



## COMUNE DI BOLOGNA

### PROGETTO DI RISTRUTTURAZIONE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA DI PICCOLO FORMATO BASATA SU NUOVE TECNOLOGIE

<b>Soggetto Proponente:</b>	<b>IGPDecaux</b>  IGP DECAUX S.p.A. Centro Direzionale Milanofiori, Strada 3 - Palazzo B10 - 20090 Assago (MI) - Italy Tel. +39 02 654651 Fax. +39 02 6599037 <a href="http://www.igpdecaux.it">www.igpdecaux.it</a>
<b>Progetto infrastrutture:</b>	  ALPINA S.p.a. Via Ripamonti, 2 - 20136 MILANO (MI) Tel. +39 02 58305010 - Fax. +39 02 58307388 E-mail: <a href="mailto:info@alpina-spa.it">info@alpina-spa.it</a> - <a href="http://www.alpina-spa.it">www.alpina-spa.it</a>

N° Elaborato	Titolo		Scala
DOC.03	PIANO DI SOSTENIBILITA' AMBIENTALE		
Revisione <b>0</b>	N°	Descrizione	Data
	0	Prima emissione	Agosto 2021

<b>Redazione Elaborato:</b>		
REDATTO	CONTROLLATO	APPROVATO
VP	DB	MB

## INDICE

<b>1</b>	<b>PIANO DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEL PROGETTO .....</b>	<b>1</b>
1.1	PIANO DI SOSTENIBILITÀ - OBIETTIVI .....	1
1.2	SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE .....	1
1.3	SOSTENIBILITÀ SOCIALE .....	2
1.4	MONITORAGGIO SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE .....	2

## **1 PIANO DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEL PROGETTO**

### **1.1 Piano di sostenibilità - obiettivi**

Il progetto di ristrutturazione della comunicazione pubblicitaria di piccolo formato basato su nuove tecnologie trova un'importante e imprescindibile fondamento nell'individuazione di elevati standard di sostenibilità ambientale.

Il valore aggiunto apportato dal progetto non è soltanto individuato nella qualità percepibile degli impianti pubblicitari (specifiche tecniche basate sulle eccellenze di mercato, implementazione di innovazioni tecnologiche, pregio estetico e design) ma anche nelle caratteristiche funzionali (progettazione adeguata a tutti gli utenti, certificazioni e attestazioni in materia di sicurezza e salute dei lavoratori, caratteristiche ambientali, contenimento dei consumi energetici e delle risorse ambientali del prodotto e caratteristiche di processo innovative).

L'obiettivo è porre particolare attenzione ai consumi di energia, alle emissioni inquinanti riferite all'intero ciclo di vita del bene, con l'obiettivo strategico di un uso più efficiente delle risorse e di un'economia circolare, inserendo sul territorio prodotti e servizi sostenibili grazie alla ricerca di soluzioni che producano il minore impatto possibile sull'ambiente lungo l'intero ciclo di vita.

Il progetto, quindi, mira a promuovere e salvaguardare l'ambiente, definendo gli aspetti ambientali connessi ai processi aziendali relativi alla concessione per valutare la significatività degli impatti nell'ambito dell'esecuzione delle attività, pur centrando l'obiettivo di introdurre, nell'ambito della comunicazione cittadina, nuovi servizi di pubblica utilità da affiancare alla diffusione della pubblicità.

### **1.2 Sostenibilità Ambientale**

Il progetto di ristrutturazione della comunicazione pubblicitaria qui proposto pone una grande attenzione all'impronta ecologica: dalla gestione e riciclo dei rifiuti, alla riduzione degli impatti ambientali derivanti dalla manutenzione degli impianti pubblicitari; alle azioni di controllo e minimizzazione dei consumi energetici e delle emissioni di CO<sub>2</sub> non solo tramite una scelta oculata dei materiali e della collocazione fisica degli impianti ma anche attraverso un significativo impegno nello sviluppo di soluzioni tecnologiche in grado di offrire vantaggi per i cittadini, intesi come servizi di pubblica utilità, sicurezza e di informazione.

