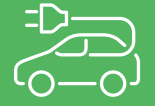


Guía para la producción de eventos sostenibles.





Introducción

Organizadores
de eventos



Organizadores
de eventos

Desde IFEMA MADRID queremos lanzar una guía pública para cualquier organizador de eventos que sienta, igual que nosotros, la necesidad de planificar eventos sostenibles con el fin de reducir entre todos el impacto que tenemos sobre nuestro planeta. Trabajamos en un sector que requiere mucho movimiento, preparación y planificación, transporte de personas, material, montajes efímeros etc. Por ello, puede tener un fuerte impacto en materia de sostenibilidad. Precisamente, para convertir ese impacto en positivo, compartimos esta guía, realizada desde la experiencia de más de cuatro décadas en el sector y que completa las editadas previamente para expositores y visitantes.

Antes de empezar queremos repasar con vosotros las consecuencias de organizar un evento sin tener en cuenta la sostenibilidad ¿Qué es lo que puede pasar?

- Generación exponencial de residuos
- Elevado consumo de recursos naturales (energía, agua, papel y alimentos)
- Riesgo de seguridad para los intervinientes
- Contaminación acústica y lumínica...
- Legado negativo en los ámbitos económico y social...

¿Estás dispuesto a que todo esto se produzca gracias a tu evento y no hacer nada para minimizarlo? Si no es así, esta es la guía perfecta para tener de referencia.



Índice



1. Elección de ubicación.

2. Preparación.

3. Montaje.

4. Entrada de mercancías.

5. Celebración.

6. Salida de mercancías.

7. Desmontaje.

8. Temas monográficos.

9. Conclusiones.





1. Elección de ubicación.





Es la primera pregunta que debemos hacernos. ¿Dónde quiero organizar mi evento? Pues bien, aquí hay que analizar varios factores, ¿cuento con mi propia ubicación o no? ¿soy una agencia de eventos y mi cliente quiere alguna zona en concreto? ¿soy el organizador del evento y ya he decidido donde celebrarlo? ¿el espacio elegido cumple con las necesidades para el correcto desarrollo?

A continuación, intentaremos dar respuesta a estas cuestiones:

- Si quieres que tu evento sea sostenible, hay que procurar **elegir una sede que también lo sea**, de lo contrario será más complicado.
- Si tienes la ventaja de contar con tu propio espacio y tu empresa tiene un compromiso claro en materia de sostenibilidad (gestión de sostenibilidad enfocada a la mejora continua, medidas técnicas implantadas, etc.) no tendrás ningún problema.
- Si tienes que seleccionar un espacio para tu evento y quieres que sea sostenible, hay que asegurarte que la sede que elijas **tenga implantadas medidas de sostenibilidad**. Te listamos algunos temas que deberías exigir: *ver páginas 38-39 anexo I Guía de participación sostenible para expositores*”.

- También puedes preguntar a la sede por sus **logros en temas de sostenibilidad**: (citamos algunos de ellos) reducción en la generación de residuos, porcentaje de reciclado de sus residuos, reducción en las emisiones CO2, medición huella de carbono de sus instalaciones, tratamiento de excedentes, donaciones que ha llevado a cabo, nivel de accesibilidad de las instalaciones, si dispone de energía eléctrica contratada 100% origen renovable certificada y/o si dispone de certificaciones basadas en estándares internacionales como por ejemplo las ISO, etc. Si no te contestan con claridad puede que no sean tan sostenibles como pensábamos en un inicio.
- Además, tendremos que considerar otros aspectos relacionados con la adecuación del espacio con nuestro evento y que tendrán consecuencias en nuestro grado de sostenibilidad:
 - **Adecuación del tamaño de las instalaciones a nuestras necesidades**. Utilizar espacios más grandes no adaptables, por ejemplo, supondrá un derroche en consumos innecesarios.
 - **Ubicación, relacionada con el origen de la mayoría de nuestros clientes**. En este caso, podemos impulsar el uso de transporte público u ofrecer traslados compartidos como forma de minimizar el impacto.



