (comunitatea în care se desfășoară acesta, neparticipantă la activități).

Am inclus în comunicare suficiente mesaje privind demersul de responsabilizare al evenimentului? Argumentele noastre sunt consistente, în măsură să ofere o bună informare și sensibilizare a publicului cu privire la obiectivele și la măsurile de mediu și sociale pe care le asumăm în calitate de organizatori responsabili?

- Anumite materiale de comunicare se pretează pentru transmiterea unor mesaje scurte, dar și o singură frază poate avea impact când e bine plasată! Astfel, un mesaj scurt, pe coperta broșurilor pe care le diseminăm în format electronic, poate convinge cititorul să nu o imprime decât în cazul în care are cu adevărat nevoie de ea în format fizic.

Informațiile pe care le comunicăm în scopul promovării demersului nostru de responsabilitate sunt reale, pot fi verificate? Măsurile luate în mod concret sunt suficient de eficace pentru ca demersul nostru să aibă un impact substanțial asupra întregului eveniment?

- E legitim să transmitem o imagine „verde” referitoare la evenimentul nostru, dar atenție ca aceasta să nu reprezinte o formă de „greenwashing”! În acest sens, evităm să prezentăm publicului în mod selectiv doar măsurile pozitive sau să exagerăm impactul lor benefic. De asemenea, pentru a asigura o informare echilibrată, trebuie să punem la dispoziția publicului inclusiv informații referitoare la impactul negativ al evenimentului.
-

Comunicările privind demersul de responsabilizare reflectă echilibrat atât preocuparea noastră pentru mediu (natură), cât și cea pentru societate (oameni)? Consultările noastre prealabile implică atât reprezentanți din sfera mediului, cât și cei din sfera socială?

- Orice eveniment trebuie să fie acceptat și, în mod ideal, apreciat de membrii comunității în care este organizat. De aceea, înainte de a stabili locul de desfășurare, trebuie să dezbatem cu actorii locali și să ne asigurăm că organizarea evenimentului este percepută ca o contribuție și nu ca o problemă pentru dezvoltarea comunității.

Am evaluat suficient de bine numărul persoanelor către care comunicăm (grupul țintă) pentru a ne asigura că tirajele materialelor tipărite (broșuri, afișe, fluturași) nu depășesc nevoile reale de promovare și de diseminare din cadrul evenimentului?

- Atenție, un organizator responsabil de evenimente nu are depozitul plin de materiale tipărite în exces de-a lungul edițiilor precedente!

Am asigurat o comunicare eficientă cu persoanele cu nevoi speciale? În particular, am pus la dispoziția participanților informații despre soluțiile concrete prin care facilităm participarea persoanelor cu dizabilități?

- Întreaga echipă de organizatori trebuie sensibilizată și formată pentru a putea facilita participarea persoanelor cu dizabilități. Deseori, nu invităm aceste

persoane doar pentru faptul că ne simțim stânjenite sau pentru că ne e teamă ca ele să nu se simtă stânjenite la evenimentul pe care îl organizăm. Cel mai potrivit e să le invităm așa cum facem cu oricare altă persoană, lăsându-le pe ele să ia hotărârea dacă vor sau nu să participe la eveniment.

- Incluserăm în materialele de comunicare a unor informații generale despre accesibilitatea evenimentului, de exemplu: „Pentru informații despre accesibilitatea evenimentului pentru persoanele cu dizabilități apăsați nr.XXXX”; „Locația este accesibilă persoanelor utilizatoare de scaun rulant”; „Spectacolul este subtitrat” – însoțită, eventual, de pictograma care reprezintă persoanele cu deficiențe de auz; „Pentru acest film este disponibilă descrierea audio” – însoțită de pictograma care reprezintă persoanele nevăzătoare.
- Incluserăm în informații privind politica de bilet, eventuale reduceri, gratuități, reguli care se aplică persoanelor care au nevoie de însoțitor, accesul cu câini utilitari etc.
- Accesibilizarea paginilor web în conformitate cu liniile directoare WCAG 2.0, care reprezintă standardele internaționale în domeniul accesibilizării internetului.

Desfășurăm o campanie de comunicare online suficient de amplă, astfel încât comunicarea outdoor (care necesită materiale tipărite) să poată fi redusă la minimumul necesar? Am explicat suficient tuturor actorilor implicați (graficieni, tipografie, finator) rațiunea pentru care alegem să realizăm o campanie outdoor „frugală”?

- Pentru realizarea campaniei outdoor suntem cu atât mai responsabili, cu cât suntem mai creativi! De exemplu, concepem creativ banner-ele, mai ales cele de dimensiuni mari, astfel încât să poată fi reutilizate și cu alte ocazii. Data, locația, anumite forme grafice nu sunt imprimate, ci doar aplicate cu ajutorul adezivilor.

Am eliminat din campania de comunicare realizarea de materiale care nu ajută semnificativ evenimentul și, prin urmare, cresc inutil fluxurile de materii și energii consumate? În particular, am exclus obiectele promoționale distribuite publicului în mod aleatoriu?

- Când pregătim o „mapă” pentru participanți, verificăm ca fiecare document conținut în ea să fie util tuturor ce primesc mapa respectivă. Dacă materialele distribuite nu sunt utile tuturor, mai bine realizăm un stand de distribuție, astfel fiecare participant va lua doar materialele care îi sunt necesare, putând totodată să le restituie după ce le va consulta.
- Comunicați în format electronic, nu trimiteți cantități mari de materiale tipărite prin poștă. Oferiți în prima zi materialele de comunicare, astfel încât să reduceți posibilitatea ca acestea să rămână în sălile de hotel.
- Oferiți participanților link-uri de unde pot fi descărcate prezentările post-eveniment pentru a evita printarea materialelor.

Am luat măsuri pentru optimizarea grafică a diferitelor materiale de comunicare create pentru eveniment (broșuri, afișe, fluturași, banner-e), astfel încât să putem reduce pe cât posibil impactul lor negativ?

- Atunci când transmitem documente electronice, optimizarea formatului poate facilita lectura lor pe ecran. Dacă realizăm materiale care necesită tipărirea, acestea pot avea un impact mai redus dacă realizarea lor grafică este atentă la reducerea câmpurilor de culoare (consum de cerneluri), la minimizarea spațiilor goale din pagină (consum de hârtie), la alegerea formatului paginilor (dimensiuni standard, sugerate de tipografie, pentru tăierea fără

risipă a colilor de hârtie).

- În cazul în care este necesar să faceți ecusoane din plastic, încurajați participanții să vă înapoieze ecusoanele pentru a putea fi refolosite cu ocazia altor evenimente.

Am ales o firmă de tipografie ce realizează materiale de comunicare pe hârtie eco-certificată (poartă una dintre diferitele etichete ecologice existente)? Cernelurile folosite și procedeele de tipărire sunt ecologice (cerneluri vegetale, tipărirea Waterless)? La propriul nostru birou, folosim hârtie ecologică și/sau reciclată?

- Există mai multe etichete ecologice, printre cele mai cunoscute fiind „Frunza europeană”, „Floarea europeană”, „Lebăda nordică”, „Îngerul albastru”. Acestea se aplică la diverse categorii de produse, inclusiv hârtiei. Le găsim la hârtia utilizată la tipografie, dar și la topurile A4 comercializate în magazine. Alegem hârtie eco-etichetată fiindcă eticheta ne garantează că are un impact mai redus asupra mediului pe tot ciclul său de viață (gestionarea pădurilor, producția, distribuția, comercializarea, eliminarea ambalajelor).



