

2020 LEGACY REPORT 4

INDICE

IL LEGACY REPORT: LA MISSION DI RCS	3
IL PERCORSO DI RCS	4
IL PROFILO DI RIGENERAZIONE	6
WIZZ AIR MILANO MARATHON	8
• PROFILO DI EVOLUZIONE 2023-2024	9
• PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024	11
• Resilienza climatica	13
• Circolarità	15
• Capitale naturale	17
• Benessere: felicità e salute	19
• Educazione e coinvolgimento	21
CONCLUSIONI E PROFILO TARGET	23
ANNEX	25
• METODOLOGIA	26
• TABELLE KPI WIZZ AIR MILANO MARATHON	28

IL LEGACY REPORT 2024: LA MISSION DI RCS

Nel 2023 abbiamo intrapreso un ambizioso viaggio verso la sostenibilità, coinvolgendo il nostro vasto ecosistema. **Abbiamo tracciato la rotta, definito la strategia e dato il via a questo importante percorso.**

Le domande che guidano la nostra azione sono rimaste le stesse. **Quale Legacy, che valore duraturo vogliamo creare con la nostra attività e come far sì che il "dopo" Giro d'Italia e Wizz Air Milano Marathon sia migliore del "prima"?** Come attivare tutti gli stakeholder? Come trasformare questi eventi vetrine della bellezza del nostro Paese?

L'avvio di questo percorso ha generato grande emozione, simile a quella di una corsa ciclistica o una maratona. Nei primi secondi tutto sembra muoversi a rallentatore e il lavoro svolto nel 2023 per definire direzione e percorso è stato cruciale, fornendo a tutti una chiara visione comune. Questo ha permesso di **lavorare in sinergia, affinando la nostra strategia man mano che il progetto prendeva slancio.**

Abbiamo mantenuto i nostri primi impegni, ampliando progressivamente il numero di persone e attori coinvolti. È stato fondamentale coinvolgere l'intero team di RCS Sports & Events per **consolidare una nuova cultura**, integrando una visione di rigenerazione e pratiche più sostenibili in ogni aspetto del nostro operato, sia internamente che esternamente.



Più avanziamo in questo viaggio, più ne apprezziamo la bellezza e l'importanza per tutti gli attori coinvolti, pur riconoscendone la complessità. Sentiamo sempre più la forza dello sport come aggregatore universale, capace di unire soggetti altrimenti difficili da far convergere. Sport e sostenibilità si stanno rivelando un binomio indissolubile.

Ora che il progetto è entrato nel vivo, diventa sempre più facile coinvolgere persone, istituzioni e aziende mosse dallo stesso ideale di innovazione che rigeneri le persone, l'ambiente e l'economia.

La sostenibilità sta diventando parte integrante del nostro DNA aziendale. Abbiamo capito che più che di un obiettivo distante, si tratta di una disciplina quotidiana che vogliamo guidi le nostre decisioni e azioni.

Vediamo sempre più chiaramente **un'opportunità per innovare, crescere e lasciare un'impronta di bellezza** duratura nel mondo dello sport e oltre.

Paolo Bellino
CEO di RCS Sports & Events

IL PERCORSO DI RCS

9 TAPPE CHIAVE



6

**PIANO DI
MIGLIORAMENTO**

Definizione delle azioni specifiche che possono essere implementate per raggiungere gli obiettivi prefissati.

7

**INGAGGIO
STAKEHOLDER
NELL'
EVOLUZIONE**

Dare il via per agire insieme, tramite lavoro di squadra e grazie alla partecipazione di tutti gli attori chiave.

8

**PROFILO DI
RIGENERAZIONE
2024**

Il profilo di rigenerazione rappresenta il risultato della valutazione dell'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto ad obiettivi di impatto positivo.

9

**PROFILO
TARGET 2025**

Il profilo di evoluzione rappresenta graficamente il profilo intenzionale che vorremmo raggiungere per l'edizione 2025, grazie all'impegno di RCS e al contributo di tutto il nostro ecosistema.

IL PROFILO DI RIGENERA- ZIONE

Il capitolo esplorerà in dettaglio le azioni di miglioramento specifiche intraprese in risposta agli impegni presi, analizzando le aree di forza e le sfide affrontate nel percorso. Questi elementi sono graficamente rappresentati nel profilo di rigenerazione, il quale emerge dalla valutazione sull'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto agli obiettivi di impatto positivo.

I principi di progettazione e le metodologie analitiche che hanno guidato lo sviluppo del nostro piano di miglioramento, oltre ai dati dell'analisi, le fonti e le tabelle KPI, sono stati collocati nell'annex per una consultazione approfondita e mirata.



COME LEGGERE L'ANALISI E IL PROFILO

**In questo documento
descriviamo la metodologia
sistemica adottata e
le aree di impatto di misurazione,
per ciascuna delle quali
indichiamo:**



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

I numeri e gli elementi chiave relativi alle varie aree di impatto.



AZIONE RIGENERATIVA

Aspetto di massimo impatto positivo durante l'evento.



IMPEGNI 2025

Impegni concreti per la prossima edizione dell'evento.



AREE DI FORZA

Aspetti di impatto positivo che valorizzano il profilo.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

Sfide chiave evidenziate dall'analisi, che molto spesso rappresentano le sfide del settore e definiscono il massimo potenziale dell'evento, oltre alle direzioni che possono essere intraprese, ottimizzate o potenziate per ottenere migliori risultati.

WIZZ AIR MILANO MARATHON

Insieme.

Corriamo insieme a coloro che cercano un cambiamento positivo.



La Wizz Air Milano Marathon vuole essere un laboratorio di innovazione,

punto di riferimento per attori che agiscono verso un cambiamento positivo, operando su priorità e punti di leva come circolarità, emissioni, mobilità e tecnologia.

La Wizz Air Milano Marathon si impegna a collaborare con tutti gli attori ed in particolare con le istituzioni locali e le federazioni sportive, perché insieme agiscano per potenziare l'identità culturale della città di Milano attraverso il running, e promuovano buoni comportamenti di senso civico e progetti innovativi ad impatto positivo.

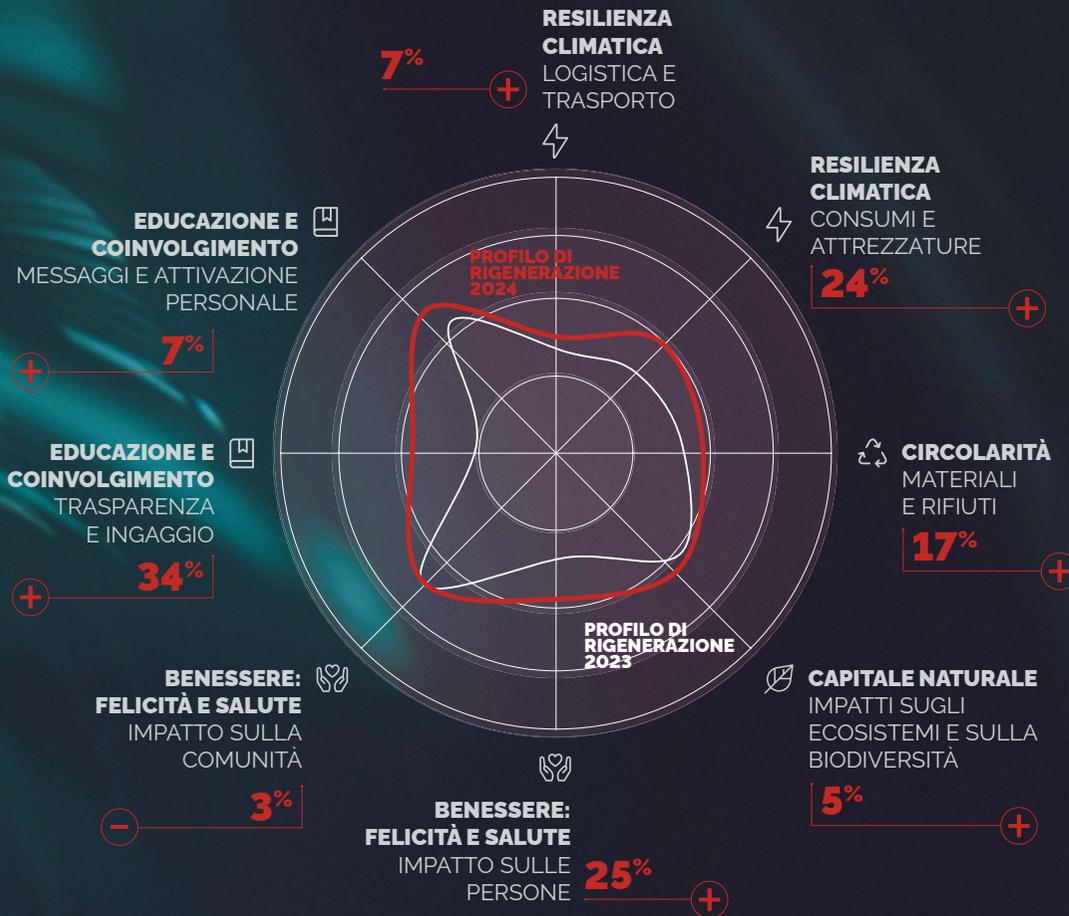
La Wizz Air Milano Marathon vuole rappresentare ed esaltare i valori e l'essenza non solo del running, ma dello sport e del benessere in generale, progettando un evento per tutti, atleti, bambini, adulti ed organizzazioni che ne condividono lo spirito.

