

Report sulla gestione sostenibile delle 92ª edizione della
Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Alba, 29 dicembre 2022

PANORAMICA EDIZIONE 2022 (92ª edizione)

La 92ª edizione della Fiera si è svolta quest'anno dall'8 ottobre al 4 dicembre 2022 e per la seconda volta si è riuscito a concludere un programma di nove settimane, a testimonianza di una chiara ripartenza del settore turistico che aveva già dato buoni segnali durante la scorsa edizione.

Il tema di questa 92ª edizione riprende il concetto di sostenibilità ambientale, sociale ed economica introdotto lo scorso anno. "Time is up", il tempo è scaduto, fa riferimento ad un concetto trasversale che include sia la necessità imminente di intervenire sul cambiamento climatico sia le scelte economiche e di responsabilità sociale delle aziende e dei singoli individui.

Anche quest'anno la Fiera ha dimostrato il suo impegno nell'implementazione di un sistema di gestione sostenibile dell'evento che sia conforme alla norma internazionale ISO 20121 e certificato da Bureau Veritas. Quest'ultima 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 fiera è stata inaugurata venerdì 7 ottobre al Teatro Sociale "G. Busca" di Alba alla presenza del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, del Presidente della Regione Piemonte Alberto Cirio, del Sindaco della Città di Alba Carlo Bo, e dalla Presidente della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba Liliana Allena oltre ad un notevole numero di autorità civili, militari e religiose del territorio. Tali presenze testimoniano il notevole coinvolgimento delle istituzioni in questo percorso di innovazione della manifestazione.

In collaborazione con il Centro Nazionale Studi Tartufo e l'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte, Hevolus Innovation e Microsoft Italia è stato sviluppato il primo Metaverso "Microsoft HoloLens 2". Sono stati forniti tablet agli invitati e si è data loro la possibilità di sperimentare uno spazio espositivo interattivo fisico e digitale.

In questa nuova edizione della Fiera è stato aggiunto al Kit del Tartufo "Sottosopra" l'alzata per il Tartufo e oggetto di design. Il progetto si basa sulla relazione inscindibile tra la città e il Tartufo Bianco d'Alba.

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 la dichiarazione dei valori presenti alla base del concetto di gestione sostenibile per l'organizzazione dell'evento.

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

La progettazione dell'evento ha tenuto in considerazione le tematiche di sostenibilità più rilevanti per gli organizzatori e gli stakeholders, emerse grazie all'analisi di materialità effettuata dopo l'attività di stakeholder engagement. Il coinvolgimento degli stakeholders genera nuove opportunità in termini di miglioramento delle performance ambientali, sociali ed economiche, come pure di riduzione dei rischi connessi ad aspetti che altrimenti non sarebbero presi in considerazione.

La Fiera ha saputo offrire un programma innovativo, senza trascurare le attività ormai consolidate, confermato dall'ampia partecipazione di oltre 90.000 visitatori lungo le nove settimane di svolgimento della manifestazione.

Tra le novità:

- La collaborazione tra il Consorzio Alta Langa e Italdesign l'idea della cena insolita "Tartufo, Vino e Design". Quest'anno Italdesign ha progettato il calice "Terra": un oggetto di design Made in Italy.
- Il Bacchanale della Musica: gruppi itineranti che hanno intrattenuto i visitatori, durante gli eventi legati al folklore.
- "Sottosopra" alzata per il tartufo di Fabio Novembre, oggetto di design aggiunto al progetto kit del tartufo di questa nuova edizione, ispirato alla pianta del centro storico della città di Alba.