2. Preparación.





El primer paso que debemos seguir es la autoexigencia de tener la sostenibilidad presente en todo el proceso de creación y planificación.

Para ello, señalamos a continuación tres puntos de partida:

- **Opciones sostenibles para expositores:** En modelos de stands, en promover acciones de marketing y comunicación digitales, en ofrecerles alternativas adecuadas para el tratamiento de los residuos y los excedentes que generen.... Convertirnos en sus aliados desde el principio.
- **Generación de normativa sostenible para expositores y para visitantes:** Seamos valientes a la hora de poner algunos límites y seguro que nuestros clientes lo valorarán como parte de nuestro compromiso. Siempre será útil, además, elaborar una pequeña guía orientativa para todos los participantes, recordándoles la importancia de su actuación y compromiso.
- **Planificar las acciones de sostenibilidad a poner en marcha en el evento:** Independientemente de que en el desarrollo del evento puedan surgir nuevas ideas, fijémonos metas desde el principio. Seamos capaces de comprometernos de forma clara y medible. Los ODS pueden servirnos de referencia a la hora de establecer nuestros principales objetivos en sostenibilidad.



Por lo que se refiere a nuestra planificación de diferentes aspectos del evento, será imprescindible que tengamos en cuenta desde esta primera etapa algunos conceptos:

- **Accesibilidad a todos los niveles:** además de que la sede sea accesible, si contratamos transporte colectivo (autobuses, furgonetas, etc.) deberá de ser accesible a personas con capacidades especiales. Puedes además hacer que tu web sea accesible e implantar acciones para que, durante la celebración, haya traductores de lenguaje de signos, que los videos estén subtítulos, o que todos los stands dispongan de rampa, etc. La cartelería incluirá el sistema Braille y tendrá en cuenta las necesidades de las personas autistas. Y por supuesto, cumplir con la legislación en lo que se refiere a espacios reservados en salas y auditorios.
- **Asistencia vía telemática:** frente al necesario factor presencial para la existencia de una feria, es importante activar de alguna manera la

posibilidad de la asistencia por vía telemática. De este modo, el evento será también accesible a cualquier persona con problemas de desplazamiento (físicos, legales, económicos etc) y además el impacto medioambiental de su visita será prácticamente nulo.

- **Planificación de medidas para reducir el consumo energético:** En lo que respecta al consumo eléctrico se puede exigir que los stands tengan iluminación LED y definir normativa para controlar el apagado de luces al finalizar la jornada de celebración. Por otra parte, se tiene que exigir a la sede que disponga de Leds en sus infraestructuras. Respetar los horarios, como recordaremos más adelante, será otra medida eficaz para tener el consumo controlado. En lo que respecta al consumo de energía para climatización (aire frío o caliente, según corresponda), la sede debe de tener algún tipo de medida implantada para el control de la temperatura, de manera que no se superen los límites establecidos por ley.

- **Planificación de medidas para reducir, reutilizar y reciclar los residuos que se generen:** **Reduciendo y reutilizando** los materiales ahorramos dinero y ganamos en eficiencia, generando menos residuos. Es fundamental que, junto con la preparación de la feria, se dedique un capítulo importante a la planificación que vamos a realizar de la gestión de residuos en las diferentes etapas, no dejando nada a la improvisación, cubriendo todas las necesidades y comunicando el plan a nuestros clientes.

Aquí señalamos algunas ideas al respecto:

- **Ofrecer y utilizar stands o partes del stand** con materiales más ligeros, que se puedan desmontar con facilidad y volver a usar.
- Impulsar la publicidad digital, minimizando **las lonas/cartelería**, o, de ser necesario su uso, que se puedan volver a utilizar.
- Imprimir **el material de merchandising y de diseño gráfico imprescindible**, o bien, no tirar el sobrante y volverlo a utilizar porque su contenido o tipo de material lo permite. Utilizar
- **mobiliario** (estanterías, mesas, sillas, baldas, etc.) o materiales de decoración (plantas naturales o artificiales, etc.) alquilados, que se devuelven durante la salida de mercancías y se reutilizan de nuevo por la empresa alquiladora.



