

Indice

- 🌿 LifeGate
- 🌿 Il progetto Stay for the Planet
- 🌿 I partner

01

La struttura e i contatti



**1 milione
di contatti**

CHI SIAMO

Esperti di
sostenibilità

PUNTI DI FORZA

Titolarità
Contenuti
Creatività

COSA FACCIAMO

Consulenza
Comunicazione
Progetti
Energia

Rassegna stampa

8

LOTTA ALLA CO2

Toyota, con l'Eco Tagliando un aiuto alla riforestazione

l'Eco Tagliando è l'iniziativa che permette a Toyota di offrire ai clienti la possibilità di trapiantare l'appuntamento con l'assistenza in un nuovo verde, e dare un contributo concreto all'obiettivo di un'automazione più efficace compensazione delle emissioni di CO2 della prima auto con il progetto di forestazione. In pratica è stata inaugurata al Parco del Ticino, in provincia di Varese, Toyota nate grazie a riforestazione: 231.000 metri quadrati che si estende su due diverse aree del Parco, 100.000 metri quadrati (Bosco Siro Negro) e 131.000 a Traverso la foresta di pianura. All'interno di quest'area

3

Su LifeGate la grande musica ha un'anima ecologista

Suoni e ritmi da tutto il mondo e una puntuale informazione dedicata all'ambiente. Questa è la ricetta di LifeGate radio, l'«anima musicale» di un più ampio progetto per lo sviluppo ecosostenibile che comprende anche un portale internet e un mensile in formato elettronico. «Romperci gli schermi è per LifeGate radio un punto di forza e di distinzione» spiega il direttore editoriale Simona Roveda. «Abbiamo impostato un palinsesto innovativo, moderno e agile, basato sulla successione di musica e notizie su ambiente e sostenibilità, senza dimenticare tutto ciò che rende migliore la qualità della vita. Quelle di Fabio Treves (62, sotto), Ezio Guaitamacchi e Massimo Villa sono le voci storiche della radio.

4

TECNOLOGIA

LifeGate radio

LifeGate radio è un progetto che ha come obiettivo principale quello di offrire ai suoi ascoltatori una puntuale informazione dedicata all'ambiente e alla sostenibilità, senza dimenticare tutto ciò che rende migliore la qualità della vita. Quelle di Fabio Treves (62, sotto), Ezio Guaitamacchi e Massimo Villa sono le voci storiche della radio.

2

CONSORZIO VILLORESI

Il Naviglio si fa bello e diventa più verde

IL NAVIGLIO GRANDE, uno dei più importanti canali di irrigazione del Nord, sta diventando un luogo di incontro per i cittadini. Il Consorzio Villoresi, che gestisce il canale, ha infatti avviato un progetto di riqualificazione ambientale e paesaggistica. L'obiettivo è quello di trasformare il Naviglio in un luogo di incontro per i cittadini, dove si possa godere la bellezza del paesaggio e della natura.

1

Le eco-compatibili che battono Kyoto

Prodotti a impatto zero

PROGETTO PAPERLESS

LifeGate

LifeGate è un progetto che ha come obiettivo principale quello di offrire ai suoi ascoltatori una puntuale informazione dedicata all'ambiente e alla sostenibilità, senza dimenticare tutto ciò che rende migliore la qualità della vita. Quelle di Fabio Treves (62, sotto), Ezio Guaitamacchi e Massimo Villa sono le voci storiche della radio.

Impatto zero, felicità a m

Studia, lavora, guadagna: non basta per essere felici. Dobbiamo rifare il mondo seguendo un'economia sostenibile.

Marco Roveda

Marco Roveda, presidente e fondatore di LifeGate, è un uomo che ha fatto della sostenibilità un punto di riferimento per la sua vita e per la sua attività. Ha fondato LifeGate radio e il mensile LifeGate, due progetti che hanno come obiettivo principale quello di offrire ai suoi ascoltatori una puntuale informazione dedicata all'ambiente e alla sostenibilità, senza dimenticare tutto ciò che rende migliore la qualità della vita.