PROFILO DI EVOLU- ZIONE 2023-2024

ELEMENTI DI MIGLIORAMENTO IMPLEMENTATI ED EVENTUALI SFIDE AFFRONTATE

Nel 2023 ci siamo lasciati con una serie di impegni relativi ai vari assi, che, grazie anche al contributo degli attori chiave dell'ecosistema, ci siamo impegnati a concretizzare. Il paragrafo seguente mette in evidenza le aree di miglioramento e le sfide affrontate nell'edizione 2024 della Wizz Air Milano Marathon, mentre le tabelle contenenti i rispettivi KPI, lo stato di avanzamento e le eventuali annotazioni sono riportate nell'annex.

PROFILO DI EVOLUZIONE* 2023-2024



RESILIENZA CLIMATICA

- Allianz MiCo, struttura ospitante del Running festival, utilizza 100% energia rinnovabile con GO e ha una forte politica di sostenibilità (es. certificazioni LEED)
- Monitoraggio dell'offerta di cibo vegetariano/vegano (>50%) e con certificazioni (es. Bio, circa il 40%)
- Iniziale monitoraggio degli spostamenti dei partner chiave dell'evento (Levissima, Asics)

CIRCOLARITÀ

- Monitoraggio dei rifiuti Wizz Air Milano Marathon & Relay per un totale di 15,690 kg raccolti. Di questi, il 35,4% è stato destinato al riciclo. Inoltre, sono state raccolte 1.850 kg di bottiglie Levissima, pari al 91% delle bottiglie utilizzate durante l'evento
- Iniziale monitoraggio dei materiali per gadget/merchandising e packaging dei partner grazie alla condivisione delle linee guida R-Intents (Levissima, Asics)

CAPITALE NATURALE

- Fornitura da parte di Levissima di bottigliette da 33 cl in modo da avere un minore spreco di acqua durante la corsa

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

- Aumento del 31% dei fondi raccolti dalla Relay Marathon
- Diminuzione del 6% della soddisfazione delle Charity e riduzione (circa 30%) dell'importanza della raccolta fondi associata alla Relay rispetto al business d'affari delle Charity coinvolte (percorso di collaborazione e miglioramento già avviato)
- Creazione di un decalogo di comportamenti sostenibili e salutari per i maratoneti

EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Presenza di un team responsabile della sostenibilità dell'evento
- Formazione al 100% dei lavoratori e collaboratori sull'ambizione rigenerativa
- Avviato un programma di coinvolgimento degli stakeholder chiave per migliorare l'impatto dell'evento
- Definizione e condivisione pubblica di obiettivi qualitativi di miglioramento dell'impatto dell'evento
- Condivisione di linee guida con tutti i fornitori, sponsor, partner chiave e maratoneti (R-Intents)
- Crescita del 9% delle risposte alla survey dei lavoratori e del 65% della survey ai maratoneti

PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024	PROFILO DI RIGENERAZIONE 2023	PREVALENZA DI BUSINESS AS USUAL (SCORE 1-25%)	PRIME AZIONI INTENZIONALI GUIDATE DALLA SOSTENIBILITÀ DELL'EVENTO (SCORE 26-50%)	SCELTE PROGETTUALI GUIDATE DA UNA VISIONE A LUNGO TERMINE DI IMPATTO POSITIVO (SCORE 51-75%)	PRATICHE UNICHE E DISTINTIVE CHE CREANO VALORE PER LA SOCIETÀ E L'AMBIENTE (SCORE 76-100%)

*PROFILO DI EVOLUZIONE POWERED BY NATIVA

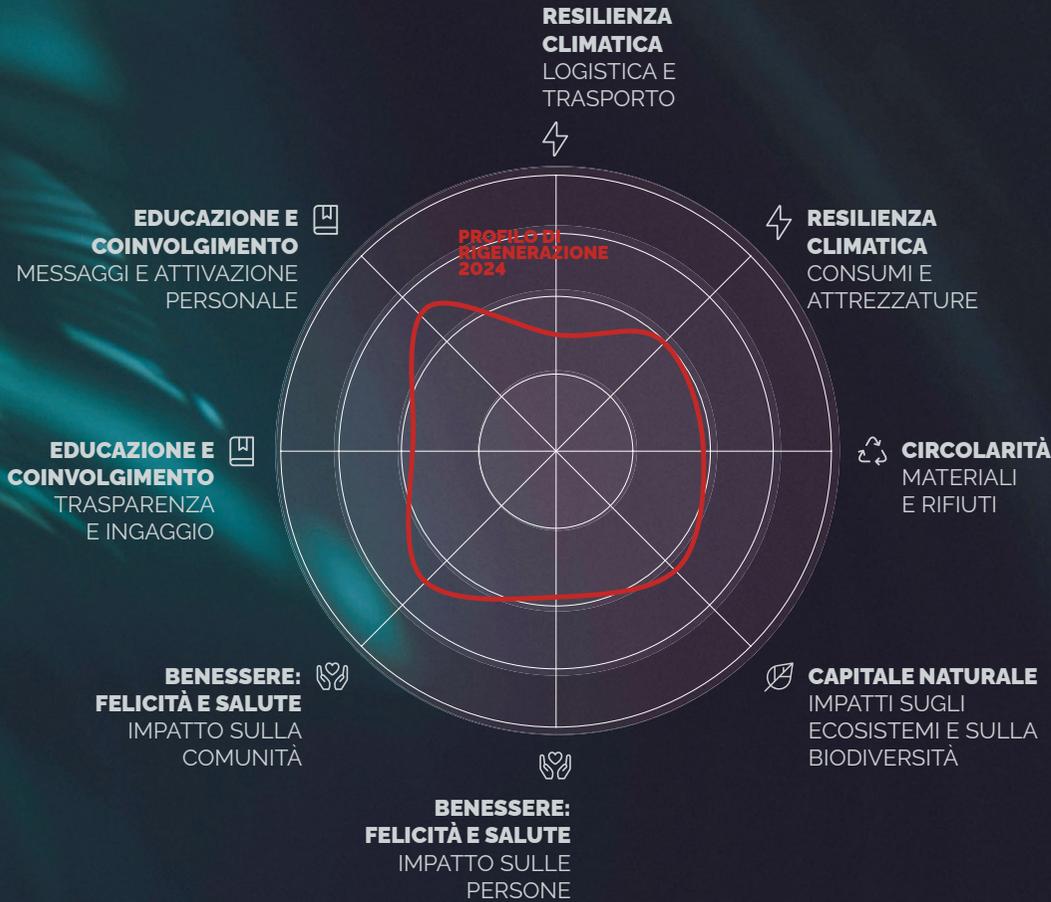
PROFILO DI RIGENE- RAZIONE 2024

ELEMENTI CHIAVE DELLA WIZZ AIR MILANO MARATHON 2024

Il Profilo di Rigenerazione rappresenta graficamente il risultato dell'analisi degli impatti economici, sociali ed ambientali specifici della Wizz Air Milano Marathon 2024¹ e di seguito sono evidenziati gli elementi chiave dell'evento.

¹ I vari eventi collaterali all'ecosistema della Wizz Air Milano Marathon, come ad esempio la Family Run e la Dog Run, sono stati considerati nel modello come elementi che contribuiscono all'impatto, in quanto parte dell'ecosistema e connessi in modo diretto alla Wizz Air Milano Marathon, o resi possibili da esso, ma non rientrano nel perimetro di analisi.