Tra le attività consolidate:

- Il Mercato mondiale del Tartufo Bianco d'Alba, ospitato nel Cortile della Maddalena, rappresenta il polo fondamentale dell'evento, dove gli ospiti hanno avuto la possibilità di farsi sorprendere dal variegato patrimonio tartufigeno di Langhe, Monferrato e Roero. Il Mercato forniva inoltre, la possibilità di acquistare i prodotti più pregiati;
- Speciale attenzione è data dal Comune di Alba alle predisposizioni di normative che regolino la vendita del Tartufo valide per tutti i venditori della Fiera, a questo scopo viene nominata un'apposita commissione di esperti che si occupa di redigere tale regolamento. I prodotti vengono sottoposti, un giorno prima dell'apertura a tale Commissione Qualità.
- La rassegna enogastronomica AlbaQualità che ha proposto un'ampia gamma di prodotti gastronomici e vitivinicoli piemontesi, con particolare attenzione alle produzioni artigianali del territorio.
- All'interno del Mercato Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba è stato organizzato un fitto calendario di cooking show, laboratori di Analisi Sensoriali del Tartufo, Wine Tasting Experience®, incontri e percorsi tradotti anche in lingua inglese.
- L'Atelier della Pasta Fresca, laboratorio ad hoc sulla lavorazione della pasta, che incuriosisce maggiormente i turisti extraeuropei.
- Diversi workshop dedicati alle eccellenze gastronomiche piemontesi.
- Le Cene Insolite presso il Teatro Sociale G. Busca di Alba e il Castello di Roddi dove sono stati proposti piatti tradizionali piemontesi abbinati al tartufo.
- i Corsi di Cucina presso il Truffle Hub di Roddi.
- L'Alba Truffle Bimbi, un'area dedicata ai bambini dove sono presenti giochi ed attività educative riguardo la conoscenza del territorio di Alba e dintorni;
- Gli appuntamenti legati al folklore, quali l'insediamento del podestà e la denominazione della "Bela Trifulera", la Rievocazione Storica e il Palio degli asini, il Bacchanale dei Borghi.
- La celebrazione del "Tuber Primae Noctis", il Capodanno del Tartufo, la prima notte dell'anno in cui si inizia la ricerca del pregiato fungo, presso il Castello di Grinzane Cavour.
- Il ciclo di incontri "Sostenibilità Incrociate", dove si parte dall'ambito della ristorazione e dai prodotti agroalimentari d'eccellenza, e si arriva a collegarsi con l'arte e la musica, il design, l'alta finanza, con il mondo dell'innovazione digitale, con l'artigianato di eccellenza e l'alta moda.

IDENTIFICAZIONE PARTI INTERESSATE E STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Prosegue il percorso iniziato lo scorso anno che mira ad allineare il sistema di gestione degli eventi organizzati da Ente Fiera in linea con i requisiti di sostenibilità richiesti dallo standard internazionale ISO 20121, in merito alla gestione sostenibile degli eventi. L'obiettivo è di minimizzare gli impatti sull'ambiente e massimizzare le externalità positive sul territorio e sulle persone.

Sono stati formalizzati dei processi di stakeholder engagement o coinvolgimento delle parti interessate per facilitare l'identificazione delle tematiche di sostenibilità rilevanti degli eventi organizzati da Ente Fiera d'Alba.

Inoltre, i processi hanno permesso di identificare i livelli di soddisfazione degli stakeholders rispetto agli eventi ed il loro conseguente 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 di sostenibilità rilevanti per Ente Fiera	Direzione di Ente Fiera	Somministrazione di un questionario alla Direzione rispetto a una serie di indicatori ambientali, sociali ed economici rispetto agli eventi 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 nelle manifestazioni. 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 degli eventi organizzati
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 degli eventi, 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 degli eventi	Utenti del sito web e parti interessate	È reso disponibile sul sito web degli eventi un modulo di reclami e segnalazioni relativi alla gestione sostenibile degli eventi stessi. 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 gli eventi e sul sito web delle manifestazioni 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

È riportata di seguito una sintesi dei risultati emersi dall'intervista effettuata alla Direzione dai consulenti tecnici di Nuva Sustainability in occasione della 92ma 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

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

Tematiche sociali più rilevanti e azioni correlate:

La non discriminazione

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
il rispetto della privacy

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

performance economica

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

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 2022 per gli stakeholders principali, rilevate tramite questionario, sono:

la non discriminazione

il marketing e tutela del marchio

il rispetto della privacy

la promozione dell'economia locale

l'innovazione.