Am prevăzut activități specifice pentru a facilita reciclarea diferitelor materiale utilizate atât pentru pregătirea, cât și pentru desfășurarea evenimentului?

- Colectarea selectivă a hârtiei este o condiție necesară pentru oricare eveniment sustenabil! O altă măsură esențială este transmiterea către un

colector a cartușelor de imprimantă după consumare. Dacă se folosesc banner-e, trebuie prevăzută colectarea lor de către un operator specializat. Putem avea în vedere colaborarea cu asociații neguvernamentale, care reciclează banner-ele, realizând din acestea alte materiale precum plase, mape, creând locuri de muncă pentru persoane defavorizate social (ex: asociația Ateliere Fără Frontiere, București).

Am optimizat trimiterea documentelor prin poștă? În particular, am actualizat bazele de date pentru a evita retururile?

- Folosind Poșta, evităm utilizarea curieratului rapid, care are un impact mai mare asupra mediului, dar și asupra bugetului campaniei de comunicare.

Am ales pentru contractarea serviciilor (tipografie, grafică) firme responsabile? Aceste firme sunt în măsură să demonstreze demersul lor responsabil față de mediu și societate (raport de Responsabilitate Socială, certificarea ISO 14001)?

Avem un responsabil care se ocupă specific de gestionarea diferitelor aspecte de durabilitate legate de comunicare?

Am prevăzut o evaluare specifică a acestui capitol, identificarea de bune practici de comunicare și de acțiuni corective, astfel încât să putem crește gradul de responsabilitate al comunicării în evenimentele viitoare?



NOTIȚE



1.2. TRANSPORTUL



Transportul este în general cel mai mare contributor de CO₂ pe toată durata de organizare a unui eveniment. Deplasarea oamenilor, a bunurilor, a echipamentelor este necesară, fără aceasta nu există un eveniment. Costul combustibilului și presiunile impactului schimbărilor climatice obligă la îmbunătățirea tehnologiei transportului de mărfuri. Cu toate acestea, confortul, mai degrabă decât costul, influențează în continuare deciziile și strategiile de călătorie ale publicului. Încercați să identificați modalități noi de a transporta marfa, colaborați cu furnizori care folosesc resurse regenerabile, favorizați furnizorii locali de produse și servicii, încurajați publicul să folosească mijloacele de transport în comun. Fiecare litru de combustibil economisit reprezintă o reducere a amprente de CO₂ pe care o lăsați moștenire.

Am informat în mod sistematic publicul cu privire la soluțiile de transport în comun ce deservește localitatea în care evenimentul se desfășoară?

- Comunicarea soluțiilor de transport trebuie să cuprindă toate informațiile specifice utile, precum itinerariile și orarul mijloacelor de transport, harta de acces la eveniment.
- Organizați evenimentul într-o locație care să fie accesibilă transportului public.

Am adus argumente consistente pentru informarea și sensibilizarea participanților cu privire la nevoia de a diminua impactul asupra mediului prin alegerile noastre responsabile de transport?

- Atenție, o prezentare pur informativă a soluțiilor de transport în comun, care nu este însoțită de o argumentare convingătoare privind impactul lor mai scăzut asupra mediului, va arăta participanților „cum”, însă nu și „de ce” e bine să opteze pentru aceste soluții!

Avem un plan de transport care face mai ușor accesibilă rețeaua de transport în comun, mai ales atunci când aceasta se află la o distanță rezonabilă de locul de desfășurare a evenimentului?

- Când mijloacele de transport în comun sunt accesibile într-o localitate din apropierea locului desfășurării evenimentului, se pot organiza navete. De asemenea, putem să solicităm autorităților locale să ne sprijine în organizarea unor soluții de transport local atente la impactul asupra mediului (bilete gratuite, orare prelungite la transportul public pe durata evenimentului).
- Dacă evenimentul nostru se desfășoară în mediul rural, de ce n-am utiliza căruțe?

Există soluții de transport pentru persoanele cu dizabilități? Am integrat în mesajele către participanți informații detaliate referitoare la aceste soluții?

- În ce privește transportul aerian, persoanele cu mobilitate redusă au dreptul la asistență gratuită în aeroporturi, la decolare, pe durata zborului, la aterizare. Pentru transportul feroviar, ele au dreptul la asistență gratuită în gări, pentru urcarea și coborârea din tren, pe durata călătoriei, la schimbarea trenurilor. Drepturi similare există și pentru transportul în autocar. Pentru a beneficia de asistență, trebuie contactată compania sau operatorul de turism cu mai multe zile înainte de călătorie.
- Persoanele cu dizabilități au dreptul la transport urban în comun accesibil, inclusiv pentru utilizatorii de scaun rulant. Însă nu toate mijloacele de transport sunt dotate cu rampă, de aceea este important să se apeleze dispeceratul la numărul disponibil de TelVerde și să se planifice călătoria.

Pentru persoanele cu dizabilități care nu pot să folosească transportul în comun, există locuri speciale de parcare aproape de intrare?

Am implementat un sistem de sancțiuni, în măsură să co-intereseze economic participanții pentru alegerea mijloacelor de transport mai puțin poluante, precum transportul în comun?

- Pentru a stimula utilizarea transportului în comun putem vinde la prețuri mai avantajoase bilete combinate care includ transportul și intrarea la eveniment. Sau putem oferi un tarif preferențial pentru cumpărarea biletului de intrare

participanților care ne prezintă un bilet de transport în comun.

- Oferiți reducere la evenimentele dvs și alte tipuri de bonificații pentru cei care vin cu mașinile cu toate locurile ocupate.
- Limitați spațiul pentru parcare a mașinilor și creșteți taxa pentru parcare pentru a descuraja transportul cu mașinile.

Am informat participanții referitor la schemele de partajare a vehiculelor private și i-am încurajat suficient să le utilizeze? Am organizat o astfel de schemă pentru deplasările echipei noastre (angajați, voluntari, parteneri)?

- Schemele de partajare a vehiculelor private (*carpool*) conectează conducătorii automobilelor cu locuri neocupate și persoanele care călătoresc în aceeași direcție. Utilizarea lor, în cadrul evenimentului nostru, ne-ar permite să optimizăm utilizarea transportului cu mașina. Putem folosi eficient o astfel de soluție realizând un parteneriat cu o platformă specializată. De asemenea, putem pune în legătură participanții interesați să călătorească împreună, publicându-le ofertele și cererile pe site-ul evenimentului sau pe pagina sa pe rețelele sociale.

Am facilitat transportul participanților cu bicicleta? Am prevăzut biciclete de serviciu pentru deplasările echipei de organizatori între diferitele puncte în care se desfășoară evenimentul?

- Pentru a facilita utilizarea bicicletelor, sunt necesare parcuri cu rasteluri. De asemenea, trebuie oferită participanților dornici să vină cu bicicleta garanția că în parcurile de la eveniment bicicletele lor se află în siguranță (pază).

