

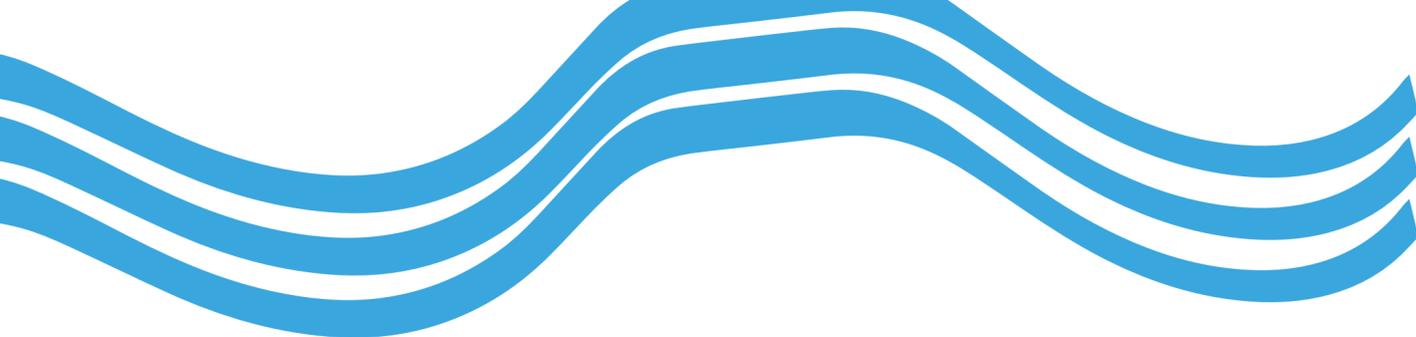


LEGACY REPORT

Fondamenta

Novembre 2022





Questo Legacy Report esplora quale sia stato il risultato generato da Jova Beach Party 2022 secondo una prospettiva di ecosistema e con un orizzonte temporale che si spinge oltre l'estate 2022. 'Legacy' esprime le conseguenze, sia dirette che indirette, l'eredità, di un'attività umana sulle persone e sul pianeta. 'Report' indica un'analisi finalizzata non solo a descrivere quanto è accaduto ma anche e soprattutto a migliorare. Questa è l'edizione 'fondamenta' perchè si offre come base su cui costruire le attività future.

“All your life you are going to struggle with weighty questions, probably, if you care about anything at all. When you do, here’s my advice: read, read, read, read, read, find out as much as you can about whatever the question might be. And, listen to all sides of the argument. When you’ve done that...do the right thing.”

Roger Waters quoting Mary Whyte, his mom

INDICE

JOVA BEACH PARTY LEGACY REPORT - FONDAMENTA	3	UNIRE LE FORZE	43
RIASSUNTO: SOTTO LA PUNTA DELL'ICEBERG	5	IL GRANDE CAVEAT	45
LEGACY	6	DA QUI IN POI	46
Cosa lascia il Jova Beach Party?	7		
L'Ecosistema JBP	8		
REGENERATIVE AMBITION	9		
LA NOSTRA AMBIZIONE RIGENERATIVA	10		
IL METODO	11		
COSA ABBIAMO MISURATO	12		
COME ABBIAMO MISURATO	13		
LA PAROLA AGLI ATTORI CHIAVE	15		
IL PROFILO DI RIGENERAZIONE	18		
IL PROFILO DI RIGENERAZIONE DEL JBP 2022	19		
COME LEGGERE IL PROFILO	21		
CIRCULARITÀ	23		
CAPITALE NATURALE	26		
RESILIENZA CLIMATICA	29		
EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO	33		
BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE	38		

JOVA BEACH PARTY LEGACY REPORT - FONDAMENTA

*“Mi offrono un incarico di responsabilità
Portare questa nave verso una rotta che nessuno sa”*
Jova

Senza Jova Beach Party il mondo sarebbe migliore o peggiore? Le persone starebbero meglio o peggio? E la natura? Se migliore, come e perché? Se peggiore, come e perché? Qual è la Legacy, l’eredità che Jova Beach Party 2022 lascia?

E soprattutto, come possiamo migliorare e cosa dobbiamo cambiare per essere buoni antenati?

Queste sono le domande fondamentali che hanno guidato la progettazione e lo svolgimento di Jova Beach Party e che guidano questo **Legacy Report, edizione ‘Fondamenta’**. Ce le siamo poste con il massimo della profondità e dell’attenzione possibili, perché tutte le attività umane - non solo un grande evento come questo ma anche attività quotidiane come nutrirsi, spostarsi o fare la lavatrice - in un mondo con otto miliardi di persone, devono fare i conti con gli equilibri degli ecosistemi e delle interazioni sociali.

È un Report perché è il racconto approfondito di un viaggio in un territorio sconosciuto e usiamo il termine ‘Fondamenta’ perché questo documento è una edizione zero, che non ha precedenti e vuole porre le basi per successivi sviluppi. Crediamo che sia necessario interrogarsi su questi temi in generale e noi abbiamo iniziato a farlo su noi stessi e su quello che ci sta più a cuore.

Dobbiamo chiederci se vogliamo “barricarci dentro casa con la tele accesa e la porta chiusa”, con le conseguenze che questo comporta - in termini di sofferenza e danni psicologici, sociali e economici - oppure **impegnarci a capire come le nostre attività, nel soddisfare fondamentali bisogni umani, impattano la società e la Natura, per intraprendere un radicale percorso di evoluzione.**

Oggi non è possibile realizzare un grande evento a impatto zero. Non è nemmeno possibile come singole persone vivere una vita semplice che sia sostenibile. Chi dice di farlo trasmette una comprensione semplicistica della realtà, quasi escludendo di essere parte del problema. E se si esclude di essere parte di un problema, difficilmente si potrà essere parte della soluzione.

Anche con le migliori intenzioni e il massimo dell’impegno, non è possibile oggi eliminare tutti gli impatti negativi delle attività umane, a causa di limiti culturali, tecnologici, organizzativi, burocratici o di costi. Oltre mezzo milione di persone, per l’esattezza 530.000, hanno partecipato a Jova Beach Party 2022, più di 25.000 per ogni data. Più di 360 professionisti hanno lavorato a tempo pieno per realizzare e fare funzionare questo gigantesco ‘organismo’. Si sono coinvolti migliaia di attori oltre ai partecipanti: territori, istituzioni, aziende. **Milioni di persone sono state raggiunte o influenzate.**

Abbiamo scelto di agire, fino dalle fasi progettuali, durante lo svolgimento di JBP e dopo, e sistematicamente fare tutto il possibile per capire quali fossero le scelte, dati i margini di manovra, per generare il miglior risultato possibile, non solo in termini di spettacolo ed esperienza, ma anche dal punto di vista di cosa sarebbe rimasto dopo, a 360 gradi.

Albert Einstein aveva scritto un cartello nel suo studio a Princeton: *“Non tutto ciò che può essere contato conta e non tutto ciò che conta può essere contato.”*

Abbiamo chiesto alle guide di [NATIVA](#), progettisti di rigenerazione, di aiutarci in questo percorso. Ci hanno supportato nella definizione di obiettivi di evoluzione, nella mappatura dei nostri impatti in ottica di miglioramento futuro e infine nella scrittura di questo Legacy Report. Con loro abbiamo misurato ciò che è stato possibile e abbiamo stimato o esplicitato quanto non è stato possibile misurare. Ora abbiamo una base di partenza per evolvere nel futuro.

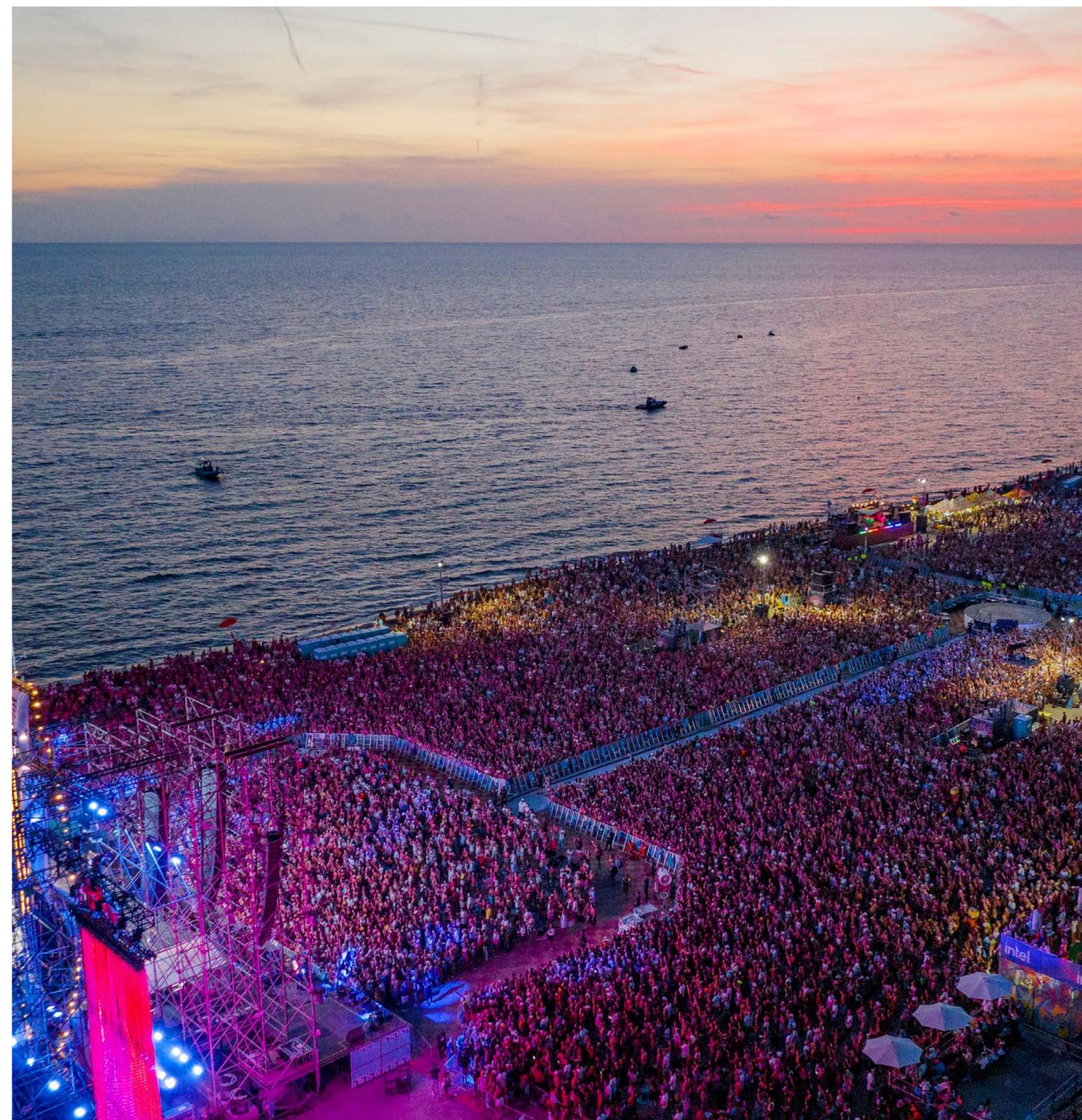
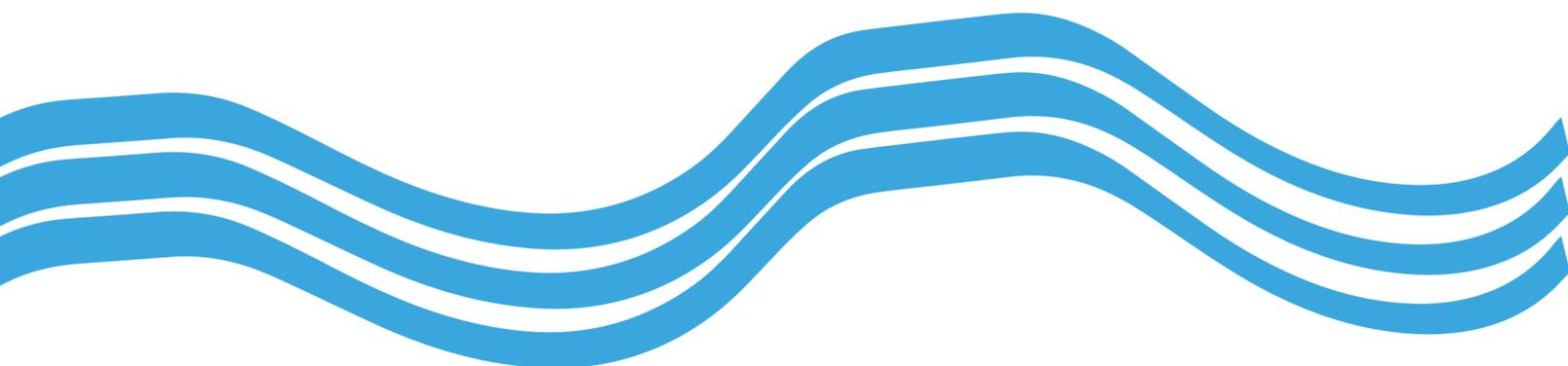
JBP ha lasciato una legacy di felicità, energia, entusiasmo, positività e attivazione di una parte bellissima dell’animo umano che chi ha partecipato ci testimonia avere un valore. Un valore duraturo nel tempo e rinnovabile, che assume un significato particolarmente importante dopo due anni di pandemia. E ha lasciato altre legacy, materiali e immateriali, che abbiamo voluto esplicitare.

Nelle prossime pagine racconteremo cosa siamo riusciti e cosa non siamo riusciti a fare, cosa ha funzionato e cosa non, e perché. Cosa abbiamo imparato, cosa è già cambiato dal 2019 al 2022 e cosa ci impegniamo a fare per il futuro.

Vogliamo condividere la nostra esperienza - in questo primo esperimento di misura sistemica degli impatti di un grande evento itinerante - **per migliorare noi stessi e anche per contribuire a fare in modo che altri possano imparare meglio e più rapidamente di quanto abbiamo fatto noi.** Confidiamo che il contenuto di questo report **serva anche a tutti quelli che fanno questo mestiere, che organizzano grandi eventi, culturali o anche manifestazioni sportive,** che ogni anno attivano centinaia di milioni di persone in Italia e miliardi in tutto il mondo.

Ci impegniamo a fare la nostra parte per creare un futuro che sia meglio del presente che abbiamo ereditato. **Invitiamo tutti a questa avventura e il nostro è un invito a braccia, mente e cuore aperti. Non vediamo altro modo.**

JBP team



RIASSUNTO: SOTTO LA PUNTA DELL'ICEBERG

“E sotto ai miei piedi c'è un pozzo e sulla mia testa c'è il cielo e io vivo proprio nel mezzo...”
Jova

Jova Beach Party è un **laboratorio unico nel suo genere**: Lorenzo Cherubini in arte Jovanotti, dal 2019, ha pensato di invitare, nel corso di un'estate, mezzo milione di umani a una festa in spiaggia. Inizialmente sembrava impossibile, le sfide da superare sono state enormi ma questa è solo una parte della storia.

JBP è solo la 'punta di un iceberg' e per capirlo bisogna immergersi e capire cosa c'è dentro e cosa c'è sotto. Senza una massa 9 volte più grande sotto il livello dell'acqua, la punta non potrebbe emergere. E noi ci siamo immersi in profondità e siamo andati a vedere.

JBP ha scelto fin dall'inizio di voler diventare anche uno spazio di esplorazione, un'avventura di apprendimento e di creazione di futuro.

Abbiamo visto e misurato, durante tutto JBP, che **un'energia vitale si attiva e vibra su una spiaggia, che è un'interfaccia tra terra e mare, in un modo non riproducibile in altri luoghi**. Quando ci si ritrova lì, all'inizio un po' spaesati, con la pelle nel sole e nel vento, con il mare la sabbia e la salsedine e le stelle, con il sudore e la polvere e la pioggia, magicamente si accende e brilla la nostra parte più profonda. **Perché la Natura non è un luogo là fuori, la Natura siamo noi stessi**. E sulla spiaggia che rappresenta un limite, una specie di pelle, una zona di confine in costante movimento, scatta quella molla che ci dà l'energia **per iniziare a pensare e agire diversamente**.

Oggi siamo chiamati a fare proprio questo, ragionare e decidere come non abbiamo mai fatto prima, in un'era in cui il pianeta è al limite e sentiamo davanti a noi una crisi climatica la cui portata non riusciamo nemmeno a immaginare. Siamo tutti in un momento della storia in cui ci rendiamo conto che **quello che abbiamo fatto fino ad ora non potrà funzionare nel futuro e al tempo stesso non sappiamo ancora come sarà fatto quel futuro che potrà funzionare**, che potrà essere sostenibile e inclusivo, in cui le attività umane lasceranno un'eredità, una legacy positiva.

Siamo nell'era 'pre-qualcosa' che ora non sappiamo nemmeno immaginare e nemmeno nominare.

Abbiamo bisogno di **una nuova visione del mondo**. A guidarci dev'essere una **prospettiva di rigenerazione**: puntare a restituire al pianeta più di quanto non prendiamo.

Ecco perché JBP è una sfida senza precedenti: perché se c'è attività umana, ci sono degli **impatti**, sicuramente **si utilizzano risorse**, si mobilitano persone e mezzi, si generano emissioni inquinanti. Le 21 date tra luglio e settembre 2022, in 12 diversi siti di cui 9 sul bagnasciuga e 3 sulla 'terraferma' sono state vissute da 530.000 persone. 40 bilici si sono spostati e più di 360 professionisti hanno lavorato a tempo pieno per realizzare e fare funzionare questo gigantesco 'organismo'.

E con questi numeri, per fare le cose "fatte bene" non basta limitarsi alle buone intenzioni. **Serve un'idea chiara dei propri obiettivi**, e soprattutto servono nuovi strumenti e approcci **per misurare ciò che è stato, con l'intenzione di imparare e migliorarsi**.

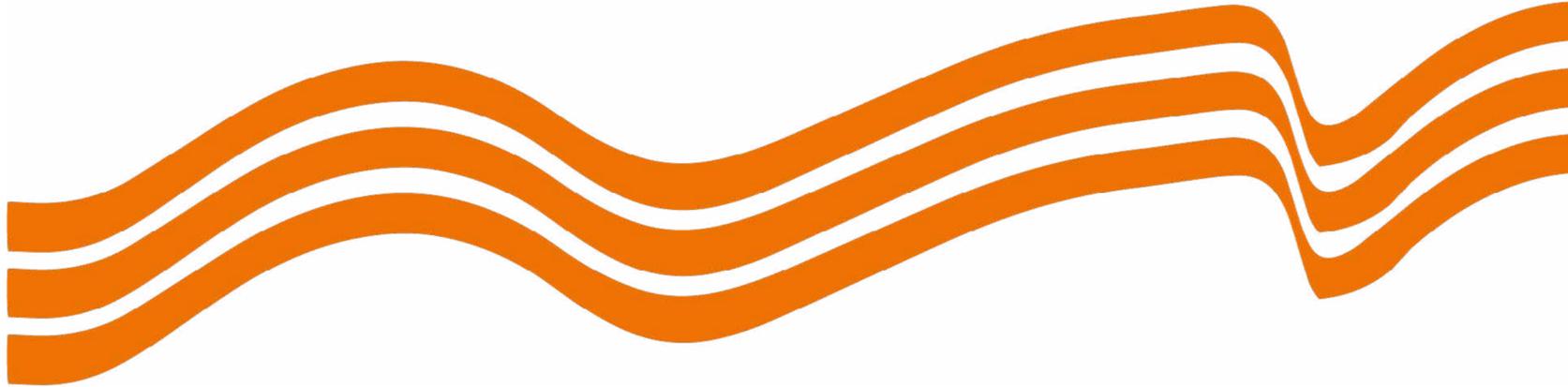
Persino per noi, che da anni **accompagniamo le aziende nella transizione verso paradigmi sostenibili**, JBP ha rappresentato un'avventura del tutto nuova, per intensità e magnitudo. Basti pensare che ogni data di JBP ha previsto oltre trenta minuti di messaggi sulla sostenibilità. Mezz'ora per ciascuno dei 530.000 partecipanti assommano ad **almeno 265 mila ore di educazione sulla sostenibilità e gli equilibri del pianeta. Sono 11 mila giorni, o 30 anni di vita**.

Abbiamo quindi pensato questo Report anche come **il racconto della creazione di un modello di misurazione e valutazione**, di un metodo che possa funzionare **non solo per JBP** ma per tutti i grandi eventi che in futuro vorranno darsi gli stessi obiettivi di rigenerazione.