PROFILO DI RIGENERAZIONE* 2024



RESILIENZA CLIMATICA

- Allianz MiCo, struttura ospitante del Running festival, utilizza 100% energia rinnovabile con GO ed ha una forte politica di sostenibilità (es. certificazioni LEED)
- Monitoraggio dell'offerta di cibo vegetariano/vegano (>50%) e con certificazioni (es. Biologico, circa il 40%)
- Iniziale monitoraggio degli spostamenti dei partner chiave dell'evento (Levissima, Asics)



CIRCULARITÀ

- Monitoraggio dei rifiuti Wizz Air Milano Marathon & Relay per un totale di 15,690 kg raccolti. Di questi, il 35,4% è stato destinato al riciclo. Inoltre, sono state raccolte 1.850 kg di bottiglie Levissima, pari al 91% delle bottiglie utilizzate durante l'evento
- Iniziale monitoraggio dei materiali per gadget/merchandising e packaging dei partner grazie alla condivisione delle linee guida R-Intents (Levissima, Asics)
- 90% della plastica utilizzata per bottigliette Levissima è di origine riciclata (rPET)
- 100% delle magliette fornite per la MM fornite da Asics sono prodotte con Poliestere riciclato (27% del totale delle magliette fornite)



CAPITALE NATURALE

- 1 progetto di ripristino della biodiversità: contribuzione a riqualifica di Parco Campo dei Fiori - Varese tramite collaborazione con ClimatePartner
- Fornitura da parte di Levissima di bottigliette da 33 cl in modo da avere un minore spreco di acqua durante la corsa



BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

- 1.456.927 euro raccolti dalle Charity
- Monitoraggio del livello di soddisfazione e felicità dei lavoratori (60%) e dei maratoneti (95%)
- 75% delle charity si ritengono soddisfatte e il 91% vuole partecipare anche alla prossima edizione
- Inclusività dell'evento, anche grazie agli eventi collaterali, come la Family Run, la Dog Run, la Relay Marathon
- Creazione di un decalogo di comportamenti sostenibili e salutari per i maratoneti
- Avvio di progetto per coinvolgere 3 detenuti del carcere di Opera nell'evento



EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Presenza di un'ambizione rigenerativa formalizzata e diffusa
- Presenza di un team responsabile della sostenibilità dell'evento
- Formazione al 100% di lavoratori e collaboratori sull'ambizione rigenerativa
- 7 incontri di coinvolgimento di partner per migliorare l'impatto dell'evento
- Condivisione di linee guida con tutti i partner dell'evento
- Crescita del 9% delle risposte alla survey dei lavoratori e del 65% della survey ai maratoneti
- 64% dei maratoneti ha una percezione positiva della sostenibilità dell'evento

*PROFILO DI RIGENERAZIONE POWERED BY NATIVA

LEGENDA



PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024



PREVALENZA DI BUSINESS AS USUAL (SCORE 1-25%)



PRIME AZIONI INTENZIONALI GUIDATE DALLA SOSTENIBILITÀ DELL'EVENTO (SCORE 26-50%)



SCELTE PROGETTUALI GUIDATE DA UNA VISIONE A LUNGO TERMINE DI IMPATTO POSITIVO (SCORE 51-75%)



PRATICHE UNICHE E DISTINTIVE CHE CREANO VALORE PER LA SOCIETÀ E L'AMBIENTE (SCORE 76-100%)

RESILIENZA CLIMATICA

L'asse resilienza climatica valuta la misura e la gestione delle emissioni di gas clima-alteranti.



IMPEGNI 2025

- **Monitoraggio consumi energetici** (e.g. generatori, Allianz MiCo) e valutazione di possibili alternative ad impatto ridotto (e.g. generatori a HVO, ibridi,...).
- **Fornire incentivi** per mobilità sostenibile per i maratoneti.



AZIONE RIGENERATIVA

Anche quest'anno, la Wizz Air Milano Marathon ha collaborato con ClimatePartner per contabilizzazione e compensazione delle emissioni basando il calcolo sul GHG protocol, lo strumento internazionale più utilizzato per il calcolo e la comunicazione dell'inventario delle emissioni.



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

Carbon footprint

dell'evento calcolata da ClimatePartner secondo lo standard GHG Protocol:

222.542,73 kg CO₂e

(244.574,45 kg CO₂e nel 2023)²

La categoria più impattante in termini di emissioni di CO₂ calcolate

di tutto l'evento è stata quella legata al **trasporto aereo di Atleti élite pari al 36.9%**, seguita dal consumo per riscaldamento 24.9% e Food & Beverage 17.5%

100% emissioni

(+20% safety margin) **compensate** grazie alla collaborazione con ClimatePartner

100% delle auto fornite da Nissan ibride o elettriche

(27% elettriche, 73% ibride)

Garanzie di origine per il 100% dell'energia utilizzata

nel padiglione di Allianz MiCo dedicato alla Wizz Air Milano Marathon

Giorgio Bertolini, Managing Director di ClimatePartner Italia

"La maratona è lo sport che meglio rappresenta la lotta al cambiamento climatico ed un percorso di abbattimento delle proprie emissioni. Si può arrivare all'arrivo finale solo un passo alla volta, serve costanza, dedizione e resilienza."



² Fonte: Report di ClimatePartner

WIZZ AIR MILANO MARATHON



AREE DI FORZA

Allianz MiCo, sede del Running Festival, impiega esclusivamente energia 100% rinnovabile, certificata tramite Garanzie di Origine (GO) e adotta una solida politica di sostenibilità. Inoltre, vanta prestigiose certificazioni internazionali, tra cui la LEED Gold, le ISO 14001 e 20121 e la Healthy Venue Gold Accreditation³.

Iniziale monitoraggio degli spostamenti dei partner chiave dell'evento.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

Esteso ingaggio dei propri sponsor e fornitori per ridurre il loro impatto in termini di emissioni e ai fini di un monitoraggio completo e dettagliato.

Affinare la stima emissioni basandosi su dati primari e conseguente riduzione delle emissioni più rilevanti dell'evento.

³ Per maggiori informazioni: <https://www.micomilano.it/en/sustainability>



CIRCOLARITÀ

L'asse circolarità misura l'adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti, etc), sia nelle fasi di progettazione che di svolgimento dell'evento.

IMPEGNI
2025

- **Monitoraggio dei rifiuti** anche per Family Run e Dog Run, coinvolgimento delle strutture ospitanti (e.g. Allianz MiCo edizione 2024).
- **Miglioramento delle aree** destinate alla gestione dei rifiuti per aumentare il tasso di raccolta differenziata (Target 60%).
- **Donazione/riciclo** degli abiti e scarpe dei maratoneti e della comunità (attivazione collaborazione con Humana).

AZIONE
RIGENERATIVA

Novi (Official partner della Family Run) ha deciso di non utilizzare packaging monouso nella distribuzione dei suoi prodotti (fette biscottate con crema di nocciole) alla partenza della Family Run evitando così la produzione di rifiuti non necessari.

KEY
NUMBERS
E KEY
ACTIONS

RCS Sport inizia a monitorare i rifiuti: 15.690 kg di rifiuti prodotti con 35,4% destinati a riciclo durante Wizz Air Milano Marathon e Relay⁴

90% della plastica utilizzata per bottiglie di Levissima è di origine riciclata (rPET)

91% delle bottigliette di Levissima utilizzate durante Wizz Air Milano Marathon e Relay Marathon sono state raccolte tramite i contenitori di Levissima ed inviate a riciclo (1850 kg)

100% delle magliette della Wizz Air Milano Marathon fornite da Asics sono prodotte con Poliestere riciclato (che rappresentano il 27% del totale delle magliette fornite da RCS per la totalità della manifestazione comprendendo Relay Marathon e Family Run)

⁴ Fonte: AMSA



AREE DI FORZA

- Presenza di volontari di Levissima lungo il percorso per facilitare la corretta raccolta delle bottiglie Levissima in plastica riciclata (rPET) negli appositi bidoni e destinate a riciclo.
- Donazione del 100% del cibo e delle bevande a fine evento⁵.
- Creazione e condivisione di linee guida per fornitori e sponsor su alternative sostenibili per materiale brandizzato, gadgets e packaging monouso e relativo monitoraggio.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Monitoraggio dei rifiuti anche per Family Run e Dog Run e conseguenti obiettivi di riduzione e minimizzazione dei rifiuti inviati a smaltimento.
- Tendere ad una fornitura di abbigliamento e gadget che premi materiali circolari e durevoli (coinvolgimento del 100% dei partner).
- Utilizzo circolare dei materiali (e.g. abiti all'arrivo, TNT).

⁵ Il cibo e le bevande avanzate sono state donate a diverse realtà coinvolte nella Wizz Air Milano Marathon, come ad esempio alle squadre sportive che collaborano con l'evento e ad una federazione sportiva per l'organizzazione di un camp estivo in Regione Lombardia

CAPITALE
NATURALE

L'asse capitale naturale misura gli impatti sugli ecosistemi e la biodiversità.

IMPEGNI
2025

- **Valutazione di alternative** che permettano un risparmio di acqua⁶.
- **Valutazione di coinvolgimento** di partner durante la Relay Marathon per specifiche attività di sensibilizzazione (e.g. misurazione qualità dell'aria e inquinamento atmosferico).

AZIONE
RIGENERATIVA

Levissima (Official Mineral Water e Green Partner della Wizz Air Milano Marathon e Title Sponsor della Levissima Family Run) ha utilizzato bottiglie più piccole prodotte esclusivamente per la MM (33 cl) per ridurre lo spreco di acqua e di plastica durante la corsa. Inoltre tutte le bottiglie utilizzate durante la manifestazione, compresa la nuova limited edition 33cl, hanno 100% plastica riciclata R-PET. Lungo il percorso di gara è stato possibile riciclare e rigenerare insieme grazie ai cassoni Levissima e ai suoi volontari presenti in ognuno degli 11 punti ristoro.