Dacă evenimentul implică diferite locații, am prevăzut navete pentru deplasarea între acestea? Am luat în considerare deplasarea cu bicicletele sau ca pietoni? Am prevăzut un sistem de indicatoare („săgeți”) între diferitele locații, gară, stație de autobuz, parcare, scene, restaurante?

Am optimizat distanța între locurile unde sunt cazați participanții și locul de desfășurare a evenimentului? Echipa de organizatori este cazată și ea la o distanță rezonabilă?

Am organizat o ședință de reflecție în cadrul echipei de organizatori privitor la impactul transportului? Am realizat acțiuni de compensare pentru emisiile de CO₂ pe care nu putem să le evităm prin măsurile de optimizare?

- Trebuie să aplicăm în primul rând noi înșine principiile de responsabilitate pe care le promovăm. Astfel, atunci când ni se oferă alegerea, optăm pentru utilizarea unor mașini cu emisii scăzute de CO₂.
-

Avem expertiza (internă sau externă) pentru a realiza un „bilanț carbon” pentru capitolul transport din cadrul evenimentului nostru?

- „Bilanțul carbon” este o metodă care necesită expertiză specifică. Ea urmărește contabilizarea emisiilor directe și indirecte de gaze cu efect de seră generate de o activitate (precum evenimentul nostru). Această metodă este primul pas pentru

realizarea unui diagnostic climatic al activității. Ea ne permite să prioritizăm diferitele surse de emisii în funcție de importanța lor, apoi putem pune în aplicare măsuri prioritare de reducere a emisiilor pentru cele cu impactul cel mai mare.

Am organizat o anchetă prealabilă în rândul publicului pentru a putea analiza detaliat nevoile specifice de deplasare la evenimentul nostru?

- Ancheta ne permite, de exemplu, să luăm în considerare susținerea persoanelor pentru care evenimentul nostru are o importanță deosebită, dar care au o situație financiară precară.



NOTIȚE



1.3. SERVIREA MESELOR



Selectați cu grijă furnizorii cu care colaborați pentru asigurarea meselor și a băuturilor pe perioada evenimentului! Procesul de producere a hranei poate avea un impact extrem de negativ asupra mediului și a oamenilor implicați într-o agricultură nesustenabilă.

Gestionarea necorespunzătoare a hranei poate duce la obținerea unei cantități ridicate de alimente care se alterează și se aruncă.

Favorizați produsele locale, care parcurg distanțe mici! Interesați-vă despre felul în care a fost produsă materia primă sau cum sunt tratate animalele! Favorizați produse din agricultura ecologică și din comerțul echitabil! Oferiți participanților ocazia de a experimenta bucătăria locală și de a descoperi patrimoniul gastronomic specific zonei în care organizați evenimentul!

Organizația pentru Alimentație și Agricultură a Națiunilor Unite (FAO) raportează că 1/5 din populația țărilor în curs de dezvoltare nu are acces suficient la apă curată, cantitatea stabilită în acest sens fiind de 20 litri pe zi. În

același timp, media cantității de apă utilizată per capita în țările dezvoltate are o valoare cuprinsă între 200 și 600 de litri pe zi. Este important să reducem consumul de apă și să evităm risipa. În cadrul unui eveniment, apa este folosită pentru o gamă foarte largă de activități: catering și tarabe cu alimente, curățenie, toalete și dușuri, reglarea prafului, pregătirea grădinilor și a terenurilor unde se organizează evenimentul ș.a.m.d.

Felurile pe care le servim la mese au la bază produse alimentare locale? Care este ponderea acestora? Care este raza maximă (în kilometri) din care provin produsele pe care le considerăm ca fiind „locale”?

- Atenție, numeroase feluri de mâncare sunt relativ complexe și pregătirea lor necesită o paletă largă de ingrediente. În acest caz, trebuie să ținem cont de locurile de producție ale diferitelor produse care intră în rețete.
- Încurajați consumul produselor de sezon și comunicați avantajele unei alimentații sezoniere locale.

Pentru realizarea meniurilor cu produse locale, am luat în considerare inclusiv băuturile (sucuri de fructe, vin, bere, țuică, vișinată etc.), și nu doar produsele pentru felurile de mâncare?

Am făcut o analiză a opțiunii pentru produsele locale, pentru a ne asigura că acestea reprezintă un câștig veritabil nu doar pentru economia locală, ci și pentru mediu?

- Un produs local nu are întotdeauna cel mai scăzut impact de mediu. De exemplu, florile cu care ne înfrumusețăm mesele pot avea un impact negativ asupra mediului semnificativ mai mare atunci când provin dintr-o seră supraîncălzită din vecinătate, decât când sunt crescute în mod natural într-o țară îndepărtată, dar cu climă mai caldă, fără un consum mare de energie. Analiza impactului de mediu al produselor necesită în general analize relativ complexe, care iau în considerare fiecare etapă din ciclul de viață al produsului respectiv (producție, transport, distribuție, consum efectiv, eliminare/reciclare).

Am asigurat meniuri vegetariene și vegane? Am dat posibilitatea participanților care își doresc să urmeze aceste tipuri de regimuri să ne semnaleze preferința lor în timp util pentru a fi pregătite?

Avem un plan de reducere a consumului de carne pentru toți participanții? Dacă evenimentul nostru prevede mai multe ediții, am menținut obiectivul de reducere a consumului de carne de la o ediție la alta?

- Industria cărnii are un impact considerabil asupra mediului la nivel local și global, datorită unei largi palete de poluări generate, precum utilizarea solurilor pe suprafețe foarte întinse, generarea unor cantități semnificative de dejecții poluante, cantități semnificative de emisii de gaze cu efect de seră (metan, protoxid de azot, dioxid de carbon), care afectează ireversibil echilibrul climatic global. Dar rațiunile pentru reducerea consumului de carne nu sunt doar de ordin ecologic. Consumul de carne ne afectează sănătatea și ne chestionează etica. Creșterea industrială a animalelor generează foarte multă suferință în rândul a miliarde de animale!

Carnea pe care o folosim este locală? În ce condiții sunt crescute animalele în fermele care ne-o furnizează?

Posibilitatea de a alege o mâncare „responsabilă” este oferită tuturor participanților? Sau doar invitaților speciali (artiști, conferențieri)? Inclusiv echipa lărgită de organizatori (angajați, voluntari) poate să beneficieze de ea?

Am introdus pește în meniu? Acesta este ales pe criterii de sustenabilitate?

- Mulți români au convingerea că felurile de mâncare din pește sunt în mod necesar mai prietenoase cu mediu. Or, resursele halieutice mondiale sunt supraexploatare, numeroase specii fiind pe cale de dispariție. De exemplu, populația de ton roșu a scăzut cu peste 95% în decursul a doar câtorva decenii! Totodată, trebuie evitat consumul speciilor locale de pește aflate în perioadă de prohibiție la pescuit.

Fructele și legumele din meniu sunt de sezon? Am redus sau am exclus din meniu fructele exotice importate?

- Deseori, greutatea dioxidului de carbon emis de transportul unui fruct dintr-o țară exotică este superioară greutății fructului!

Folosim în rețetele noastre produse proaspete, sănătoase? Evităm utilizarea produselor congelate, care implică un

consum foarte mare de energie (implicit emisii de CO2 semnificative)?

Avem în ofertă produse (atât alimente, cât și băuturi) care poartă o etichetă ecologică?

