



Green mobility. A guide to environmentally sustainable mobility for performing arts

di On the Move & Julie's Bycycle

Promuovere la mobilità internazionale degli artisti è ancora un atteggiamento responsabile, in giorni in cui l'inquinamento e i cambiamenti climatici ad esso collegati sono probabilmente la minaccia più grave della storia dell'umanità? In che modo la mobilità di oggi influenza il mondo di domani?

Parlare di sostenibilità della mobilità culturale significa essere decisi a cambiare atteggiamenti e comportamenti nella pratica professionale quotidiana, nella consapevolezza che la sostenibilità ambientale riguarda tutti gli aspetti dei settori creativi. Alcuni artisti, compagnie e organizzazioni hanno già trovato il modo di combinare creatività, mobilità e attenzione all'ambiente: a partire dalle loro esperienze On the Move e Julie's Bycycle hanno prodotto questa "Guida alla mobilità verde", una fonte di ispirazione ma anche uno strumento molto pratico per aiutare gli artisti e i professionisti della cultura (e chiunque altro sia interessato!) a prendere decisioni responsabili pur continuando a godere dei vantaggi della mobilità. Una check-list che permette di prendere coscienza di cosa non va, e cosa può andare meglio, nella propria pratica professionale quotidiana: perché la "sostenibilità" riguarda il risparmio energetico ma anche quello economico; significa pensare nuovi modelli di comunicazione; significa rispettare – e anticipare – le richieste di legge e creare nuovi modelli di business. Il tutto con l'atteggiamento creativo che permette agli artisti di trovare soluzioni alternative anche su questi temi.

Fizz pubblica in esclusiva risultati e conclusioni della Guida tradotti in italiano e vi invita a leggere la Guida completa, scaricabile dal sito di [On the Move](#).

Risultati

1. Sebbene la sostenibilità ambientale sia considerata un tema importante dalle compagnie che organizzano tournée, essa rimane comunque di secondaria importanza rispetto ad altre questioni:

- la crescita economica è rallentata negli ultimi anni, dando luogo in molti casi a una riduzione dei fondi pubblici e a un pubblico con una ridotta disponibilità economica. Per questo molte organizzazioni artistiche hanno un futuro incerto e trovano quindi difficile fare piani a medio e lungo termine.
- I dirigenti e il senior management non hanno ancora integrato la sostenibilità ambientale nel loro *core thinking*, per cui il tema manca di autorità e di leadership. È ancora forte l'idea che la sostenibilità ambientale debba avere implicazioni negative per gli aspetti artistici e budgetari dell'organizzazione.
- A livello operativo molte organizzazioni non hanno tempo o risorse umane sufficienti a portare avanti iniziative a carattere ambientale.

2. Organizzare tournée di più date che ottimizzino il viaggio e siano ecologicamente efficaci è una sfida:

- E' difficile organizzare un percorso di tournée razionale, che tenga conto delle disponibilità dei vari luoghi di spettacolo e delle opportunità di partecipare a vari festival, specie in mancanza di circuiti formali.
- Le clausole di esclusività inserite nei contratti riducono le possibilità di ripetere gli spettacoli in più date.
- Lo scarso tempo a disposizione per pianificare le tournée può causare una scarsa attività di *audience development*, per cui le compagnie si affidano alle relazioni già stabilite invece di creare nuovi contatti che potrebbero aiutare a studiare percorsi di tournée più razionali.

3. Molte iniziative ambientali sono già adottate da singole compagnie e da organizzazioni di supporto, ma non vengono sviluppate oltre. Alcuni esempi:

- Politiche e documenti ambientalisti
- Personale dedicato ("*gchampions*") all'interno dell'organizzazione
- Linee guida "verdi" incluse nei contratti
- Misurazione degli impatti ambientali
- Utilizzo di materiali locali, riciclati e/o provenienti da fonti rinnovabili
- Uso di equipaggiamento luci a risparmio energetico
- Uso di energia da fonti rinnovabili
- Promozione tra il pubblico dell'utilizzo del trasporto pubblico, del *car-sharing* e delle piste ciclabili
- Workshop educativi per migliorare la comprensione dei temi ambientali tra lo staff e tra il pubblico
- Certificazione e accredito ambientale
- Merchandising con buone garanzie ecologiche

4. Le compagnie e le organizzazioni artistiche sono limitate dalla mancanza di informazioni, guida, strumenti e formazione a supporto di iniziative ambientali:

- Dati il tempo e le competenze limitate le organizzazioni artistiche non sanno a chi rivolgersi per capire e ridurre il proprio impatto ambientale.
- Le organizzazioni hanno bisogno di essere diretti verso le fonti di informazione e di formazione per il management ambientale.
- Servono strumenti adatti alle esigenze del settore.

5. Sarebbe opportuno che finanziatori ed enti regolatori avessero una leadership in materia di sostenibilità ambientale:

- Le compagnie e le organizzazioni artistiche vogliono che i soggetti finanziatori forniscano guida, incentivi e supporto finanziario per le pratiche ecologiche.
- Le organizzazioni artistiche vogliono sapere cosa ci si attende da loro e come apportare le modifiche necessarie senza penalizzare l'esperienza artistica.
- I soggetti pubblici che finanziano lo spettacolo dal vivo devono sostenere le compagnie e le organizzazioni artistiche e investire in modelli di tournée innovativi che abbiano impatti ambientali ridotti.

Conclusioni

Il settore dello spettacolo dal vivo non ha ancora riconosciuto o considerato pienamente l'impatto ambientale delle attività di tournée. Non si tratta di una priorità di business, né di un criterio per ottenere fondi pubblici.

Occorre un miglior coordinamento tra le compagnie e i luoghi di diffusione per sviluppare modelli di tournée razionali dal punto di vista ambientale. Questo sarebbe più facile in presenza di circuiti di luoghi di diffusione, per organizzare le tournée, e da un coordinamento tra i festival di spettacolo dal vivo per evitare la presentazione degli spettacoli in un unico posto.

Occorrono strumenti specifici per il settore, guida e formazione per sviluppare modelli ecologicamente sostenibili di tournée.

I finanziatori dello spettacolo dal vivo hanno un ruolo chiave nello stabilire criteri di sostenibilità ambientale come un requisito essenziale per i finanziamenti, nel mettere a disposizione informazioni, risorse e strumenti e nel provvedere supporto finanziario per pratiche innovative.

C'è un bisogno urgente di investimenti per dimostrare la possibilità di nuovi modelli di tournée che riducono gli impatti ambientali, aumentano l'audience e assicurano la qualità artistica senza danneggiare il modello di business.

Traduzione a cura di Elena Di Federico, Fondazione Fitzcarraldo

La Green Mobility Guide è disponibile all'indirizzo <http://on-the-move.org/news/article/14222/green-mobility-guide-for-the-performing-arts-new/>