KEY
NUMBERS
E KEY
ACTIONS

1 progetto di ripristino della biodiversità
(contribuzione a riqualifica di Parco Campo dei Fiori - Varese)

⁶ Pratiche virtuose, Padova Marathon per maggiori informazioni: <https://www.acegasapsam.ga.it/~padova-marathon-2024>. Bari Med Marathon 2023 Per maggiori informazioni: <https://www.comune.bari.it/~bari-med-marathon-domeni-ca-26-la-gara-plastic-free-da-domani-eventi-e-in-contri-in-piazza-liberta-nel-villaggio-med-sport-fe-stival>. Notpla "bottle d'acqua" Ooho Per maggiori informazioni: <https://www.notpla.com/notpla-ooho/>

WIZZ AIR MILANO MARATHON



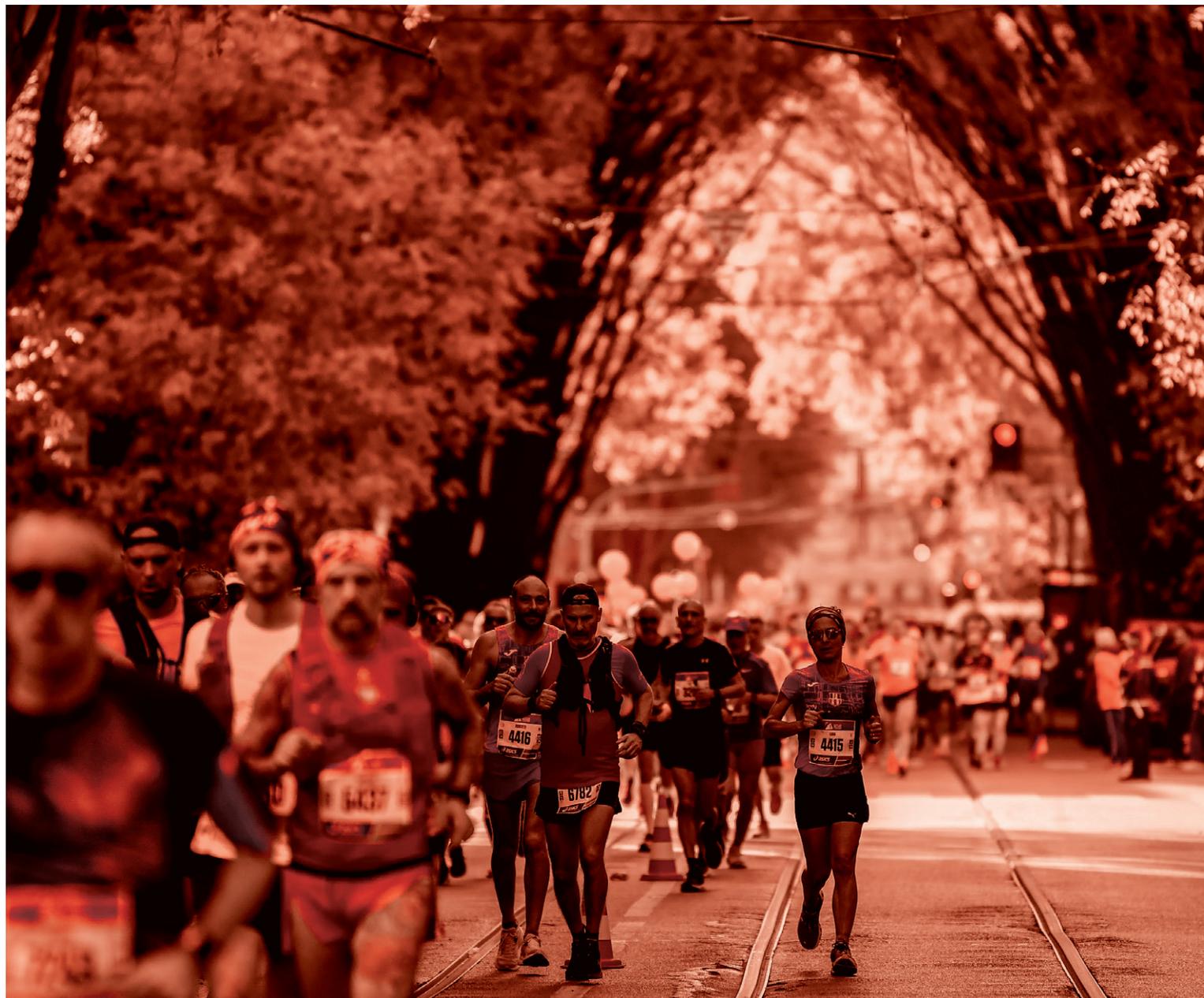
AREE DI FORZA

Partnership con ClimatePartner per contribuzione a progetti di ripristino biodiversità (il progetto prevede un intervento di conservazione della biodiversità, adattamento al cambiamento climatico e valorizzazione delle aree boschive attraverso il coinvolgimento del settore privato)⁷.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

L'utilizzo efficiente della risorsa acqua rappresenta un punto di attenzione importante in quest'asse. A tal proposito è stata inserita negli impegni 2025 la valutazione di alternative che permettano un concreto risparmio.



⁷ Fonte: Report di ClimatePartner

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

L'asse benessere, felicità e salute considera la generazione di benessere per tutte le persone coinvolte, in particolare i partecipanti, i lavoratori e le comunità locali.



IMPEGNI 2025

- **Formalizzare processi di ricezione** feedback e input dei lavoratori riguardo il proprio lavoro sull'evento.
- **Rafforzare l'inclusività e la diversità** della Wizz Air Milano Marathon e raggiungere almeno il 30% di partecipazione femminile alla Maratona.
- **Organizzare iniziative** che permettano di valorizzare l'identità culturale della città di Milano e le sue peculiarità.

- **Continuazione del percorso di miglioramento** intrapreso con le Charity, con l'obiettivo di incrementare il livello di soddisfazione e coinvolgimento.



AZIONE RIGENERATIVA

La Wizz Air Milano Marathon continua a distinguersi non solo come evento sportivo di eccellenza, ma anche come potente catalizzatore di solidarietà sociale. Il cuore di questa iniziativa rimane il **Charity Program**, che da oltre un decennio unisce la passione per la corsa all'impegno per il bene comune. Quest'anno, l'impatto del programma è stato ulteriormente amplificato grazie a un aumento del 31% delle donazioni raccolte rispetto all'anno precedente, tuttavia la soddisfazione delle charity è scesa del 6% e l'importanza



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

60% tasso di soddisfazione e felicità dei lavoratori

1.456.927 euro raccolti dalle charity (aumento del 31% rispetto al 2023)

19.366 donatori (aumento del 14% rispetto al 2023) per 104 charity coinvolte

95% dei maratoneti si ritengono felici e soddisfatti post evento

91% delle charity vogliono partecipare anche alla prossima edizione

75% delle charity si ritengono soddisfatte dell'evento

WIZZ AIR MILANO MARATHON

della raccolta fondi Relay è calata del 30%. L'organizzazione ha quindi avviato un percorso di miglioramento, con 2 workshop dedicati, per co-creare attività che amplificano l'impatto della maratona nell'edizione 2025, rafforzando la sinergia tra sport, solidarietà e impegno civico.

Valeria Vitali **Founder e Presidente di Rete del Dono**

Il Charity Program di Wizz Air Milano Marathon è un progetto emozionante e ambizioso che ci ha permesso di lavorare insieme a organizzazioni non profit, runner e aziende dimostrando che c'è qualcosa di più grande dietro la corsa: l'opportunità di diventare Ambasciatore di una buona causa e di contribuire alla realizzazione di progetti di utilità sociale. Promuovere il dono come gesto di impegno civico e cittadinanza attiva è la nostra missione, ispirando sempre più persone a diventare protagonisti nella realizzazione di iniziative che possano generare impatto per il territorio e la comunità. Con il motto "Ogni runner un fundraiser, ogni amico un donatore" promuoviamo una cultura di partecipazione e supporto. Dal 2012 il programma ha permesso di raccogliere oltre 7 milioni di euro, supportando la realizzazione di 600 progetti di utilità sociale e coinvolgendo 300 aziende e oltre 100mila donatori.

”



AREE DI FORZA

- Monitoraggio del livello di soddisfazione e felicità dei lavoratori e dei maratoneti.
- Erogazione di una survey di gradimento e feedback alle charity.
- Presenza di un manifesto di comportamenti sostenibili per i maratoneti.
- Monitoraggio dell'indotto economico introdotto nella comunità locale grazie all'evento, tramite la survey rivolta ai maratoneti.
- Inclusività dell'evento, anche grazie agli eventi collaterali, come la Family Run, la Dog Rung, la Relay Marathon.
- Presenza di cibo salutare e inclusivo sia nelle sacche dei maratoneti sia nelle aree hospitality.
- Avvio di un progetto per coinvolgere tre detenuti del carcere di Opera per la consegna delle medaglie a fine maratona.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Integrare dei processi intenzionali per favorire il benessere dei volontari all'evento.
- Raccogliere input e feedback dai volontari tramite strumenti e iniziative specifiche.
- Presenza di donazioni e investimenti direttamente da parte di RCS Sport orientati alla comunità.
- Valutare l'impatto sociale dell'evento sul territorio, coinvolgendo l'Università di Milano.
- Offerta di cibo inclusivo per chi ha particolari esigenze alimentari (senza glutine, senza lattosio, vegano..).

WIZZ AIR
MILANO MARATHON

EDUCAZIONE E COINVOLGI- MENTO

L'asse educazione e coinvolgimento misura la promozione di comportamenti sostenibili, la sensibilizzazione e l'attivazione dell'impegno individuale.



