

Report sulla gestione sostenibile delle 91a edizione della  
Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Alba, 14 dicembre 2021

PANORAMICA EDIZIONE 2021 (91a edizione)

La 91° edizione della Fiera si è svolta quest'anno dal 9 ottobre al 5 dicembre, nel totale rispetto delle regole dovute all'emergenza sanitaria da Covid-19, controllo del Green Pass e ingressi contingentati, garantendo così un evento in totale sicurezza e salute per espositori e visitatori.

La Fiera si è avvalsa da quest'anno di un sistema di gestione sostenibile dell'evento conforme alla norma internazionale ISO 20121 e certificato da Bureau Veritas che proseguirà le attività di auditing anche nel post evento ed effettuerà audit con cadenza annuale per il mantenimento della certificazione, incentivando così una reiterazione volta al miglioramento continuo della gestione sostenibile.

La presentazione di tale percorso di responsabilità è avvenuta l'8 ottobre alla presenza dei Ministri Mara Carfagna e Massimo Garavaglia, del Presidente della Regione Piemonte Alberto Cirio e del Sindaco della Città di Alba Carlo Bo, a ulteriore dimostrazione del coinvolgimento delle istituzioni in questo percorso di innovazione di una manifestazione vetrina ed incontro per il distretto socio-economico del territorio di Alba, inestricabilmente connesso a quello regionale, nazionale e internazionale.

L'impegno della Direzione di Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba si è concretizzato nella stesura di una Politica di Sostenibilità sulla gestione dell'evento, contenente anche gli obiettivi di miglioramento e l'esplicitazione dei valori che sottostanno al concetto di gestione sostenibile per l'organizzazione dell'evento.

La [Politica](#) è stata pubblicata sul sito dell'evento, per aumentare la trasparenza nei confronti delle parti interessate.

La progettazione dell'evento ha poi tenuto in considerazione le tematiche di sostenibilità più rilevanti per gli organizzatori e gli stakeholders, emerse grazie ad una analisi di materialità effettuata a seguito di una attività di stakeholder engagement che per la prima volta è stata implementata. Il coinvolgimento delle parti interessate attiva meccanismi di generazione di nuove opportunità in termini di miglioramento delle performance ambientali, sociali ed economiche, nonché di riduzione dei rischi connessi ad aspetti altrimenti non presi in considerazione in fase di progettazione ed attuazione.

La Fiera ha saputo offrire un programma ricco di novità, le quali hanno creato un connubio vincente con le attività ormai consolidate, confermato da una partecipazione di oltre 90.000 visitatori lungo le nove settimane di svolgimento della manifestazione.

Tra le novità:

- L'edizione zero di "Sostenibilità incrociate", inserita nel progetto "Dawn to earth", avviato nella scorsa edizione. A tale iniziativa è stato dedicato il weekend del 29-31 ottobre, creando uno spazio di dialogo tra portavoce di settori e attività apparentemente distanti sul tema della sostenibilità economica, sociale ed ambientale;
- L'inserimento dei Creative Moments nel calendario degli eventi dell'Alba Truffle Show, una serie di cooking show realizzati con la collaborazione delle città creative per la gastronomia, di tutto il mondo;

- Il lancio del Museo Diffuso Contemporaneo con l'obiettivo di legare la cucina e l'arte contemporanea promuovendo la rete dei ristoranti stellati del circuito della Fiera;
- Il progetto "Eccellenze del Piemonte in Vetrina", lanciato nell'edizione del 2020, si è svolto per la prima volta in presenza, il quale ha visto la realizzazione di cene realizzate da chef stellate provenienti da tutti i distretti piemontesi, presso il Castello di Roddi, con l'obiettivo di valorizzare i diversi prodotti di eccellenza della regione e valorizzare ulteriormente la filiera agroalimentare ed enogastronomica delle comunità rappresentate dalla Fiera;

Tra le attività consolidate:

- Il Mercato mondiale del Tartufo Bianco d'Alba, ospitato nel Cortile della Maddalena, rappresenta il cuore pulsante della manifestazione e ha registrato, sebbene le restrizioni, ben 90.000 ingressi, i più numerosi gli italiani, seguiti in termini assoluti da svizzeri e francesi (registrati visitatori provenienti da 55 Paesi del mondo), importante è stata anche la presenza degli statunitensi che si posizionano al quarto posto, confermando la dimensione internazionale dell'evento;
- L'Asta Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba che ha raccolto negli anni oltre 5 milioni di euro destinati a progetti di beneficenza;
- La premiazione del Tartufo reale, che per la prima volta ha visto l'assegnazione ex aequo dell'omonimo premio;
- Il premio Tartufo dell'Anno, assegnato a persone celebri che nel corso dell'anno si sono distinte;
- L'Alba Truffle Bimbi, un'area con giochi didattici con attività di educazione alla conoscenza del territorio di Alba e dintorni studiati per un pubblico di bambini;
- L'Alba Truffle show che ha registrato il tutto esaurito nei 40 appuntamenti proposti (Le provenienze registrate sono di oltre 20 Paesi diversi. Dopo l'Italia, Stati Uniti e Svizzera);
- Gli appuntamenti legati al folklore, quali investitura del podestà e palio degli asini, ai quali è stato dedicato il weekend del 2-3 ottobre 2021, che si conferma come lo spazio vetrina per la tradizione storica legata al territorio che si propone come collante tra le culture intergenerazionali locali

## IDENTIFICAZIONE PARTI INTERESSATE E STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Per la prima volta nella storia della Fiera, in fase di progettazione dell'evento, è stato formalizzato un processo di stakeholder engagement o coinvolgimento delle parti interessate, che ha poi facilitato l'identificazione di temi rilevanti di sostenibilità da gestire o su cui intervenire, la percezione della loro soddisfazione rispetto alla fiera ed il loro successivo impegno ad aderire ai valori condivisi nella Politica di Sostenibilità tramite sottoscrizione. La società di consulenza Nuva Sustainability srl ha supportato Ente Fiera durante le attività di stakeholder engagement ed ha prodotto un'analisi di materialità rispetto alle tematiche di sostenibilità.

La tabella di seguito riporta le attività svolte a riguardo:

Attività	Parti interessate coinvolte	Breve descrizione
1) Identificazione principali stakeholders	Direzione di Ente Fiera	Identificazione stakeholders principali per livello di coinvolgimento e per le categorie: istituzioni, fornitori, sponsors, partner privati, associazioni, comunità locali
2) Identificazione tematiche	Direzione di Ente	Somministrazione di un questionario alla

di sostenibilità rilevanti per Ente Fiera	Fiera	Direzione rispetto a una serie di indicatori ambientali, sociali ed economici rispetto alla manifestazione per identificare i temi più rilevanti per gli organizzatori e quelli più strettamente connessi alla natura delle attività svolte. Richiesti inoltre input volti al miglioramento sulle stesse tematiche e livello di soddisfazione rispetto alla gestione attuale.
3) Identificazione tematiche di sostenibilità rilevanti per i principali stakeholders	Istituzioni, fornitori, sponsors, partner privati, associazioni, comunità locali	Somministrazione di un questionario ai principali stakeholders per identificare tematiche ambientali, sociali ed economiche più rilevanti e critiche dalla loro prospettiva di coinvolgimento nella manifestazione. Richiesti inoltre input volti al miglioramento sulle stesse tematiche e livello di soddisfazione rispetto alla gestione attuale.
4) Analisi di materialità	Direzione di Ente Fiera e NUVA Sustainability	Analisi dei risultati dei questionari somministrati e sintesi dei punti di vista e percezione delle diverse parti interessate rispetto alle tematiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Valutazione delle proposte per il miglioramento sulle stesse tematiche e delle considerazioni sugli attuali elementi vincenti che contribuiscono al successo della manifestazione.
5) Valutazione delle performance e rischi legati alla sostenibilità dei fornitori e degli sponsors della Fiera	Fornitori (inclusi sponsors)	Somministrazione di un questionario volto alla valutazione delle performance di sostenibilità dei fornitori ed identificazione del loro livello di rischio
6) Condivisione e richiesta di sottoscrizione della Politica di Sostenibilità della Fiera	Fornitori, Sponsors, Utenti del sito web	La Politica di Sostenibilità è stata pubblicata sul sito web della manifestazione, condivisa con i fornitori in allegato al questionario di valutazione insieme ad una richiesta di sottoscrizione ed adesione ai valori da essa contenuti
7) Pubblicazione di un modulo reclami e segnalazioni relativi alla gestione sostenibile dell'evento	Utenti del sito web e parti interessate	È stato reso disponibile sul sito web della manifestazione un modulo di reclami e segnalazioni relativi alla gestione sostenibile dell'evento. La compilazione può essere anonima o no su base volontaria.
8) Pubblicazione di un questionario anonimo di soddisfazione	Tutte le parti interessate	È stato reso disponibile durante l'evento e sul sito web della manifestazione un questionario per misurare la soddisfazione rispetto alle tematiche della sostenibilità di espositori, fornitori, visitatori e lavoratori. La compilazione è anonima. A manifestazione conclusa lo stesso questionario sarà poi inviato direttamente ai contatti disponibili per aumentare l'efficacia.