Reciclar los residuos que ya no podamos evitar generar durante las **fases de montaje y desmontaje** será el paso siguiente. El organizador de un evento debe exigir a todos los montadores que participen en el evento, que segreguen los residuos que generen y los gestionen cumpliendo con la legislación vigente en materia de residuos, destinándolos a su reciclado.

Por otra parte, la sede debe ofrecer un servicio de retirada segregada de los residuos (moqueta, madera, papel-cartón, plástico-envases, etc.), al que pueden acogerse los montadores, y debe asegurar, que, si los residuos generados por los montadores están correctamente separados, su destino será el reciclado. La sede podría penalizar a todos aquellos montadores que no segreguen correctamente los residuos que generen.

Medición, reducción y compensación de la Huella de Carbono: Podemos calcular la huella de carbono de cada una de nuestras ediciones e intentar reducirla gradualmente. Incluso podemos compensar parte o el total de nuestra huella de carbono. Así reducimos nuestro impacto en emisiones de CO2. ¡Ojo! Si te decides a compensar, hay que hacerlo con proyectos oficiales, que no te den gato por liebre. Es algo que debemos de decidir en esta etapa para asegurar las mediciones necesarias.

En lo que se refiere a aquellos socios con los que vamos a trabajar en el proyecto, es fundamental que compartan nuestras inquietudes y nuestro compromiso. Para ello, incluimos algunas indicaciones a tener en cuenta en cuanto a nuestros proveedores:

- **Proveedores de materiales/productos (promoción, merchandising, envases, cartelería, etc.) o servicios (limpieza, montaje, etc.):**
 - En lo que respecta a temas ambientales podemos pedir a estos proveedores documentación que verifique que las materias primas que utilizan o que nos suministran cuentan con certificaciones sostenibles (como FSC, PEFC, o similares) y/o estén compuestos de materiales

reciclados, o bien, que las empresas que los fabriquen tengan certificados de gestión ambiental y situarlos como nuestra primera opción. Preguntar también si el transporte de las mercancías se pudiera realizar en vehículos poco o nada contaminantes, y calcular las distancias. Por último, podemos poner como requisito a los proveedores, que reutilicen los embalajes en la entrada y salida de mercancías y que no utilicen rellenos de plástico.

- En lo que respecta a temas sociales, podemos contratar determinados trabajos de decoración o jardinería con centros especiales de empleo e impulsar la contratación de proveedores locales, de esta manera ayudaremos a la economía de la región y evitaremos un transporte innecesario.



3. Montaje.





El montaje es un periodo especialmente relevante por lo que supone de producción de residuos y de consumos que pueden ser incontrolados si no cuentan con una normativa clara. Además, pueden producirse alteraciones en los niveles de seguridad. Nuestras recomendaciones para que nuestra posición como organizador siga estando comprometida con el desarrollo sostenible, son las siguientes:

— **Generar una normativa al respecto:**

Es importante que tomemos medidas que minimicen los posibles perjuicios y reduzcan los impactos negativos, pero tan importante o más, es convertirlo en normativa y asegurarnos de su conocimiento por parte de todas las personas que concurran durante esos días en nuestro recinto. No traslademos a nuestros expositores esa responsabilidad: debemos de buscar la manera de que todos los montadores y empresas proveedoras la conozcan y la cumplan. Estos que citamos a continuación deberán de ser algunos de los contenidos de dicha normativa.

— **Seguridad:**

La exigencia en lo que respecta a medidas de seguridad no puede tener fisuras, tanto en lo que se refiere a documentación en regla de todas las empresas, como al uso de los equipos de protección personal. Asimismo, debe de velarse porque se cumpla toda la normativa existente en temas como trabajo en altura etc.

Además, pueden delimitarse áreas dentro de los recintos de montaje y establecerse unos horarios precisos para la llegada de transportes, entradas de mercancías etc. Con lo que se reduce la acumulación de personas y movimiento, algo que sin duda reducirá también las ocasiones de peligro.

Deberá de existir la figura de Coordinador de Actividades Preventivas ante la concurrencia de varias empresas en un mismo espacio trabajando a la vez, de cara a ordenar las medidas de seguridad entre todos los asistentes.