KEY NUMBERS E KEY ACTIONS

6-10 ore di formazione al 100% dei lavoratori di RCS legati all'evento

7 incontri individuali con i partner dell'evento

64% dei maratoneti ha una percezione positiva della sostenibilità dell'evento

59% tasso di risposta della survey lavoratori

8552 maratoneti, 7757 partecipanti Family Run, 15358 corridori Relay marathon

3 priorità che secondo i lavoratori dovrebbe avere la Wizz Air Milano Marathon il prossimo anno:

1. Attenzione al benessere dei lavoratori e volontari che lavorano all'evento
2. Attivazione di sponsor e partner impegnati sulle tematiche di sostenibilità sociale e/o ambientale
3. Utilizzo di materiali più sostenibili e minimizzazione degli oggetti monouso

Aumento del 65% dell'ingaggio e dei feedback ricevuti dai maratoneti rispetto al miglioramento della sostenibilità dell'evento

Elementi chiave emersi:

- ridurre la plastica e lo spreco di acqua
- migliorare la presenza di isole ecologiche per i rifiuti
- fornire biglietti dei mezzi pubblici gratuiti
- offrire gadget utili e con materiali sostenibili



IMPEGNI 2025

- Definizione di target quantitativi di miglioramento in linea con l'ambizione rigenerativa (e.g. raggiungere almeno il 30% di partecipazione femminile alla Maratona, aumentare il tasso di raccolta differenziata fino al 60%, etc).
- Integrazione dei feedback e degli input ricevuti dai maratoneti e dai lavoratori negli impegni di progettazione dell'evento 2025.

- Inserimento di impact terms (secondo i termini delle linee guida del progetto R-Intents⁸) nei contratti con sponsor e partner.
- Creazione di contenuti di comunicazione per maratoneti e la cittadinanza rispetto al raccolta di abiti e accessori usati, grazie all'attivazione della partnership con Humana.
- Contribuire ad accrescere la consapevolezza del ruolo storico svolto dallo sport nel perseguire sviluppo,

pace, parità di genere e integrazione sociale anche attraverso partnership con Istituzioni Nazionali ed Internazionali. Inoltre, il 06 aprile 2025, giorno della Wizz Air Milano Marathon 2025, sarà la Giornata mondiale dello sport per lo sviluppo e la pace.

⁸ Per maggiori informazioni: <https://www.milanomarathon.it/r-intents/>



AZIONE RIGENERATIVA

Quest'anno, per la prima volta Il progetto **'R Intents'** segna una svolta decisiva nella promozione di pratiche sostenibili e responsabili per la Wizz Air Milano Marathon. Al cuore di questo programma si trovano le **'Linee Guida R Intents'**, un documento pubblico che funge da bussola etica per tutti i partner e i partecipanti all'evento. Queste linee guida non sono solo un semplice elenco di

WIZZ AIR MILANO MARATHON

regole, ma un vero e proprio manifesto che delinea una visione olistica di sostenibilità, etica e inclusività. Attraverso "R Intents", la Wizz Air Milano Marathon si trasforma in un laboratorio vivente di best practices, un modello replicabile che aspira a innescare un effetto domino di cambiamento positivo nel settore. Questa visione audace non solo eleva lo standard della Wizz Air Milano Marathon, ma lancia anche una sfida costruttiva all'intero mondo degli eventi sportivi: dimostrare che la sostenibilità non è un ostacolo, ma un potente catalizzatore di innovazione, coinvolgimento e successo a lungo termine.



AREE DI FORZA

- Presenza di un'ambizione rigenerativa formalizzata e diffusa.
- Certificazioni del MiCo: LEED Gold, ISO 14001, ISO 20121, Healthy Venue Gold Accreditation.
- Avvio di un programma di coinvolgimento degli stakeholder chiave.
- Condivisione pubblica delle performance sociali e ambientali dell'evento e degli impegni per le edizioni successive all'interno

del Legacy Report.

- Monitoraggio della percezione di sostenibilità dell'evento da parte dei maratoneti.
- Aumento del coinvolgimento della popolazione aziendale nella ricezione di feedback e input.
- Presenza di un team responsabile della sostenibilità dell'evento.
- Formazione estesa per tutti i lavoratori sull'ambizione rigenerativa dell'evento.



SFIDE E DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

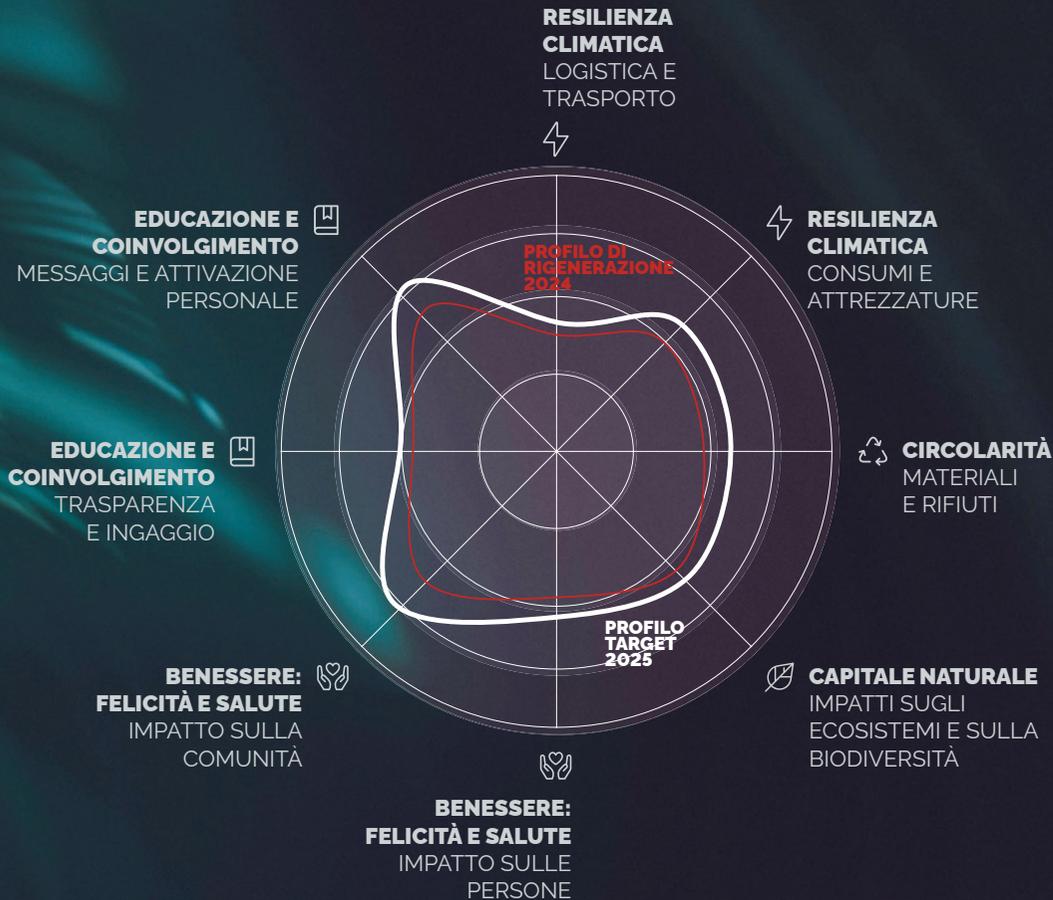
- Tramite il lavoro con NATIVA sono stati identificati gli impatti sociali e ambientali negativi potenziali solo ad alto livello, ma non sono stati approfonditi.
- Definire obiettivi e target quantitativi di miglioramento.
- Selezionare i fornitori secondo criteri sociali e/o ambientali.
- Rendere la Wizz Air Milano Marathon catalizzatore di messaggi di sostenibilità, veicolando la comunicazione dei partner coinvolti nell'evento.
- Estendere la comunicazione di messaggi radicati in principi di sostenibilità a tutto l'evento.
- Monitorare le ore dedicate alla diffusione di messaggi di sostenibilità.

CONCLU- SIONI

RCS Sports & Events, perseguendo il sogno di fare diventare la Wizz Air Milano Marathon un riferimento operativo e culturale per tutto il mondo dello sport, dei grandi eventi e dello spettacolo, per il paese Italia e a livello internazionale, e seguendo la direzione di evoluzione intrapresa, rinnova il proprio impegno per le rispettive edizioni 2025 definendo nuovi obiettivi e nuovi traguardi che sono rappresentati graficamente dai seguenti profili di rigenerazione target.

Grazie al contributo di ciascuno di voi, insieme si potranno conquistare nuovi e ambiziosi traguardi.