## I RISULTATI DEL COINVOLGIMENTO DELLE PARTI INTERESSATE

Si riporta di seguito una sintesi dei risultati emersi a fronte dell'intervista effettuata alla Direzione dai consulenti tecnici di Nuva Sustainability in occasione della 91ma edizione della Fiera.

Tematiche ambientali più rilevanti e azioni correlate:

Energia - Nessuna azione in essere

Mobilità - Convenzioni con Trenitalia e Bus Company per il trasporto collettivo

Rifiuti - Raccolta differenziata in ogni sede di svolgimento della Fiera

Emissioni in atmosfera - Piantumazione di piante tartufigene a compensazione delle emissioni di Co2

Biodiversità - Utilizzo e valorizzazione delle materie prime locali e prodotti agroalimentari del territorio

Tematiche sociali più rilevanti e azioni correlate:

Salute e sicurezza dei lavoratori - Formazione e aggiornamento di tutto il personale

Diritto al lavoro - Pieno rispetto della normativa vigente

Salute e sicurezza degli utenti - Stesura dei piani H&S e protocolli anti contagio

Occupazione - Generazione di nuove opportunità di impiego diretto e indiretto

Tematiche economiche più rilevanti e azioni correlate:

Marketing e tutela del marchio - Tutela e valorizzazione del prodotto Tartufo Bianco d'Alba e del territorio di origine

Promozione dell'economia locale - Valorizzazioni delle attività commerciali locali, delle strutture ricettive e della ristorazione

Impatto economico diretto e indiretto - Promozione di una identità gastronomica e dell'intero territorio di appartenenza pari alla generazione di valore economico aggiunto indiretto

Le tematiche emerse come prioritarie a fronte dell'analisi interna condotta sono le seguenti:

Mobilità

Energia

Rifiuti

Sempre al fine di offrire una visione completa del contesto gli aspetti di sostenibilità ritenuti più rilevanti per il 2021 per gli stakeholders principali, rilevate tramite questionario, sono:

Salute e sicurezza degli utenti

Marketing e tutela del marchio

Mobilità

Promozione dell'economia locale

Generazione di valore per gli associati

Nella fattispecie, si riscontra dunque una sostanziale coerenza tra la percezione di Ente Fiera, i principi su cui si fonda il suo operato (es. Generazione di valore per gli associati), e quanto riportato dagli stakeholder.

## I NUMERI DELLO STAKEHOLDER ENGAGEMENT

L'attività di stakeholder engagement, implementata per la prima volta per l'edizione 2021 e che sarà in futuro ripetuta con cadenza annuale, può essere valutata secondo i seguenti indicatori.