MENO IMPATTO, VERDE

Corriere.it spazio all'ambiente

News, ecosondaggi, consigli, guide pratiche e un calcolatore di CO2. Sono solo alcune delle novità che adesso si possono trovare nella sezione Ambiente del Corriere.it. In un nuovo spazio «verde» creato in collaborazione con LifeGate, da anni un modello di riferimento per lo stile di vita ecosostenibile. Una nuova iniziativa sui temi ambientali dopo il lancio da parte del Corriere della Sera del mensile SetteGreen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I partner



I partner



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO



Provincia di Milano



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO



INTESA  SANPAOLO



Posteitaliane



FUJITSU COMPUTERS
SIEMENS



FONDAZIONE
NICOLA
TRUSSARDI



I partner

FOX



sky



GIUNTI EDITORE

CORRIERE DELLA SERA *it*

TOPOLINO



Classeditori

Edizioni Ambiente



Il Sole
24 ORE

L'espresso



Rolling Stone



lastminute.com

edel



EMI

iGrandiViaggi



Hotelplan

KEL 12



STAY FOR THE PLANET è il nuovo progetto ideato da **LifeGate** grazie al quale gli **hotel** possono diventare **SOSTENIBILI** e godere di **numerosi vantaggi**.

PERCHE' IL PROGETTO?

Il **turismo** in Italia ha un **impatto elevato sull'ambiente** in virtù sia dell'alto numero di strutture presenti sul territorio, sia del numero di turisti.

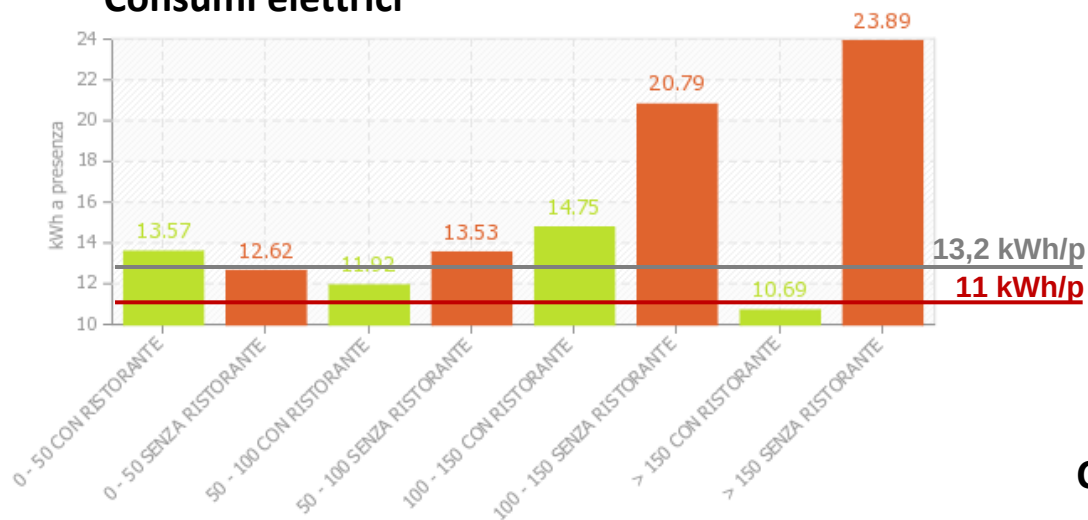
L'obiettivo di LifeGate è diffondere nel settore del turismo un **modello di gestione sostenibile** delle **strutture alberghiere** e creare una **mappa del territorio** che possa aiutare i "viaggiatori eco-consapevoli" nella scelta delle proprie vacanze.

Le competenze di **LifeGate** si sono unite all'esperienza di oltre 120 hotel appartenenti alla catena **Best Western** per realizzare un progetto **innovativo ed efficace**.