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

Anche quest'anno è stata implementata l'attività di stakeholder engagement, effettuata per la prima volta durante l'edizione 2022, sarà ripetuta con cadenza annuale, e può essere valutata secondo i seguenti indicatori. (Modificato secondo i dati Questionario percezione stakeholder su gestione sostenibile- Ente Fiera Nazionale del Tartufo Bianco d'Alba)

Attività	Indicatori
1) Identificazione principali stakeholders	22 organizzazioni identificate come stakeholders principali
Identificazione tematiche di sostenibilità	Tematiche sulle quali si è richiesto un punteggio di rilevanza per stakeholders interni ed esterni: 27 tematiche totali (materiali, energia, acqua e scarichi idrici, biodiversità, emissioni in atmosfera, rifiuti, occupazione, rapporti con i lavoratori, 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)

Questionario di identificazione tematiche di sostenibilità rilevanti per i principali stakeholders	Tasso di risposta: 13.64% su 22 stakeholders contattati
Questionario valutazione delle performance e rischi sostenibilità fornitori e sponsors	12 stakeholders contattati 3 fornitori 0 sponsors Condivisione Politica Sostenibilità con il 100% dei contattati Tasso di risposta e sottoscrizione politica totale (fornitori+sponsors): 25% Tasso di risposta e sottoscrizione politica fornitori: 33,33% Tasso di risposta e sottoscrizione sponsors: 0%
Reclami e segnalazioni	Non sono emersi reclami o segnalazioni
Questionario anonimo di soddisfazione	16 risposte su 22 questionari inviati

I numeri sopra indicati indicano che vi sono margini di miglioramento per l'attività di stakeholder engagement. Le tematiche apparse rilevanti per tutti e tre gli stakeholder sono: la non discriminazione, il marketing e tutela del marchio, il rispetto della privacy, la promozione dell'economia locale e l'innovazione. Riguardo a questi temi tutti gli stakeholder coinvolti hanno assegnato una rilevanza che va da "molto rilevante" ad "estremamente rilevante".

Risultano estremamente significative, inoltre, le tematiche di formazione ed istruzione e approvvigionamento responsabile. Altre tematiche a cui sono stati attribuiti alti livelli di rilevanza sono: la biodiversità, l'impatto economico diretto e indiretto, il diritto al lavoro, la salute e sicurezza degli utenti, l'accessibilità, la mobilità, la performance economica, i materiali e i rifiuti.

Appaiono molto significativi anche i temi dell'occupazione, i rapporti con i lavoratori, la salute e sicurezza dei lavoratori, e le diversità e pari opportunità

Basandosi sulla percezione degli stakeholders Ente Fiera dovrebbe intervenire con maggiore priorità sui seguenti aspetti di sostenibilità: migliorare la gestione del fenomeno di overtourism, qualora si presenti; implementare la mobilità, ad esempio, progettando parcheggi scambiatori con implementazione mezzi di trasporto pubblici condivisi, possibilmente elettrici.

Riguardo al tema dell'energia sarebbe opportuno intervenire aumentando la portata di approvvigionamento proveniente da fonti rinnovabili.

Sul tema dei rifiuti un'azione da intraprendere potrebbe riguardare l'implementazione dell'uso di materiale compostabile e biodegradabile.

Per gli stakeholders, inoltre, i fattori interni che contribuiscono in maniera più rilevante alla buona riuscita delle manifestazioni sono un'efficiente organizzazione e l'instaurazione di un rapporto con tutti i soggetti coinvolti. Tra i fattori esterni è stata individuata la collaborazione con i vari enti.

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

È stato richiesto ai fornitori e agli sponsor di compilare un questionario mirato a valutare le performance di sostenibilità ambientale, sociale e di governance. Una parte dei destinatari del questionario non ha fornito risposte. A tal proposito Ente Fiera interverrà contattando i fornitori che non hanno risposto, quanto prima.