Attività	Indicatori
1) Identificazione principali stakeholders	15 organizzazioni identificate come stakeholders principali
Identificazione tematiche di sostenibilità	<p>Tematiche sulle quali si è richiesto un punteggio di rilevanza per stakeholders interni ed esterni:</p> <p>25 tematiche totali (energia, acqua e scarichi idrici, biodiversità, emissioni in atmosfera, rifiuti, occupazione, salute e sicurezza dei lavoratori, formazione e istruzione, diversità e pari opportunità, non discriminazione, diritto del lavoro, tutela delle comunità locali, approvvigionamento responsabile, salute e sicurezza degli utenti, marketing e tutela del marchio, rispetto della privacy, accessibilità, mobilità, benessere animale, anticorruzione, promozione dell'economia locale, generazione di valore per gli associati, innovazione, impatto economico diretto e indiretto, performance economica)</p>
Questionario di identificazione tematiche di sostenibilità rilevanti per i principali stakeholders	Tasso di risposta: 33,3% su 15 stakeholders contattati
Questionario valutazione delle performance e rischi sostenibilità fornitori e sponsors	<p>43 stakeholders contattati</p> <p>33 fornitori</p> <p>10 sponsors</p> <p>Condivisione Politica Sostenibilità con il 100% dei contattati</p> <p>Tasso di risposta e sottoscrizione politica totale (fornitori+sponsors): 34,9%</p> <p>Tasso di risposta e sottoscrizione politica fornitori: 42,42%</p> <p>Tasso di risposta e sottoscrizione sponsors: 10%</p>
Reclami e segnalazioni	Numero reclami: zero
Questionario anonimo di soddisfazione	Numero risposte a questionario su sito web: zero

I numeri sopra indicati illustrano come vi siano margini di miglioramento per l'attività di stakeholder engagement, ma, in considerazione del fatto che l'attività è stata intrapresa poco prima dell'inizio della 91a edizione, i risultati possono essere considerati soddisfacenti per il primo anno. Da segnalare poi come nel caso del "questionario anonimo di soddisfazione", una seconda attività di contatto avverrà nei mesi successivi alla pubblicazione del presente report, con l'invio dello stesso questionario ai contatti degli utenti della newsletter e della forza lavoro impiegata.

#### VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI E RISCHI RELATIVI ALLA SOSTENIBILITA' DEI FORNITORI E DEGLI SPONSORS

E' stato richiesto ai fornitori e agli sponsor di compilare un questionario finalizzato alla valutazione delle loro performance di sostenibilità ambientale, sociale e di governance. La maggior parte dei fornitori e sponsor che hanno fornito informazioni riguardo alle loro prestazioni di sostenibilità presentano un rischio basso o medio, ci sono stati due casi di risposte che meritano maggiore approfondimento e verranno gestiti tramite contatto per richiesta informazioni a riguardo.

#### RENDICONTAZIONE DEGLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO SULLA GESTIONE SOSTENIBILE

La Direzione di Ente Fiera aveva individuato una serie di obiettivi di miglioramento della gestione sostenibile della Fiera per questa edizione. Gli interventi e i risultati rispetto agli stessi obiettivi sono riportati nella seguente tabella. Gli impatti generati attraversano trasversalmente tematiche ambientali, sociali ed economiche.