Un metodo che richiede di **immergersi a mente aperta nell'ecosistema** bellissimo e complesso di un evento come questo, dove si incontrano le voci delle persone del JBP, dei collaboratori, dei partner, degli sponsor, dei territori, dei sindaci, delle associazioni, e soprattutto degli oltre 500.000 umani che hanno partecipato a questa festa senza precedenti.

Ecco, forse questo Report è proprio **il racconto di un'immersione, alla scoperta di un iceberg** di cui altrimenti non avremmo conosciuto che la punta. E una risorsa, per chi domani vorrà partire da qui.

NATIVA

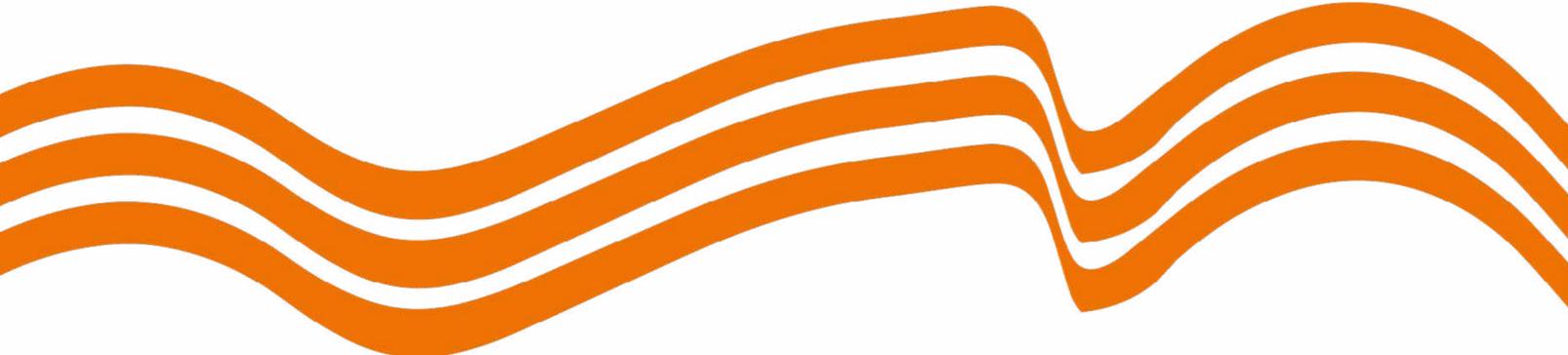


LEGACY

QUESTO REPORT PARLA DEL JOVA BEACH PARTY. MA NON SOLO.

“Questo documento nasce per capire e raccontare l’impatto del Jova Beach Party, i suoi successi e i suoi limiti, ma non solo. Ci piacerebbe che la nostra esperienza potesse diventare punto di partenza per altri, per fare ancora meglio di quanto non siamo riusciti a fare noi.”

JBP team



COSA LASCIA IL JOVA BEACH PARTY?

Qual è la Legacy, l'eredità che ciascuno lascia al suo passaggio?

Immaginiamo di guardare al presente dal futuro, e di farci guidare dalla domanda “come possiamo essere dei buoni antenati?”

Crediamo che se le attività umane fossero guidate da questa domanda, potremmo sperimentare uno straordinario miglioramento della condizione umana e della biosfera.

Alcune conseguenze delle nostre azioni e attività economiche sono ovvie, immediate, visibili e comprensibili, facili da misurare. In altri casi, le conseguenze sono invece al di fuori della nostra percezione e, più o meno consapevolmente, le consideriamo solo in parte o addirittura le ignoriamo. Con questo Legacy Report vogliamo contribuire a colmare questo spazio.

È vero, ad oggi esistono delle soluzioni e pratiche che permettono di ridurre l'impatto ambientale degli eventi musicali, ma per poterle applicare servono nuove leggi, investimenti, e un totale cambio di mentalità.

Jova Beach Party è il più grande evento musicale in Italia a scegliere di mettere la sostenibilità in posizione prioritaria nella sua scaletta. Ha deciso di muovere un passo avanti in questo processo che immaginiamo presto diventerà per tutti una priorità assoluta. **Ogni tour dovrebbe avere un esperto di sostenibilità incaricato di applicare soluzioni a basso impatto nella progettazione e realizzazione dell'evento.** Dobbiamo rendere obsoleti i generatori alimentati a energia fossile, gli spostamenti del pubblico con mezzi inquinanti, i materiali usa e getta.

Secondo il **Tyndall Center for Climate Change Research**, che ha sviluppato una roadmap per la musica live negli UK per affrontare la crisi climatica, l'uso di generatori diesel dovrà finire nel 2025. Per arrivarci serve l'attivazione di tutti, ora. Concepire e realizzare i nostri eventi in questo modo può avere un impatto enorme, per creare una cultura di sostenibilità.

“Io penso positivo Perché son vivo e finché son vivo Niente e nessuno al mondo Potrà fermarmi dal ragionare”

Jova

Pensare positivo nel XXI secolo vuol dire guardare in faccia alle sfide comuni e creare un terreno condiviso per affrontarle. Creare unione e spinta su temi di fondamentale importanza.

Qual è la legacy che il JBP 2022 vuole lasciare:

- Fare chiarezza, iniziare un percorso per garantire una **crescente trasparenza e accountability** verso chiunque voglia capire JBP - Intenzioni, pratiche, risultati, evoluzione futura.
- Essere base e **trampolino per l'evoluzione** della prossima edizione del JBP. Nel report sono raccontati i punti di forza e le aree in cui JBP vuole migliorare, includendo obiettivi e impegni per l'edizione successiva.
- Essere una lavagna dove **co-creare, immaginare e progettare nuove soluzioni**. Il report vuole essere un documento parlante, una porta che apra un dialogo virtuale e fisico da cui raccogliere prospettive esterne e proposte concrete, da parte di tutto l'ecosistema Jova Beach Party, da implementare nelle future edizioni.
- Contribuire con l'esperienza del JBP a influenzare o anche **trasformare positivamente l'intera industry**.

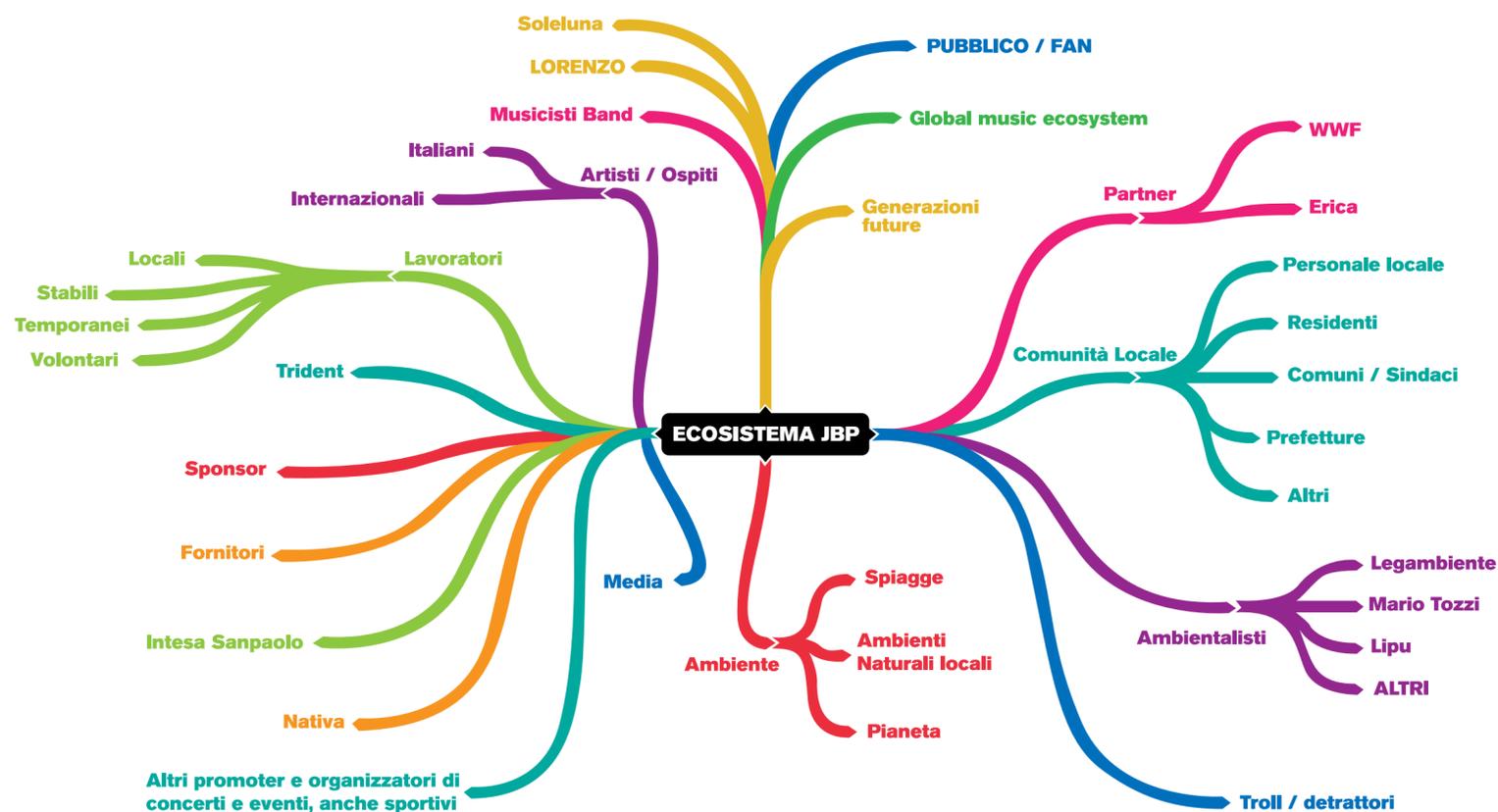


L'ECOSISTEMA JBP

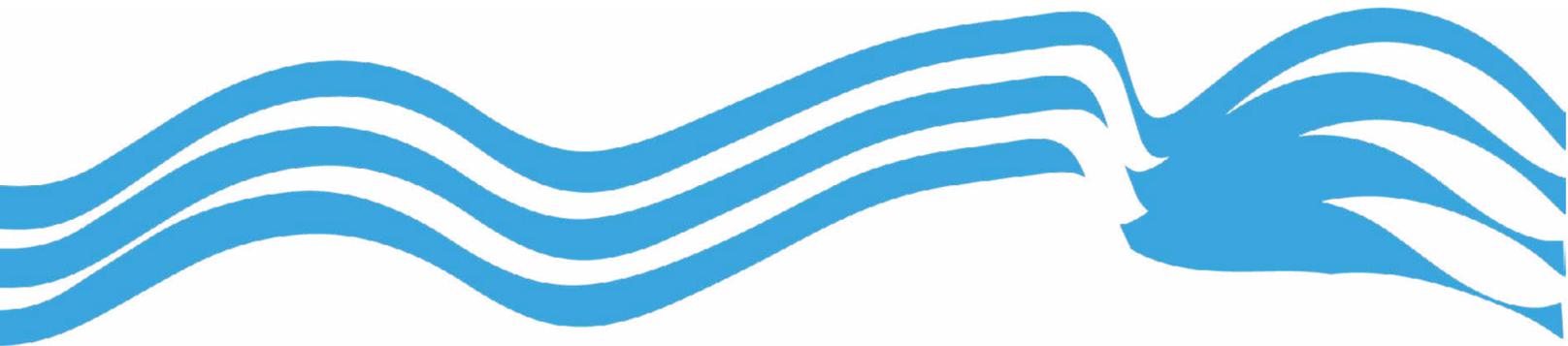
Un 'Ecosistema' è una rete complessa, un sistema interconnesso in cui coesistono diversi elementi, interdipendenti tra loro ed organizzati in modo coerente.

Questo Report guarda a JBP come a parte interdipendente di un **ECOSISTEMA**, di un insieme straordinariamente vasto e complesso senza il quale non esisterebbe. JBP è un connettore che mette in relazione tra loro migliaia o forse milioni di elementi, naturali e umani, territori, aziende e altre organizzazioni, con legami che agiscono nel presente e nel futuro. Questo concetto, per quanto semplice e intuitivo, richiede un lavoro e un'attenzione enormi per fare sì che ciascuna di queste connessioni e relazioni generi un impatto virtuoso, nel presente come nel futuro.

Nelle prossime pagine abbiamo iniziato a mappare e rappresentare 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.



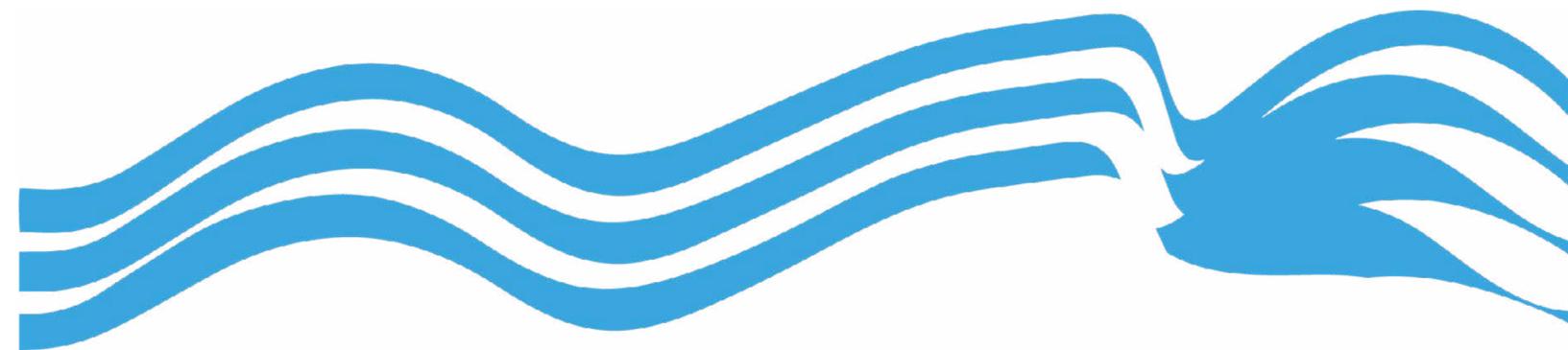
STAKEHOLDER ATTIVATI	AZIONI DI COINVOLGIMENTO
Trident (Organizzatore del Jova Beach Party)	Collaborazione continua per la misurazione degli impatti e la condivisione di azioni strategiche di miglioramento
Aziende e persone parte della "macchina organizzativa"	Collaborazione continua per la misurazione degli impatti
Lavoratori	Survey sul grado di coinvolgimento e sul benessere rispetto al lavoro con il JBP 2022
Pubblico	Survey sul grado di coinvolgimento riguardo a tematiche di sostenibilità e su benessere e felicità che ha generato il JBP nei partecipanti al tour
WWF	Dialoghi per collezionare la loro testimonianza e di scambio di conoscenze e coordinamento delle buone pratiche
Stand	Condivisione delle linee guida del WWF sull'approvvigionamento responsabile di materie prime e componenti a tutti gli stand
Fornitori	Condivisione delle linee guida per acquisti con requisiti ambientali e locali sull'approvvigionamento responsabile di materie prime e prodotti con tutti i fornitori



REGENERATIVE AMBITION

CHE EFFETTO VOGLIAMO AVERE SUL MONDO INTORNO A NOI?

Ci siamo avvicinati a questa sfida sapendo di dover definire degli obiettivi, che ci permettessero di valutare, al termine dell'evento, il suo reale impatto. In che modo JBP avrebbe restituito e rigenerato quello che il territorio e le comunità stavano offrendo?



LA NOSTRA AMBIZIONE RIGENERATIVA

Per lasciare una **legacy**, è necessario partire dal futuro. Ovvero, chiedersi: quale voglio che sia il lascito del JBP per le persone ed il pianeta del futuro? Solo spingendosi ad immaginare l'impensabile e definendo un'ambizione per il JBP, è possibile indirizzare l'impegno verso obiettivi precisi. In questo caso tutto nasce attorno al concetto di Rigenerazione. **Rigenerare significa "dare più di quello che si prende", includendo l'ambiente, gli aspetti sociali e culturali, e quelli economici.** È un concetto scientificamente complesso che si sta studiando a fondo e, nel contempo, è un semplice principio guida che può plasmare tutte le azioni che vengono compiute nell'organizzazione e gestione di un evento, incluso il Jova Beach Party.

Consapevole di questa complessità - e con la volontà di creare più valore di quanto se ne prenda - il team che ha originato e dato vita al JBP ha definito la propria "Regenerative Ambition". Questa esprime gli obiettivi di JBP legati al concetto di rigenerazione e serve per guidare le azioni future:

Jova Beach Party esiste per essere fonte di una nuova energia rigenerativa che trasforma le persone e le riconnette fra di loro e con la Natura

Su questa base è stato creato un manifesto, una roadmap che serve per coinvolgere ed ispirare tutti gli attori del Jova Beach Party, da chi vi partecipa, a chi vi lavora e chi lo ospita:

MANIFESTO DEL JOVA BEACH PARTY

VIVERE UN'ESPERIENZA CHE FA STARE BENE

Jova Beach Party esiste per far stare bene le persone. È uno spazio da vivere liberi, aperti all'energia, alle emozioni e alle sensazioni: un'occasione di scoperta che abbraccia tutti e tutte le generazioni, oltre che un'esperienza in cui immergersi, per uscirne cambiati in meglio. Uno shock positivo, fatto di suoni, immagini, e volti. Perché possiamo cambiare anche con le cose belle, non solo quando succede qualcosa di brutto. Crediamo nel divertimento e nella gioia come forze di rigenerazione. Jova Beach Party è un'avventura che permette di sperimentare e riconoscere la connessione tra esseri umani e natura, un'atmosfera magica che diventa energia per agire.

CONDIVIDERE LA CULTURA

Il nostro scopo è creare uno spettacolo che lasci l'ambiente, le persone e le comunità migliori di come le si sono trovate, per abbracciare l'opportunità di essere precursori di una nuova era. Jova Beach Party è la realizzazione di qualcosa mai vissuto prima, per contribuire a creare una nuova cultura, in cui ciascuno comprende la possibilità di avere un impatto positivo. Trasmettiamo messaggi e nuove prospettive che aiutano a creare il futuro in cui desideriamo vivere. Vivere il Jova Beach Party significa essere parte di una festa in cui ci rendiamo davvero conto del ruolo personale e collettivo che abbiamo nel flusso delle cose.

DIFFONDERE LA RIGENERAZIONE

Con Jova Beach Party diamo vita a un viaggio in cui tutti siamo invitati ad abbracciare l'imprevedibilità e l'improvvisazione, a ripensare le nostre azioni affinché siano guidate dal rispetto, dalla cura e dal voler stare bene. Un viaggio in cui l'umanità e la natura sono i punti cardinali di riferimento. Vivere sulla propria pelle un'esperienza felice trasforma, ispira e spinge a ricreare quelle stesse condizioni positive che si sono vissute. Ciascuno di noi diventa eco della singola tappa per accendere la rigenerazione nelle nostre famiglie e comunità, in tutto il Pianeta.

"Il Jova Beach Party è un momento di festa e di gioia, con artisti provenienti da tutto il mondo, capaci di portare la loro diversità sul palco e farci scoprire nuovi generi musicali. Vogliamo (ri)portare umanità in questa industria."

Marco Sorrentino, Artist Manager, sulla Regenerative Ambition



IL METODO

COME MISURIAMO L'IMPATTO DI UN GRANDE EVENTO?

Scegliere le giuste metriche è stato un passaggio delicato: dovevamo tenere conto degli impatti tangibili, certo, ma anche di quelli intangibili che derivano da un evento di questo tipo, ad esempio il benessere delle persone e le ricadute sui territori, non solo nel breve ma anche su orizzonti più lunghi. E poi, come misurarli in modo rigoroso, coinvolgendo più persone possibile?