PROFILO TARGET*
WIZZ AIR
MILANO MARATHON
2024-2025



IMPEGNI 2025



RESILIENZA CLIMATICA

- Monitoraggio consumi energetici (e.g. generatori, Allianz MiCo) e valutazione di possibili alternative ad impatto ridotto (e.g. generatori a HVO, ibridi,...)
- Fornire incentivi per mobilità sostenibile per i maratoneti



CIRCULARITÀ

- Monitoraggio dei rifiuti anche per Family Run e Dog Run, coinvolgimento delle strutture ospitanti (e.g. Allianz MiCo edizione 2024)
- Miglioramento delle aree destinate alla gestione dei rifiuti per aumentare il tasso di raccolta differenziata (Target 60%)
- Donazione/riciclo degli abiti e scarpe dei maratoneti e della comunità (attivazione collaborazione con Humana)



CAPITALE NATURALE

- Valutazione di alternative che permettano un risparmio di acqua;
- Valutazione di coinvolgimento di partner durante la Relay Marathon per specifiche attività di sensibilizzazione (e.g. misurazione qualità dell'aria e inquinamento atmosferico)



BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

- Formalizzare processi di ricezione feedback e input dei lavoratori riguardo il proprio lavoro sull'evento
- Rafforzare l'inclusività e la diversità della Wizz Air Milano Marathon e raggiungere almeno il 30% di partecipazione femminile alla Maratona
- Organizzare iniziative che permettano di valorizzare l'identità culturale della città di Milano e le sue peculiarità
- Continuazione del percorso di miglioramento intrapreso con le Charity, con l'obiettivo di incrementare il livello di soddisfazione e coinvolgimento



EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

- Definizione di target quantitativi di miglioramento in linea con l'ambizione rigenerativa (e.g. raggiungere almeno il 30% di partecipazione femminile alla Maratona, aumentare il tasso di raccolta differenziata fino al 60%, etc)
- Integrazione dei feedback e degli input ricevuti dai maratoneti e dai lavoratori negli impegni di progettazione dell'evento 2025
- Inserimento di impact terms (secondo i termini delle linee guida del progetto R-Intents) nei contratti con sponsor e partner
- Creazione di contenuti di comunicazione per maratoneti e la cittadinanza rispetto al raccolta di abiti e accessori usati, grazie all'attivazione della partnership con Humana
- Contribuire ad accrescere la consapevolezza del ruolo storico svolto dallo sport nel perseguire sviluppo, pace, parità di genere e integrazione sociale anche attraverso partnership con Istituzioni Nazionali ed Internazionali. Inoltre, il 06 aprile 2025, giorno della Wizz Air Milano Marathon 2025, sarà la Giornata mondiale dello sport per lo sviluppo e la pace

*PROFILO TARGET
POWERED BY NATIVA

<p>LEGENDA</p> <p> PROFILO DI RIGENERAZIONE 2024</p> <p> PROFILO TARGET 2025</p> <p> PREVALENZA DI BUSINESS AS USUAL (SCORE 1-25%)</p> <p> PRIME AZIONI INTENZIONALI GUIDATE DALLA SOSTENIBILITÀ DELL'EVENTO (SCORE 26-50%)</p> <p> SCELTE PROGETTUALI GUIDATE DA UNA VISIONE A LUNGO TERMINE DI IMPATTO POSITIVO (SCORE 51-75%)</p> <p> PRATICHE UNICHE E DISTINTIVE CHE CREANO VALORE PER LA SOCIETÀ E L'AMBIENTE (SCORE 76-100%)</p>
--

ANNEX

METODOLOGIA

I NOSTRI PRINCIPI DI PROGETTAZIONE

ECOSISTEMA

Questo Report guarda agli eventi come parti interdipendenti di un ECOSISTEMA, di un insieme straordinariamente vasto e complesso senza il quale non esisterebbero. Questo concetto, per quanto semplice e intuitivo, richiede un lavoro e un'attenzione particolari per fare sì che ciascuna di queste connessioni e relazioni generi un impatto virtuoso, nel presente come nel futuro.

Nelle prossime pagine abbiamo mappato e rappresentato gli elementi fondamentali del sistema di cui siamo parte, per capire quali siano i punti più delicati o fragili da curare e quei 'nodi di moltiplicazione' che consentano di amplificare il risultato delle scelte che vengono fatte.

LEGACY

Per lasciare una legacy, è necessario partire dal futuro. Ovvero, chiedersi: come voglio che questo evento contribuisca positivamente al futuro delle persone e del pianeta. Solo definendo un'ambizione è possibile indirizzare l'impegno verso obiettivi precisi. In questo caso tutto ruota attorno al concetto di Rigenerazione. Rigenerare significa "creare più valore di quello che si estrae", includendo l'ambiente, gli aspetti sociali e culturali, e quelli economici. È un concetto scientificamente complesso, oggetto di studi sempre più approfonditi e, nel contempo, è un semplice principio guida che può plasmare tutte le azioni che vengono compiute nell'organizzazione e gestione di un evento.

Consapevole di questa complessità - e con la volontà di creare più valore di quanto se ne estragga - il team che ha dato vita all'evento definisce quindi la propria "Regenerative Ambition". Questa espressione esprimerà gli obiettivi legati al concetto di rigenerazione e servirà per guidare le azioni future.

COSA ABBIAMO MISURATO

Per creare un evento che tenda verso effetti rigenerativi, il primo passo è misurarsi. Misurare cioè tutti gli aspetti principali che possono creare un impatto economico, sociale e ambientale, sia positivi che negativi con un modello sistemico, che consideri

le connessioni tra diversi elementi, per migliorare e monitorare il percorso. È stato fondamentale considerare in questa analisi tutti gli stakeholders, ossia tutti i "portatori di interesse" che compongono l'ecosistema dei nostri eventi.

Il risultato di questa analisi è un "Profilo di Rigenerazione", una mappa per capire gli impatti rispetto a 5 aree chiave:

Resilienza Climatica: gestione e misurazione delle emissioni di gas clima-alteranti

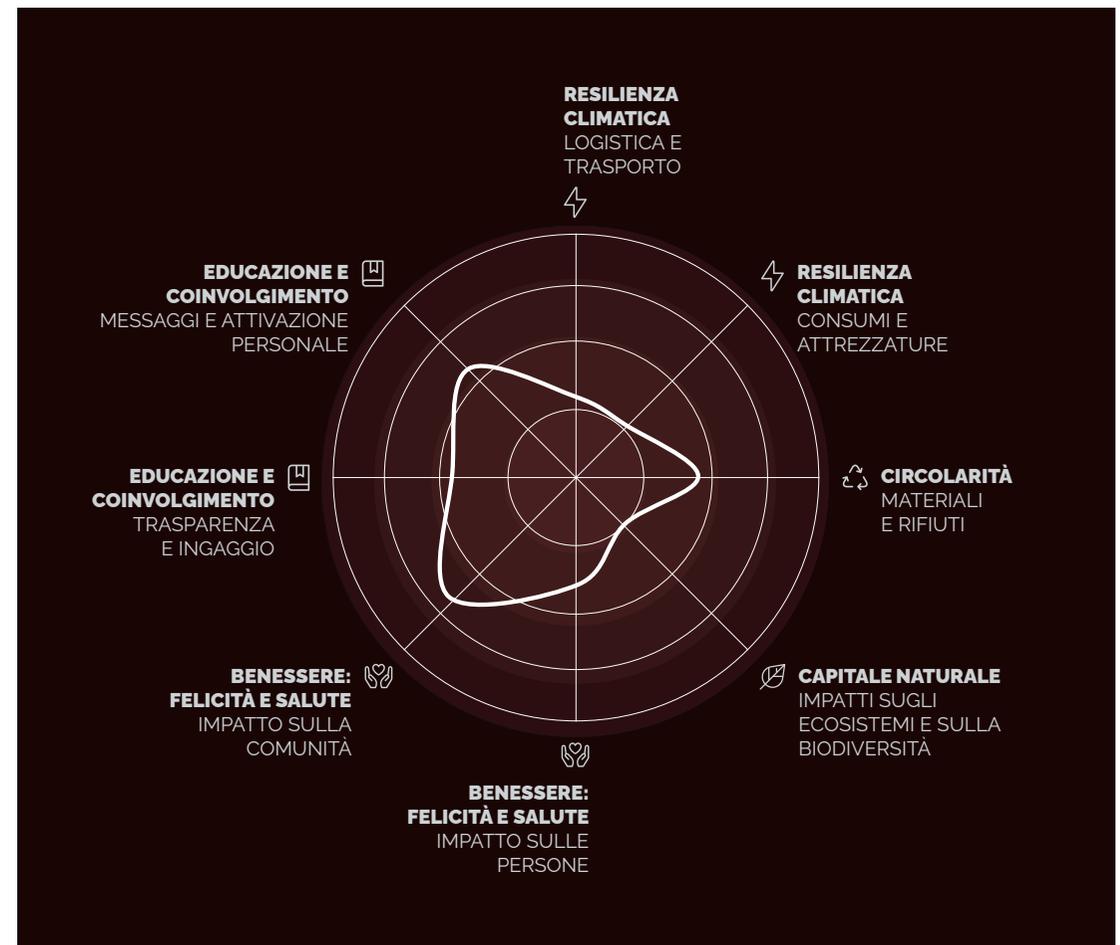
Circularità: Adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti, ..), in tutte le fasi di progettazione e svolgimento dell'evento

Capitale Naturale: impatti sugli ecosistemi e sulla biodiversità

Benessere: felicità e salute: impatti socio-economici e generazione di benessere per tutte le persone coinvolte, in particolare i partecipanti, i lavoratori e le comunità locali

Educazione e coinvolgimento: promozione di comportamenti sostenibili, sensibilizzazione e attivazione dell'impegno individuale.