<i>Obiettivo</i>	<i>Area d'impatto</i>	<i>Rendicontazione su obiettivo/tematica</i>
Aumentare percentuale di compensazione emissioni CO2 in atmosfera prodotte dal consumo energetico della Fiera rispetto a edizione 2019 (Carbon Footprint Scope 2)	Emissioni GHG	Il progetto di compensazione delle emissioni CO2 in atmosfera prodotte dal consumo energetico delle Fiera verrà avviato nella primavera del 2022. Al momento sono in fase di identificazione le aree che verranno interessate alla piantumazione ed i calcoli inerenti alla compensazione necessaria.
Ridurre l'utilizzo di carta rispetto a edizione 2019	Rifiuti e materiali	Il ricorso alla comunicazione digitale, mediante sito internet e QR code, ha portato ad una riduzione delle spese di stampa e cancelleria del 90%. Nel dettaglio si è passati da una spesa di importo pari a 30.000 euro per l'edizione del 2019, a una spesa pari a 3.000 euro per l'edizione del 2021
Azzerare utilizzo di sostanze inquinanti rispetto a edizione 2019	Rifiuti e sostanze tossiche	L'uso esclusivo dei detergenti BIO, grazie alla nuova partnership con l'Azienda Witt Italia ha permesso di azzerare la spesa relativa a sostanze inquinanti e detergenti non bio, rispetto a quella sostenuta per l'edizione del 2019
Generare nuove opportunità lavorative in particolare per i giovani rispetto a edizione 2019	Diritto al lavoro	I servizi in Sala Fenoglio e presso il Castello di Roddi hanno richiesto del personale esterno generando così delle opportunità lavorative per i giovani. Nel dettaglio si è passati da 2 a 7 contratti a chiamata tutti con personale al di sotto dei 30 anni, con un incremento del 350%.
Assicurare una retribuzione congrua alla totalità propri dipendenti rispetto alle disposizioni dei relativi contratti di assunzione	Diritto al lavoro	Il 100% delle retribuzioni nei confronti del personale impiegato sono state in linea con quanto disposto dal CCNL del commercio.
Implementazione monitoraggio accessibilità all'evento per i visitatori e il personale diversamente abili	Inclusione	Ogni attività che si è svolta durante la Fiera è risultata essere accessibile dalle persone con diverse disabilità. Non sono infatti pervenuti dei reclami o segnalazioni in merito.
Garantire la massima attenzione alla salute delle persone, in particolare rispetto al contagio da COVID 19	Salute e sicurezza	La redazione e applicazione di un apposito Protocollo anti Covid 19 ha consentito lo svolgimento della Fiera nel rispetto della salute e sicurezza di tutti coloro che vi hanno preso

		parte. Non è pervenuto infatti nessun reclamo per infrazione del protocollo
Maggiore contributo all'economia dei territori coinvolti dalla Fiera tramite un maggiore coinvolgimento di fornitori provenienti dagli stessi territori rispetto all'edizione 2019	Promozione dell'economia locale	Il 100% dei fornitori della Fiera provengono dai territori di Alba, Provincia di Cuneo o Regione Piemonte e la Fiera genera al momento un volume d'affari nelle stesse aree stimato in circa 150 milioni di euro
Incrementare la consapevolezza della catena di fornitura della Fiera sulle tematiche della sostenibilità rispetto all'edizione 2020	Innovazione sostenibile	Durante questa edizione Ente Fiera ha condiviso con 33 fornitori la Politica di Sostenibilità della Fiera tramite invio email specifica che conteneva anche un questionario sulle loro prestazioni di sostenibilità per aumentare il coinvolgimento sulle tematiche.
Migliorare ulteriormente la promozione cultura, le tradizioni e il folklore di Alba, Langhe, Monferrato e Roero principalmente in ambito enogastronomico rispetto alla edizione 2019	Promozione culturale	Durante lo svolgimento della Fiera si sono svolti diversi eventi finalizzati alla promozione della cultura, tradizioni e folklore di Alba, quali l'investitura del Podestà, il Palio degli Asini e la Rievocazione storica.
Aumento numero di eventi sul tema della sostenibilità durante la manifestazione	Innovazione sostenibile	E' stata inaugurata la prima edizione dell'evento "sostenibilità incrociate", un ciclo di incontri sui temi della sostenibilità, ai quali è stato dedicato il weekend del 30 e 31 ottobre.

#### IL RISPETTO DEI VALORI DELLA GESTIONE SOSTENIBILE DELLA FIERA INTERNAZIONALE DEL TARTUFO BIANCO D'ALBA 91a EDIZIONE

La seguente tabella approfondisce le prestazioni riguardo al rispetto dei valori descritti nella Politica della Sostenibilità e valuta in modo critico gli elementi volti al miglioramento.