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 2022</i>
Aumentare percentuale di compensazione emissioni CO2 in atmosfera prodotte dal consumo energetico della Fiera rispetto a edizione 2021 (Carbon Footprint Scope 2)	Emissioni GHG	Il progetto di compensazione delle emissioni CO2 in atmosfera prodotte dal consumo energetico della 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 2021	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 2021	Rifiuti e sostanze tossiche	L'uso esclusivo dei detersivi BIO, grazie alla nuova partnership con l'Azienda Witt Italia ha permesso di azzerare la spesa relativa a sostanze inquinanti e detersivi non bio, rispetto a quella sostenuta per l'edizione del 2021
Generare nuove opportunità lavorative in particolare per i giovani rispetto a edizione 2021	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 2021	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 2021	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	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.

enogastronomico rispetto alla edizione 2021		
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 92a 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 2022</i>
Responsabilità	<p>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.</p> <p>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.</p>
Qualità	<p>La soddisfazione per la qualità della Fiera è molto alta e confermata dai numeri di accesso e partecipazione agli eventi, facilmente rilevabili grazie alle misure di contingentamento.</p> <p>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.</p>
Integrità	<p>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.</p>

Inclusione	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.
Trasparenza	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 2022 è stata caratterizzata da sforzi organizzativi e comunicativi notevoli. Le attività di promozione e comunicazione della Fiera si basano sui canali tradizionali cartacei e digitali accompagnati da una rilevante attività di pubbliche relazioni.

Grazie ai finanziamenti della Regione, delle istituzioni locali e degli istituti bancari è stato possibile differenziare le proposte di format e le esperienze tramite eventi culturali, progetti di design, mostre e concerti.

A supporto delle attività svolte durante la Fiera, si è affiancata l'attività di pianificazione pubblicitaria sulle testate locali (Gazzetta d'Alba, IDEA, Il Corriere di Langhe Roero, ecc.) e su testate nazionali (La Stampa, Il Corriere della Sera, La Repubblica, ecc.), e il costante monitoraggio e la pubblicazione di notizie sui principali canali social (Facebook, Google, Twitter, Instagram).

Un ulteriore sforzo è stato registrato sui 2 principali social media nel profilo ufficiale della Fiera, i numeri relativi al seguito di tali pagine al momento sono i seguenti:

INSTAGRAM: 25.700 followers

FACEBOOK: 111.296 followers

Nel periodo della fiera -dal 22 settembre al 4 dicembre 2022- gli account raggiunti dalla comunicazione sui social sono stati 561K di cui 23,2K già appartenenti alla fanbase. Circa il 55% degli account è stato raggiunto ai contenuti sponsorizzati

Il numero di Impressions realizzate nel corso della fiera è: 2.376.998, con una crescita del 1472% rispetto al trimestre precedente.

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 "trifulau" 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

- Nuovo contatto ai fornitori che non hanno risposto al coinvolgimento rispetto alle informazioni sulle loro prestazioni ambientali, sociali e di governance
- Elaborazione del presente Report di Sostenibilità e condivisione dello stesso con stakeholder principali e pubblicazione sul sito web

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

La 92ª edizione è stata ha confermato la ripresa del settore già iniziata nella scorsa edizione.

La Fiera aumenta in maniera sempre più rilevante il suo impegno ad aderire sempre più ai valori di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, implementando azioni concrete come il processo di acquisizione della ISO 20121 rispetto alla gestione sostenibile. Al fine di mantenere alti gli standard normativi, aver aderito ad un sistema di procedure per gestire e valutare le prestazioni di sostenibilità, ha permesso di individuare degli input per nuovi obiettivi al miglioramento, che saranno poi aggiornati in fase di progettazione della 93ª edizione, ed in particolare riguardano:

Contribuire ad un accrescimento della consapevolezza sulle tematiche relative al cambiamento climatico per il pubblico e le comunità di riferimento in maniera più consistente rispetto agli anni precedenti

Il direttore Stefano Mosca