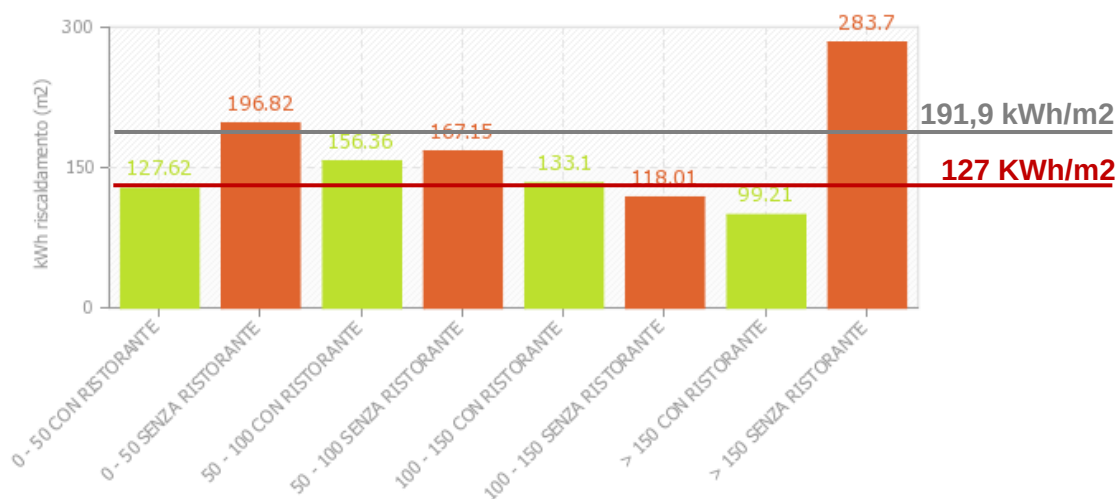


Premessa: Italy vs Europa

Consumi elettrici

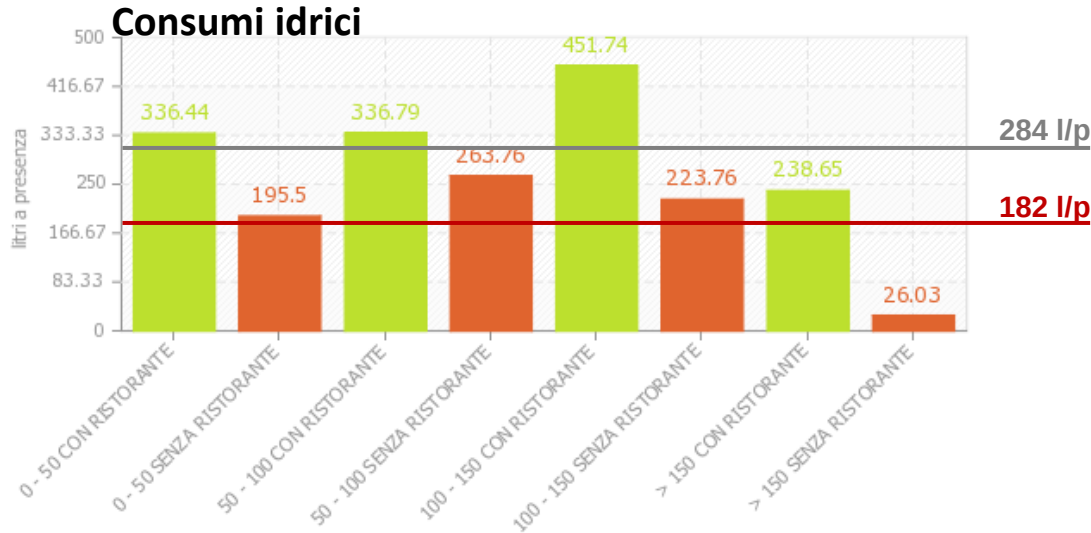


Consumi riscaldamento



Media hotel campione
Tour Bench UE

Premessa: Italy vs Europa



- 🌿 Opportunità di ottimizzazione e **maggiore efficienza** (buon potenziale di risparmio su consumi energetici e idrici)
- 🌿 Maggiore **competitività** sul mercato
- 🌿 Ampiezza del campione considerato: **oltre 5.000 hotel**

Media hotel campione
Tour Bench UE

Cosa ne pensano i tuoi clienti?