<i>Valore</i>	<i>Indicatore di prestazione</i>
<b>Responsabilità'</b>	La valutazione del rischio inclusa nel sistema di gestione sostenibile della Fiera aveva indicato la Salute dei lavoratori, utenti ed espositori come rischio alto soprattutto a causa delle attuali condizioni pandemiche, ma l'implementazione dei protocolli anti-contagio e i piani di sicurezza della Fiera hanno dato risultati molto positivi e nessuna segnalazione di incidenti rilevanti è stata pervenuta. La stessa valutazione si può fare per le procedure di prevenzione degli incidenti e infortunio sul lavoro. La gestione dell'evento è stata gestita con soddisfacente responsabilità, la stessa responsabilità che suggerisce di provare a migliorare la gestione dei rifiuti che rileva ancora un rischio potenziale medio-alto, nonostante le ottime prestazioni della raccolta differenziata nelle aree della Fiera.
<b>Qualità'</b>	La soddisfazione per la qualità della Fiera è molto alta e confermata dai numeri di accesso e partecipazione agli eventi, facilmente rilevabile grazie alle misure di contingentamento. Considerato che si era all'inizio di un nuovo percorso volto a rendere più

	sostenibile l'evento e a stimolare una nuova consapevolezza a livello locale sulle tematiche di sostenibilità, la valutazione complessiva è positiva. Si rilevano margini di miglioramento sulla tematica dei rifiuti e della mobilità.
<b>Integrità'</b>	Tutte le norme di legge, i valori e i regolamenti a cui la Fiera è sottoposta in maniera cogente o ai quali aderisce in modo volontario sono stati rispettati e non risultano segnalazioni di violazioni o sanzioni.
<b>Inclusione</b>	Il livello di coinvolgimento delle parti interessate è stato soddisfacente grazie all'introduzione dei meccanismi di stakeholder engagement che presentano ancora notevoli margini di miglioramento, ma è stato ulteriormente supportato dal grande successo del ciclo di eventi "Sostenibilità Incrociate", che ha allargato il numero di soggetti istituzionali ed imprenditoriali che sono venuti a conoscenza della Fiera e della volta intrapresa nei confronti delle tematiche ambientali, sociali ed economiche.
<b>Trasparenza</b>	La pubblicazione della politica di sostenibilità sul sito web della Fiera, la possibilità di fornire segnalazioni, reclami e suggerimenti tramite il modulo disponibile sulla stessa pagina e la condivisione di questo stesso report rappresentano un grande passo avanti rispetto alla trasparenza sulle tematiche di sostenibilità, che si affianca alle politiche di amministrazione trasparente già applicate da Ente Fiera.

## COMUNICAZIONE E NOTORIETA' DELL'EVENTO

L'edizione del 2021 ha visto un notevole sforzo comunicativo della Fiera, con la finalità di aumentare il numero di visitatori della Fiera e migliorare la notorietà, amplificando la visibilità sul piano nazionale ed internazionale della comunità socio-economica coinvolta ed il messaggio di attenzione ed azione sui temi della gestione sostenibile dell'evento che ha permeato la 92a edizione.

L'ufficio stampa ha prodotto 10 comunicati stampa reperibili alla pagina "[Press](#)" dedicata sul sito web. Una rassegna stampa è anche tenuta sulla pagina "[Dicono di noi](#)" sempre sul sito, così come un raccogliitore di news sulla Fiera è rappresentato dalla pagina "[News](#)".

La rassegna stampa complete della Fiera appena conclusa sarà disponibile dal mese di gennaio.

Un ulteriore sforzo è stato profuso sui 2 principali social media dove la Fiera ha una pagina o un profilo ufficiale, i numeri relativi al seguito di tali pagine al momento sono i seguenti:

INSTAGRAM: 23100 followers

FACEBOOK: 110079 followers

Rispetto al primo semestre dell'anno, nel periodo Agosto-dicembre sono stati acquisiti 3.400 nuovi follower su instagram, registrando +530,7 %

Su facebook invece, i "mi piace" alla pagina istituzionale ha registrato +819,4% nel periodo Agosto/dicembre, rispetto al periodo gennaio/luglio

## IL LASCITO O LEGACY DELLA FIERA INTERNAZIONALE DEL TARTUFO D'ALBA

Il concetto di legacy è parte integrante della politica di sostenibilità della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, la quale intende lasciare un'impronta positiva rispetto al contesto di riferimento.



L'eredità della Fiera si può distinguere in due temi: da un lato la *promozione del folklore e della cultura enogastronomica* del territorio interessato, dall'altro la promozione di una maggiore *sensibilità verso i temi della sostenibilità*.