- Pe ambalajul produsele eco-etichetate este menționat unul din cuvintele „ecologic”, „eco”, „bio” sau „organic”, alături de logoul utilizat în țara din care provine. Regăsim termenul „organic” pe produsele din țările anglo-saxone, „bio”, pe cele din sfera germanică, iar „Agricultura Ecologică” este termenul folosit în România, având un logo în care apare acronimul „ae”.

Am integrat în oferta noastră produsele din sistemele de distribuție alimentară alternativă³?

Produsele de import (cafea, ceai, ciocolată, cacao, banane, orez, quinoa ș.a) poartă o etichetă de „comerț echitabil”, „Fairtrade” ?

Am exclus din meniu produsele fabricate cu ajutorul uleiului de palmier (prezent în numeroase feluri semipreparate)?

- Palmierul este originar din Africa de Vest, dar în prezent este cultivat în numeroase regiuni tropicale. Datorită presiunii politice

³ Un sistem alimentar alternativ prioritizează produsele locale, realizate cu respect față de natură și om, provenite adesea de la ferme durabile, cooperative sau asociații de mici producători.

exercitate de multinaționale specializate în Indonezia și în Malaezia, aceste două țări asigură astăzi peste 85% din producția globală! Pentru a face loc culturilor de palmieri, în aceste țări au fost făcute defrișări masive de păduri virgine și au fost deplasate numeroase comunități tradiționale. Din cauza pierderii acelor păduri, numeroase specii de păsări și animale și-au pierdut habitatul. De exemplu, urangutanul este astăzi o specie pe cale de dispariție. Totodată, palmierul este un arbust, plantațiile de palmieri având o capacitate de a absorbi CO2-ul din atmosferă mult mai mică decât pădurile pe care le înlocuiesc.

Vesela folosită este reutilizabilă? Dacă folosim veselă de unică folosință, este aceasta compostabilă?

- Consumul de veselă jetabilă poate fi redus prin diferite sisteme relativ simplu de implementat. Unul dintre ele este reducerea costului la bar pentru cei care reutilizează paharele de carton.

Avem posibilitatea de distribuire a apei în vrac și pahare lavabile?

- Dacă nu există posibilitatea folosirii de pahare lavabile, asigurați-vă că oferiți participanților posibilitatea de a achiziționa pahare realizate din materiale durabile, care pot fi refolosite sau îi puteți încuraja să își aducă de acasă recipiente pentru apă.

Am prevăzut un punct de spălare a veselei reutilizabile? Dacă este cazul, atunci am luat măsuri pentru reducerea consumului de apă și detergenți?

Detergenții folosiți în aceste puncte sunt ecologici?

Am limitat utilizarea ambalajelor?

- Prospectăm piața pentru a privilegia produsele care sunt vândute în vrac. Evităm utilizarea produselor mono-porționate și, în general, orice produs care prezintă un ambalaj excesiv în raport cu conținutul.
-

Am evaluat corespunzător nevoile de hrană, astfel încât să evităm risipa produselor alimentare?

- Pentru a evita risipa alimentară, solicităm participanților informații privind preferințele alimentare încă din faza înscrierii la eveniment. Atunci când situația o permite, implementăm un sistem de comenzi prealabile. Integrăm în comunicările către participanți mesaje sistematice de sensibilizare privind dorința organizatorilor de a le asigura mese de calitate, dar totodată evitându-se risipa alimentară.
- Favorizați comercializarea unor porții echilibrate de mâncare pentru a evita risipa alimentară. Încurajați comercianții să pună în vânzare meniuri pentru copii.
- Favorizați organizarea de mese tip bufet pentru a evita cât mai mult posibil porții individuale învelite.

Am prevăzut ca produsele neperisabile rămase nefolosite să fie preluate de furnizor sau de către organizații care gestionează programe alimentare pentru persoane cu nevoi sociale?

Am comunicat informații complete privind ingredientele prezente în preparatele oferite în sistem de bufet suedez, pentru persoanele cu alergii alimentare sau diferite sensibilități?



NOTIȚE



1.4. CAZAREA



Am prospectat piața serviciilor de cazare în localitatea de desfășurare a evenimentului și am identificat oferte care demonstrează demersuri consistente de responsabilitate de mediu și socială?

- Dacă finanțăm evenimentul printr-un proiect care necesită realizarea de achiziții publice, asta nu înseamnă că unicul criteriu de selecție este prețul cel mai scăzut. Putem privilegia ofertele calitative și responsabile din punct de vedere ecologic și social prin modul în care formulăm cerințele din caietul de sarcini. Procedura achizițiilor publice ne permite să formulăm aceste cerințe sub formă de criterii de calificare și/sau de selecție.

Dacă evenimentul pe care îl organizăm se pretează desfășurării sale într-o zonă rurală și naturală, am luat în vedere destinațiile și ofertele de cazare ecoturistice existente în România?

- Asociația de Ecoturism din România (AER)

este un parteneriat între asociații de turism, organizații neguvernamentale (pentru dezvoltarea locală și conservarea naturii) și agenții de turism, în scopul dezvoltării ecoturismului în țara noastră. AER dispune de un sistem de certificare ecoturistică ce se aplică atât la nivel de destinație (una sau mai multe comunități rurale situate într-o zonă naturală), cât și la nivelul pensiunilor (certificare aplicabilă la pensiunile cu maxim 25 de camere) care respectă o paletă de criterii.

Am realizat o vizită tehnică la hotelurile/pensiunile care ne fac oferte pentru a putea constata înainte de contractare, prin observație directă, existența soluțiilor și amenajărilor care reduc impactul asupra mediului?

Am desfășurat acțiuni de informare și sensibilizare, pentru manageri și personalul hotelurilor/pensiunilor selectate, referitor la principiile responsabilității de mediu și sociale, precum și asupra soluțiilor disponibile?

Dacă suntem noi înșine organizatorii spațiilor de cazare de la eveniment, ne-am ales parteneri care ne pot sfătui sau furniza expertiza necesară aplicării efective a măsurilor tehnice necesare pentru adoptarea responsabilității de mediu și sociale?

Există camere accesibilizate pentru persoanele utilizatoare de scaun rulant?

NOTIȚE



1.5. LOGISTICA



Am evaluat ex-ante impactul organizării evenimentului asupra spațiului urban sau rural în care acesta se va desfășura? Avem un plan de gestionare sistematică a acestui impact, adaptat zonei respective?

- Dacă locul de desfășurare a evenimentului este un spațiu natural sensibil, atunci organizarea evenimentului trebuie să aplice îndeaproape regulile instituției care gestionează spațiul respectiv. De exemplu, dacă ne propunem să organizăm un eveniment de amploare în Delta Dunării, atunci e indispensabilă consultarea Administrației Rezervației Biosferei Delta Dunării (ARBDD).

Am ales un loc situat în localitatea cea mai apropiată de majoritatea participanților?

Am ales un loc de desfășurare a

evenimentului care aplică un program de gestionare a deșeurilor ce include reciclarea și compostarea?

Am ales o locație de desfășurare a evenimentului unde sunt implementate programe de reducere a consumului de energie?

- Sunt favorizate dispozitivele pentru iluminat ce folosesc leduri?
- Există senzori de lumină instalați pentru a reduce consumul de energie?
- Implementează responsabilii locului practici de reducere a iluminatului electric când nu este necesar și de a scoate din priză aparatele când acestea nu sunt folosite?