— **Productos químicos:**

En la medida de lo posible, se debe recomendar la utilización productos químicos no peligrosos (ej: pintura en base agua en vez de en base disolvente, tintas naturales en vez de sintéticas, etc). Los productos químicos inflamables estarán prohibidos por el riesgo que conllevan.

— **Consumos:**

Establecer horarios precisos de montaje y exigir su cumplimiento, garantiza el control de consumos en lo que se refiere a luz, climatización etc. Asimismo, debe de potenciarse un uso racional de la diferente maquinaria para impulsar que no se utilice más tiempo del estrictamente necesario.



— **Residuos:**

La organización, en su fase de preparación, ya ha garantizado que utilizará materiales sostenibles en la medida de lo posible y evitará los de un solo uso. En este apartado, deberá de establecer un plan de segregación de residuos que ofrezca a los montadores la posibilidad de hacerlo. Es recomendable la creación de varios puntos limpios, ubicados estratégicamente, perfectamente identificados y con tiempos de recogida suficientes.

Es importante ofrecer la alternativa de almacenar los embalajes para posibilitar que se utilicen en la retirada de material, garantizando de esta manera que no se convertirán en residuos.

— **Concienciación:**

La labor de concienciación no debe de descuidarse en ningún momento. Hay que valorar el hecho de que tantas personas estén compartiendo nuestras instalaciones y puedan ser receptoras de nuestros mensajes. Además, es la mejor garantía para conseguir que su comportamiento sea el adecuado.

No nos limitemos en la señalización y el recordatorio de aquellos aspectos relevantes y que acabamos de citar. Es importante planificar a este respecto una campaña de comunicación ordenada y coherente capaz de involucrar a nuestros clientes.

Por último, la concienciación siempre es más eficaz si se incentiva. Pueden establecerse pues bonificaciones que favorezcan a aquellos transportistas que utilicen vehículos de bajas emisiones o premiar aquellos stands que tengan instalaciones eléctricas sostenibles.

Y no olvidemos lo fundamental: nuestro personal, aquel que atiende a nuestros clientes durante estos días, deben de ser los principales abanderados de la causa de la sostenibilidad.





4. Entrada de mercancías.





La entrada de mercancías es un momento importante de cara a la sostenibilidad. Si bien podemos pensar que hemos superado el periodo de montaje, cuando la producción de arquitectura efímera genera mayores cantidades de residuos, no es menos cierto que hay varias condiciones que hacen de esta etapa un momento a tener en cuenta:

- En primer lugar, suele tratarse de **periodos más reducidos** con lo que todo debería de estar mucho más planificado.
- El momento de la apertura se acerca, con lo que cualquier problema requerirá una solución inmediata, algo que no siempre concuerda con mantener criterios de comportamiento sostenibles..

Esto nos debe de impulsar a no bajar la guardia, algo que no debe de ser difícil ya que gran parte de las recomendaciones las hemos llevado a cabo previamente, durante el periodo de montaje:

- **Horarios ajustados de entrada** para evitar colapsos o tiempos de espera (minimizar el consumo).
- **Horarios de trabajo generalizados** en pabellones, comunicados y aplicados para evitar excesos de consumo.
- Facilitar la **segregación de residuos**.

De cara a la concienciación de nuestros clientes es importante dos recordatorios:

- La planificación previa de las mercancías que van a exponer, para evitar el retorno de algunas de ellas una vez montado el stand, evitando viajes innecesarios.
- La importancia de guardar y cuidar los embalajes para poder utilizarlos en la retirada de piezas. En este sentido, es importante que, desde la organización, se facilite la posibilidad de contar con un espacio adecuado para ello, o poder acceder a ese servicio.

Por último, un aspecto que no podemos olvidar: **la seguridad**. El hecho de que las medidas de protección individual sean menores que durante el montaje (no es necesario casco), o que no se realizan trabajos de construcción en el recinto, no quiere decir que debamos de bajar la guardia ni que olvidemos la exigencia de garantizar un entorno seguro en un espacio en el que se está produciendo la concurrencia de muchas personas.