La promozione e la conoscenza del **folklore** avviene mediante diversi eventi quali la rievocazione storica, l'investitura del podestà e il palio degli asini; mentre quella relativa alla **cultura enogastronomica** avviene mediante altrettanti eventi, primo fra tutti il Mercato Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba, cuore della manifestazione. Al suo interno è possibile acquistare direttamente dai "trifulai" il Tartufo Bianco d'Alba, precedentemente selezionato da un'apposita commissione di qualità; partecipare all'Alba Truffle Show; alle analisi sensoriali; alla degustazione dei vini delle Langhe, Roero e Monferrato, grazie ad una specifica area dedicata.

Per quanto riguarda, invece, la maggiore **sensibilizzazione sui temi della sostenibilità**, questa è stata promossa grazie all'arricchimento del progetto "Dawn to Earth" con l'inaugurazione della prima edizione del ciclo di incontri chiamato "sostenibilità incrociate" finalizzato a promuovere il dialogo sui temi della sostenibilità tra mondi diversi tra loro.

Con tale progetto la Fiera ha aperto uno spazio importante sui temi della sostenibilità all'interno del territorio in cui si inserisce e si propone come fulcro di una discussione che può generare impatti positivi indiretti sul territorio e i suoi aspetti ambientali, sociali ed economici.

#### AZIONI POST CHIUSURA DELLA FIERA

- Invio questionari di soddisfazione visitatori tramite newsletter, includere anche domande sulle loro scelte di mobilità per l'accesso alla Fiera;
- Invio questionari di soddisfazione ai lavoratori via email
- Elaborazione del presente Report di Sostenibilità e condivisione dello stesso con stakeholder principali e pubblicazione sul sito web

#### OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

La 91a edizione è stata un'edizione memorabile, visto il successo in termini di affluenza e considerate le condizioni limitanti delle misure di contenimento della pandemia da COVID 19, nota sicuramente non lieta di questi tempi.

D'altro canto, considerando il nuovo corso della Fiera che si propone di radicarsi sempre più nei valori e nelle azioni concrete relative alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica, quella del 2021 è un'edizione storica per il percorso intrapreso rispetto alla gestione sostenibile certificata ISO 20121. E proprio in linea con la reiterazione finalizzata al miglioramento continuo della norma, l'esperienza di adesione ad un sistema di procedure per gestire e valutare le prestazioni di sostenibilità, ha fatto emergere già durante questi mesi alcuni input per nuovi obiettivi al miglioramento, che saranno poi aggiornati in fase di progettazione della 92a edizione, ed in particolare riguardano:

- Il miglioramento dei processi di acquisizione di informazione sulla soddisfazione dei visitatori della Fiera e delle altre parti interessate tramite somministrazione di questionari anonimi;
- L'aumento in percentuale dei tassi di risposta ai questionari inquadrati nei processi di stakeholder engagement descritti in questo report;
- Un più approfondito monitoraggio degli impatti ambientali della Fiera ed in particolare la loro quantificazione con rispetto soprattutto a calcolo delle emissioni CO<sub>2</sub>, per rendere più efficace il progetto di piantumazione di nuovi arbusti tartufigeni per sequestro CO<sub>2</sub> dall'atmosfera;

- Azioni volte a monitorare ed intervenire sui sistemi di mobilità funzionali all'accesso alla Fiera ed alla gestione del traffico nel periodo interessato dalla stessa per favorire soluzioni a basso impatto sull'ambiente e sulla mobilità della comunità limitrofa in generale;
- Azioni volte a monitorare e intervenire sulla gestione dei rifiuti e la loro riduzione per ridurre gli impatti sull'ambiente, valutare interventi su packaging in ottica plastic-free;
- Definire un framework utile a valutare più sistematicamente l'eredità intesa come impatti positivi a lungo termine della Fiera sui territori che la stessa rappresenta e promuove.

Il direttore Stefano Mosca

*Ente Fiera Nazionale del Tartufo Bianco d'Alba*  
2021 REPORT SULLA GESTIONE SOSTENIBILE DELLA FIERA  
Rev.0 - 13/12/2021