Am ales o locație de desfășurare a evenimentului cu acces la aer proaspăt și la lumină naturală?

Am evaluat cu atenție toate necesitățile tehnice (scenă, decoruri, standuri, echipamente audio, bucătărie mobilă, spații pentru servirea mesei etc.) și potențialii furnizori existenți în zona de desfășurare?

Am implementat un sistem de gestionare responsabilă a deșeurilor generate de eveniment?

- Amenajați spații bine poziționate pentru colectarea selectivă a deșeurilor! Prevedeți

o echipă responsabilă de gestionarea pubelelor din zona evenimentului și a spațiilor de colectare a deșeurilor. Informați participanții cu privire la nevoia de a selecta deșeurile și de a utiliza corespunzător spațiile de colectare selectivă. Dezvoltați un parteneriat cu structurile din comunitate care se ocupă de colectarea deșeurilor!

- Creați o echipă responsabilă de gestiunea eco-responsabilă a materialelor și a serviciilor tehnice! Fiți atenți ca membrii acestei echipe să aibă competențele corespunzătoare, inclusiv în ceea ce privește gestionarea aspectelor mai complexe (precum conceperea unui decor care utilizează resursele locale, utilizarea unor echipamente deja existente în comunitate, adaptându-le la nevoile evenimentului).

Am inclus măsuri de readucere a spațiilor utilizate la condițiile inițiale în planul de realizare a evenimentului? Dacă există transformări inevitabile, acestea sunt comunicate/negociate înainte cu actorii implicați?

Avem o planificare cu privire la modul de realizare a decorurilor, scenei, amenajarea spațiului și cum vor putea fi folosite dispozitivele create după finalizarea evenimentului?

- Utilizați lemn certificat durabil pentru realizarea decorurilor (FSC), provenit din păduri gestionate responsabil.
- Favorizați realizarea recuzitei și a decorului din materiale reutilizate.
- Utilizați vopsele și lacuri netoxice, fără emisii de compuși organici volatili.
- Utilizați bumbac organic și țesături produse în condiții de muncă corecte pentru perdele, seturi și decorațiuni.
- Împachetați, depozitați și reutilizați uneltele.

- Împrumutați sau închiriați materiale și recuzită, atunci când este posibil, pentru a evita achiziționarea unor produse noi, a căror producere necesită folosirea de resurse naturale.
- Marcați pardoselile, plăcile montate și alte construcții, astfel încât să fie posibilă reasamblarea ușoară a acestora și a evita aruncarea lor ulterioară.
- Asigurați-vă că este planificată reutilizarea pentru orice construcție, set și decor.



NOTIȚE



A series of horizontal dashed lines for writing notes.

1.6. IMPLICAREA STAKEHOLDER-ILOR



Am prevăzut implicarea întregii echipe de organizare (angajați, voluntari) în demersul de responsabilizare a evenimentului?

- Aspectele referitoare la responsabilitatea evenimentului fac parte din relația managerilor cu toți membrii echipei. Ele sunt punctate în contractele încheiate cu aceștia și sunt explicitate în fișele de activitate.

Am implicat furnizorii de servicii (pensiuni, restaurante, magazine) în responsabilizarea evenimentului? Dar principalii partenerii (sponsori, organizații comunitare, autorități locale)?

- Invităm toate organizațiile care iau parte la realizarea evenimentului (parteneri, furnizori) să își afirme public, prin asumarea unui document comun, dorința și angajamentul de a contribui la responsabilitatea evenimentului față de mediu și societate.

Planul nostru de măsuri de responsabilitate beneficiază de expertiza specifică a unor organizații cu experiență în regiunea de desfășurare a evenimentului (în domeniul social, al protecției mediului, al dezvoltării comunitare)? Acestea au fost consultate în mod sistematic?

Am prevăzut informări și consultări publice în comunitate pentru a sensibiliza și implica membrii acesteia în demersul de responsabilitate?

- Completăm programul evenimentului cu o componentă de sensibilizare și educație adresată membrilor comunității (întâlniri, diseminarea de materiale de comunicare, proiecții de film, dezbateri). Totodată, îi informăm cu realism și îi consultăm cu privire la oportunitățile și la problemele generate de eveniment (contribuție la dezvoltarea culturală, venituri pentru comercianți, promovarea produselor din economia locală, deșeuri care trebuie gestionate, poluare fonică etc.).

Am prevăzut pentru faza finală a evenimentului o evaluare participativă a obiectivelor de responsabilizare?

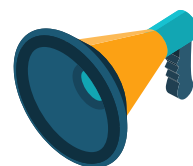
- Împreună cu stakeholder-ii evenimentului, analizăm derularea evenimentului pentru a identifica atât bune practici, cât și măsuri corective, ambele utile pentru îmbunătățirea demersului de responsabilitate pentru evenimentele ulterioare. Atenția pentru îmbunătățirea continuă este importantă, mai ales dacă evenimentul nostru este organizat în mai multe ediții.

NOTIȚE



A series of horizontal dashed lines for writing notes.

1.7. FIȘE DE LUCRU DE TIP CHECK-LIST



COMUNICARE:

- ☐ Am inclus în comunicare suficiente mesaje privind demersul de responsabilizare a evenimentului?
- ☐ Informațiile pe care le comunicăm publicului și stakeholder-ilor în scopul promovării demersului nostru de responsabilitate sunt reale, pot fi verificate?
- ☐ Măsurile luate în mod concret sunt suficient de eficace pentru ca demersul nostru să aibă un impact substanțial asupra întregului eveniment?
- ☐ Comunicările privind demersul de responsabilizare reflectă echilibrat atât preocuparea noastră pentru mediu (natură), cât și cea pentru societate (oameni)?
- ☐ Am evaluat suficient de bine numărul persoanelor către care comunicăm (grupul țintă) pentru a ne asigura că tirajele materialelor tipărite (broșuri, afișe, fluturași) nu depășesc nevoile reale de promovare și de diseminare?
- ☐ Am asigurat o comunicare eficace cu persoanele cu nevoi speciale? În particular, am pus la dispoziția participanților informații despre soluțiile concrete prin care facilităm participarea persoanelor cu dizabilități?
- ☐ Desfășurăm o campanie de comunicare online suficient de amplă, astfel încât comunicarea outdoor (care necesită materiale tipărite) să poată fi redusă la minimumul necesar?
- ☐ Am explicat tuturor actorilor implicați (graficieni, tipografie, finator) rațiunea pentru care alegem să realizăm o campanie outdoor „frugală”?
- ☐ Am eliminat din campania de comunicare realizarea de materiale care nu ajută semnificativ evenimentul și, prin urmare, cresc inutil fluxurile de materii și energii consumate?
- ☐ Am exclus obiectele promoționale distribuite publicului în mod aleatoriu?
- ☐ Am luat măsuri pentru optimizarea grafică a diferitelor materiale de comunicare create pentru eveniment (broșuri, afișe, fluturași, banner-e), astfel încât să putem reduce pe cât posibil impactul lor negativ?
- ☐ Am ales o firmă de tipografie ce realizează materiale de comunicare pe hârtie eco-etichetată?