5. Celebración.





Llegamos al momento más importante, el evento en sí mismo, la apertura de puertas, la celebración, durante la cual, nuestros clientes van a convivir en un espacio determinado, teniendo como prioridad hacer negocio, transmitir y compartir conocimientos, ponerse al día... ¿Cómo podemos hacer que la sostenibilidad no quede relegada a un segundo plano frente a preocupaciones más acuciantes? Pues, sin duda, poniéndoselo fácil:

- La **comunicación** será más importante que nunca, no levantemos la guardia:
 - Mantengamos una señalización clara sobre cuáles son nuestros compromisos con la sostenibilidad, aquellos que querríamos que nuestros clientes compartiesen con nosotros.
 - No nos limitemos a la hora de lanzar mensajes que entendamos relevantes, eso sí, hagámoslo de forma ordenada y coherente, especificando cuál es el objetivo en cada caso.
 - Demos a conocer brevemente cuáles son nuestras iniciativas en sostenibilidad (previamente y durante la celebración, a ser posible corroborándolo con datos al cierre). Ayudemos a nuestros clientes a dar a conocer las suyas.
- Durante la celebración abrir una línea de comunicación en diálogo con nuestros clientes en la que puedan hacernos sus sugerencias o transmitirnos aquellas situaciones negativas que se encuentren para que podamos actuar y corregirlas.
- Un mensaje fundamental deberá de ser siempre el recordatorio a las empresas expositoras de que, al abandonar el recinto, no olviden apagar la luz de sus stands.
- **Residuos.** Más importante que nunca. Aumenta la concentración de personas y, consecuentemente, aumenta la posible generación individual de residuos. Es imprescindible contar con una buena estructura que permita la segregación.
- Trasladar toda la información a **modelo digital**, evitando en la medida de lo posible el uso de planos, pases etc.
- Con respecto a la **seguridad**, es necesario mantener el mismo rigor que en las etapas anteriores, máxime teniendo en cuenta que la concentración es mayor.
- Los **horarios** deberán de respetarse rigurosamente, evitando así los excesos de consumo.



6. Salida de mercancías.





Tras la celebración del evento, la salida de mercancías al igual que el desmontaje, son puntos a tener en cuenta para que nuestro evento marque la diferencia en materia de sostenibilidad.

– **Seguridad:**

Teniendo en cuenta que durante este periodo se produce un movimiento importante de personas y materiales, deben de extremarse las medidas de seguridad. Al igual que señalamos en el momento de entrada de mercancías, el hecho de que la normativa sea más ligera que durante el montaje no nos debe llevar a bajar la guardia.

– **Embalajes:**

Si hemos estado atentos a lo que se ha ido recomendado en etapas anteriores, nuestros expositores contarán con sus embalajes para poder reutilizarlos en la salida de mercancías. Para ir más allá, el organizador podría ofrecer un servicio de embalaje con materiales sostenibles a través de una empresa de logística. A la hora de contratarla es importante tener en cuenta la selección de proveedores de KMO.

– **Transporte:**

Es importante establecer unos horarios racionales que permitan la circulación y que eviten tiempos de espera por parte de los vehículos de recogida. Asimismo, en aquellas ferias donde, por la tipología de estas y del comportamiento del producto expuesto, no exista un retorno importante de material, se animará a los expositores a utilizar alternativas de transporte compartido.

– **Consumos:**

Una vez más, los horarios son un factor fundamental a la hora de garantizar que no se producen consumos innecesarios y no controlados. La comunicación previa y reiterada de esta normativa es indispensable para garantizar que las empresas participantes han hecho sus previsiones al respecto y podrán ajustarse a lo establecido.

– **Residuos:**

Desde la organización, debemos de insistir en la importancia de la segregación para un correcto reciclaje. En etapas con mucha actividad y un tiempo reducido, es necesario reiterar estos temas frente a la urgencia por ajustarse a los

plazos. Por lo tanto, recomendamos incidir en la comunicación y aumentar el número de puntos limpios, haciéndolos más accesibles a todos los que en ese momento se encuentran trabajando en el pabellón.