Nella seguente immagine, a solo scopo illustrativo, sono mostrate tutte le aree considerate nel modello di analisi che ha generato il profilo dell'evento:



METODOLOGIA

COME ABBIAMO MISURATO

L'analisi degli eventi si basa su una prospettiva sistemica, a 360 gradi, che mappa tutti gli impatti generati, considerando anche le interazioni tra di loro. Il risultato è la misura dell'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto agli obiettivi di impatto positivo.

METODOLOGIA

Abbiamo raccolto informazioni di carattere qualitativo e quantitativo, coinvolgendo tutte le aree e funzioni chiave dell'organizzazione - Fornitori, Organizzazione Interna, Stakeholder Locali, Partner e molti altri ancora - nel rispondere ad oltre 150 domande che considerano tutte le aree analizzate.

Il modello di misura si basa su oltre 20 anni di esperienza nell'applicazione di framework internazionali e riconosciuti, tra questi:

- Il B Impact Assessment, strumento utilizzato da più di 240.000 aziende nel mondo per misurare i propri impatti
- Gli obiettivi di sviluppo sostenibile Sustainable Development Goal 2030 del Global Compact delle Nazioni Unite
- I principi di sostenibilità del Framework For Strategic Sustainable Development sviluppato dalla NGO The Natural Step a partire dal 1989
- I bisogni umani fondamentali catalogati dall'economista Manfred Max-Neef - Human Scale Development
- La valutazione secondo i parametri dei più autorevoli e diffusi standard di certificazione ambientale e sociale, prima tra questi la ISO 20121, e best practice dell'industria.

MODELLO DI ANALISI

Il modello si basa sulla raccolta di dati qualitativi adottando una metodologia allineata con il Modello PROBE⁹.

La struttura è caratterizzata da una serie di domande, costruite e organizzate secondo gli assi del Profilo di Rigenerazione.

A ciascuna domanda viene associato un punteggio, determinato correlando le risposte ottenute ad una serie di scenari che descrivono pratiche, modelli e scelte operative più o meno allineate al concetto di "approccio rigenerativo".

Il punteggio minimo indica che nello scenario attuale è stato riscontrato un ecosistema di pratiche non allineate ad un approccio rigenerativo, che si riferisce di solito ad un approccio "business as usual", oppure a situazioni in cui non si conosce la risposta alla data domanda. **Il punteggio massimo** è invece associato a scenari che mettono in atto pratiche rigenerative. I punteggi intermedi si posizionano tra i due estremi, dove l'approccio evidenzia un inizio di consapevolezza e di scelte che considerano la sostenibilità, ma, allo stesso tempo, non si allinea ancora completamente ed intenzionalmente ad una visione rigenerativa. Più nel dettaglio, il modello valorizza tutte le pratiche mirate alla minimizzazione degli impatti negativi, tramite la loro riduzione o eliminazione, qualora possibile, e alla massimizzazione degli impatti positivi, premiando quegli approcci orientati a costruire un'eredità positiva nel lungo termine.

La somma dei punti ottenuti per ciascuna area di impatto determina quindi un punteggio complessivo per l'asse di misura. Il punteggio viene espresso con una percentuale, che indica l'allineamento attuale delle scelte progettuali e delle operazioni dell'evento rispetto agli scenari di massimo impatto positivo di quell'asse.

Il Modello, con i suoi scenari di rigenerazione, è uno strumento di misura, ma il suo massimo potenziale si esprime nell'applicazione e lettura dei risultati ottenuti per definire un percorso di miglioramento. Chi lo usa acquista consapevolezza e può di conseguenza tendere intenzionalmente verso scelte e operazioni via via più rigenerative, che includano una platea sempre più ampia di stakeholder.

COME ABBIAMO RACCOLTO LE INFORMAZIONI

- Interviste con persone chiave della macchina organizzativa, per considerare tutte le aree di analisi.
- Raccolta informazioni pubbliche e dati quantitativi

disponibili: durante e dopo gli eventi abbiamo raccolto dati di consumo, statistiche e numeriche. Abbiamo evidenziato ciò che quest'anno non era disponibile in ottica di evoluzione futura della qualità e quantità degli indicatori monitorati.

- Interviste ed incontri con partner e sponsor dei rispettivi eventi per raccogliere il loro contributo e supportarli nella raccolta di dati ed informazioni, oltre a collaborare per migliorare il loro impatto negli eventi.
- Interviste con alcune persone chiave delle comunità locali ospitanti: abbiamo condotto interviste, ascoltando sindaci, assessori ed altri rappresentanti pubblici delle comunità locali che hanno ospitato gli eventi, per raccogliere le loro storie e prospettive e supportare l'analisi e nell'evoluzione degli impatti creati sul territorio.
- Sondaggi anonimi per i lavoratori coinvolti, i partecipanti e il pubblico: I sondaggi ci hanno permesso di raccogliere il grado di soddisfazione, coinvolgimento e avvicinamento a tematiche di sostenibilità ambientale ed inclusione di queste categorie fondamentali di stakeholder.
- Monitoraggio durante gli eventi tramite sopralluoghi e verifiche in loco: i sopralluoghi ci hanno permesso di verificare alcune delle informazioni raccolte e di collezionare fotografie e input utili a consolidare i risultati del modello.

⁹ Modello PROBE <https://probe-network.com/promoting-business-excellence/>
Modello di misura articolato tramite un questionario in cui ogni domanda affronta un particolare aspetto della pratica organizzativa o della performance, e ne permette la valutazione rispetto all'allineamento a scenari descritti, in cui il punteggio massimo è associato alle migliori pratiche esistenti.

TABELLE KPI WIZZ AIR MILANO MARATHON

PROGRESSI RISPETTO AGLI IMPEGNI PRESI NEL 2023

RESILIENZA CLIMATICA		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Monitoraggio degli spostamenti effettuati durante la Wizz Air Milano Marathon e i giorni preparatori di tutti i veicoli gestiti da RCS Sport	In evoluzione	-
Monitoraggio dei consumi di energia derivanti dai generatori utilizzati	Da completare	-
Ingaggio di tutti gli stakeholder affinché monitorino, comunichino e si impegnino a diminuire le proprie emissioni	In evoluzione	Sono state create e condivise le linee guida con tutti i fornitori e sponsor principali e grazie anche agli incontri one to one effettuati sono stati raccolti i primi dati importanti che vanno verso la direzione di evoluzione
Incoraggiamento ai maratoneti ad utilizzare mezzi di trasporto a minor impatto ambientale per raggiungere e lasciare Milano	Implementato	Condivisione di linee guida per corridori e maratoneti con alcune indicazioni utili anche in merito alla scelta di mezzi più sostenibili

CIRCULARITÀ		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Design circolare dell'evento ed adeguata gestione dei rifiuti minimizzando i rifiuti inviati a smaltimento	In evoluzione	È stato fatto un importante passo in avanti in merito alla gestione dei rifiuti, grazie anche alla collaborazione con AMSA ed altri attori chiave particolarmente impegnati a gestire i rifiuti in maniera adeguata (e.g. Levissima)
Creazione e condivisione di linee guida per fornitori e sponsor su alternative sostenibili per materiale brandizzato, gadgets e packaging monouso e relativo monitoraggio	Implementato	-

CAPITALE NATURALE		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Implementazione di un sistema di misurazione dell'impatto dell'evento sul capitale naturale (e.g. consumo di acqua)	Da completare	-

EDUCAZIONE & COINVOLGIMENTO		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Formazione e coinvolgimento di lavoratori, volontari, sponsor e fornitori sull'ambizione rigenerativa	Implementato	Effettuate 6h di formazione per il 100% della popolazione aziendale e fino 4h aggiuntive di formazione a seconda del ruolo e del coinvolgimento rispetto alla sostenibilità dell'evento
Coinvolgimento fornitori e sponsor nel processo decisionale sulla performance sociale e ambientale	In evoluzione	È stato organizzato un workshop con i fornitori principali e sono stati 7 incontri con gli sponsor e i fornitori chiave (ASICS, LEVISSIMA, AMSA, NOVI, ARCAPLANET, MICO, AE RISTORAZIONE) per migliorare la sostenibilità dell'evento. L'obiettivo per l'anno prossimo è ampliare il bacino di partner coinvolti
Amplificazione dell'ingaggio di tutti gli attori chiave, a partire da sponsor e fornitori, per sperimentare soluzioni più sostenibili per il mondo dello sport	In evoluzione	Sono stati svolti 7 incontri con gli sponsor e i fornitori chiave (ASICS, LEVISSIMA, AMSA, NOVI, ARCAPLANET, MICO, AE RISTORAZIONE), ma non sono state ancora messe in campo delle soluzioni che possano migliorare la sostenibilità dell'evento. L'impegno sarà implementato nella prossima edizione