- ☐ Cernelurile folosite și procedeele de tipărire sunt ecologice (cerneluri vegetale, tipărirea Waterless)?
- ☐ Am prevăzut activități specifice pentru a facilita reciclarea diferitelor materiale utilizate atât pentru pregătirea, cât pentru desfășurarea evenimentului?
- ☐ Am optimizat trimiterea documentelor prin poștă? În particular, am actualizat bazele de date pentru a evita retururile?
- ☐ Am ales pentru contractarea serviciilor (tipografie, grafică) firme responsabile? Aceste firme sunt în măsură să demonstreze demersul lor responsabil față de mediu și societate (Raport de Responsabilitate Socială, certificarea ISO 14001)?
- ☐ Avem un responsabil care se ocupă specific de gestionarea diferitelor aspecte de durabilitate legate de comunicare?
- ☐ Am prevăzut o evaluare specifică a acestui capitol, identificarea de bune practici de comunicare și de acțiuni corective, astfel încât să putem crește gradul de responsabilitate al comunicării în evenimentele viitoare?



TRANSPORT

- ☐ Am informat în mod sistematic publicul cu privire la soluțiile de transport în comun disponibile în localitatea în care evenimentul se desfășoară?
- ☐ Am adus argumente consistente pentru informarea și sensibilizarea participanților cu privire la nevoia de a diminua impactul asupra mediului prin alegerile noastre responsabile de transport?
- ☐ Avem un plan de transport care face mai ușor accesibilă rețeaua de transport în comun, mai ales atunci când aceasta se află la o distanță rezonabilă de locul de desfășurare a evenimentului?
- ☐ Există soluții de transport pentru persoanele cu dizabilități? Am integrat în mesajele către participanți informații detaliate referitoare la aceste soluții?
- ☐ Pentru persoanele cu dizabilități care nu pot să folosească transportul în comun, există locuri speciale de parcare aproape de intrare?
- ☐ Am implementat un sistem atractiv de cointerесare a participanților în vederea alegerii mijloacelor de transport mai puțin poluante, precum transportul în comun?
- ☐ Am informat participanții referitor la schemele de vehicule private

partajate și i-am încurajat suficient să le utilizeze? Am organizat o astfel de schemă pentru deplasările echipei noastre (angajați, voluntari, parteneri)?

☐ Am facilitat transportul participanților cu bicicleta? Am prevăzut biciclete de serviciu pentru deplasările echipei de organizatori între diferitele puncte în care se desfășoară evenimentul?

☐ Dacă evenimentul implică diferite locații, am prevăzut navete pentru deplasarea între acestea? Am luat în considerare deplasarea cu bicicletele sau ca pietoni? Am prevăzut un sistem de indicatoare („săgeți”) între diferitele locații (gară, stație de autobuz, parcare, scene, restaurant)?

☐ Am optimizat distanța între locurile unde sunt cazați participanții și locul de desfășurare a evenimentului? Echipa de organizatori este cazată și ea la o distanță rezonabilă?

☐ Am organizat o reflecție în cadrul echipei de organizatori? Am realizat acțiuni de compensare pentru emisiile de CO₂ pe care nu putem să le evităm prin măsurile de optimizare?

☐ Avem expertiza (internă sau externă) pentru a realiza un „bilanț carbon” pentru capitolul transport din cadrul evenimentului nostru?

☐ Am organizat o anchetă prealabilă în rândul publicului pentru a putea analiza detaliat nevoile specifice de deplasare la evenimentul nostru?



SERVIREA MESELOR

☐ Felurile de mâncare pe care le servim au la bază ingrediente locale?

☐ Pentru realizarea meniurilor cu produse locale, am luat în considerare inclusiv băuturile (sucuri de fructe, vin, bere, țuică, vișină etc.), pe lângă felurile de mâncare?

☐ Am făcut o analiză a opțiunii pentru produsele locale, pentru a ne asigura că acestea reprezintă un câștig veritabil nu doar pentru economia locală, ci și pentru mediu?

☐ Am asigurat meniuri vegetariene și vegane?

☐ Am dat posibilitatea participanților care își doresc să urmeze regimuri vegetariene și vegane să ne semnaleze preferința lor în timp util pentru a fi pregătite?

☐ Avem un plan de reducere a consumului de carne pentru toți participanții?

☐ Carnea pe care o folosim este locală? În ce condiții sunt crescute animalele în fermele care ne-o furnizează?

- ☐ Posibilitatea de a alege o mâncare „responsabilă” este oferită tuturor participanților sau doar invitaților speciali (artiști, conferențieri)?
- ☐ Am introdus pește în meniu? Acesta este ales pe criterii de sustenabilitate?
- ☐ Fructele și legumele din meniu sunt de sezon?
- ☐ Folosim în rețetele noastre ingrediente proaspete și sănătoase? Evităm utilizarea produselor congelate, care implică un consum foarte mare de energie (și implicit emisii de CO2 semnificative)?
- ☐ Avem în ofertă produse (atât alimente, cât și băuturi) eco-certificate?
- ☐ Produsele de import (cafea, ceai, ciocolată, cacao, banane, orez, quinoa) poartă o etichetă de „comerț echitabil”, „Fairtrade” ?
- ☐ Am exclus din meniu produsele fabricate cu ajutorul uleiului de palmier (prezent în numeroase feluri semipreparate)?
- ☐ Vesela folosită este reutilizabilă?
- ☐ Dacă folosim veselă de unică folosință, aceasta este compostabilă?
- ☐ Există la locul de organizare a evenimentului posibilitatea de distribuire a apei în vrac și pahare lavabile?
- ☐ Am prevăzut un punct de spălare a veselei reutilizabile? Dacă este cazul, atunci am luat măsuri pentru reducerea consumului de apă și detergenți? Detergenții folosiți în aceste puncte sunt ecologici?
- ☐ Am limitat utilizarea ambalajelor?
- ☐ Am evaluat corespunzător nevoia de hrană, astfel încât să evităm risipa produselor alimentare?
- ☐ Am prevăzut ca produsele neperisabile rămase nefolosite să fie preluate de furnizor sau de către organizații care gestionează programe alimentare pentru persoane cu nevoi sociale?
- ☐ Am comunicat informații complete despre ingredientele prezente în preparatele oferite în sistem de bufet suedez, pentru persoanele cu alergii alimentare sau diferite sensibilități?