COSA ABBIAMO MISURATO

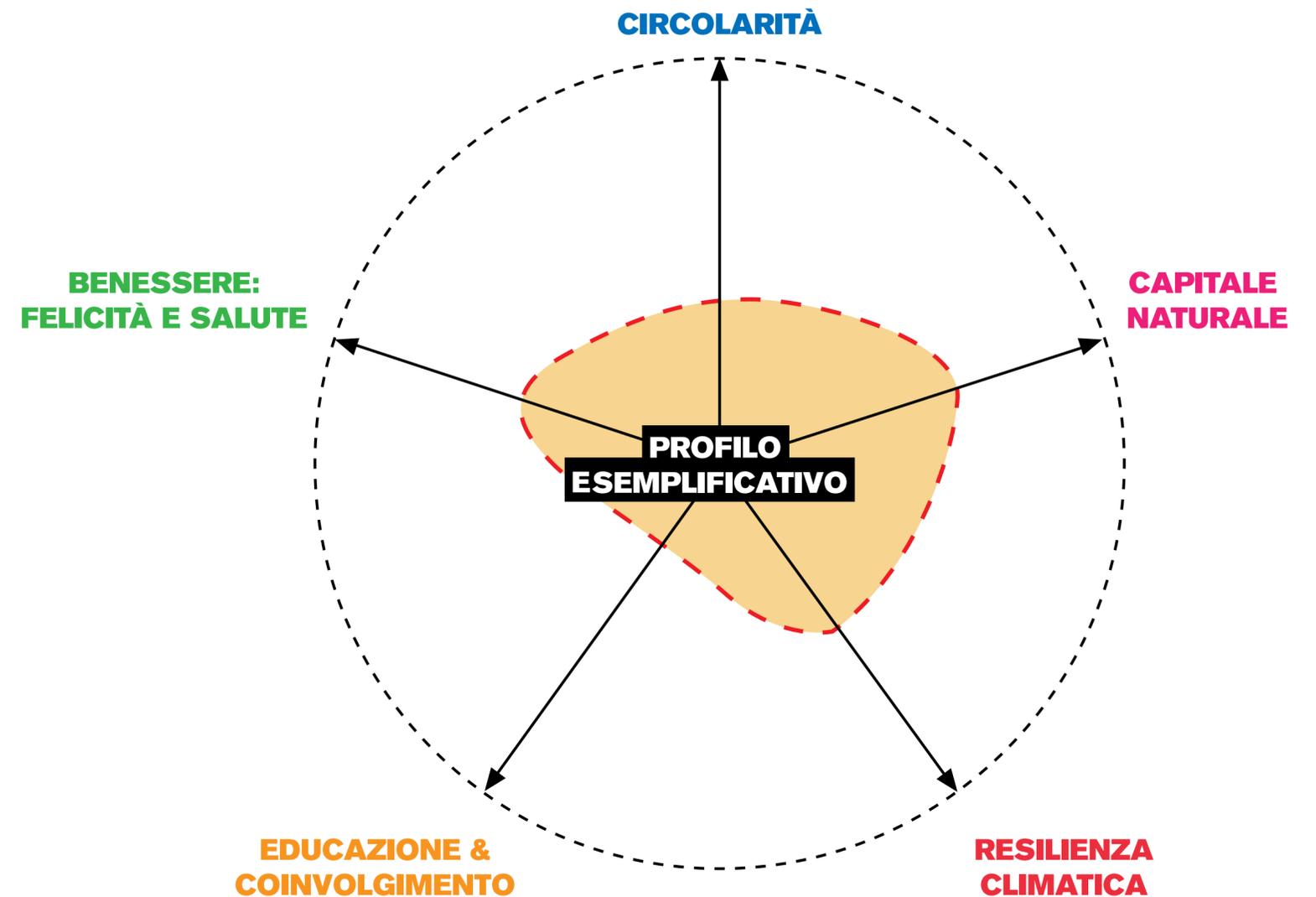
“It’s better to be approximately right than exactly wrong”

Carveth Read

Regenerative Ambition e Manifesto servono per indicare una direzione, e sono un primo passo. Per creare un evento che tenda verso effetti rigenerativi, il passo successivo è **misurarsi**. Abbiamo identificato tutti gli aspetti principali che potessero creare un **impatto economico, sociale e ambientale, sia positivi che negativi**, iniziando ad interrogarci su di essi in un framework unico e sistemico. Le diverse dimensioni sulle quali il JBP genera un impatto devono infatti essere studiate e consapevolmente considerate per definire quale sia l’impatto complessivo del tour. E’ fondamentale considerare in questa analisi tutti gli stakeholder, ossia tutti i “portatori di interessi”, che per il JBP sono gli attori individuati all’interno dell’ECOSISTEMA JBP.

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

- **Circolarità**: adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti, ecc), in tutte le fasi di progettazione e svolgimento dei concerti.
- **Capitale Naturale**: impatti sugli ecosistemi e sulla biodiversità.
- **Resilienza Climatica**: gestione e misurazione delle emissioni di gas clima-alteranti.
- **Educazione e Coinvolgimento**: promozione di comportamenti sostenibili, sensibilizzazione e attivazione dell’impegno individuale.
- **Benessere: felicità e salute**: generazione di benessere per tutte le persone coinvolte, in particolare i partecipanti, i lavoratori e le comunità locali.



Profilo di Rigenerazione

COME ABBIAMO MISURATO

Per JBP abbiamo progettato e adottato un nuovo approccio, fondato su una prospettiva sistemica, a 360 gradi, di tutti gli impatti generati, guardando anche le interazioni tra di loro. Una misura di questo tipo non ha precedenti di applicazione al mondo degli eventi: la condividiamo quindi come caso pilota per questo tipo di analisi, mirata a identificare e mettere a sistema tutti gli impatti, e valutarne le opportunità di miglioramento.

Il risultato è la misura dell'allineamento delle scelte progettuali e delle operazioni del JBP rispetto agli obiettivi di impatto positivo.

METODOLOGIA

Abbiamo raccolto informazioni di carattere qualitativo e quantitativo, ingaggiando tutte le aree e funzioni chiave dell'organizzazione di Jova Beach Party - Fornitori, Organizzazione Interna, Stakeholder Locali, Partner e molti altri ancora - nel rispondere ad oltre 150 domande che coprono tutte le aree di analisi.

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 200.000 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. Questo ci aiuta a strutturare la misurazione degli impatti legati al benessere delle persone, distinguendo 'bisogni' dai 'soddisfattori' degli stessi e analizzando se i bisogni delle persone sono soddisfatti, o invece ostacolati.
- 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 quali-quantitativi** adottando una metodologia allineata **con il Modello PROBE¹**.

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 - in una corrispondenza 1:1 - 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 allineato ad un approccio rigenerativo. Un 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 non crea un impatto negativo, 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 eliminazione, qualora possibile, o riduzione, **e alla massimizzazione degli impatti positivi che è possibile generare**, premiando quegli approcci orientati a costruire un'eredità positiva nel lungo termine.

Per esempio, nell'area circolarità, la gestione dei rifiuti viene associata al livello più basso nel caso di assenza di raccolta differenziata, mentre è associata al livello più alto nel caso di riciclaggio del 100% dei rifiuti; le percentuali intermedie determinano un livello intermedio.

La somma dei livelli 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 del JBP 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 impattino una platea sempre più inclusiva di stakeholder.

¹ 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 permette di valutarle rispetto all'allineamento a scenari descritti, in cui il punteggio massimo è associato alle migliori pratiche esistenti.

COME ABBIAMO RACCOLTO LE INFORMAZIONI

- **Interviste** con persone chiave della **macchina organizzativa**, per coprire tutte le aree di analisi: abbiamo intervistato 15 referenti rappresentativi di tutte le aree e contattato un numero più ampio di stakeholder e personale coinvolto per la raccolta dati.
- Raccolta **informazioni pubbliche** e **dati quantitativi** disponibili: durante e dopo il JBP 2022 abbiamo raccolto dati di consumo disponibili, statistiche e numeriche, utili alla creazione di una baseline numerica che desse solidità agli output del modello e ponesse le basi per la definizione di target futuri di miglioramento.
- **Interviste** con alcune **persone chiave delle comunità locali** che hanno ospitato gli eventi: abbiamo condotto interviste, ascoltando sindaci, assessori, altri dipendenti pubblici e giornalisti delle comunità locali che hanno ospitato il JBP 2022, prima e/o dopo il tour, per raccogliere le loro storie e prospettive e supportare l'analisi degli impatti locali creati. In particolare abbiamo ascoltato i rappresentanti di Bresso, Roccella Jonica, Fermo, Marina di Ravenna, Castel Volturno e Vasto.
- **Survey anonime per i lavoratori coinvolti e i partecipanti**: Le survey ci hanno permesso di raccogliere il grado di soddisfazione, coinvolgimento e avvicinamento a tematiche di sostenibilità ambientale ed inclusione di queste due categorie fondamentali di stakeholder. Il tasso di risposta delle survey è stato molto alto, con più di 300 risposte dai lavoratori coinvolti nel JBP e più di 405.000 dalle persone del pubblico.
- Monitoraggio durante gli eventi tramite **sopralluoghi e audit on site**: i sopralluoghi ci hanno permesso di verificare alcune delle informazioni raccolte e di collezionare fotografie e in pututili a consolidare i risultati del modello.

LE AREE DI IMPATTO

La tabella che segue mostra le sottocategorie investigate tramite le domande del modello di analisi.

CATEGORIE DI IMPATTO	AREE DI ANALISI
Circolarità	<ul style="list-style-type: none"> ● Packaging per cibo e bevande ● Materiali per palco, video, luci e audio ● Materiali per stand degli sponsor ● Infrastruttura (passerelle, transenne,..) ● Rifiuti
Capitale Naturale	<ul style="list-style-type: none"> ● Biodiversità ● Acqua ● Inquinamento
Resilienza climatica	<ul style="list-style-type: none"> ● Energia ● Logistica ● Cibo
Educazione e Coinvolgimento	<ul style="list-style-type: none"> ● Missione ● Trasparenza e monitoraggi ● Messaggi educativi e ingaggio delle persone ● Coinvolgimento degli attori
Benessere, felicità e salute	<ul style="list-style-type: none"> ● Sicurezza ● Lavoratori ● Comunità locale ● Partecipanti ● Diversità e inclusione

LA PAROLA AGLI ATTORI CHIAVE

UMANOMETRO: LA PROSPETTIVA DEI PARTECIPANTI

“Dottore, che sintomi ha la felicità?”

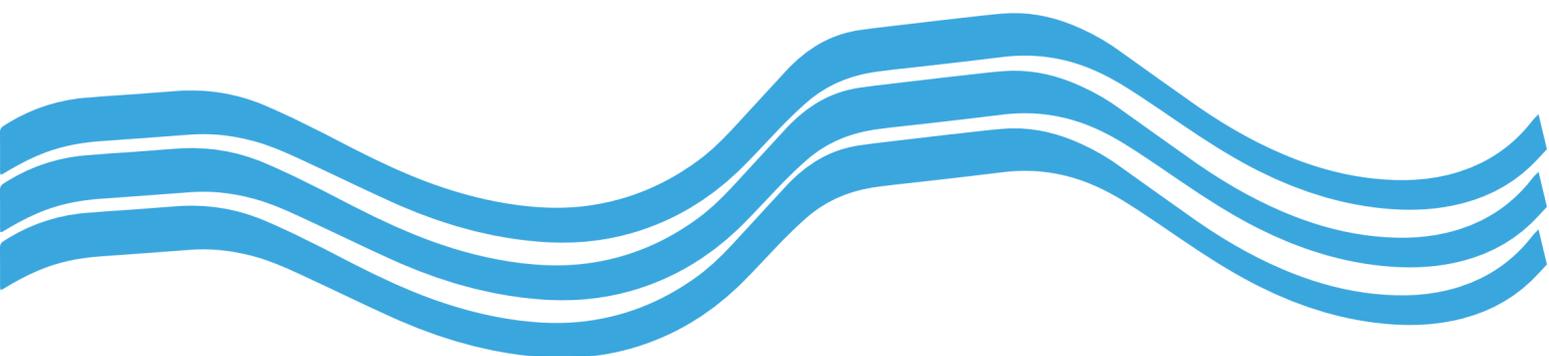
Jova

Un elemento fondamentale per definire gli impatti del JBP e i suoi elementi rigenerativi è stata la survey proposta ai partecipanti alla fine del tour. Abbiamo chiamato questa survey “Umanometro” poiché ha analizzato quanto il JBP abbia un impatto positivo sulle persone che vi partecipano in termini di felicità, e quindi quanto valorizzi e permetta a ciascuno di avvicinarsi al proprio “essere umano”.

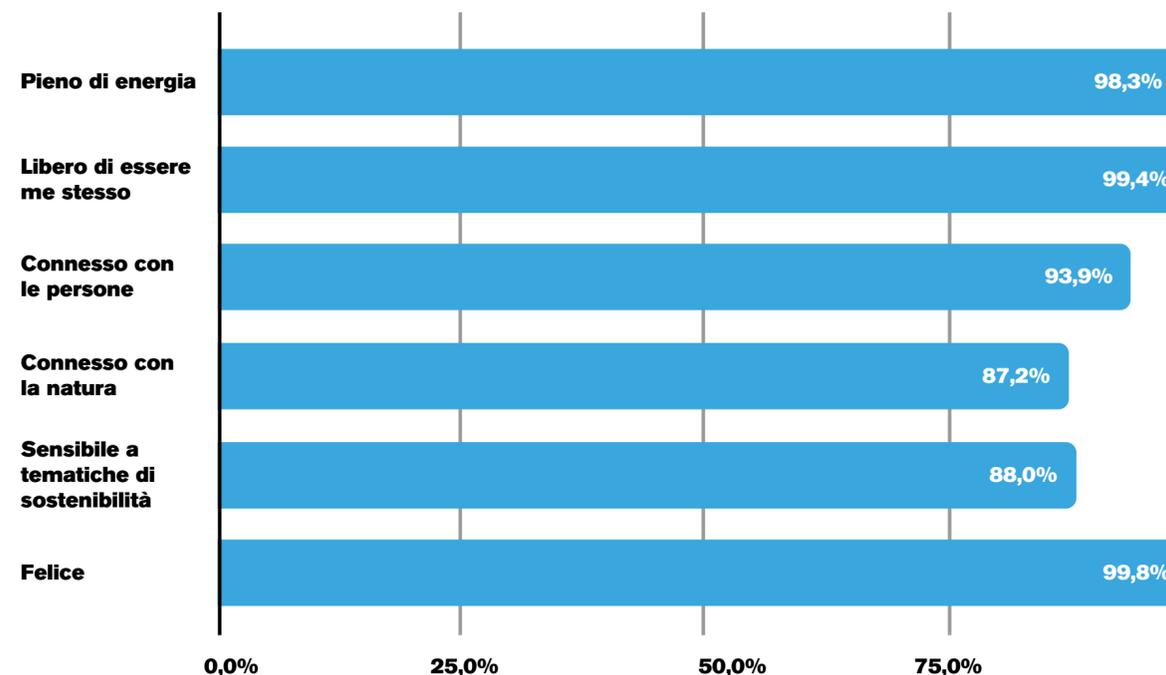
Su 530.000 partecipanti al JBP, 405.000 hanno risposto alla survey.

La survey si articola in semplici e dirette domande, chiedendo di assegnare a ciascuna frase un punteggio da 1 a 5, dove 5 rappresenta il massimo. I risultati sono riassunti nelle immagini sotto ed indicano la percentuale dei rispondenti che hanno risposto con valutazione massima (punteggio massimo di 5 su 5).

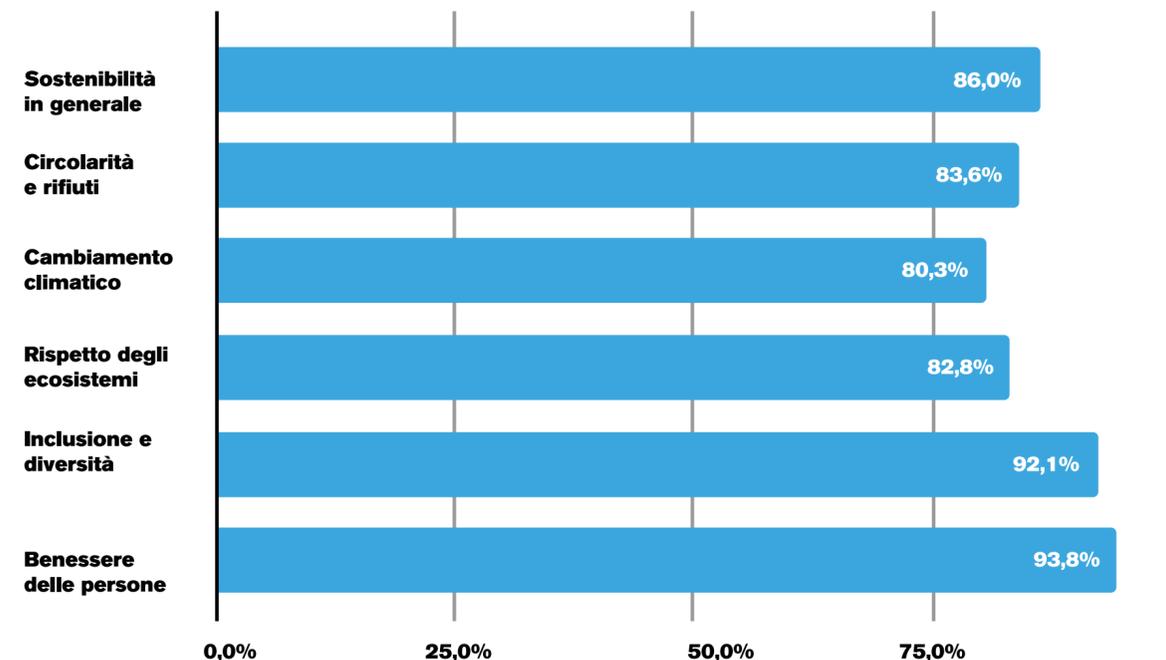
Il 99,8% ha risposto 5 / 5 alla domanda “Quanto JBP ha contribuito a renderti Felice?”



QUANTO IL JBP HA CONTRIBUITO A “FARTI BRILLARE” ?



QUANTO IL JBP HA CONTRIBUITO A FARTI CAPIRE MEGLIO O ALZARE LA TUA ATTENZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ



COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI

Di particolare rilevanza sono stati i dialoghi con gli Stakeholder Locali che ci hanno permesso di evidenziare le esigenze dei territori insieme alle opportunità di impatto (positivo) e dei punti di attenzione per Jova Beach Party.

“Un ricordo collettivo dell’esperienza che rimane anche dopo: messaggio di uscire di casa, vivere gli spazi aperti, essere protagonisti e riprendersi gli spazi sociali.”

Roccella Ionica - Vittorio Zito (Sindaco)

“La cosa più bella che immagino in 5 anni è un Jova Beach Party pieno di famiglie. Vogliamo rendere il territorio attrattivo per loro e per i giovani”.

Bresso - Simone Caio (Sindaco) e Cristina Dimasi (Assessore)

“Abbiamo approfittato dell’evento per bonificare un’area e dare un’immagine diversa della città. L’intervento è stato deciso dal comune, era necessario e rimane nel tempo”.