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE		
IMPEGNO 2023	DATI	NOTE
Processo di formazione strutturato di lavoratori e volontari	In evoluzione	Sono stati svolti degli incontri di formazione con il 100% dei lavoratori dell'evento, ma è da formalizzare e ampliare l'offerta formativa anche per i volontari
Collaborazione con le Istituzioni per valorizzare l'identità culturale del territorio e per migliorare la comunità ospitanti	Da completare	L'impegno è stato posticipato
Monitoraggio del benessere di tutti i partecipanti per integrare i loro spunti nella progettazione futura	Implementato	Somministrati sondaggi di soddisfazione al 100% dei maratoneti (Wizz Air Milano Marathon, Relay Marathon, Dog Run e Family Run), al 100% delle Charity della Relay Marathon e al 100% dei lavoratori all'evento

TABELLE KPI WIZZ AIR MILANO MARATHON

RESILIENZA CLIMATICA		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Emissioni totali dell'evento. Questo numero, in linea con il GHG Protocol, non comprende le emissioni derivanti dagli spostamenti per giungere e per lasciare la maratona degli atleti amatori.	222.542,73 kg CO ₂ e	ClimatePartner
Alberi necessari per compensare le emissioni derivanti dagli spostamenti effettuati durante l'evento	10221	Dato stimato da NATIVA in base ai dati della European Environment Agency
Campi da calcio necessari per distribuire il numero di alberi descritto sopra	17	Dato stimato da NATIVA considerando l'assegnazione almeno di 10m ₂ per ogni albero
Impatto % delle macro categorie analizzate sul totale delle emissioni prodotte	36,9% Voli degli atleti élite 24,9% Sistemi di riscaldamento 17,5% Cibi e bevande 10,2% Rifiuti 6% Alloggi degli atleti élite 4,4% Altro	ClimatePartner
Emissioni compensate	267.051,28 kg CO ₂ e	ClimatePartner
Mezzi utilizzati durante la Wizz Air Milano Marathon	15 auto + 14 moto	Dati forniti da RCS

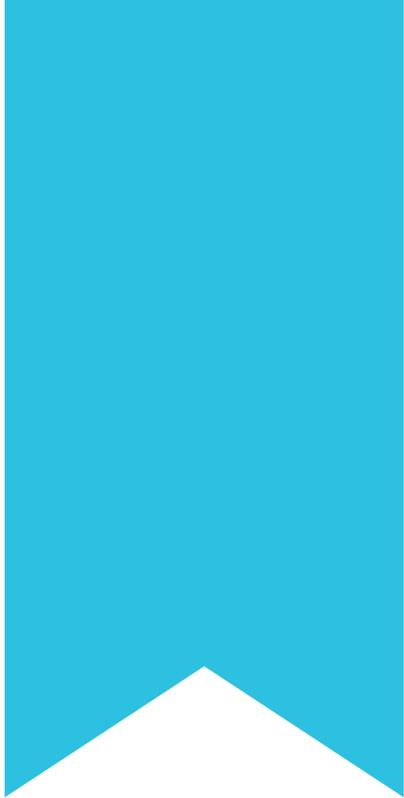
CIRCOLARITÀ		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Tipologia di materiale per abbigliamento fornito ai partecipanti	Circa 25% delle T-shirt fornite ai partecipanti in poliestere riciclato fornito da Asics (Wizz Air Milano Marathon)	Dati stimato da NATIVA sulla base del numero di partecipanti a Relay e Family Run rispetto a Wizz Air Milano Marathon
Rifiuti prodotti e differenziati durante l'evento	15690 kg rifiuti totali di cui: 3090 kg plastica e 2440 kg cartone (35,4% destinati a riciclo) 1850 kg di bottiglie PET Levissima	AMSA
Materiali utilizzati per gadgets e materiale pubblicitario (RCS)	Circa 7000 m di striscioni pubblicitari in TNT; 26 archi gonfiabili riutilizzabili PVC (MM, Family, Dog)	RCS Sport in collaborazione con in partner di riferimento
Materiali utilizzati per gadgets e materiale pubblicitario (espositori e sponsor)	<i>Dato monitorato parzialmente in relazione alle risposte ricevute dai partner Asics:</i> 73% articoli portati composti da 100% poliestere riciclato 18% articoli portati composti da 100% poliestere 4% articoli portati composti da 50% cotone e 50% poliestere 2% articoli portati composti 100%cotone 2% articoli portati composti in materiale riciclato (Scarpa Gel Nimbus con 75% della tomaia realizzata con materiali riciclati, e la sua C footprint è inferiore del 25% alla media del settore)	Dati raccolti da NATIVA & RCS Sport & Asics
Tipologia packaging gadgets (sponsor/ espositori)	Dato monitorato parzialmente in relazione alle risposte ricevute dai partner Asics: circa il 99% degli articoli forniti sono senza single use packaging o con pack di carta (scatole scarpe) Levissima: utilizzo di 90% rPET in confronto a tutto il PET in input	Dati raccolti da NATIVA & RCS Sport & Asics & Levissima
Packaging per cibo e bevande (considero pacco dati pacco ristoro+dati pacco gara)	150774 bottiglie Levissima in plastica per un totale di 90% di rPET utilizzato: 21500 sacchetti compostabili per ristoro. Circa il 50% del cibo e bevande nei pacchi gara è stato utilizzato con packaging assente, in plastica riciclata, di origine rinnovabile (anche in parte)	Dati raccolti da NATIVA & RCS Sport & Levissima

TABELLE KPI WIZZ AIR MILANO MARATHON

CAPITALE NATURALE		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
Consumo di acqua	Dato non monitorato	Dato non monitorato

EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
N° totale partecipanti	Marathon - 8,552 iscritti Relay - 15,358 staffettisti Family - 7,757 runners Dog Run - 500 partecipanti Scuole - oltre 427	RCS Sports & Events
% di risposta alla survey rivolta ai lavoratori	59,2%	Sondaggio di NATIVA 106 risposte su 179 questionari inviati 61 dipendenti di RCS, 45 collaboratori esterni per l'evento
3 priorità che secondo i lavoratori dovrebbero avere la MM il prossimo anno: Attenzione al benessere dei lavoratori e volontari che lavorano all'evento Attivazione di Sponsor e Partner impegnati sulle tematiche di sostenibilità sociale e/o ambientale Utilizzo di materiali più sostenibili e minimizzazione degli oggetti monouso	55% 48% 46%	Sondaggio di NATIVA
% risposta dei corridori	3,3% (6,2% MM, 2,3% Relay, 1,2% Family, 1,2% Dog Run)	Sondaggio di RCS Sport 1091 risposte (di cui 528 dalla MM, 6 dalla Dog Run, 96 dalla Family, 461 dalla Relay)
% completamento sondaggi da Charity coinvolte nella Relay Marathon	54%	Sondaggio di Rete del Dono 56 risposte su 104 sondaggi inviati
% dei corridori ha una percezione positiva della sostenibilità sociale dell'evento	65%	Sondaggio di RCS Sport
% dei corridori ha una percezione positiva della sostenibilità ambientale dell'evento	63,5%	Sondaggio di RCS Sport
Ore di formazione ai lavoratori di RCS/n° di persone coinvolte nella formazione	6h per il 100% della popolazione aziendale, fino a 10h di formazione a seconda del ruolo e del coinvolgimento rispetto alla sostenibilità dell'evento	NATIVA
N° di incontri/ore per il coinvolgimento di partner (sponsor, fornitori...)	7 incontri con ASICS, LEVISSIMA, AMSA, NOVI, ARCAPLANET, MICO, AE RISTORAZIONE	NATIVA

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE		
DATI E INDICATORI		
INDICATORE	VALORE	FONTE
% dei maratoneti si ritengono felici e soddisfatti post evento	95%	Sondaggio di RCS
Tasso di soddisfazione e felicità dei lavoratori	60%	Sondaggio di NATIVA
N° Charity che hanno aderito alla Relay Marathon	104	RCS
% di Charity che intendono partecipare anche all'edizione del prossimo anno	91%	Sondaggio di Rete del Dono 51 charity su 56 hanno risposto positivamente
% di Charity che si ritengono soddisfatte dell'evento	75%	Sondaggio di Rete del Dono
Rilevanza, in termini economici, della Wizz Air Milano Marathon per le Charity, confrontata con altri eventi di raccolta fondi	28% è l'evento più rilevante 45% è tra i 5 eventi più rilevanti 18% è tra i 10 eventi più rilevanti 9% nessuna delle precedenti	Sondaggio di Rete del Dono
% di Charity che nei loro stand avevano un programma di raccolta differenziata	59%	Sondaggio di Rete del Dono
N° donatori	19.336	Rete del Dono
Euro raccolti dalle Charity in questa edizione	1.456.927	Rete del Dono



Le informazioni presenti all'interno del documento sono state fornite da RCS Sports & Events e dagli altri partner dell'iniziativa espressamente citati nel Report. Queste si basano sulle migliori informazioni disponibili per una corretta rappresentazione delle performance. Le stime presenti sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e sono opportunamente segnalate.

Ove non diversamente indicato questo Report è stato scritto da NATIVA.

CREDITS

Analisi e contenuti

NATIVA

www.nativa.eco