- Il **78%** vede nella sostenibilità una grande **opportunità di crescita per il turismo**
- Il **70%** afferma che «**a parità di prezzo preferisce hotel “verdi”**»
- Il **55%** **pagherebbe di più** a fronte di servizi eco, in particolare per menu BIO
- Il **37%** si informa, prevalentemente su **internet**, sul livello di sensibilità per l'ambiente della struttura ricettiva prima della conferma.

(Fonte: 2° Rapporto “Italiani, turismo sostenibile e ecoturismo” – feb. 2012, realizzato da Fondazione UniVerde e Ipr-Marketing)

Essere sostenibili è importante?



🌿 Dopo un test di 2 anni su 120 hotel il progetto è diventato **OBBLIGATORIO**

🌿 E' la base della politica ambientale del gruppo

Commento BW QUID HOTEL VENICE AIRPORT:

«L'aver ottenuto dopo il primo assessment la 4^a fogliolina è stato motivo di orgoglio e soddisfazione ed ha incentivato tutto il nostro staff ad avere sempre più attenzione nei confronti di queste tematiche: dal controllo bimensile dei consumi di energia elettrica, gas ed acqua al coinvolgimento di tutto il personale a pratiche e comportamenti volti a confermare e migliorare i risultati precedentemente raggiunti»

Essere sostenibili è importante?

- Per il Business Travel è già una necessità!



Cosa ti permette di fare



- ❧ Essere consapevoli dell'attuale livello di **sostenibilità** dell'hotel
- ❧ Disporre di **indicazioni utili** per **ridurre gli sprechi e i costi** di gestione.
- ❧ **Coinvolgere gli ospiti** in un'esperienza che rispetta **l'ambiente e le persone**.
- ❧ Dare una risposta concreta alla **crescente domanda** di **turismo sostenibile**.
- ❧ Raggiungere una **nuova fascia di clienti attenta alla sostenibilità**.
- ❧ Attivare **sinergie con le realtà locali** nella promozione attiva di «**eco turismo**».
- ❧ Disporre di **Indicatori Ambientali** internazionali per confrontarsi con gli altri hotel

Come funziona



Questionario:

- Dati quantitativi
- Dati qualitativi



Indicatori ambientali

misurano l'impatto ambientale in termini di:

Effetto Serra [GWP espresso in CO2 equivalente]

Fabbisogno Totale di Energia [GER espresso in MJ]

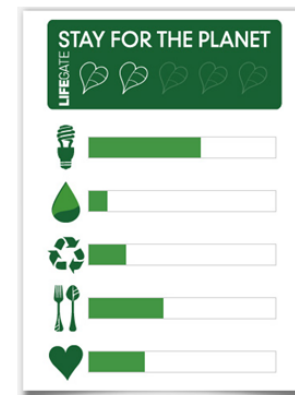
Water Footprint [Flussi diretti ed indiretti di acqua espressi in litri]

quantificati rispetto a unità funzionali: n° presenze e m²

Rating di Sostenibilità

è l'indice sintetico sviluppato da LifeGate per valutare il livello di sostenibilità dell'hotel.

E' costituito dalle "foglie" e da un punteggio per ogni Ambito di analisi.