CAZARE ȘI LOCAȚIA EVENIMENTULUI



- ☐ Echipamentele electrice (aer condiționat, frigider, minibar) sunt eficiente energetic (clasa A)?
- ☐ Becurile electrice sunt cele economice, cu consum redus de energie?
- ☐ Camerele pentru turiști sunt dotate cu sisteme automate care sting becurile în momentul în care turiștii părăsesc camerele?
- ☐ Există un sistem de stingere automată a lămpilor de exterior care nu sunt necesare?
- ☐ Aerul condiționat și instalația de căldură se opresc automat în momentul părăsirii camerelor sau al deschiderii ferestrelor?
- ☐ Ferestrele camerelor au un grad ridicat de izolare termică? Dar de izolare fonică?
- ☐ Toaletele sunt echipate cu robinete și dușuri economice?
- ☐ Se observă scurgeri de apă la robinete, la dușuri, la vasul de WC?
- ☐ Vasele WC sunt economice (consumă cel mult 6 litri la o spălare)?
- ☐ În toalete sunt afișate informații referitoare la modul în care turiștii pot ajuta unitatea de cazare să economisească resursele naturale?
- ☐ Există pubele în toalete? Turiștii sunt invitați să folosească pubela în locul vasului de toaletă pentru deșeurile inadecvate?
- ☐ Se furnizează recipiente adecvate pentru a permite turiștilor să arunce selectiv deșeurile, în conformitate cu sistemul local/național de colectare selectivă?
- ☐ În camere există informații clar prezentate, care invită turiștii să arunce separat deșeurile?
- ☐ Există opțiunea ca lenjeria de pat și prosoapele să fie schimbate doar la cererea turistului (pentru a economisi energia și detergenții)?
- ☐ În toaletă sunt utilizate recipientele reîncărcabile, care să înlocuiască folosirea produselor „porționate” (șampon, săpun etc.)?
- ☐ Spațiile comune sunt pentru nefumători? Există o zonă pentru fumători separată?
- ☐ Informațiile privind obiectivele de responsabilitate ale unității sunt oferite turiștilor în mod activ la recepție?

- ☐ Notele informative care invită turiștii să sprijine atingerea obiectivelor de responsabilitate sunt afișate vizibil (în special în camere)?
- ☐ Managerii unității folosesc proceduri de colectare și monitorizare a datelor privind consumul total de energie (kWh) și consumul de apă (litri)?
- ☐ Sunt colectate date privind substanțele chimice consumate și deșeurile produse?
- ☐ Unitatea utilizează energie regenerabilă? Există un sistem fotovoltaic sau eolian de generare a electricității? Se folosesc surse regenerabile pentru încălzirea camerelor sau a apei calde?
- ☐ Unitatea de cazare are o pompă de căldură care îi furnizează energie termică și/sau aer condiționat?
- ☐ Temperatura din fiecare cameră este reglată individual, printr-un sistem de termoreglare?
- ☐ Echipamentele pentru bucătărie (frigidere, combine frigorifice, mașină de spălat vase) și cele din birouri (imprimante, scanere, fotocopiatoare) sunt eficiente energetic (clasa A)? Poartă o etichetă ecologică?
- ☐ Există temporizatoare pentru dușurile și robinetele din bucătărie și din exterior (sistem de oprire automată a jetului de apă după un anumit timp în care nu sunt folosite)?
- ☐ Se folosesc detergenți ecologici (de spălat vase, de rufe, de curățare)?
- ☐ Personalul este instruit să nu folosească detergenți în exces?
- ☐ Produsele din hârtie (șervețele igienice, hârtia de birou etc.) poartă o etichetă ecologică?
- ☐ Lucrările de vopsitorie (interior, exterior) se realizează cu vopsele și lacuri care au o etichetă ecologică?
- ☐ Zonele verzi sunt gestionate în conformitate cu principiile peisagismului responsabil (diversitate, culturi locale)?
- ☐ Ingredientele principale a cel puțin două feluri de mâncare provind din agricultura ecologică? La fiecare masă, inclusiv la micul dejun, se servesc cel puțin două feluri obținute din ingrediente locale?
- ☐ Unitatea de cazare oferă turiștilor apă, băuturi răcoritoare, bere în sticle returnabile? A eliminat din oferta sa băuturile în ambalaje de unică folosință?
- ☐ Pentru produsele servite micul dejun, s-au eliminat produsele mono-portionate și ambalate individual?

- ☐ Unitatea de cazare dispune de separatoare de grăsimi/uleiuri de gătit, iar acestea se colectează și se elimină în mod corespunzător?
- ☐ Mobilierul, materialele textile și alte materiale uzate se vând sau se donează organizațiilor caritabile sau altor asociații care colectează și redistribuie astfel de bunuri?
- ☐ Unitatea de cazare oferă turiștilor informații privind măsurile întreprinse pe plan local pentru conservarea naturii (ecosisteme, biodiversitate, peisaje, resurse)?
- ☐ Se pun biciclete la dispoziția turiștilor cazați?
- ☐ Este pus la dispoziția turiștilor un chestionar prin care aceștia să-și poată exprima opinia cu privire la aspectele de responsabilitate de mediu și socială din unitatea de cazare?
- ☐ Spațiile unității de cazare sunt construite în conformitate cu principiile arhitecturale bioclimatice (dispunerea fațadelor față de soare, ventilația naturală a clădirii, utilizarea de materiale naturale locale, încadrarea contextuală în peisajul zonei etc.)?

IMPLICAREA STAKEHOLDER-ILOR



- ☐ Am prevăzut implicarea întregii echipe de organizare (angajați, voluntari) în demersul de responsabilizare a evenimentului?
- ☐ Am implicat furnizorii de servicii (pensiuni, restaurante, magazine) în responsabilizarea evenimentului? Dar principalii partenerii (sponsori, organizații comunitare, autorități locale)?
- ☐ Planul nostru de măsuri de responsabilitate beneficiază de expertiza specifică a unor organizații cu experiență în regiunea de desfășurare a evenimentului (în domeniul social, al protecției mediului, al dezvoltării comunitare)? Acestea au fost consultate în mod sistematic?
- ☐ Am prevăzut informări și consultări publice în comunitate pentru a sensibiliza și implica membrii acesteia în demersul de responsabilitate?
- ☐ Am prevăzut, pentru faza finală a evenimentului, o evaluare participativă a obiectivelor de responsabilizare?

Capitolul 2

Marca „Eveniment responsabil”



Capitala Culturală Europeană 2021 reprezintă o șansă deosebită pentru comunitatea timișoreană! Numeroase spectacole, concerte, seminarii, conferințe, evenimente urbane, întâlniri culturale vor însufleți viața cetății pe parcursul acestui proces cultural. Marca „Eveniment responsabil” va pune reflectorul pe acele evenimente care vor fi planificate și implementate responsabil.

Pe de-o parte, marca pune la dispoziția organizatorilor o metodă sistematică de management responsabil de eveniment. Pe de altă parte, ea oferă recunoaștere publică acelor evenimente care reușesc să integreze consistent criterii de responsabilitate față de mediu și societate la fel de bine cum știu să atragă și să-și delecteze publicul!

Istoric

Marca „Eveniment responsabil” aparține Asociației REPER21. Ea a fost realizată pornind de la standardul „ISO 26000” pentru responsabilitate socială, de la liniile directoare „Global Reporting Initiative” pentru realizarea de rapoarte de responsabilitate socială, precum și de la „ISO 20121”, care este un standard specific pentru managementul responsabil de eveniment. Față de aceste referințe, marca „Eveniment responsabil” este un instrument managerial mai puțin complex și mai adaptat la evenimentele din sfera societății civile și a economiei sociale.

Realizarea mărcii a beneficiat de contribuțiile ANCPDEF (Agenția Națională pentru Programe Comunitare în Domeniul Educației și Formării Profesionale) și ale Asociației CRIES (Centrul de Resurse pentru Inițiative Etice și Solidare), care au fost parteneri ai Asociației REPER21 în cadrul proiectului „Societal”, implementat între 2010 - 2013 cu finanțare din POSDRU.

Marca a fost acordată pentru prima oară în 2011. Printre primele evenimente care au

obținut marca se numără „Festivalul național de teatru tânăr Ideo Ideis” (Alexandria), „Street Delivery” (București), „Laboratorul de Educație nonformală” (Gura Portiței), „ONG Fest” (București), „Festivalul de Film și Istorie” (Râșnov).