– **Excedentes/ Material promocional:**

Es muy importante tener en cuenta que una feria va a producir una gran cantidad de excedentes, tanto en lo que se refiere a alimentos como a otros elementos, fundamentalmente material promocional (bolígrafos, cuadernos etc.). Realizar una gestión de los excedentes de la propia organización es algo relativamente sencillo y sólo requiere previsión. Más complejo es impulsar que, las empresas expositoras den un tratamiento adecuado a los suyos. Para ello, la colaboración desde la organización puede ser crucial (muchas empresas no son locales y las que lo son pueden no contar con los contactos adecuados para poder organizar esta labor). La opción sería centralizar desde la organización la recogida, organizando un punto para la entrega de excedentes por parte de los participantes, informando previamente de su localización y el material que se recoge. Esas zonas estarían coordinadas por ONGs, que serían las destinatarias de los productos.



7. Desmontaje.





Concluye con esta etapa la presencia de diferentes empresas y personas en un mismo espacio. Es la fase última del proceso pero no por ello debemos de bajar la guardia. Los aspectos que han sido relevantes en todo el proceso, seguirán siéndolo aquí.

— **Seguridad:**

El desmontaje es un periodo, si cabe, más complejo que el montaje en lo que se refiere a seguridad. Se desmontan estructuras sin el orden necesario en la construcción, y el espacio está fácilmente ocupado por restos de estructura y residuos que complican el tránsito. Reforzar la comunicación de la necesidad de cumplir con las normas de seguridad se hace imprescindible, así como velar por ese cumplimiento.

Deberá de existir la figura de Coordinador de Actividades Preventivas ante la concurrencia de varias empresas en un mismo espacio trabajando a la vez, de cara a ordenar las medidas de seguridad entre todos los asistentes.

— **Residuos:**

Al igual que en las etapas anteriores, es importante obligar a las empresas montadoras a la retirada de sus residuos. La penalización a los expositores que no lo hagan puede ser una opción eficaz.

Por otro lado, es recomendable que, como organizadores, hayamos contemplado que hacer con aquellos residuos que sean nuestros (creación de estructuras efímeras, moqueta etc.). Reutilizar será la mejor opción, con lo que deberemos tener previsión para hacer la recogida garantizando el menor daño del material.

En caso de que esta opción no fuese posible, la alternativa sería el reciclaje.

— **Consumos:**

Una vez más, recordamos la importancia de determinar unos horarios y mantenerlos, con el objetivo de garantizar el control sobre los consumos.





8. Temas monográficos.





En lo que a sostenibilidad en la organización de eventos se refiere, hay ciertos temas que son transversales, es decir, que hay que tener en cuenta en diversos momentos durante la organización del evento o feria.

– **Catering y restauración:**

Lo primero de todo: Infórmese de la normativa que aplica en la sede en cuanto a catering y restauración se refiere.

En lo que respecta a los Productos y alimentos:

Somos responsables de que los catering o la empresa de restauración que contratemos sean empresas seguras y no causen intoxicaciones alimentarias. Para ello, debemos comprobar que estas empresas cumplan con la legislación de seguridad alimentaria. Una forma sencilla de asegurarse es solicitando que dispongan de certificaciones reconocidas (ej.: certificación de la empresa en la norma ISO 22000 u otra certificación equivalente, auditoría a proveedor realizada por consultoría especializada en seguridad alimentaria, etc.).

Para la adecuada gestión de un aspecto tan delicado, te invitamos a seguir estas recomendaciones:

- Comunicar la previsión diaria de visitantes a la empresa de catering/restauración para evitar generar excedentes de alimentos innecesarios.
- Tener en cuenta las alergias e intolerancias alimentarias. Ofrecer productos ecológicos y/o de producción local y/o comprados en organizaciones de comercio justo. Estos productos estarán identificados.
- Por último, se podrán ofrecer productos veganos, ya que pueden visitar el evento personas con este tipo de sensibilidades.