Ambiti di analisi



Il questionario permette di mappare le performances dell'hotel in **5 ambiti** :



ENERGIA



Bollette – informazioni specifiche



ACQUA



Bollette – informazioni specifiche



RIFIUTI



Bollette – informazioni specifiche



ACQUISTI



Bollette – informazioni specifiche: centri acquisto

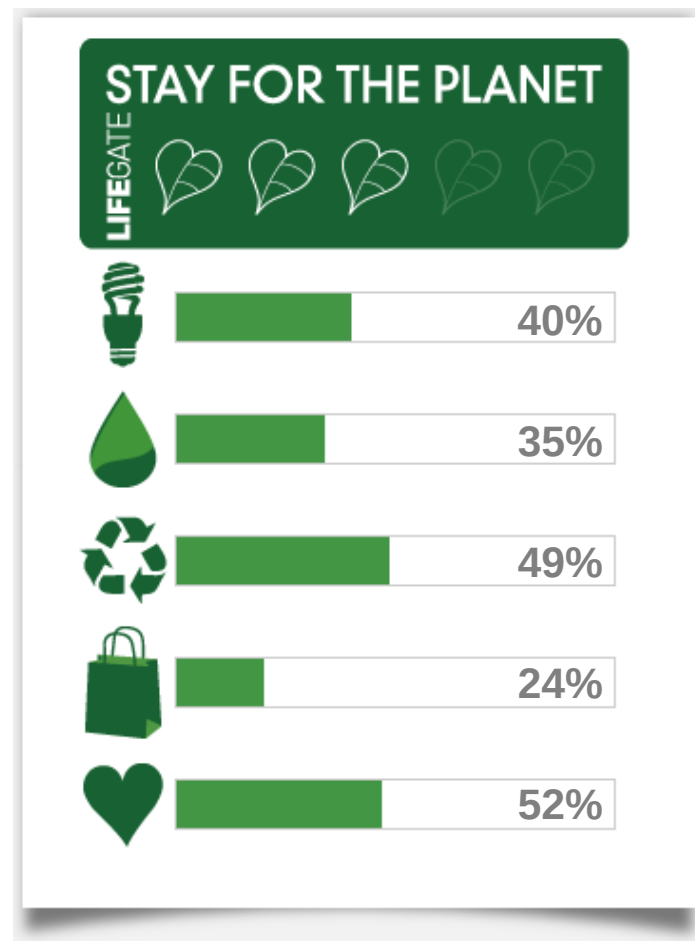


COMPORTAMENTI →

organizzazione logistica dei fornitori, gestione della mobilità di personale e clienti, sensibilizzazione degli ospiti e legame a iniziative sostenibili sul territorio

Rating di sostenibilità

- **Identifica la sostenibilità** dell'hotel
- **Certifica** l'impegno ambientale
- Lo **comunica** agli ospiti
- **Differenzia** l'hotel dalle altre strutture
- Comunica con una **nuova fascia di clienti**



Alcuni esempi

STAY FOR THE PLANET

Home

RIEPILOGO DATI

- + Energia
- + Acqua
- + Rifiuti
- + Approvvigionamenti
- + Comportamenti

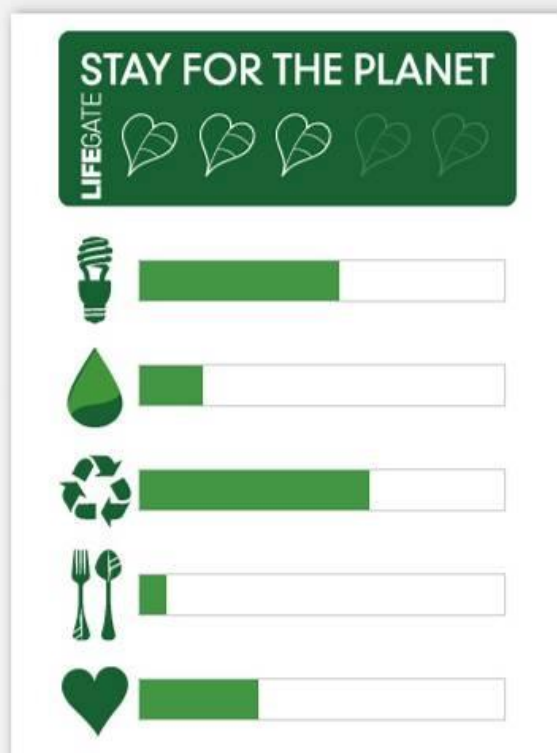
REPORT

- + Scarica
- + Visualizza

MODALITA' DEMO

Struttura: **Hotel B**

Genera codice da incorporare 



Grazie alla tua adesione a STAY FOR THE PLANET potrai valutare e monitorare la gestione sostenibile del tuo hotel tramite un **Rating di Sostenibilità** che esprime il punteggio totale in 'foglie' e misura la tua performance in ciascun ambito di analisi. Inoltre, gli **Indicatori Ambientali** traducono l'impatto sull'ambiente della tua attività nel complesso e in relazione al singolo ospite.