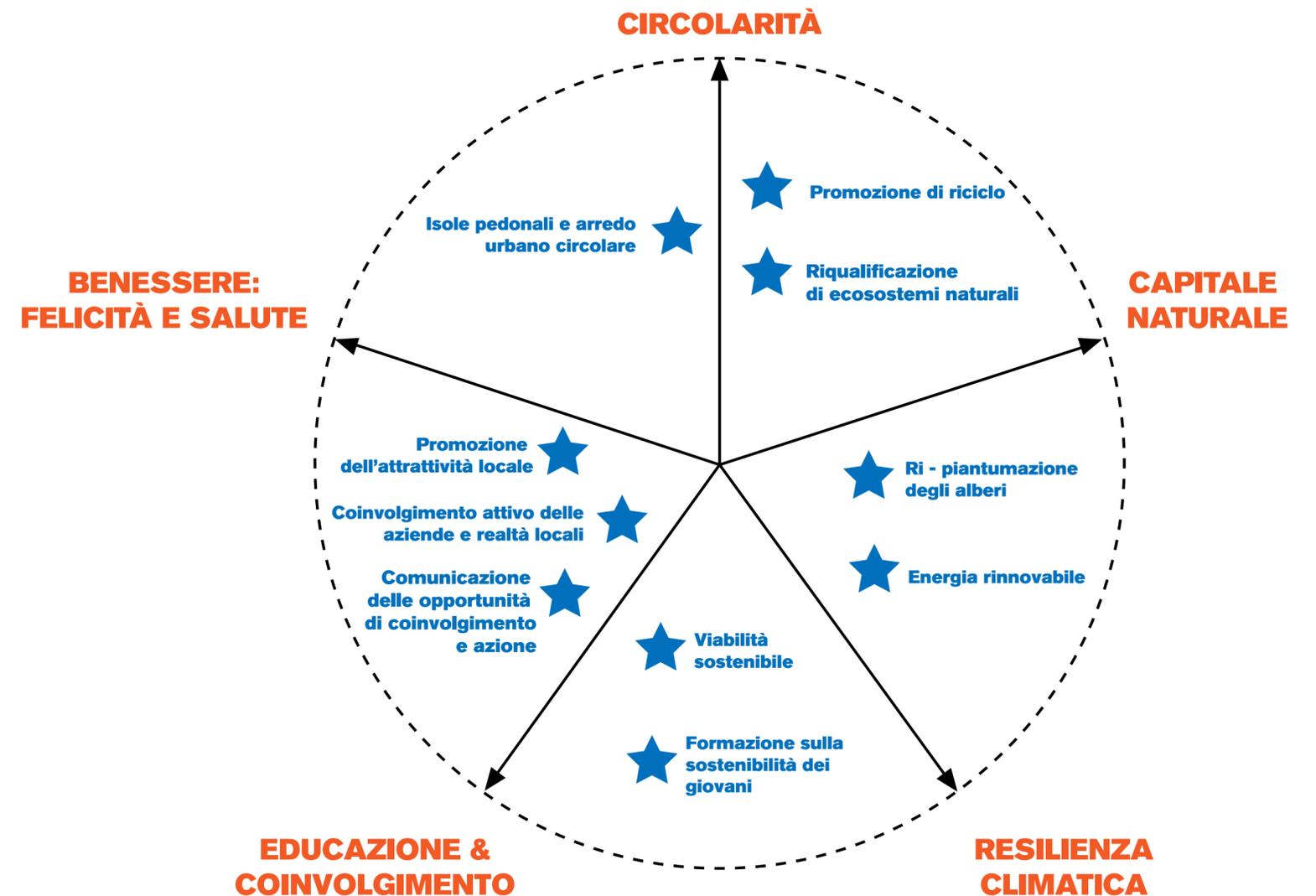
Vasto - Alfonso Mercogliano (avvocato comunale)

Il tema trasversale emerso tramite i dialoghi con gli stakeholder locali è che:

Il Jova Beach Party ha la capacità di mostrare ai territori il loro potenziale e di creare le opportunità per avviare quelle trasformazioni positive, diverse in ogni località, che il territorio desidera intraprendere.

Alcuni degli altri elementi comuni di trasformazione locale emersi come prioritari per il futuro dei territori sono la mobilità sostenibile, la riqualificazione degli spazi naturali e comuni (come piazze e lungomare), la promozione delle ricchezze culturali e paesaggistiche e la promozione di un turismo sano, proprio come quello portato dal Jova Beach Party.

In questo grafico è possibile vedere tutti gli elementi emersi dalle conversazioni con i rappresentanti delle comunità locali, che abbiamo utilizzato per progettare al meglio l’edizione del 2022 e che saranno utilizzati per la futura edizione, posizionati in corrispondenza del loro potenziale impatto positivo sul Profilo di Rigenerazione del JBP 2022.



SONDAGGIO AI LAVORATORI

“Cerca di essere uomo prima di essere gente.”

Jova

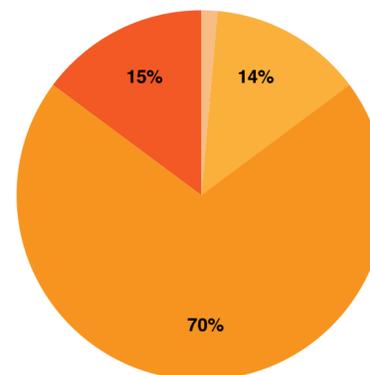
Non dobbiamo dimenticarci che dietro un evento di queste dimensioni esiste una grande macchina organizzativa che ha permesso di far accadere l'impensabile: portare un tour nelle spiagge di tutta Italia. Il JBP, oltre a sostenere economicamente i lavoratori e a rispettare le normative (ad esempio Salute e Sicurezza) e gli standard sociali universalmente riconosciuti (vedi ad esempio Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro e suoi seguiti, 1998), ha intenzionalmente iniziato a misurare il livello di benessere delle persone che hanno lavorato al tour.

Per coerenza inoltre è stato importante sottoporre una survey alla fine del tour alle persone che hanno contribuito a rendere possibile che tutti si divertissero. Il questionario si articola in alcune semplici domande a risposta multipla che ha permesso di analizzare quanto il JBP abbia un impatto positivo sulle persone che ci lavorano in termini di livello di serenità (opposto a stress), inclusività e ascolto delle opinioni dei collaboratori, etc. Più di 300 su 360 dei lavoratori che hanno ricevuto il questionario hanno risposto alle domande. Le percentuali di risposta sono riportate nei grafici.

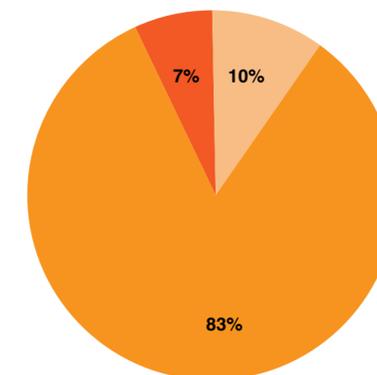
LEGENDA

- 1 (poco)
- 2 (abbastanza)
- 3 (parecchio)
- 4 (molto)

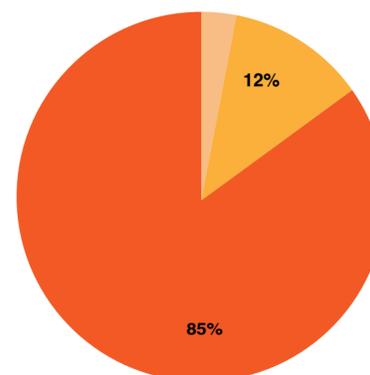
Quanto è il tuo livello di serenità (contrario di stress) sul lavoro?



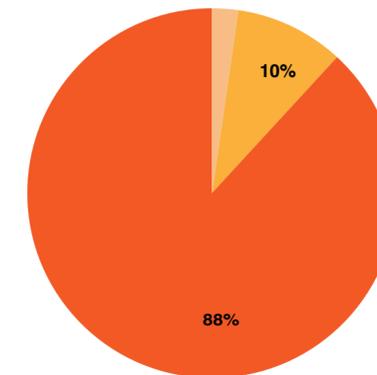
Vengono apprezzate le tue opinioni ed i tuoi input riguardanti il lavoro?



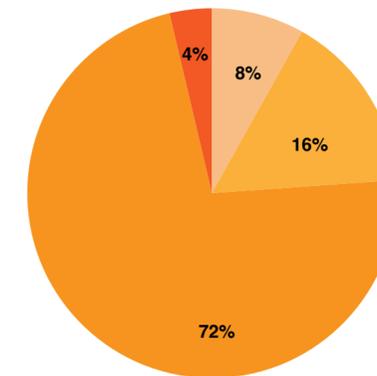
Hai opportunità di apprendere nuove abilità

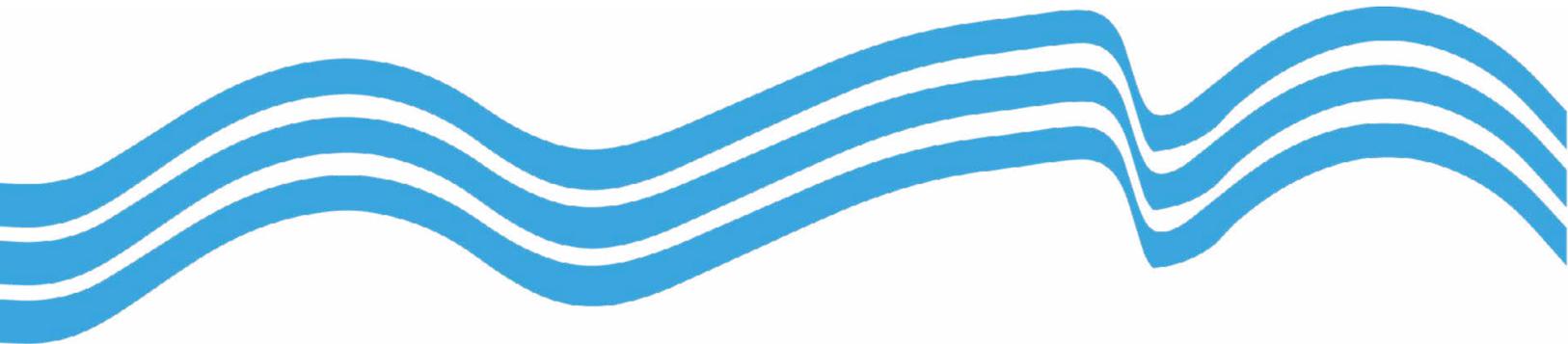


Hai appreso modalità di riduzione dell'impatto ambientale nel tuo lavoro?



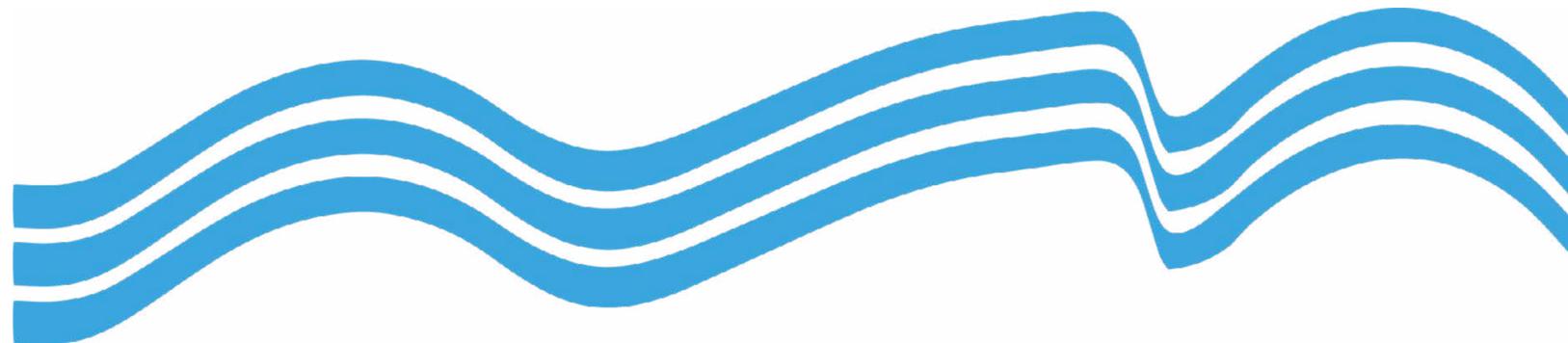
Ti senti di lavorare in un ambiente accogliente, che rispetta e ascolta i tuoi bisogni ed esigenze?





IL PROFILO DI RIGENERAZIONE
E ADESSO, DICIAMOCI LE COSE COME STANNO.

Il profilo ha lo scopo di offrire una visione di insieme, rapidamente comprensibile, e creare consapevolezza: conoscere quali sono le aree di impatto per cui le scelte progettuali e le operazioni sono più allineate a modelli rigenerativi, e decidere intenzionalmente su quali aree ed elementi agire per migliorarsi.



IL PROFILO DI RIGENERAZIONE DEL JBP 2022

Il profilo del Jova Beach Party 2022 non presenta aree nettamente sbilanciate rispetto alle altre. Si può immediatamente notare un maggior allineamento a scelte e operazioni rigenerative nelle aree di Circolarità, Benessere, Felicità e Salute e Educazione e Coinvolgimento.

Abbiamo evidenziato a seguire i punti chiave del profilo (hotspot), mentre nei capitoli successivi offriamo un'analisi dettagliata di ciascun area di impatto.

HOTSPOT

Ritroviamo i punti di forza del JBP principalmente nelle aree sulle quali ci si è concentrati maggiormente nella fase di progettazione per l'edizione del 2022.

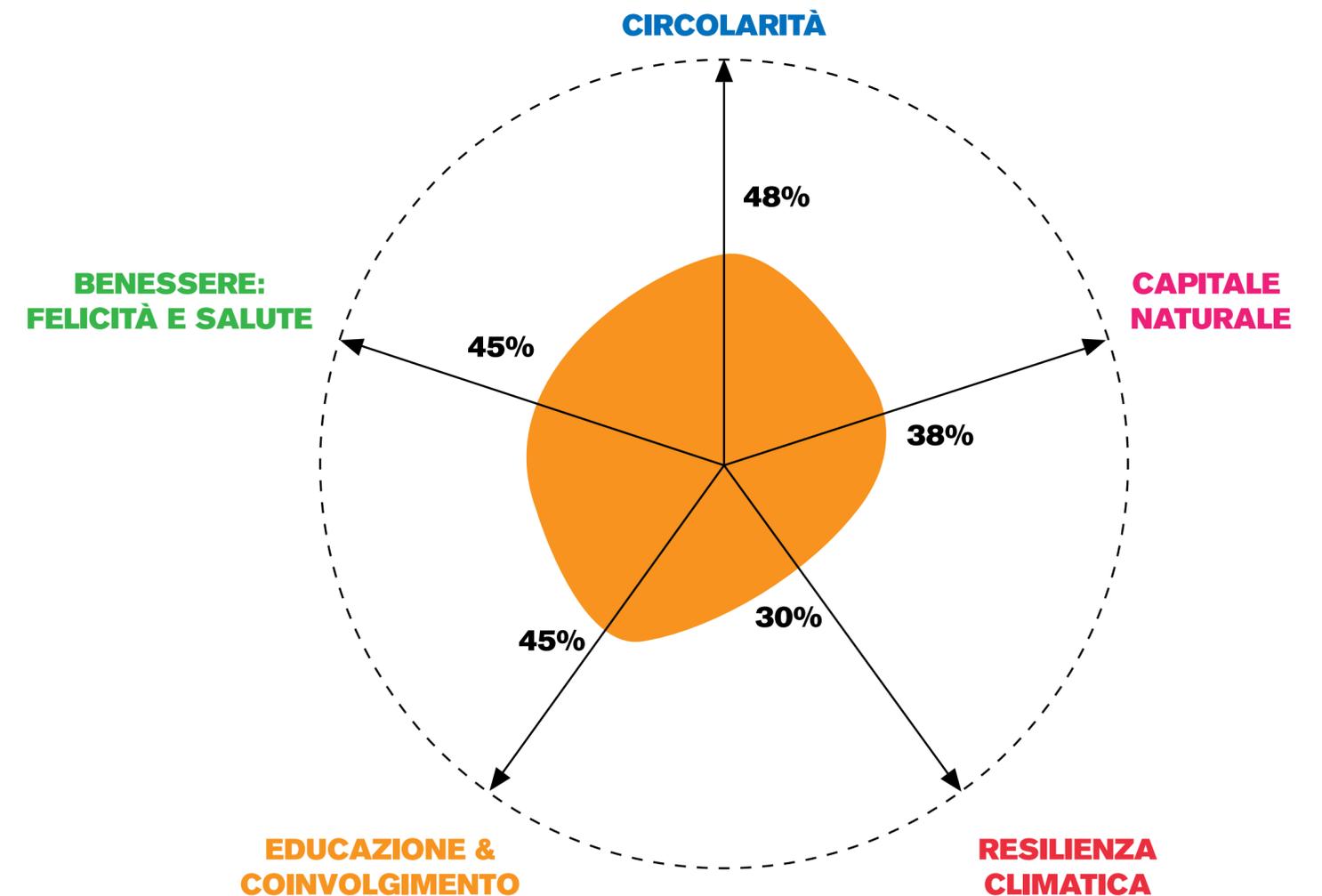
In termini di **Circolarità**, area con il punteggio più elevato, la scelta del packaging per i bicchieri e i contenitori del cibo, la raccolta differenziata e le linee guida per gli sponsor sulla scelta dei materiali hanno permesso di raggiungere primi traguardi consistenti, nonostante il percorso verso un evento zero waste sia ancora lungo e non semplice.

A seguire, il **Benessere** degli attori coinvolti è stato al centro delle attività di design e misurazione, non solo per quanto riguarda i partecipanti ma anche per le comunità locali, per evitare esternalità negative (e.g., impatti ambientali) e promuovere impatti positivi (e.g., indotto locale). Infine è rilevante l'aspetto della cura di tutte le persone coinvolte, in particolare tramite accurate valutazioni di Salute e Sicurezza per tutti (partecipanti e lavoratori in primis), che sono state redatte in conformità e superando i requisiti previsti dalla legge. In quest'area il potenziale di miglioramento è legato al potenziamento del benessere dei lavoratori ed alla possibilità di creare intenzionalmente impatti positivi su tutte le comunità locali che ospitano il JBP.

Nell'area **Educazione e Coinvolgimento** ha avuto un ruolo importante la presenza di una mission (Regenerative Ambition) che include impegni sociali e ambientali. Inoltre vi è stata una forte attenzione verso l'ascolto delle esigenze delle comunità locali e l'intero tour è stato caratterizzato dalla condivisione di messaggi, indicazioni e contenuti legati ad aspetti di sostenibilità a 360 gradi. Per migliorare il JBP può estendere i messaggi legati ad aspetti della sostenibilità, in termini di quantità e di amplificazione oltre il tour stesso.

Nell'area **Capitale Naturale** l'aspetto che più ha influito è l'attenzione ad evitare possibili impatti negativi sull'ecosistema grazie alle analisi preliminari dei siti, all'eventuale valutazione dell'idoneità, e al monitoraggio ex-ante ed ex-post sulle specie a rischio. L'aspetto chiave per migliorare in quest'area è condividere in ottica di massima trasparenza il vero impatto degli eventi in spiaggia, consentendo di distinguere i dati concreti dalle fake news.

L'area con il punteggio più basso è **Resilienza Climatica**, dove la strada per allinearsi a modelli rigenerativi è più lunga, nonostante delle azioni siano già state messe in atto, a partire dalle partnership per una mobilità più sostenibile dei partecipanti al tour. L'impatto può migliorare tramite l'attivazione futura di un sistema di monitoraggio delle emissioni di CO2 strutturato e periodico, e la definizione di obiettivi di riduzione in un progetto concreto di azioni di miglioramento.





NUMERI CHIAVE²

- **Circolarità**
 - Riutilizzo dei materiali del palco (+luci e audio): 95%.
 - Rifiuti differenziati: 85% (la media nazionale è il 68%).
- **Benessere: felicità e salute**
 - Survey al pubblico: Quanto il JBP ha contribuito a alla tua Felicità? valutazione massima (pari a 5) per il 99,8% dei partecipanti.
 - Comunità: +120% Incremento medio delle ricerche su internet alle tappe del JBP.
 - Survey ai lavoratori: 85% con un livello di serenità elevato sul lavoro.
- **Educazione e coinvolgimento**
 - Survey al pubblico: “Quanto il JBP ha contribuito a farti capire meglio o alzare la tua attenzione sulla sostenibilità?” valutazione massima per l’86,0% dei partecipanti.
 - Minimo 30 minuti a concerto dedicati alla sostenibilità sul palco del JBP.
 - Survey ai lavoratori: “Hai appreso modalità di riduzione dell’impatto ambientale nel tuo lavoro?” valutazione massima per l’88% dei lavoratori.
- **Capitale naturale**
 - Location per cui è stata fatta un’analisi preliminare per verificare la presenza di aree sensibili dal punto di vista naturalistico: 100%.
- **Resilienza climatica**
 - Trasporto degli spettatori: 44,7% auto, 17,4% autobus, 17,9% treno, 10,3% piedi, 9,7% altro.
 - Consumo totale di gasolio per generatori stimato di 62.000 litri.

²Le fonti sono presenti nei capitoli seguenti nelle tabelle “Indicatori” di ciascun area di analisi.

COME LEGGERE IL PROFILO

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

1. ECOSISTEMA JBP

Prospettive e storie: racconti e testimonianze degli attori dell'ECOSISTEMA JBP che sono stati coinvolti nell'analisi, rilevanti per capire gli impatti chiave.

2. FATTI

- a. Sfide: sfide chiave evidenziate dall'analisi.
- b. Elemento Rigenerativo: aspetti di massimo impatto positivo del JBP.
- c. Impegni: impegni concreti per le prossime edizioni del JBP.