Il progetto prevede specifici processi di manutenzione programmati per ridurre i consumi di energia, perseguire un minimo assorbimento di risorse naturali, controllare le emissioni inquinanti e i relativi costi complessivi, inclusi quelli esterni, e mitigare gli impatti dei cambiamenti climatici, riferiti all'intero ciclo di vita del bene e del servizio, con l'obiettivo strategico di un uso più efficiente delle risorse e di un'economia circolare che promuova ambiente e occupazione.

I costi del progetto comprendono, in quanto pertinenti, tutti i seguenti costi, o parti di essi, legati al ciclo di vita dei beni e servizi:

- costi sostenuti quali:
  - costi relativi all'acquisizione;
  - costi connessi all'utilizzo, quali consumo di energia e altre risorse;
  - costi di manutenzione;
  - costi relativi al fine vita, come i costi di raccolta, di smaltimento e di riciclaggio;

Definendo così azioni volte al risparmio di energia consumata dagli impianti pubblicitari come:

- l'inserimento di componenti a basso consumo energetico;
- la regolazione della luminosità e la programmazione delle ore di accensione dello schermo/impianto a seconda del contesto nel quale è inserito;
- l'acquisto di certificati di compensazione energetica per utilizzare almeno il 50% di utilizzo di energia rinnovabile.

Il progetto inoltre presta estrema attenzione alla gestione dei rifiuti prodotti dalle attività svolte, con l'obiettivo di valorizzare il riutilizzo dei materiali, ove possibile, e minimizzare la quota di rifiuti smaltiti in discarica. Per raggiungere tale obiettivo è previsto un continuo sviluppo di volti al recupero e il riciclo dei materiali utilizzati per le attività aziendali, attraverso la gestione virtuosa degli stessi.

Inoltre, la carta utilizzata per le campagne pubblicitarie, di pubblica utilità e negli uffici è certificata FSC/PFEC.

### **1.3 Sostenibilità Sociale**

Il progetto prevede, nell'ambito della relazione con dipendenti, agenti, collaboratori e fornitori impegnati in ruoli e mansioni estremamente diversificati, l'adozione di comportamenti omogenei e politiche aziendali ispirate alla condivisione e al rispetto di valori culturali, etici, e sociali per un miglioramento continuo delle condizioni di lavoro.

Il soggetto promotore si impegna inoltre a sviluppare, mantenere ed attuare politiche e procedure per gestire gli ambiti di responsabilità sociale che essa può controllare o influenzare, dimostrando in modo credibile alle parti interessate che le politiche, le procedure e le prassi in essere all'interno dell'azienda sono conformi non solo alle leggi nazionali e ogni altra legge vigente ma anche agli standard normativi ed essere conforme ai seguenti requisiti:

1. Lavoro infantile;
2. Lavoro forzato e obbligato;
3. Salute e sicurezza;
4. Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva;
5. Discriminazione;
6. Procedure disciplinari;
7. Orario di lavoro;
8. Retribuzione;
9. Sistema di responsabilità sociale.

Sensibile alla valutazione dell'impatto generato dai messaggi pubblicitari esposti, il progetto prevede che il Concessionario vigili sui contenuti degli stessi segnalando eventuali situazioni in contrasto con quanto previsto dal Codice di Autodisciplina pubblicitaria.

### **1.4 Monitoraggio sostenibilità ambientale**

Il progetto prevede la definizione di un insieme di regole, ruoli e responsabilità che il promotore si dà per garantire lo svolgimento di tutte le attività che influiscono sull'ambiente nella maniera più compatibile possibile,

attraverso la strutturazione, l'implementazione e il mantenimento di un Sistema Integrato di Gestione Ambientale:

Tale attività sarà svolta:

- definendo, in accordo con il comune di Bologna, i piani di miglioramento del progetto;
- facendosi carico di diffondere e rinforzare la conoscenza ed il corretto utilizzo del Sistema di Gestione da parte di tutta l'Azienda, anche pianificando adeguate attività formative;
- assicurando una corretta e puntuale gestione della documentazione inerente al Sistema, elaborando ed aggiornando tutta la documentazione necessaria al corretto funzionamento dello stesso e un attivo monitoraggio degli indicatori individuati in relazione ai criteri indicati dalle norme, finalizzati alla definizione e realizzazione di opportuni piani di miglioramento;
- gestendo il processo di rilevazione, analisi e correzione delle non conformità, coordinando anche le azioni preventive e correttive da attuare di volta in volta.