	Effetto Serra [kgCO2 eq]	Fabbisogno Energetico [MJ]	Water Footprint [liti]
A PRESENZA	7	111	375
TOTALE	659.330	11.062.401	42.411.944

Punteggio Totale **38,7/100**

Alcuni esempi

STAY FOR THE PLANET

Home » acqua

RIEPILOGO DATI

- + Energia
- + **Acqua**
 - Modifica dati
 - Visualizzazione
 - Punteggi
 - Suggerimenti
- + Rifiuti
- + Approvvigionamenti
- + Comportamenti

Struttura: **Hotel B**

Genera codice da incorporare ➔

	PERFORMANCE	PUNTEGGIO EFFETTIVO	PUNTEGGIO MASSIMO
ACQUA	18%	3,5	20

CONSUMI	PERFORMANCE AL 0%	0,0	5
---------	-------------------	-----	---

APPROVVIGIONAMENTI	PERFORMANCE AL 0%	0,0	5
--------------------	-------------------	-----	---

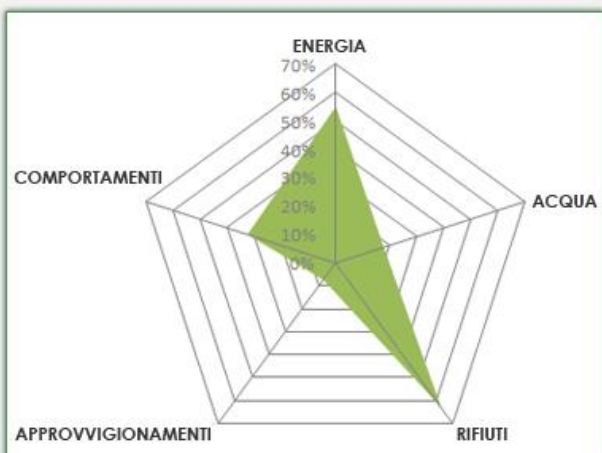
EFFICIENZA	PERFORMANCE AL 46%	2,3	5
------------	--------------------	-----	---

rubinetti Docce WC	33%
lettrodomestici	100%
manutenzione	0%
giardini e campi da golf	50%

ACQUE REFLUE	PERFORMANCE AL 50%	1,3	5
--------------	--------------------	-----	---

recupero	50%
trattamento acque reflue	0%

! 3 SUGGERIMENTI



Alcuni esempi

+ Energia

+ Acqua

- Modifica dati

- Visualizzazione

- Punteggi

- Suggerimenti

+ Rifiuti

+ Approvvigionamenti

+ Comportamenti

REPORT

+ Scarica

+ Visualizza

MODALITA' DEMO

Genera codice da incorporare

PERFORMANCE		PUNTEGGIO EFFETTIVO	PUNTEGGIO MASSIMO
ACQUA	18%	3,5	20

CONSUMI

APPROVVIGIONE

EFFICIENZA

ACQUE REFLUE

SUGGERIMENTO | MANUTENZIONE

TEMPI

COSTO

BENEFICIO

Eseguire con costanza i controlli per verificare eventuali perdite e le operazioni di manutenzione all'impianto idraulico. Un rubinetto che non chiude bene può perdere da 150 a 180 litri di acqua potabile al mese, e fino a 200 litri al giorno per una valvola difettosa nel serbatoio del WC.