3. AZIONI DI MIGLIORAMENTO

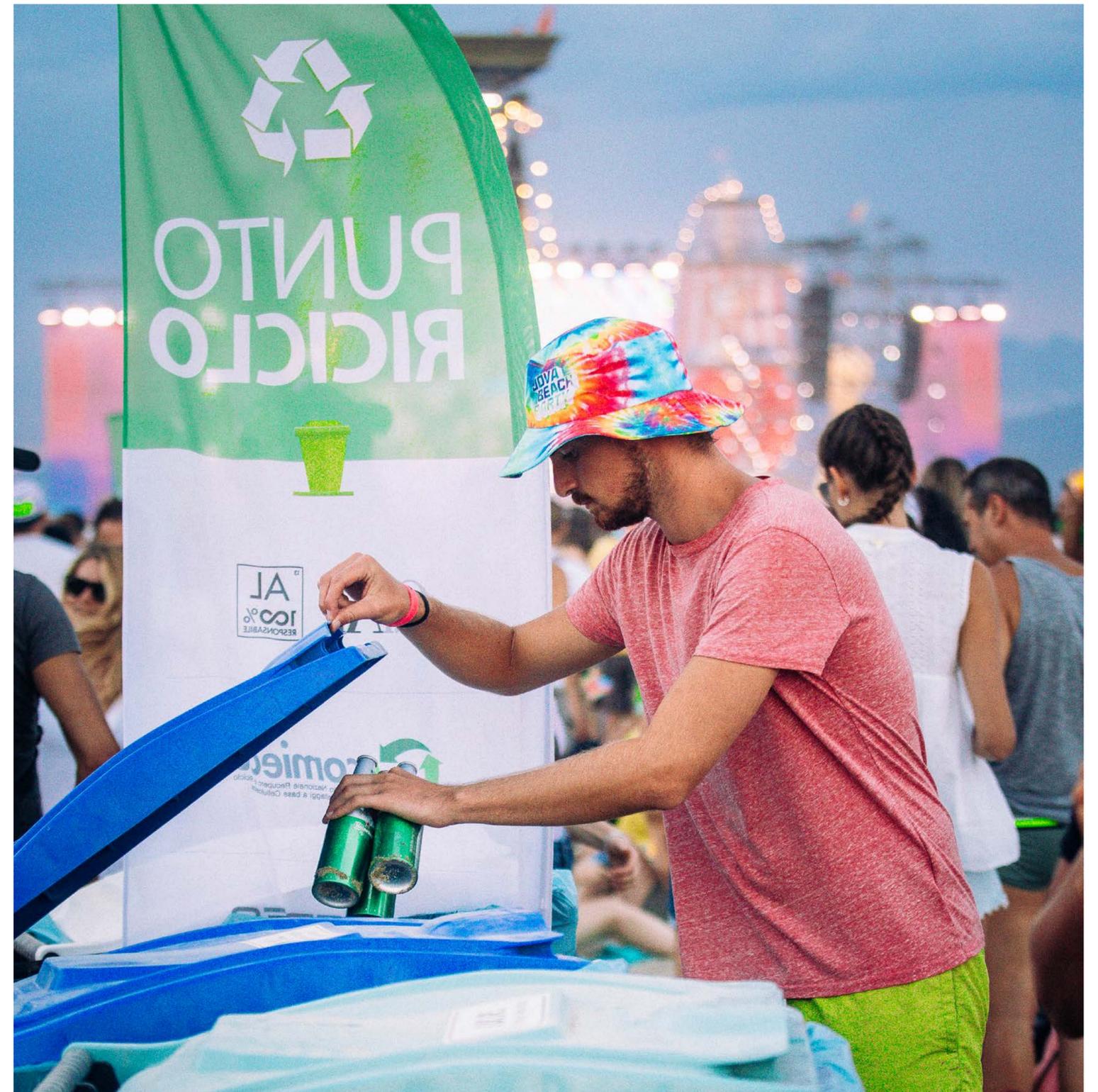
Descrizione puntuale e sintetica delle aree di forza identificate dal modello di analisi.

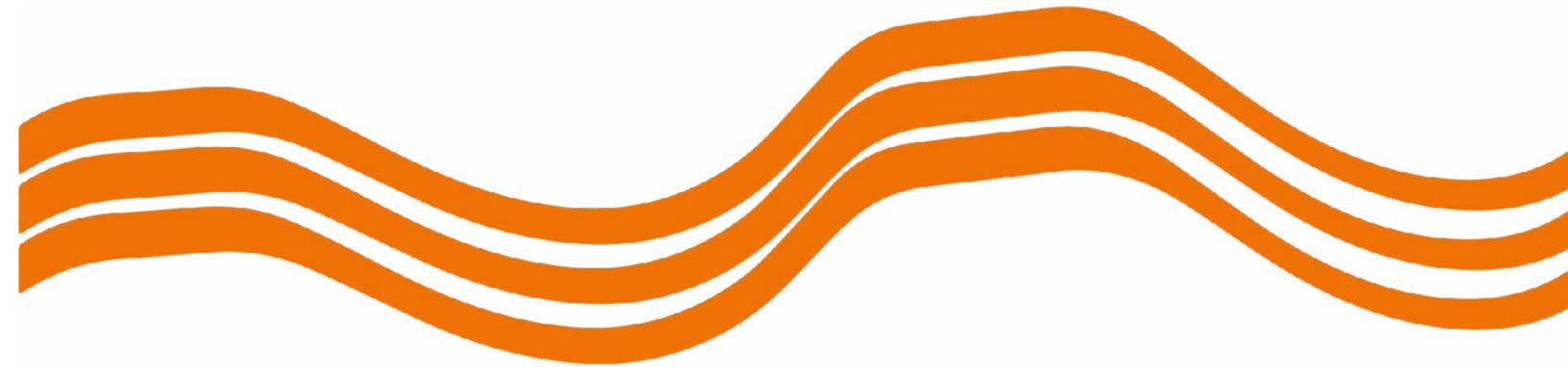
4. AREE DI FORZA

Descrizione puntuale e sintetica delle aree di miglioramento identificate dal modello di analisi.

5. DATI E INDICATORI

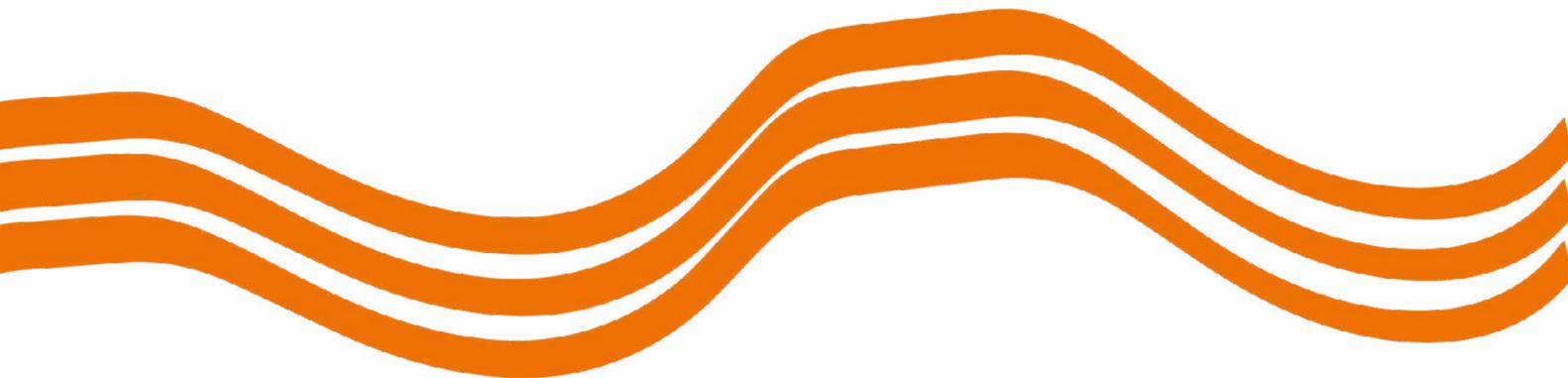
- a. INDICATORE: Nome dell'indicatore.
- b. VALORE: Valore numerico associato all'indicatore.
- c. FONTE E PROGRESS: Livello dell'informazione e fonte.





IL PROFILO DI RIGENERAZIONE CIRCOLARITÀ

In che misura i materiali utilizzati durante il JBP potranno tornare ad essere utilizzati, anche sotto altra forma?



CIRCOLARITA'

Misura l'adozione di modelli circolari di uso delle risorse (materiali, rifiuti, ecc), in tutte le fasi di progettazione e svolgimento delle feste.

ECOSISTEMA JBP

PROSPETTIVE E STORIE: "Quella della sostenibilità è una sfida complessa ma cruciale per il nostro futuro. Serve un nuovo approccio che deve coinvolgere tutti, aziende, cittadini, istituzioni. La collaborazione con Seda e Comieco ha l'obiettivo di promuovere questo nuovo approccio applicandolo anche a situazioni complesse". **Eva Alessi**, responsabile sostenibilità WWF.

FATTI

SFIDE

Sono stati utilizzati **materiali usa e getta** per la distribuzione di cibo e bevande (birra in bicchieri di plastica, acqua in lattina e bottiglietta) per conformità alle norme attuali. Tuttavia, esistono soluzioni di attacco alla rete idrica. Le normative nazionali andrebbero aggiornate per consentire l'utilizzo di borracce personali, bicchieri riutilizzabili e sistemi di vuoto a rendere.

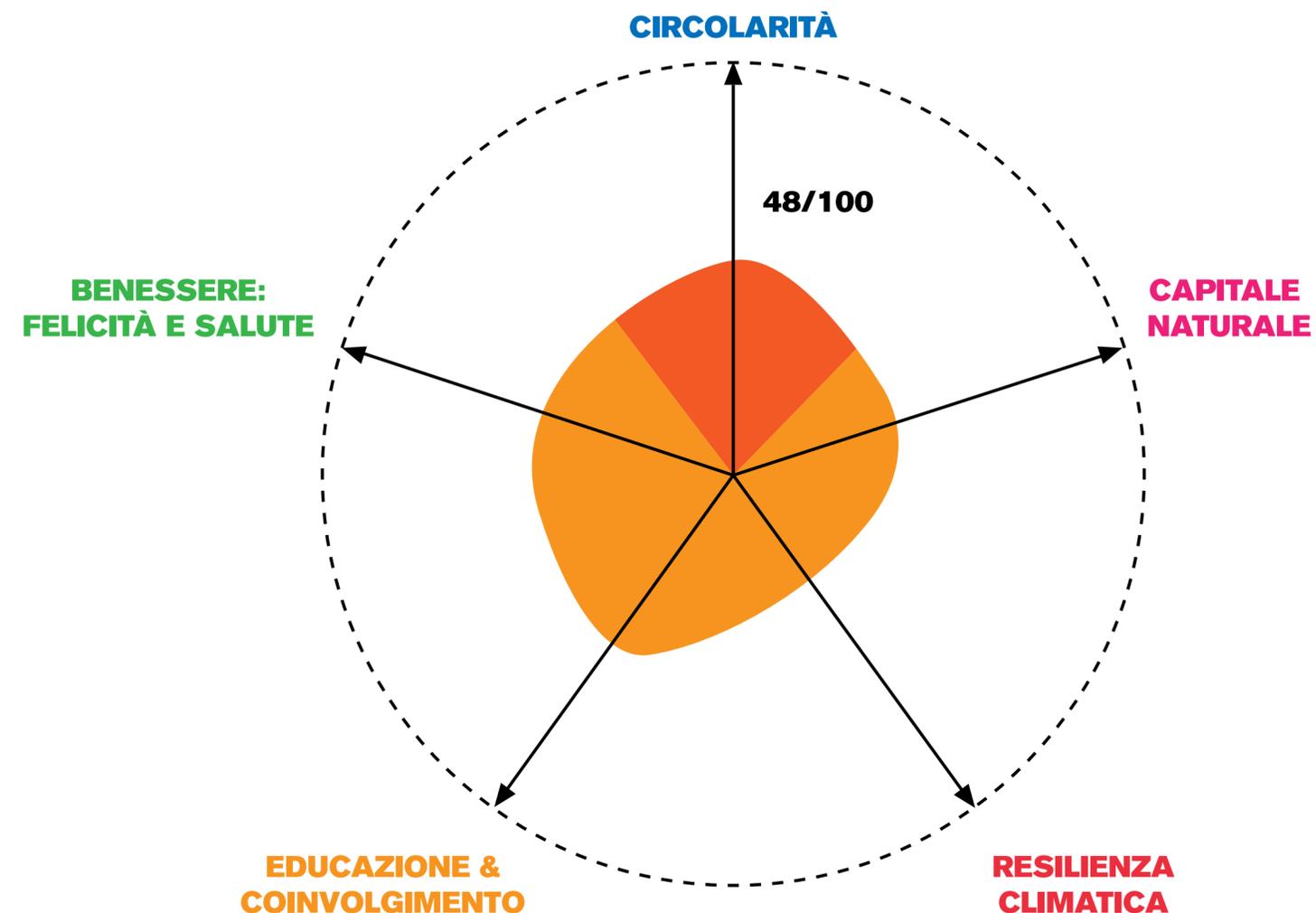
ELEMENTO RIGENERATIVO

Partnership con Seda per packaging alimentare in carta proveniente da foreste certificate e gestite in maniera sostenibile.

Il **WWF** ha creato delle **linee guida** per la scelta dei materiali per gli sponsor. Molti stand hanno riutilizzato lo stand del 2019, in ottica di design circolare.

IMPEGNI

Partecipare ad **iniziative** che a **livello governativo** limitino la produzione di rifiuti durante eventi musicali.



Profilo di Rigenerazione - Circolarità

AREE DI FORZA

- Preferenza per **packaging sostenibile** per i bicchieri e i contenitori del cibo.
- **Linee guida** del WWF per gli sponsor sulla scelta dei materiali (inclusi gadget). Riutilizzo di alcuni stand del 2019.
- **Smaltimento corretto** dei rifiuti. 30 persone dedicate a supportare la raccolta differenziata effettuata tramite delle isole ecologiche. Sono stati aggiunti dei sacchi di indifferenziata (smistati a posteriori) per non lasciare nulla sulla spiaggia. Il pubblico è incoraggiato a non lasciare rifiuti direttamente da messaggi di Lorenzo dal palco.
- **Riutilizzo** delle passerelle avvolgibili che consentivano il movimento dei bilici sulla sabbia.
- **Riutilizzo** dei materiali per la struttura del palco (ponteggi, strutture in ferro, ecc).
- Attrezzatura video rivenduta a fine vita.
- Scelta di alcuni **materiali sostenibili** per la scenografia (es. legno marino).

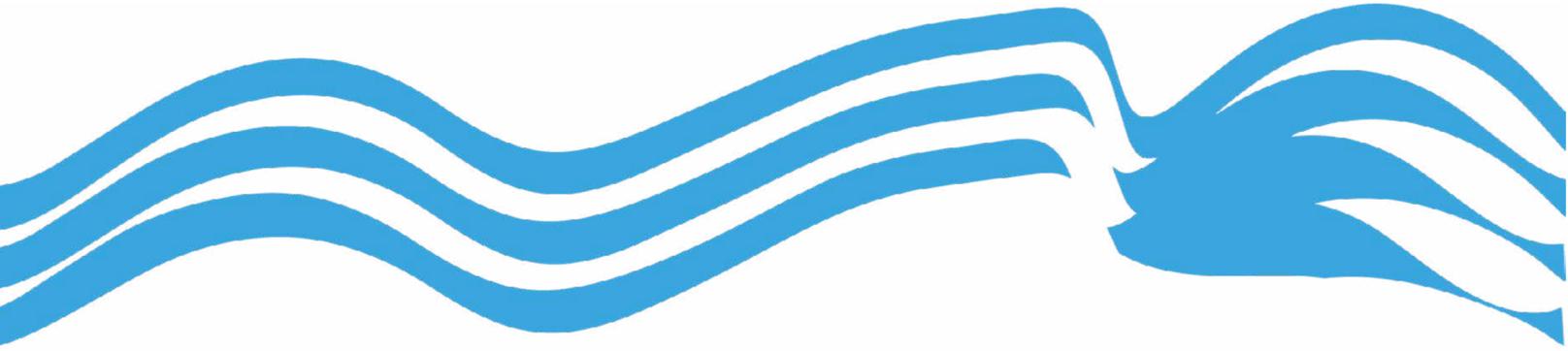
AZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Progetto per l'**eliminazione del packaging e dei materiali monouso**, in particolare:
 - bevande (valutare sistemi di attacco alla rete idrica locale).
 - batterie ricaricabili invece di usa e getta.
- Attivazione di progetti di **recupero** della materia prima seconda (es. alluminio delle lattine d'acqua per biciclette).
- Sostituzione degli elementi di scenografia in polistirolo e PVC.
- **Piano di audit sui fornitori** per verificare l'effettiva adozione delle linee guida condivise.

INDICATORI

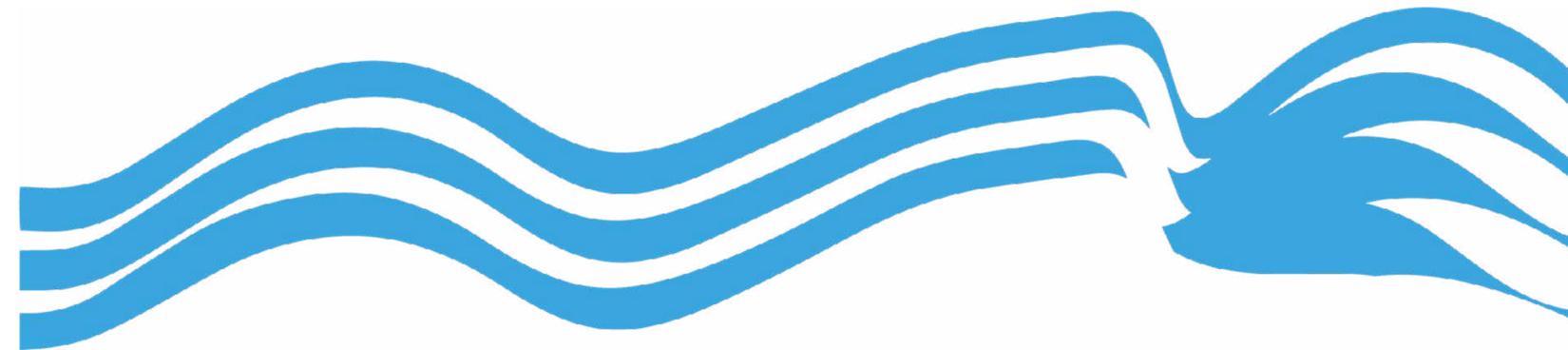
INDICATORE	VALORE	FONTE E PROGRESS
Raccolta differenziata	85% (la media nazionale è il 68%)	Dato Stimato: AL Security Group

Quantità rifiuti	11 m ³ per concerto Quantità per categoria di rifiuto: dato non tracciato	Dato Stimato: AL Security Group. l'organizzazione si impegna a tracciare le quantità per categoria di rifiuto nella prossima edizione
Packaging per cibo e bevande	- 600 mila bicchieri Seda: carta 100% certificata - 600 mila lattine per l'acqua: alluminio 100% riciclato - 355 mila bicchieri per la birra: PET 80% riciclato - 300 mila bottiglie d'acqua S.Bernardo per gli operatori: plastica 100% riciclata - 400 kg contenitori e sacchetti cibo in carta compostabile e certificata - circa 150 kg tovaglioli - Non tutti i dati relativi ai materiali per cibo e bevande sono disponibili e quindi mappati	Dato Stimato : Trident l'organizzazione si impegna a tracciare i dati mancanti nella prossima edizione
Riutilizzo dei materiali per stand degli sponsor	70% del materiale riutilizzato da edizione 2019 e da altri eventi	Dato Stimato: Trident
Riutilizzo dei materiali del palco (+ luci e audio)	95% del materiale viene noleggiato e riutilizzato	Dato Stimato: Trident
Materiali di consumo	10 kg di batterie monouso al giorno Altri materiali di consumo (es. nastri, film estensibile, ecc): dato non tracciato	Dato Stimato: Trident l'organizzazione si impegna a tracciare tutti gli altri materiali di consumo nella prossima edizione



IL PROFILO DI RIGENERAZIONE CAPITALE NATURALE

Qual è stato l'impatto del JBP sugli ecosistemi con cui è entrato in contatto e sulla loro biodiversità?



CAPITALE NATURALE

Misura gli impatti sugli ecosistemi e sulla biodiversità.