En lo que respecta a envases y recipientes (vasos, bolsas, cubiertos, servilletas, manteles, platos, botellas, monodosis café/salsas/aliños, cualquier otro tipo de envases de un solo uso)

Te invitamos a seguir estas recomendaciones:

- Todos los envases y recipientes utilizados serán aptos para uso alimentario.
- Priorizaremos el uso de dispensadores a granel o jarras para bebidas.
- Priorizaremos que sean de materiales reutilizables (cristal, textil, etc.), evitando los de un solo uso. Si tienen que serlo, se deberá cumplir además lo siguiente:
 - Tener un porcentaje de materiales reciclados en su composición.
 - Estarán fabricados bajo algún criterio ambiental (FSC, PEFC, material reciclado en su composición, otras certificaciones ambientales, etc.).
 - Se valorará que los envases que se utilicen dispongan de certificaciones voluntarias de calidad/seguridad alimentaria como IFS PACsecure, BRC Packaging, ISO 22000 o similares.

– **Transporte y movilidad sostenible:**

El transporte es uno de los aspectos más relevantes, no solo para los desplazamientos de los visitantes, sino también para el resto de las personas (proveedores, empleados, expositores...) involucradas en la organización del evento.

Con motivo de la celebración, se producen continuos traslados de participantes y clientes. Si queremos incentivar las opciones de movilidad sostenible y reducir el impacto en el transporte, es indispensable ofrecer alternativas. Algunas ideas pueden ser:

- Fomentar el uso del transporte público comunicando de forma insistente las combinaciones para llegar al lugar de celebración, previamente y durante el evento, de forma general en todas las notas y de forma individual en comunicaciones directas...
- Animar al uso de coche compartido, especialmente desde empleados de la misma empresa. Estudiar la posibilidad de contactar con alguna de las aplicaciones existentes para facilitar el cruce.
- Realizar un plan de incentivos (descuentos, regalos, premios...) para los empleados que utilicen el transporte público u otras alternativas de movilidad sostenible, para sus desplazamientos.
- Garantizar en la medida de lo posible, la existencia de unidades de carga eléctrica en los aparcamientos para facilitar el uso de vehículos eléctricos.

- Aportar, siempre que sea posible, un servicio de autobuses desde los principales hoteles en los que estuviesen localizados los participantes, facilitándoles el traslado y evitando con ello el uso de transporte individual.

– **Concienciación:**

El componente didáctico es muy importante a la hora de concienciar, y eso se consigue principalmente con realidades, es decir, con datos.

Para involucrar a todas las partes interesadas en las medidas de la sostenibilidad tomadas por la organización del evento, es necesario desarrollar una comunicación efectiva y visible durante todas las etapas del evento, sabiendo en todo momento quien va a ser el receptor de cada una de las comunicaciones, y utilizando los canales apropiados para cada uno.

Desde la feria tendría un impacto positivo concluir lanzando a los participantes una información referente al comportamiento que el certamen ha tenido en sostenibilidad, haciéndoles partícipes de los resultados.

Impulsar estas acciones, supone también por nuestra parte la obligación de rendir cuentas, y hacerlo de esta forma es una manera de recordar que íbamos en serio. La mejor forma de convencer es, sí, el ejemplo.



9. Conclusiones.





Tener en cuenta la sostenibilidad a la hora de organizar un evento, es crucial para reducir el impacto negativo que puede generar la actividad en la sociedad y el medioambiente.

Aunque son muchas las propuestas citadas en esta guía, la estrategia se encuentra en aplicar poco a poco las que sea posible en función del tipo de evento, y sobre todo, en ir incrementando el número de acciones sostenibles en cada edición para ir detectando mejoras en materia de sostenibilidad. Y por supuesto, involucrar a todas nuestras partes interesadas: clientes, plantilla, proveedores... no sólo nos resultará más sencillo obtener resultados sino que además estaremos difundiendo nuestro compromiso y multiplicando el impacto.

Desde IFEMA MADRID, te facilitamos esta guía y quedamos a tu disposición para cualquier otra duda relacionada con la sostenibilidad en la organización de eventos, que te pueda surgir.



Siente la inspiración

Recinto ferial
Av. del Partenón, 5
Madrid. España

ifema.es