medio
breve

a costo zero un controllo delle parti a vista

1 punto
per ambito

0,5 punti
sul totale

SUGGERIMENTO | MANUTENZIONE

TEMPI

COSTO

BENEFICIO

Ottimizzare la quantità dei detersivi. Utilizzare detersivi con tensioattivi naturali e/o marchiati Ecolabel o con altri marchi ecologici incide fortemente sui trattamenti delle acque reflue e sui fenomeni di eutrofizzazione.

medio
breve

Detersivo per pavimenti (5 litri) dai 13 ai 20€

1 punto
per ambito

1,3 punti
sul totale

SUGGERIMENTO | MANUTENZIONE

TEMPI

COSTO

BENEFICIO

Invitare i clienti e i dipendenti ad ottimizzare i consumi d'acqua attraverso indicazioni poste nelle camere e momenti di formazione rivolti al personale.

breve

minimo

1 punto
per ambito

0,2 punti
sul totale

Vantaggi per l'hotel



- ❧ **Risparmio economico:** ottenere consigli **mirati** su riduzione consumi e miglioramento dell'efficienza.
- ❧ **Disporre di un innovativo strumento di marketing** per clienti green: numero crescente di **turisti eco-sensibili** e **aziende** con green policy.
- ❧ Sfruttare **marchio e network LifeGate: visibilità, credibilità e appeal.**
- ❧ **Strumento di semplice utilizzo ma potente:** mantenere la riservatezza dei propri dati ma confronto con altri hotel (benchmark italiano ed europeo).
- ❧ **Consapevolezza e monitoraggio** del proprio impatto ambientale.

Comunicazione interna

MATERIALI DI COMUNICAZIONE

Composizione del kit di comunicazione base per sensibilizzare gli ospiti all'adozione di comportamenti sostenibili durante il proprio soggiorno. Tutti i materiali sono in duplice lingua, italiano e inglese.



Door hanger Camera
100 door hanger, in carta ecologica certificata, con eco-consigli per ridurre l'impatto ambientale



Door hanger Bagno
100 door hanger, in carta ecologica certificata, con eco-consigli per ridurre l'impatto ambientale



Targa Rating di Sostenibilità
totem tridimensionale, a base triangolare e altezza 80 cm, da posizionare nella hall dell'hotel, con descrizione del progetto