ECOSISTEMA JBP

PROSPETTIVE E STORIE

“Si è estesa una coscienza ecologica il cui catalizzatore è stato il JBP.” **Geo Nocchetti**, giornalista A Castel Volturno nel 2019 c'è stata una **bonifica** grazie alla quale sono state rimosse 5 tonnellate di plastica dall'area del JBP e circostante. Da quel momento in poi sono state pulite anche le aree circostanti e sono state tenute pulite e usate per la balneazione.

*“Tutte le spiagge interessate dai concerti, compresa quella di Fermo, si trovano in **aree fortemente antropizzate** dove, quindi, l'impatto delle attività antropiche è purtroppo già molto forte. Grazie al lavoro del WWF Italia ogni location è stata sottoposta a screening ambientale, una procedura finalizzata ad evidenziare le caratteristiche ecologiche del sito prescelto in termini di habitat e specie presenti, nonché i possibili impatti. Dalle attività di screening ambientale sono scaturite le prescrizioni per gli organizzatori.” WWF Italia*

Per il Jova Beach Party 2022 è stata effettuata un'**analisi preliminare** per tutte le località in cui si sono svolti i concerti per verificare la presenza di aree sensibili dal punto di vista naturalistico, per un raggio minimo di 3 km.

L'analisi ha permesso quindi di individuare le aree di presenza reale o potenziale di **habitat e/o di specie faunistiche di interesse comunitario**, sensibili alle pressioni dirette e/o indirette generate dai concerti (ad es. disturbo antropico, inquinamento acustico); in tali aree gli eventi sono stati quindi sottoposti alla procedura di Valutazione di Incidenza Ecologica (VINCA), il procedimento di carattere preventivo al quale è necessario sottoporre qualsiasi attività che possa avere incidenze significative su un Sito della Rete Natura 2000 o su habitat e specie di interesse comunitario.

Tali studi sono stati supportati da attività di **monitoraggio del WWF** sul campo, finalizzate a verificare la presenza delle specie faunistiche di interesse comunitario (fratino e tartaruga comune).

FATTI

SFIDE

Rendere ancora più stringenti e **trasparenti i criteri di selezione** delle località coinvolte, ad esempio pubblicandoli sul sito web/App del JBP.

La scelta dei siti è una tematica che ha ricevuto in alcuni casi una visibilità mediatica negativa. Abbiamo riscontrato che questi effetti avrebbero potuto essere gestiti anticipando di alcune settimane o mesi una comunicazione trasparente ed oggettiva sui criteri di scelta dei siti e sulle procedure autorizzative attivate. Comunicazione che coinvolga e metta in luce la necessaria cooperazione tra enti locali, organizzazione e WWF.

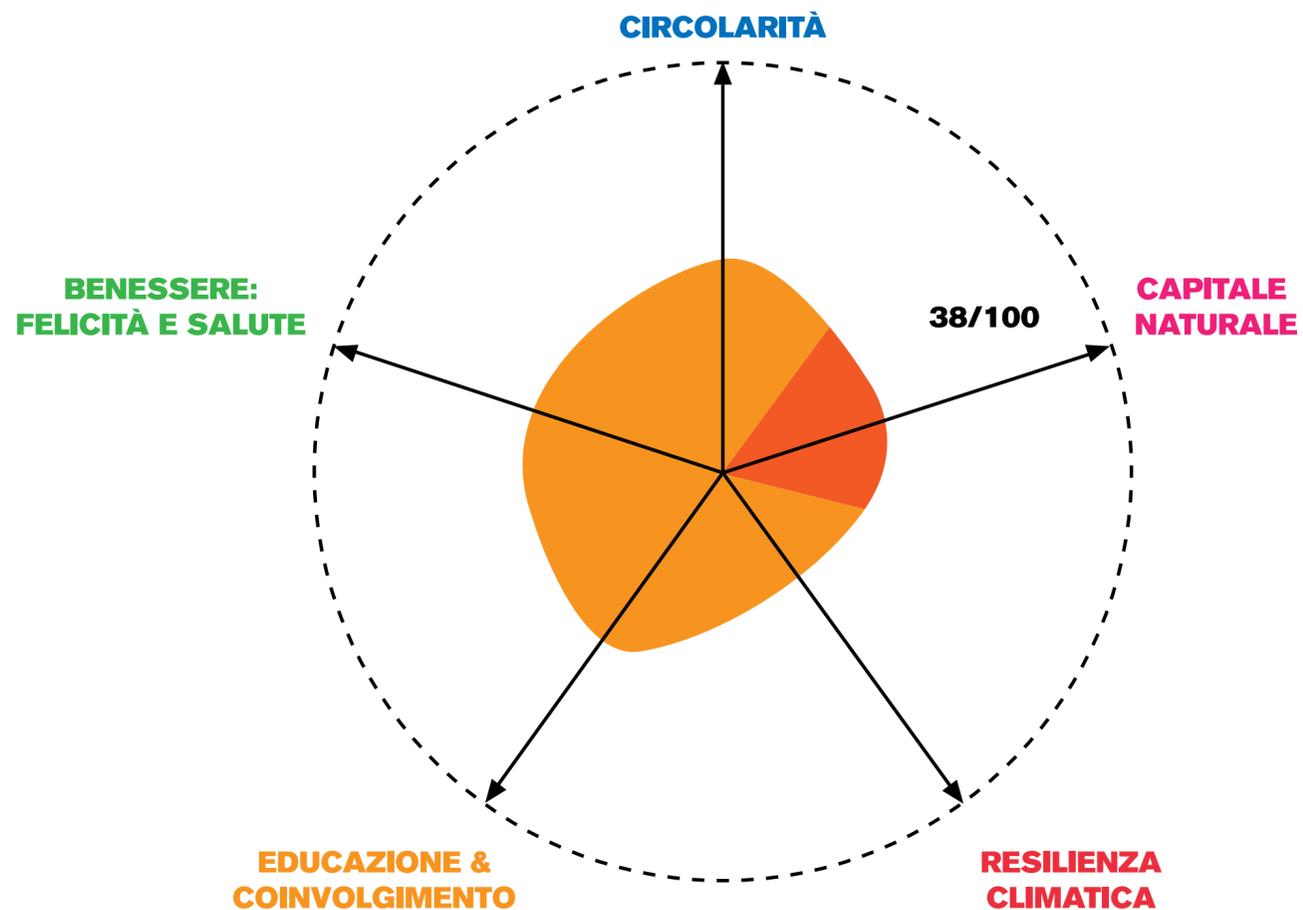
ELEMENTO RIGENERATIVO

La partnership con il WWF ha consentito di gestire gli impatti sugli habitat naturali attraverso un processo di monitoraggio ex ante ed ex post. Le date dei concerti sono state scelte per evitare ogni potenziale rischio di interferenza con specie protette e **i monitoraggi hanno permesso di escluderne la presenza nelle aree dell'evento**.

Il progetto **Ri-Party-Amo** ha permesso di raccogliere fondi dedicati ad attività di tutela e ripristino di fiumi, spiagge e fondali. L'effetto rigenerativo sul territorio sarà espresso grazie alla pulizia di questi ambiti naturali, a progetti locali di rinaturazione e alla formazione di giovani in scuole e università.

IMPEGNI

Potenziare l'effetto rigenerativo che il JBP ha sulle spiagge scelte, come avvenuto ad esempio a Castel Volturno nel 2019 dove l'area è stata bonificata in occasione dell'evento.



Profilo di Rigenerazione - Capitale Naturale

AREE DI FORZA

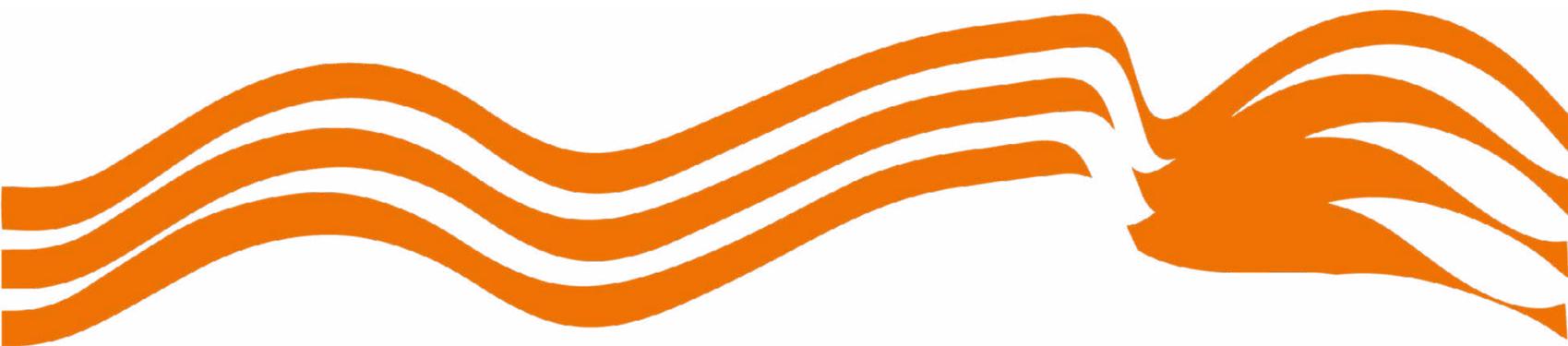
- **Valutazione dell' idoneità** dei siti svolta dal WWF e da enti terzi (Valutazioni di Incidenza Ecologica - VINCA).
- **Monitoraggio** specifico dell' impatto su due specie a rischio (fratino e tartaruga comune).
- **Monitoraggio** dell' inquinamento acustico e luminoso preventivamente nelle VINCA.

AZIONI DI MIGLIORAMENTO

- **Riqualificazione** strutturale delle aree degradate con collaborazione degli enti locali.
- Strutturare il monitoraggio degli impatti sugli **ecosistemi acquatici**.
- Monitoraggi **di impatto acustico e luminoso** durante e dopo l' evento.
- Implementare un monitoraggio delle emissioni delle **sostanze nocive** durante l' evento.

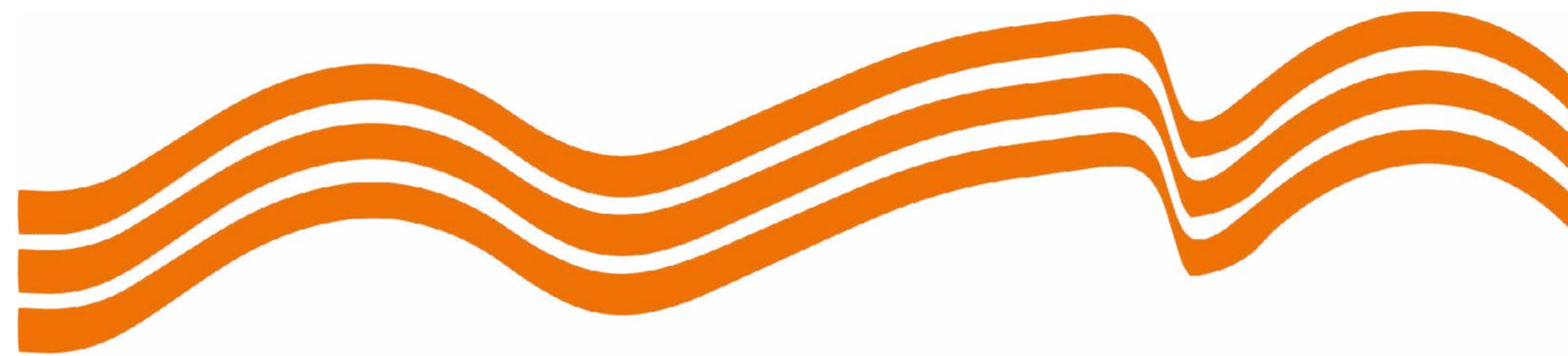
INDICATORI

INDICATORE	VALORE	FONTE E PROGRESS
Siti sottoposti ad un' analisi preliminare per verificare la presenza di aree sensibili dal punto di vista naturalistico	100%	Dato Misurato: WWF
Siti sottoposti a monitoraggio ex ante per potenziale presenza di specie a rischio	5 spiagge su 9: Fermo, Barletta, Roccella Ionica, Castel Volturno e Vasto	Dato Misurato: WWF
Siti sottoposti a Valutazione di Incidenza Ecologica	6 spiagge su 9: Marina di Cerveteri, Castel Volturno, Vasto, Marina di Ravenna, Viareggio e Roccella Ionica	Dato Misurato: Trident
Progetto Ri-party-amo	20 milioni di m2 di pulizie di spiagge, laghi e fiumi. 6 progetti di rinaturazione.	Dato Misurato: WWF
Risultati monitoraggi ex post	-	Dato in corso di Elaborazione da parte di WWF



IL PROFILO DI RIGENERAZIONE
RESILIENZA CLIMATICA

Qual è stato l'impatto del JBP in termini di emissioni, non solo dirette ma legate a tutte le attività collaterali all'evento?



RESILIENZA CLIMATICA

Misura le emissioni di gas clima-alteranti legate alle attività pre, post e durante il concerto: dall'allestimento e trasporto delle strutture, all'offerta di cibo a minor impatto, sino agli spostamenti di tutte e tutti i partecipanti.

ECOSISTEMA JBP

PROSPETTIVE E STORIE

Leggendo la breve descrizione nel titolo possiamo solo avvicinarci ad immaginare la complessità che è legata a questo asse. Nel momento in cui scriviamo questo report esistono pochissimi casi di approcci che vanno nella direzione di una misura puntuale di questi impatti.

Live Nation Entertainment³ e **AEG Worldwide⁴**, le più grandi aziende del mondo nell'organizzazione di spettacoli dal vivo, si sono attivate solo da pochi anni nel monitoraggio strutturato dei propri impatti. Nel 2019 hanno pubblicato sui loro siti la propria roadmap di obiettivi in attesa di poter raccogliere i primi risultati da casi di riferimento internazionali.

Definire obiettivi quantitativi secondo un approccio strutturato di misura emerge quindi come il primo passo per approcciare un tema così complesso. E JBP? Ad oggi il benchmark a disposizione non considera le peculiarità della configurazione di JBP: una fra tutte, l'ambiente naturale. Andiamo quindi ad aggiungere entropia ad un ecosistema già molto articolato e a creare allo stesso tempo l'opportunità per sviluppare soluzioni e modelli che possano rispondere in modo ancora più concreto e efficace a questa sfida.

³ [Empowering the Earth: Live Nation Environmental Sustainability Charter](#)

⁴ AEG Worldwide, [GHG EMISSIONS GOAL](#)

⁵ Dati raccolti da Trident Music a partire dalle informazioni condivise da Eventiinbus, FIAB, Trenitalia e autorità locali.

FATTI

SFIDE

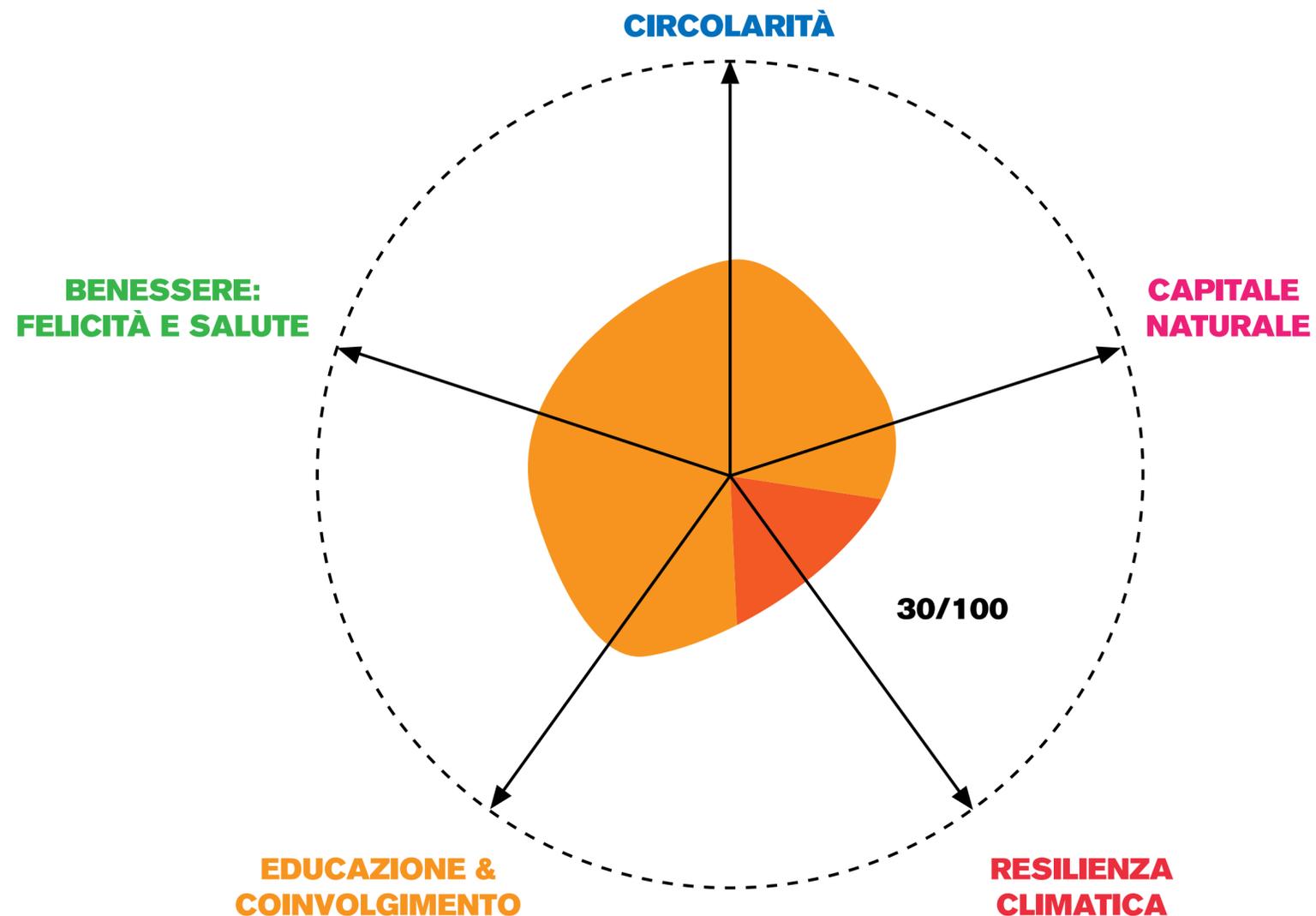
Raccogliere in modalità strutturata i dati per il monitoraggio puntuale degli impatti di **GHG** (gas climalteranti) legati alle attività pre, post e durante il concerto in un tour multi-tappa realizzato in ambiente naturale. Fondamentale è anche la sensibilizzazione delle persone e la creazione di cultura per creare maggior consapevolezza sul tema. E voi, sapete la differenza tra Neutralità Climatica e Neutralità Carbonica? Scoprite di più [qui](#).

ELEMENTO RIGENERATIVO

Partnership con Trenord, Trenitalia, Fiab e Eventi In Bus, ed i messaggi di sensibilizzazione volti a promuovere la scelta di alternative allo spostamento a minor impatto. I dati raccolti sono incoraggianti! Tra gli oltre 550.000 esseri umani che hanno partecipato all'edizione JBP 2022, il **55,3% ha raggiunto le tappe del Tour con mezzi di trasporto a minor impatto o più sostenibili** rispetto all'auto: bici, autobus, treni, metropolitane (dove possibile) e persino a piedi⁵. Oltre a questo è stato ridotto da 17 a 12 il numero di tappe rispetto al 2019, andando anche a ridurre gli impatti legati allo spostamento di palchi e troupe con un'eco positiva sull'asse di resilienza climatica.

IMPEGNI

Attivare un sistema di monitoraggio e raccolta dati strutturato per le tappe future con lo scopo di creare consapevolezza e quindi diminuire le emissioni associate al tour. Esplorare l'ampliamento del numero di partnership con fornitori green per la logistica e per le fasi di allestimento/smontaggio delle tappe, per tutte le operazioni e nella rosa di fornitori del Village.



Profilo di Rigenerazione - Resilienza Climatica

AREE DI FORZA

- **ENERGIA:** Scelta di **attrezzature per l'illuminazione ad alta efficienza energetica** (sistema a laser LED a basso consumo).
- **MOBILITÀ:** **Sensibilizzazione dei partecipanti all'utilizzo di mezzi di trasporto a minore impatto** attraverso comunicazioni mirate, informazioni su come raggiungere ciascuna tappa con mezzi di trasporto a minor impatto e collaborazioni e partnership con Trenitalia, Trenord, Fiab e Eventi In Bus soluzioni pratiche.
- **TRASPORTO:** **Monitoraggio dati di trasporto** dei partecipanti e del personale tramite data base esistente e APP (km percorsi, tipologia di mezzo utilizzato, etc.)⁶
IMPLEMENTAZIONE AVVIATA NEL CORSO DEL TOUR.
- **FOOD:** **Partnership con Banco Alimentare** nell'ambito del progetto [FOOD for GOOD](#) per la raccolta e destinazione del cibo non consumato dai food truck a strutture convenzionate che sul territorio offrono aiuto alimentare a persone e famiglie in difficoltà.