Scop

Integrarea sistematică a Responsabilității față de oameni și natură în managementul evenimentelor.

Beneficiari

Actorii din societatea civilă și din economia socială și solidară (asociații, fundații, cooperative, ateliere sociale, grupuri de inițiativă comunitare).

Valori

- Echilibrul mediului
- Echitatea socială
- Eficacitatea economică
- Buna guvernanță

Obiective

Marca „Eveniment responsabil” este un instrument pentru analiză, învățare și activism în contextul organizării de evenimente. Ea vizează în mod specific:

să genereze soluții de responsabilitate concrete, operaționale pentru evenimentele din sfera societății civile și economiei sociale (festivaluri, conferințe, evenimente urbane);

să ofere recunoaștere performanțelor de responsabilitate față de mediu și societate pe care le obțin organizatorii de evenimente din sfera societății civile și economiei sociale;

să sensibilizeze participanții la evenimente

și membrii comunităților găzduite cu privire la valorile și realitățile care stau la baza demersurilor responsabile față de oameni și natură;

să ofere exemplaritate și să difuzeze bune practici de responsabilitate în rândul organizatorilor de evenimente din toate sectoarele (firme, autorități locale).

Caietul de sarcini

Acordarea și menținerea dreptului de utilizare a mărcii implică realizarea următoarelor patru etape:

1. Planificarea

Organizatorul elaborează „Planul de responsabilizare”, care cuprinde o paletă de măsuri care vizează atingerea celor 36 de Indicatori de Responsabilitate (prezentați mai jos). După elaborare, Planul este transmis către REPER21 și, în condițiile în care calitatea sa este considerată cel puțin suficientă, organizatorul primește marca și dreptul de a o utiliza în comunicările sale.

2. Angajamentul

Organizatorul elaborează un comunicat privind obținerea mărcii, prin care își asumă public valorile care ghidează demersul de responsabilizare și măsurile efective pe care le-a prevăzut în Plan. Comunicatul este difuzat pe site-ul organizatorului și este transmis către principalii săi parteneri și mass media. De asemenea, Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană difuzează informații despre angajamentul tuturor organizatorilor de evenimente responsabile în propriile comunicări.

3. Evaluarea

După desfășurarea evenimentului, organizatorul evaluează măsurile de

responsabilizare implementate. Acest demers de evaluare ex-post vizează identificarea atât de bune practici (măsurile ce pot fi preluate și consolidate), cât și de acțiuni corective (măsuri care trebuie modificate sau înlocuite) pentru ca organizatorul să-și poată îmbunătăți capacitatea de a implementa cei 36 de indicatori în organizarea evenimentelor viitoare. Evaluarea oferă un context de învățare și progres.

4. Recunoașterea

Un Raport incluzând principalele bune practici și acțiuni corective identificate la evaluare este transmis către REPER21. În condițiile în care calitatea acestor practici și acțiuni este considerată cel puțin suficientă, organizatorul va menține marca și dreptul de a o utiliza în comunicările sale ulterioare. De asemenea, Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană va publica un articol despre eveniment, organizator și demersul de responsabilizare.

Indicatorii de Responsabilitate

Metoda de management responsabil de eveniment constă în aplicarea sistematică a setului de 36 de indicatori (organizați în 4 domenii de intervenție) în cele 4 faze ale ciclului „PDCA”:

1. Zicem ceea ce facem! (PLAN)

2. Facem ceea ce zicem! (DO)

3. Verificăm rezultatele! (CHECK)

4. Ne îmbunătățim demersul! (ACT)

Marca „Eveniment responsabil” este acordată organizatorului în urma fazei „Plan” (luarea de măsuri pentru atingerea celor 36 de indicatori) și este menținută după faza „Act” (când sunt identificate bune practici și acțiuni corective pentru consolidarea demersului de responsabilizare în evenimentele următoare).

SOCIAL

S1. Promovarea drepturilor egale, a diversității și a nediscriminării;

S2. Asigurarea unor condiții de muncă decente și echitabile;

S3. Asigurarea condițiilor de sănătate și securitate;

S4. Favorizarea formării continue și a învățării pe tot parcursul vieții;

S5. Recunoașterea muncii și a performanțelor angajaților și voluntarilor;

S6. Respectarea vieții private și protejarea datelor cu caracter personal;

S7. Stimularea culturii participative, a cetățeniei active și a voluntariatului;

S8. Respectarea valorilor culturale și promovarea dialogului intercultural;

S9. Respectarea și promovarea Drepturilor Omului.

MEDIU

M1. Reducerea, reutilizarea și reciclarea materialelor utilizate;

M2. Achiziționarea de produse și servicii ecologice;

M3. Utilizarea rațională a energiei și folosirea surselor alternative;

M4. Utilizarea rațională și nepoluantă a apei;

M5. Reducerea impactului asupra ecosistemelor și biodiversității;

M6. Gestionarea responsabilă a deșeurilor generate;

M7. Diminuarea impacturilor datorate transportului;

M8. Monitorizarea emisiilor de gaze cu efect de seră;

M9. Aplicarea/promovarea principiilor de mediu recunoscute la nivel internațional.

ECONOMIC

E1. Eficientizarea costurilor aferente implementării proiectului;

E2. Asigurarea sustenabilității rezultatelor proiectului;

E3. Gestionarea impactului asupra economiei locale;

E4. Susținerea creării de locuri de muncă durabile;

E5. Utilizarea unor modele alternative de schimburi;

E6. Stabilirea unor drepturi de proprietate intelectuală echitabile și promovarea licențelor libere;

E7. Promovarea Responsabilității sociale și de mediu în rândul firmelor partenere;

E8. Promovarea formelor economiei sociale și economiei verzi;

E9. Susținerea/dezvoltarea structurilor non-profit.

GUVERNANȚĂ

G1. Comunicarea valorilor și principiilor de comportament etic asumate;

G2. Identificarea și implicarea stakeholderilor în activitățile de interes;

G3. Participarea angajaților și voluntarilor la demersul de responsabilizare;

G4. Asigurarea transparenței deciziilor luate și a activităților realizate;

G5. Reducerea riscurilor de infracțiuni și în particular de corupție;

G6. Corelarea cu alte proiecte locale,

naționale, europene sau internaționale;

G7. Raportarea/comunicarea performanțelor de responsabilitate către stakeholderi;

G8. Dezvoltarea/promovarea unor modele responsabile de finanțare și parteneriat;

G9. Recomandări pentru îmbunătățirea politicilor publice în urma rezultatelor obținute.



NOTIȚE



Bibliografie

- AFNOR, Norme NF ISO 20121 - Systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle - Exigences et recommandations de mise en oeuvre, Édition Afnor, www.afnor.org.
- Asociația REPER 21, 2012, Ghidul societal – Responsabilitatea socială a ONG-urilor.
- Gaël Léopold, One Planet Event – Methodology and tools to green your event.
- Meegan Jones, 2010, Sustainable event management, A practical Guide, Earthscan, Uk, London.
- WWF International.



Editor: Asociația Timișoara-Capitală Culturală Europeană
Data publicării: noiembrie 2018
ISBN 978-973-0-28368-6