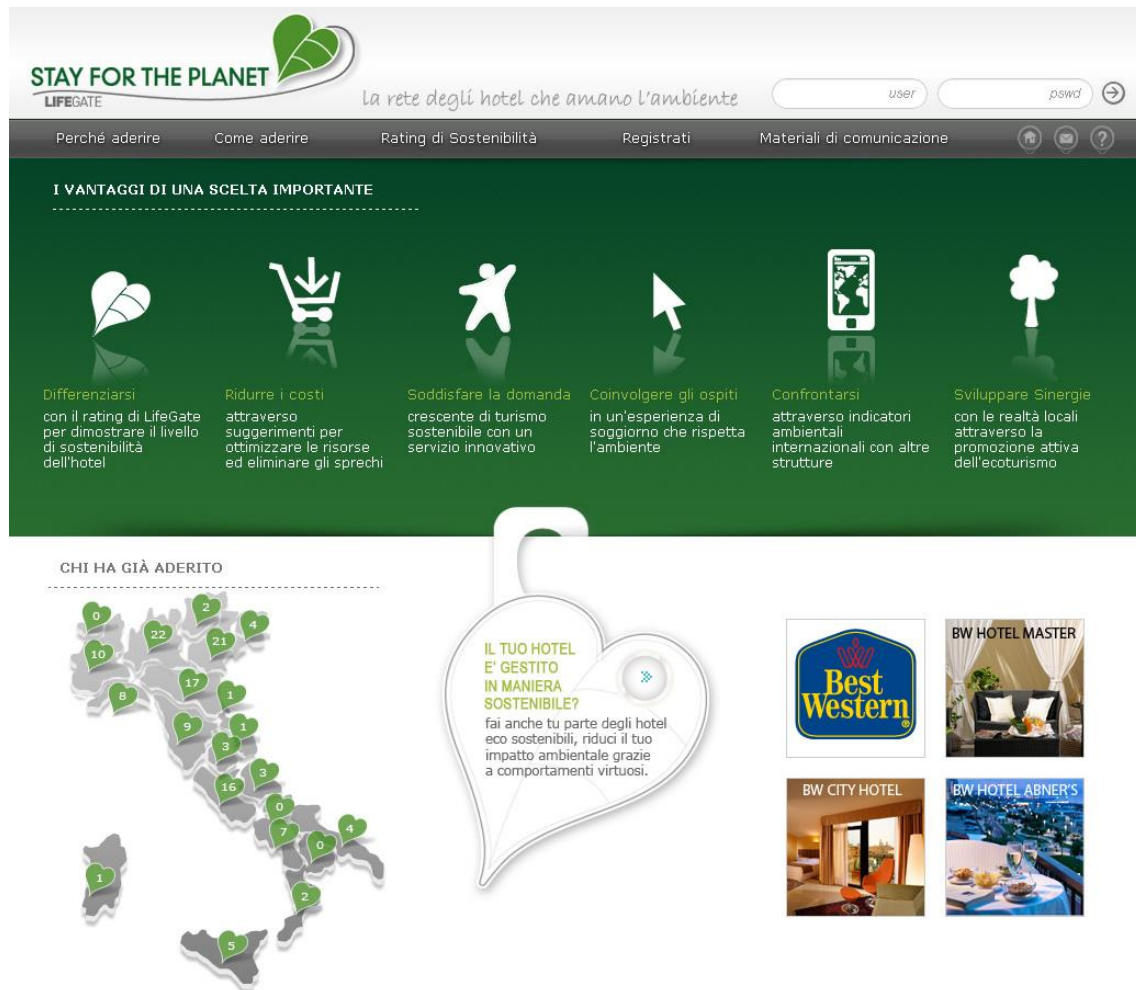
Rating di Sostenibilità
1 targa realizzata con struttura autoportante in carta ecologica certificata, da posizionare nella hall dell'hotel per mostrare il proprio Rating di Sostenibilità

....E MOLTO DI PIÙ

- 🍃 Brochure dettagliate sulle attività in atto
- 🍃 Key-holder
- 🍃 Card cambio lenzuola
- 🍃 Intervista direttore dell'hotel, in onda su LifeGate Radio e file audio per il sito dell'hotel
- 🍃 Ulteriore possibilità di realizzare materiali per l'allestimento dell'hotel (pannelli espositivi, etc..)

Comunicazione esterna

- Presenza sul sito
www.stayfortheplanet.it
- Comunicato stampa
- Testo ed immagini del progetto
per il sito web dell'hotel
- Newsletter per informare tutti
clienti



Conclusioni



- ❧ Crisi o **opportunità**? Es. EXPO e Business Travel
- ❧ La differenza tra **costi e investimenti**...
 - ❧ Quanto hai speso in 10 anni di bollette?
 - ❧ Quanto vale il 10% in più di fatturato? (margine!)
 - ❧ Senza offerta la domanda sembra invisibile...

Costi

NUMERO CAMERE	COSTI ADESIONE (QUOTA ANNUA)	
	1 anno	3 anni
Da 1 a 15	€ 980,00	€ 880,00
Da 15 a 60	€ 1.700,00	€ 1.490,00
Da 65 a 100	€ 2.200,00	€ 1.890,00
Oltre 100	Preventivo personalizzato	

I costi di adesione includono inoltre un kit di comunicazione base:

- 100 door hanger Camere
- 100 door hanger Bagno
- 1 targa Rating di sostenibilità
- 1 totem tridimensionale

Ulteriori materiali possono essere forniti a richiesta.



www.stayfortheplanet.it

Luca Fanchini

LifeGate

Tel. 347.4311906

lucafanchini@lifegate.it