AREE DI MIGLIORAMENTO

- **Attivazione di un sistema di monitoraggio dei consumi strutturato e periodico** per catturare le metriche rilevanti (litri di gasolio per generatori, bilici etc.).
- Valutazione di **alternative più sostenibili** per l'approvvigionamento di energia (biofuels, energia rinnovabile) considerando anche possibili partnership con università e centri di ricerca.
- Ampliamento dell'**offerta di cibo d'origine vegetale**, non trasformato/confezionato o coltivato localmente proposto anche in ottica education, correlato da una campagna di informazione e promozione di queste alternative.

⁶implementazione avviata nel corso del tour.

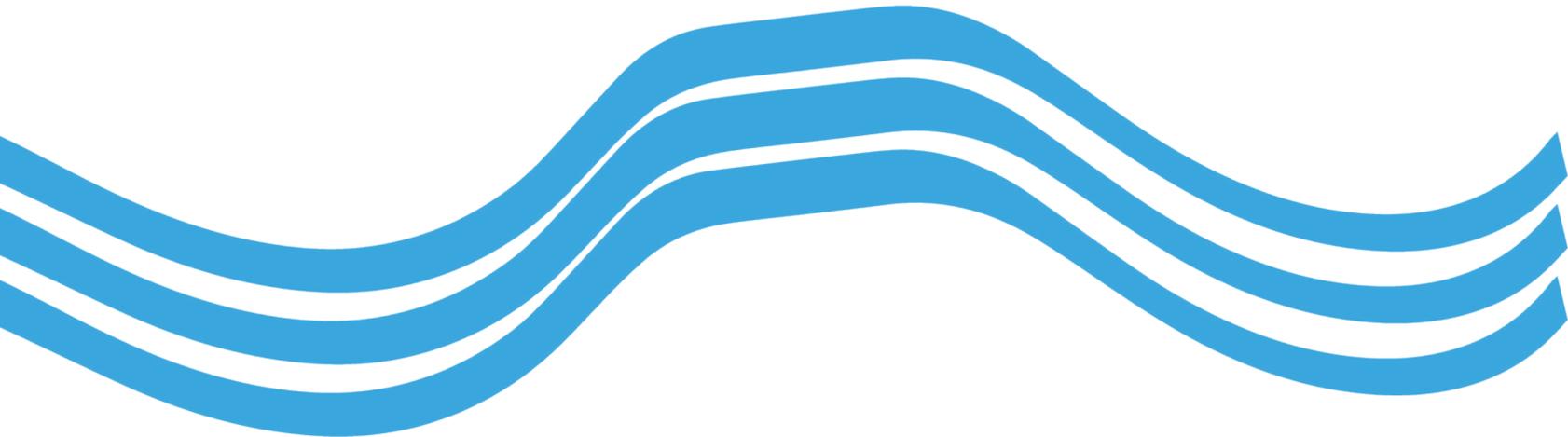
INDICATORE	VALORE	FONTE E PROGRESS
ENERGIA: consumo gasolio per generatori	Media di 4400 litri di gasolio a tappa ad esclusione delle tappe di Lignano Sabbiadoro e Castel Volturno dove, per allestimento e prove nel primo caso, e per ragioni di sicurezza nel secondo, sono stati rispettivamente consumati 10.000 e 8.000 litri. Consumo totale di 62.000 litri. Stima della CO2eq emessa ⁷ : 160 T di CO2eq	Dato Stimato: Trident
FOOD: Menu Vegetariano/Vegano, Fornitori Nazionali, Cibo con certificazione biologica	<ul style="list-style-type: none"> • 30% di offerta vegetariana/vegana • 80% dei fornitori dei prodotti appartiene al territorio nazionale • 20% di prodotti aventi certificazione biologica • Quantitativi assoluti per tipologia di alimenti consumato, comprensivi di informazioni sulla provenienza e sulla presenza di certificazioni (es. BIO): Dato non Tracciato 	<p>Dato Misurato: Analisi della proposta di 6 su 9 Food Truck presenti nell'area village.</p> <p>l'organizzazione si impegna a fornire i dati complessivi e di dettaglio nella prossima edizione</p>
MOBILITÀ: Trasporto spettatori	<ul style="list-style-type: none"> • AUTOBUS 17,4% • BICI 3,7% • TRENO 17,9% • ATM + TRENORD 5,9% (unicamente per la tappa di Bresso) • A PIEDI 10,3% • AUTO 44,7% (in media 3 persone per auto) <p>Distanza media percorsa dagli spettatori per tipologia di spostamento: Dato non Tracciato</p>	<p>Dato Misurato e Stimato: Dati di spostamento medi per tappa raccolti da Trident Music a partire dalle informazioni condivise da Eventiibus, FIAB, Trenitalia e autorità locali.</p> <p>L'organizzazione si impegna a fornire i dati mancanti nella prossima edizione</p>

MOBILITÀ: Trasporto strutture	<ul style="list-style-type: none"> - 40 bilici per trasporti tra tappe. Stima della distanza percorsa: 6.000 km Stima della CO2eq emessa⁸: 230 T di CO2eq - 18 mezzi mobilitatori in situ. - Litri di carburante utilizzati dai bilici e dai mezzi mobilitatori: Dato non Tracciato 	<p>Dato Stimato: Trident</p> <p>L'organizzazione si impegna a fornire i dati mancanti nella prossima edizione</p>
ALLOGGIO: alberghi degli spettatori, organizzatori e team di lavoro	Durata e tipologia di alloggio: Dato non Tracciato	L'organizzazione si impegna a fornire i dati nella prossima edizione
MATERIALI	Materiali utilizzati per la scenografia e l'infrastruttura, i beni di consumo e il packaging usa e getta: Dato Completo non Tracciato (dato parziale presente negli indicatori di "circolarità")	L'organizzazione si impegna a strutturare un processo di misura ad hoc



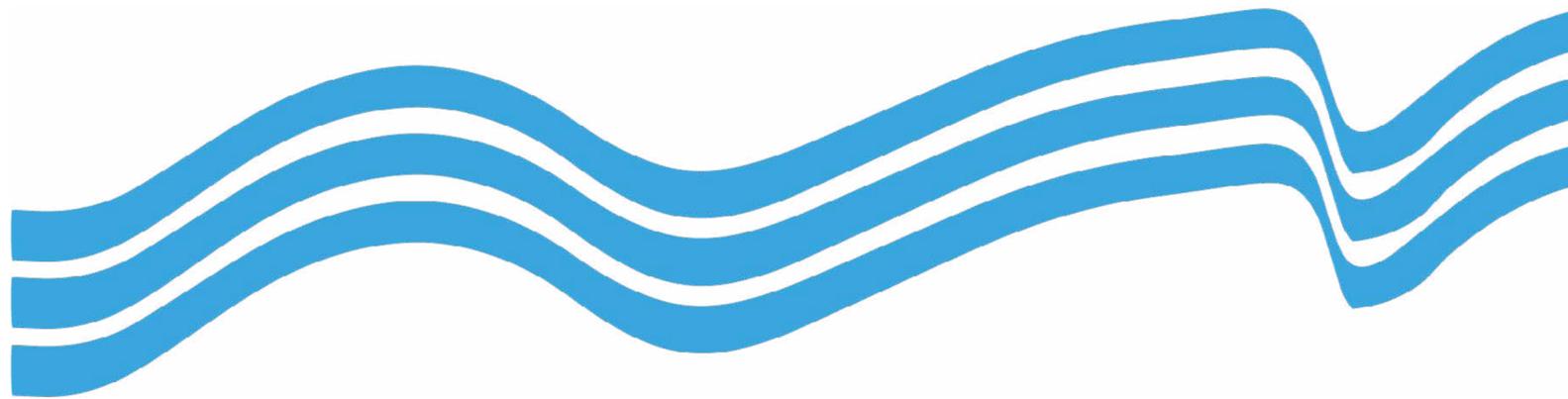
⁷ Fonte per il calcolo: Defra 2022

⁸ Fonte per il calcolo: Defra 2022. Valore calcolato sulla base di una media delle emissioni di bilici a gasolio, considerando un carico trasportato medio.



IL PROFILO DI RIGENERAZIONE
EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

In che misura JBP ha saputo diffondere tra le persone la cultura della sostenibilità?



EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

Misura la promozione di comportamenti sostenibili, la sensibilizzazione e l'attivazione dell'impegno individuale.

ECOSISTEMA

PROSPETTIVE E STORIE

“JBP ha il potere di innescare cose belle, e dovrebbe valorizzare ancor di più le realtà locali che lo ospitano. Può coinvolgere, anzi deve affidare il Jova Beach a imprenditori locali per i vari servizi, deve avere come sponsor i produttori locali di livello mondiale, coinvolgere i locali nella fornitura di cibo e bevande, fare talent scout sul territorio di artisti e soggetti particolari nella partecipazione all'evento. Per esempio potrebbe invitare tutti i ragazzi delle case famiglia a vivere la prossima edizione!”.

Castel Volturno - Geo Nocchetti - Giornalista

Uno dei più grandi **impatti positivi** del Jova Beach Party è aver fatto entrare con maggior risonanza il **tema della sostenibilità all'interno del dibattito pubblico italiano**. Le *social performance* mostrano la magnitudo della festa al di là delle singole tappe: circa **11 miliardi di impression** all'interno dei social quali Instagram, Twitter, Tik Tok, etc. Questa estate mentre eravamo in spiaggia sotto l'ombrellone o più al fresco in montagna, uno degli argomenti del giorno è stato: qual è l'impatto ambientale (e sociale) del Jova Beach Party? E questo evento ha generato circa 350 mila conversazioni sulle piattaforme social che hanno alimentato il dibattito.

L'abbondanza di informazioni ha generato un'intensa **pressione per l'attenzione delle persone**. Come ha osservato il premio Nobel per l'economia e psicologo Herbert A. Simon, “ciò che l'informazione consuma è piuttosto ovvio: consuma l'attenzione di chi la riceve”. Una delle prime conseguenze della cosiddetta economia dell'attenzione è la **perdita di informazioni di alta qualità**. Questa tendenza è estremamente difficile da correggere. Gli esperti hanno dimostrato che anche quando le persone incontrano informazioni equilibrate e di qualità che contengono punti di vista diversi, tendono a trovare prove a sostegno di ciò che già credono. E quando a persone con convinzioni divergenti su temi emotivamente carichi, come il cambiamento climatico, vengono mostrate le stesse informazioni su questi argomenti, diventano ancora più convinte delle loro posizioni iniziali.

“Quando c'è un'emozione forte il messaggio che comunichi si fissa nelle cellule. Jova Beach Party è sentirsi immersi in una realtà che si sta creando e componendo mentre tu la vivi e tu sei un elemento chiave di quella cosa.” Lorenzo Cherubini

A peggiorare la situazione, i **motori di ricerca e le piattaforme di social media forniscono raccomandazioni personalizzate** basate su un'enorme quantità di dati in loro possesso sulle preferenze passate degli utenti. Danno la priorità alle informazioni con cui è più probabile che siano d'accordo, anche se marginali, e proteggono dalle informazioni che potrebbero fare cambiare idea. Questo ci rende facili bersagli della **polarizzazione** di cui il Jova Beach Party si può considerare un case study a livello globale in quanto i pareri e i dialoghi costruttivi si sono trasformati in contrasti e scontri che non hanno permesso di capire i reali punti di forza e di miglioramento dell'evento, **oscurando completamente l'impatto positivo in termini di educazione e coinvolgimento** su tematiche ambientali e sociali.

FATTI

SFIDE

Il Jova Beach Party è una festa il cui obiettivo principale è generare gioia e beneficio a tutte le persone partecipanti. Come è possibile **estendere ed amplificare** questo impatto, anche al di là dell'evento stesso, in termini di **educazione e coinvolgimento** delle persone su tematiche sociali ed ambientali? E' possibile che il passaggio del JBP in una località generi un **impatto positivo** anche a distanza di mesi e/o anni, mediante **attività di ingaggio degli attori coinvolti**?

Grande attenzione è stata posta nella scelta delle location con l'obiettivo di mettere in luce le **bellezze nascoste dell'Italia**. Inoltre, il **dialogo con i rappresentati delle comunità locali** è stato continuo e proficuo prima, durante e dopo l'evento, mettendo al centro l'ambizione di rigenerare l'ecosistema locale. Ciò su cui si può migliorare è aiutare maggiormente le comunità a **valorizzare il proprio territorio**. L'ospitalità che viene concessa temporaneamente solamente in alcuni casi ha visto l'organizzazione promotrice attiva delle bellezze del comune/provincia ed una percentuale ridotta di **fornitori sono locali ed indipendenti**, andando ad impattare negativamente anche sulla sfera ambientale. Per quanto riguarda gli **sponsor** ed i **partner** non è stata eseguita un'**analisi** delle performance di sostenibilità degli attori coinvolti. Questo potenzialmente può aver dato visibilità e spazio a realtà che durante l'evento promuovono attività volte al coinvolgimento dei consumatori su tematiche di sostenibilità ma che nelle operazioni quotidiane non contribuiscono concretamente a cambiare i paradigmi di business verso modelli rigenerativi. Infine, l'ambizione dell'evento è anche di **generare un cambiamento positivo di lungo termine** degli stakeholder coinvolti (e.g., cambiamenti comportamentali/stile di vita) tramite attività di ingaggio ma ad oggi non esiste un **sistema di monitoraggio** dei cambiamenti generati.

ELEMENTO RIGENERATIVO

La versione del 2022 dell'evento ha voluto mettere a fuoco e rendere esplicita la propria ambizione di rigenerazione per allineare tutti gli attori che fanno parte dell'ecosistema. Questa ambizione è servita come stella polare nella progettazione delle singole giornate, nelle quali circa **30'** sono stati utilizzati sul **palco per sensibilizzare sulle tematiche di sostenibilità** tramite momenti con esperti ed interventi di Lorenzo. Mezz'ora per ciascuno dei 530.000 partecipanti assommano ad almeno **265 mila ore** di educazione sulla sostenibilità.

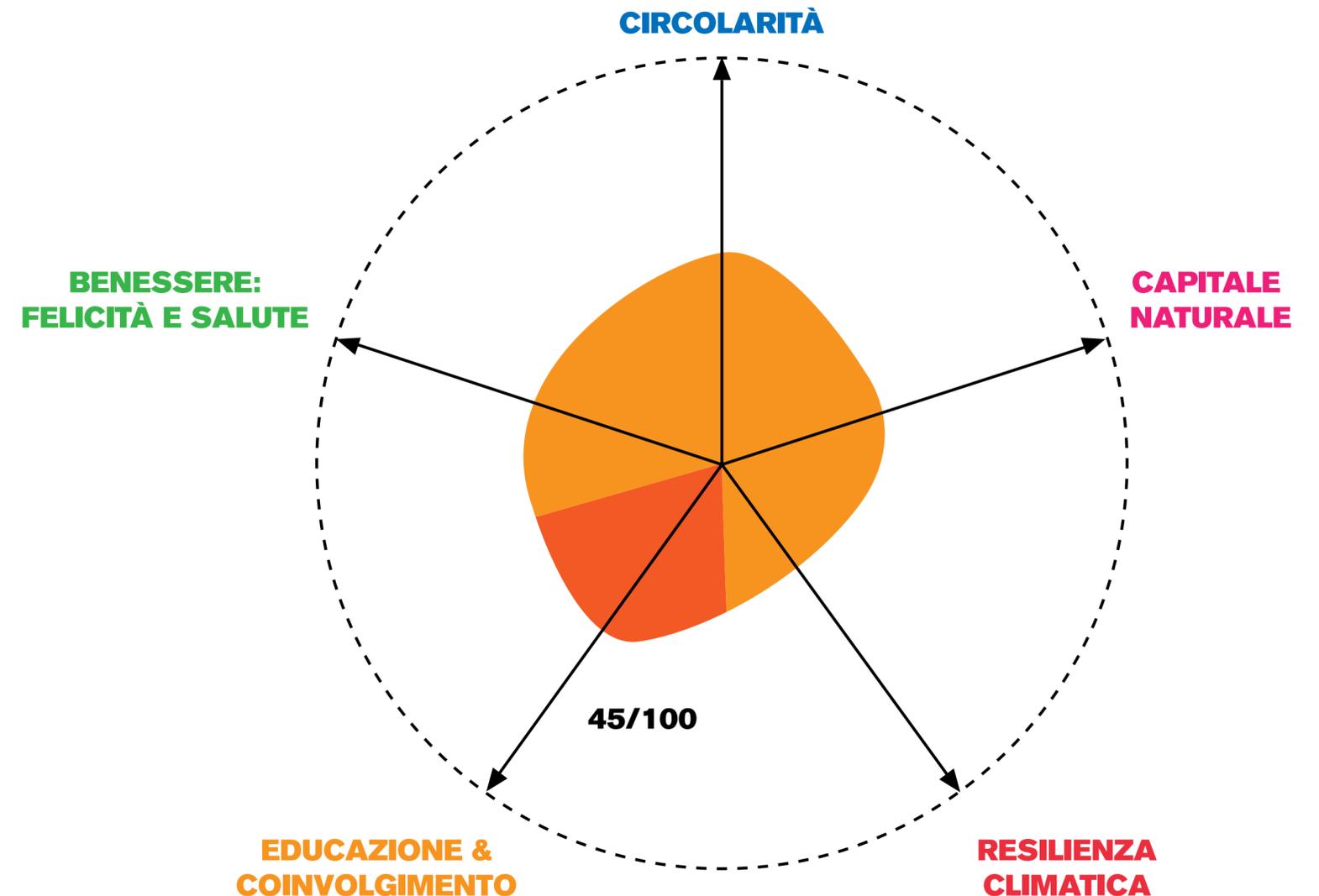
Se contiamo tutte le attività svolte a livello di ecosistema, incluso il progetto Ri-party-amo con WWF, stimiamo che questo numero possa almeno raddoppiare. Infatti circa il 90% delle 405.000 persone che hanno risposto alla survey alla conclusione del tour per verificare l'impatto generato, ha dichiarato con il massimo punteggio che il JBP ha contribuito a far comprendere al meglio la sostenibilità in generale, l'inclusione e la diversità e il benessere delle persone.

Anche i **partner** dell'evento hanno contribuito nei propri **stand** con attività di diffusione di conoscenza su aspetti sociali ed ambientali ed i **fornitori** sono stati ingaggiati tramite **linee guida** che hanno definito criteri generali, i.e. validi per ogni categoria di acquisto, e specifici in base alla tipologia di prodotti e servizi erogati, da rispettare o da comunicare valide alternative qualora ne esistano. Infine tutti gli stakeholder interessati potranno conoscere lo stato attuale del percorso evolutivo di sostenibilità del JBP tramite la lettura del **report degli impatti**.

IMPEGNI

Definire un **responsabile degli impatti** dell'evento che ha l'obiettivo di misurare, monitorare e migliorare nel tempo le performance di sostenibilità grazie ad uno stretto contatto con le persone dentro l'organizzazione e con Lorenzo.

Instaurare delle **partnership** e scegliere sponsor e fornitori che supportino ed accelerino il percorso del Jova Beach Party verso modelli rigenerativi.



Profilo di Rigenerazione - Educazione e Coinvolgimento

AREE DI FORZA

- Presenza di una **mission** (regenerative ambitious) **che include impegni sociali e ambientali**.
- **Formazione ai lavoratori** su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'evento.
- Ascolto delle esigenze degli stakeholder locali.
- Condivisione di **messaggi legati ad aspetti di sostenibilità** a 360 gradi (per esempio: cambiamento climatico, biodiversità, interdipendenza, etc.).

AZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Aumentare la **valorizzazione dei territori locali** tramite comunicazioni riguardo le sue peculiarità e testimonianze di attori locali.
- Aumentare il coinvolgimento della comunità locale su tematiche di sostenibilità (e.g., formazione giovani).
- Creazione di un Codice Etico del JBP.
- Includere esplicitamente le performance a livello sociale e ambientale nel **ruolo dei manager** del JBP e definire un **Sustainability Manager del JBP**.
- Monitoraggio dell'impatto che il JBP ha sul **comportamento delle persone a breve, medio e lungo termine** tramite sondaggi (e.g. attenzione maggiore al riciclo).
- Aumentare la percentuale di **fornitori e prodotti certificati** da enti terzi (e.g. B Corp).

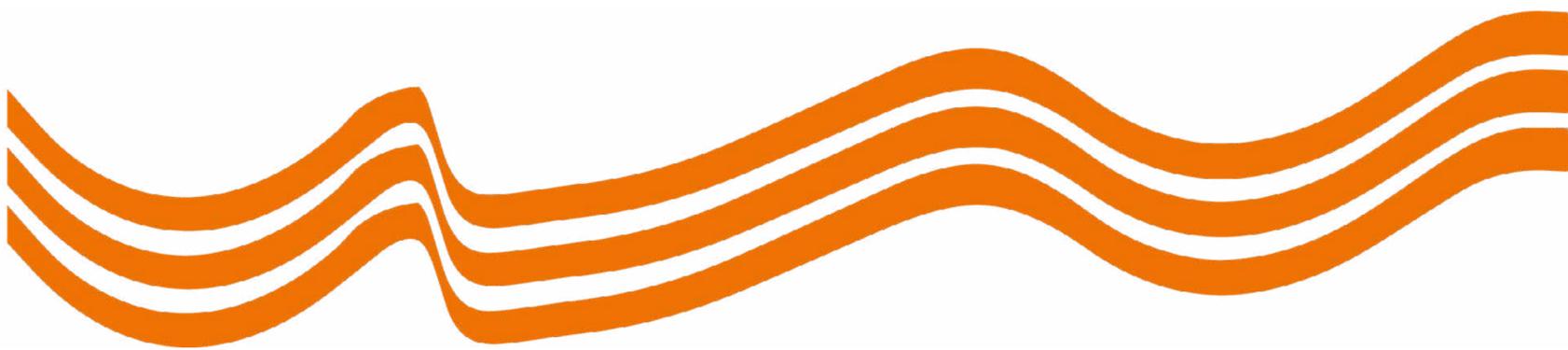
INDICATORE	VALORE	FONTE E PROGRESS
Stakeholder: Impressions sui social	10,8 miliardi	Dato Misurato: TIM Data Room
Stakeholder: Conversazioni sui social	349.000	Dato Misurato: TIM Data Room
Partecipanti: Ore di formazione totale erogate sulla sostenibilità sul palco del JBP	Mezz'ora per ciascuno dei 530.000: totale di 265 mila ore	Dato Stimato: Trident
Fornitori: Linee guida sugli acquisti: % dei prodotti/ servizi presenti al JBP che rispetta le linee guida	Quasi la totalità	Dato Stimato: Trident
Fornitori: % fornitori certificati (per es. Certificazione B Corporation, ISO14001, OHSAS 18001 - ISO 45001:2018, SA 8000, ISO 50001, Sedex, BSCI, Ecovadis, Altre certificazioni sociali/ ambientali)	Dato non tracciato	L'organizzazione si impegna a strutturare un processo di misura ad hoc per la prossima edizione
Comunità Locali: Numero tavoli di lavoro con entità locali per progettare la singola tappa (media)	12	Dato Misurato: Trident

Comunità Locali: Numero / Elenco autorità territoriali rilevanti in termini di capitale naturale coinvolte	16: PREFETTURA, QUESTURA, CARABINIERI, GUARDIA DI FINANZA, CAPITANERIA DI PORTO, POLIZIA LOCALE, POLIZIA STRADALE, VIGLI DEL FUOCO, GENIO CIVILE, COMUNE, A.S.L., ING. ELETTROTECNICO, ESPERTO IN STRUTTURE, ESPERTO IN ACUSTICA, PROTEZIONE CIVILE, DIREZIONE CENTRALE OPERATIVA 118 Le autorizzazioni sono arrivate attraverso la C.P.V.L.P.S. (commissione provinciale di vigilanza sui locali di pubblico spettacolo)	Dato Misurato: Trident
Fornitori: % stand con attività di comunicazione o ingaggio su tematiche di sostenibilità	Quasi la totalità	Dato Stimato: Trident
Survey ai lavoratori: Vengono apprezzate le tue opinioni ed i tuoi input riguardanti il lavoro?	Poco: 0% Abbastanza: 10% Parecchio: 83% Molto: 7%	Dato Misurato: Survey di Trident ⁹
Survey ai lavoratori: Hai opportunità di apprendere nuove abilità?	Poco: 0% Abbastanza: 3% Parecchio: 12% Molto: 85%	Dato Misurato: Survey di Trident ⁹
Survey ai lavoratori: Hai appreso modalità di riduzione dell'impatto ambientale nel tuo lavoro?	Poco: 0% Abbastanza: 2% Parecchio: 10% Molto: 88%	Dato Misurato: Survey di Trident ⁹
Lavoratori: Ore di formazione ai lavoratori su tematiche di sostenibilità	Dato non tracciato	L'organizzazione si impegna a strutturare un processo di misura ad hoc per la prossima edizione

Pillar 3 Ri-party-amo: Formiamo le generazioni future	8 workshop 20 borse di studio 4 esperienze di volontariato	Dato Misurato: WWF
Partecipanti: Numero di persone che hanno risposto alla survey	Più di 405.000	Dato Misurato: Trident ¹⁰
Survey al pubblico: Quanto il JBP ha contribuito a farti capire meglio o alzare la tua attenzione sulla sostenibilità?	% di risposte con punteggio massimo: - Sostenibilità in generale 86% - Circolarità e rifiuti 84% - Cambiamento climatico 80% - Rispetto degli ecosistemi 83% - Inclusione e diversità 92% - Benessere delle persone 94%	Dato Misurato: Survey di Trident ¹⁰
Unità Locali: Permessi / autorizzazioni richiesti ed ottenuti	Comune, Questura, Capitaneria di Porto, ASL, Polizia Locale, Polizia Stradale, Vigili del Fuoco, Impatto acustico, progettista elettrico, progettista strutturale. Con questi permessi CPVLPS (Prefettura) rilascia il permesso per svolgere l'evento. (Prefettura) rilascia il permesso per svolgere l'evento	Dato Misurato: Trident ¹⁰

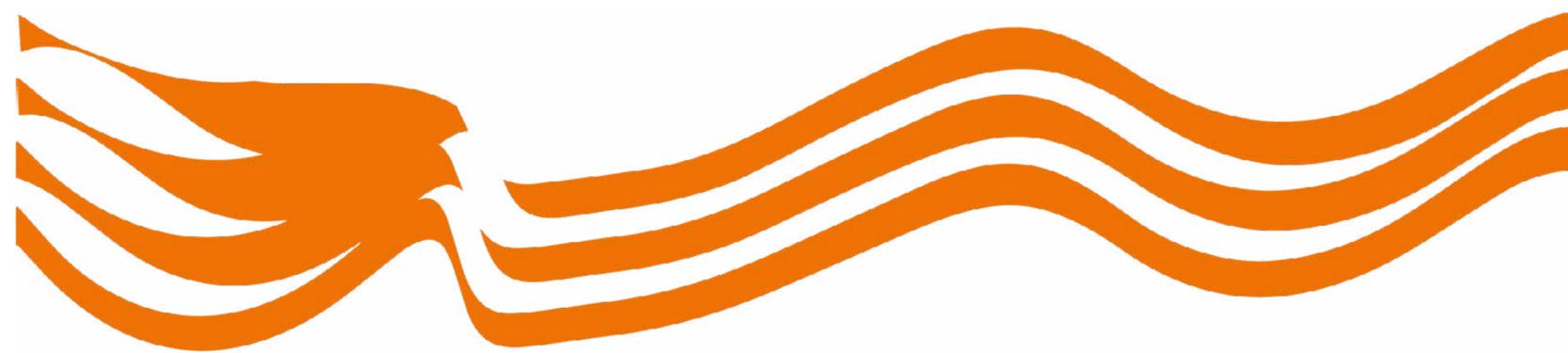
⁹ Campione rappresentativo di 360 lavoratori hanno ricevuto la survey e l'83% l'ha compilata. Il campione include lavoratori delle diverse aree di lavoro, quali luci, audio, strutture, video, scenografie, torri, inclusi tutti i diversi livelli aziendali, esclude i lavoratori locali temporanei. La survey è stata gestita da Trident, comprese le fasi di divulgazione e collettamento dei risultati.

¹⁰ La survey è stata condivisa tramite l'app JBP e i social del JBP, ed è stata gestita da Trident, comprese le fasi di divulgazione e collettamento dei risultati.



IL PROFILO DI RIGENERAZIONE
BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

Qual è stato l'impatto di JBP sulla vita e sul benessere delle persone coinvolte direttamente e indirettamente?



BENESSERE: FELICITA' E SALUTE

*“Altro che il luna park, altro che il cinema
Altro che internet, altro che l'opera
Altro che il Vaticano altro che Superman
Altro che chiacchiere...”*

Jova

Generazione di benessere per tutte le persone coinvolte, in particolare i partecipanti, i lavoratori e le comunità locali.

ECOSISTEMA JBP

PROSPETTIVE E STORIE

“Quello che sembrava impossibile da fare è stato possibile farlo.”

Roccella Ionica - JBP 2019 e 2022 - Vittorio Zito (Sindaco)

Il Jova Beach Party ha reso visibile al territorio il suo potenziale. Ha dimostrato che Roccella Ionica, borgo sul mare di soli 6.400 abitanti, è in grado di organizzare e gestire una grande festa in spiaggia che abbia un impatto positivo: lasciare l'ambiente intonso tramite interventi completamente reversibili, dare fiducia ai giovani e accogliere tanti visitatori. Quali sono alcuni degli impatti concreti creati?

- Le strutture comunali hanno tutte offerto pernottamenti di almeno una settimana e sono state tutte sold out (con un indotto stimato di 2-2.5 milioni¹¹).
- Nel 2022 rispetto al 2019 c'è stata una maggiore partecipazione a livello sovracomunale, i comuni vicini e la regione Calabria hanno investito sul JBP perchè c'era consapevolezza sui ritorni.
- Dal 2021 il comune ospita ogni estate il Roccella Summer Festival, anche grazie al JBP, che ha dimostrato al comune la sua capacità organizzativa.

¹¹ Dato stimato dalla Ionica Holiday, associazione degli albergatori locali.

¹² <https://www.reggiotoday.it/cronaca/roccella-sindaco-zito-bilancio-jova-beach-party.html>

Cosa il prossimo JBP potrebbe migliorare? Rendere più forte il legame con il territorio tramite un “lascito simbolico del JBP”. Nel 2019 sono stati regalati i contenitori per la raccolta differenziata, che i bar ancora stanno usando, e le magliette per i bambini della scuola calcio. Questi piccoli gesti hanno valorizzato nel tempo il passaggio del JBP e hanno fatto sentire la popolazione coinvolta. Per esempio potrebbe essere organizzato un percorso educativo sulla sostenibilità nelle scuole, promosso ed organizzato dal JBP.

“Il JBP 2022 è una straordinaria opportunità per raccontare e far conoscere la Calabria che siamo, per far prendere coscienza a tutti noi della possibilità di guarire dalla sindrome di Cenerentola e prendere in mano il nostro futuro. Avremmo potuto farlo, come suggeriscono le associazioni ambientaliste, con un concerto di Jovanotti tenuto in uno stadio o in un'arena. Ma avremmo dovuto organizzarlo in Campania, perché in Calabria stadi e arene di questo tipo non ce ne sono¹²”.

Roccella Ionica - JBP 2019 e 2022 - Vittorio Zito (Sindaco)

“Sono arrivate tantissime persone, hanno scoperto questa zona. JBP ci ha mostrato il potenziale che abbiamo.”

Fermo - Paolo Calcinaro (sindaco)

A Fermo già nel 2019 vi è stato grande entusiasmo perché il Jova Beach Party è stata l'occasione per mostrare la bellezza del territorio a tante persone, che hanno scoperto questa zona, andando nei musei, godendosi le spiagge e tornando anche negli anni successivi per le vacanze.

La capacità del Jova Beach Party di generare benessere e felicità nei suoi partecipanti è confermata dai risultati della survey che è stata condivisa alla fine del tour tramite l'app del JBP. Più di 405.000 persone hanno risposto! E' stata chiesta una valutazione da 1 a 5 e la quasi totalità dei partecipanti ha espresso un grado di soddisfazione pari o superiore a 4 a domande quali:

Quanto il JBP ha contribuito a 'farti brillare'?

Le risposte più positive sono legate a tematiche quali il sentirsi “Pieno di energia” e l'essere “Libero di essere me stesso”.

FATTI

SFIDE

Il mondo degli eventi è fatto di personale stagionale a cui è richiesto un grandissimo impegno per un tempo ristretto, come cambiare il corso di questo trend e lavorare per il benessere nel lungo periodo di queste persone?

ELEMENTO RIGENERATIVO

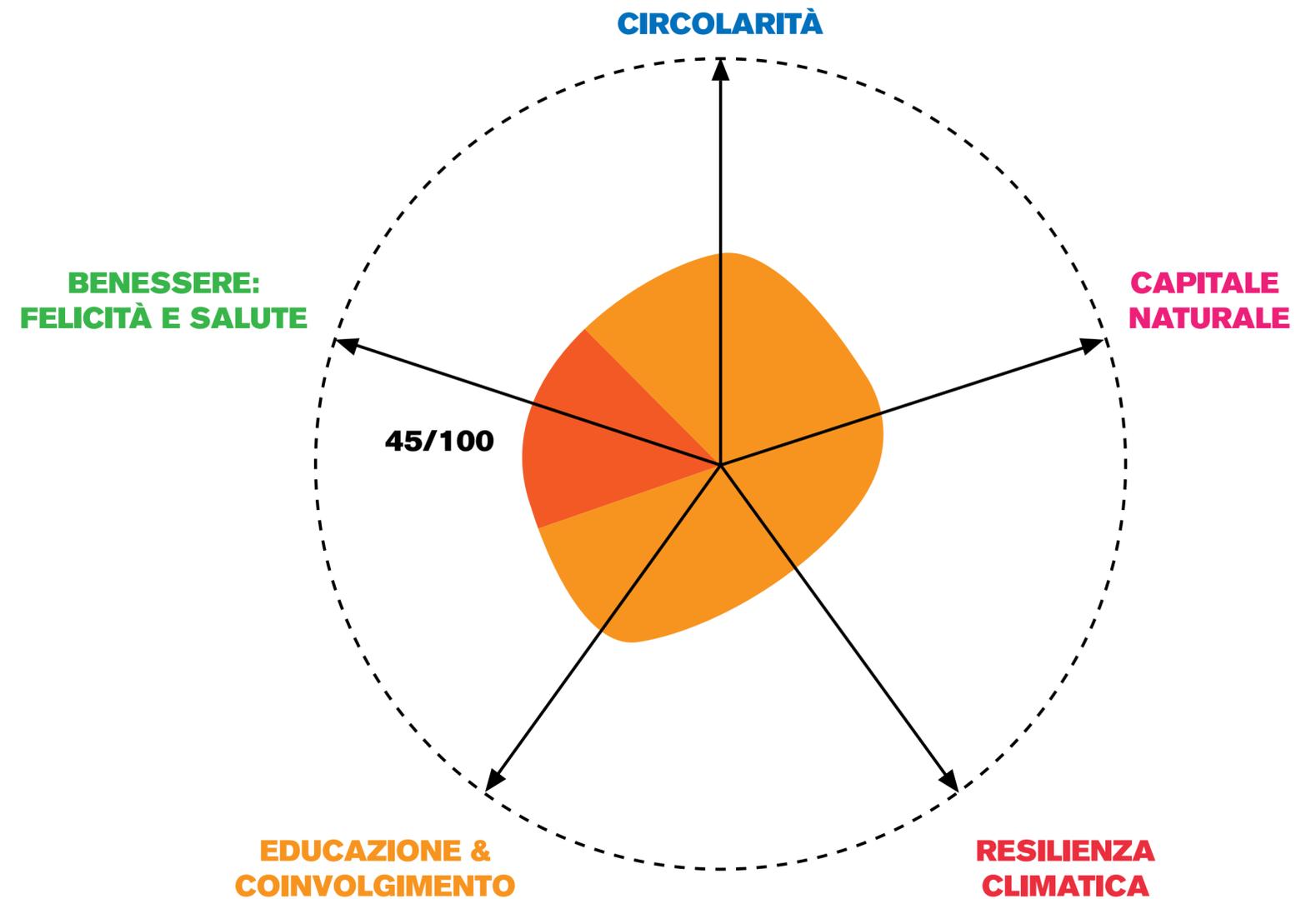
Il JBP ha fatto conoscere territori bellissimi e poco conosciuti dell'Italia, la località più cercata online tra quelle che hanno ospitato il JBP è stata Roccella Jonica, che ha ricevuto un incremento delle visite sul web del 481%! Come possiamo intenzionalmente sfruttare questa visibilità a favore dell'impatto positivo locale?

Al JBP tutti sono invitati e lo scopo è che tutti stiano bene:

- fisicamente, tramite la presenza di tutti i servizi necessari e la collaborazione con enti quali Guardia Costiera, Vigili del Fuoco, Croce Rossa e Polizia, che hanno permesso l'assenza di incidenti durante l'intero tour.
- mentalmente, per esempio tramite la condivisione di "Belle Storie: storie di amore, di coraggio, di trasformazione e meraviglia, che fanno bene a chi le vive e chi le rivive" e delle testimonianze di "The world is a Beach", dove scienziati, sportivi e altre figure positive condividono storie di sostenibilità, inclusione e appelli all'impegno collettivo.

IMPEGNI

Per creare benessere che rimane anche dopo il tour, e che coinvolge anche quelle persone delle comunità locali che non sono state direttamente toccate dal JBP, l'impegno è di progettare e creare intenzionalmente dei lasciti positivi per ciascuna comunità che ospita il JBP, concreti e/o simbolici, per creare un senso di appartenenza ed un legame tra la comunità locale ed il JBP.



Profilo di Rigenerazione - Benessere: Salute e Felicità

AREE DI FORZA

Pubblico:

- Attenzione alle **persone con disabilità/limitazioni motorie** tramite servizi dedicati.
- Condivisione di **messaggi** che curano la dimensione umana e di interdipendenza tramite l'app, i social e i messaggi di artisti e ospiti.
- **Linguaggio inclusivo** e promozione di comportamenti inclusivi.
- Grande attenzione alla **sicurezza del pubblico**, anche grazie alle collaborazioni con Guardia Costiera e Croce Rossa.
- **Monitoraggio della felicità dei partecipanti** tramite l'app / survey dedicate.

Comunità locali:

- Grande attenzione a **non creare impatti negativi nelle comunità** che ospitano gli eventi (ambientali tramite WWF e sociali tramite i dialoghi con gli stakeholder locali).
- **Donazioni / investimenti e campagne orientati al benessere delle comunità** tramite Ri-Party-Amo.
- **Promozione di bellezze e territori italiani:** il parco Nord a Milano, i Bronzi di Riace a Reggio Calabria e la Regione Liguria.
- Condivisione tramite l'app di **aree protette locali da visitare** per ciascuna tappa, grazie alla collaborazione con WWF.
- Indotto locale positivo, in particolare espresso dal **sold out delle strutture** ricettive delle località che hanno ospitato il JBP, in un'area con un raggio medio di 20 km (e fino a 50 km in località come lignano e Ravenna).
- Presenza di **varietà di tipologie di cibo** diverse ed adatte alle diverse necessità, incluse opzioni salutari come la macedonia e la verdura.

Lavoratori:

- Aspetti di **Health and Safety** dei lavoratori conformi e superiori ai requisiti di legge.
- **Offerta di cibo variegata** ed adatta alle diverse esigenze: vegetariana, vegana, senza glutine.
- **Monitoraggio del benessere** delle persone che **lavorano** al JBP tramite una survey.

AREE DI MIGLIORAMENTO

Pubblico:

- Condivisione ed uso della Regenerative Ambition del JBP per la creazione di una **cultura condivisa** legata alla vocazione ambientale e sociale degli eventi.
- Aumento dei **luoghi accessibili** alle persone con disabilità/limitazioni motorie.
- Sistemi formali di recepimento **feedback** per chiunque è coinvolto nel JBP.

Comunità locali:

- Inclusione di **donazioni / investimenti / iniziative che richiamano le tradizioni / i luoghi** per ciascuna comunità che ospita gli eventi.

Lavoratori:

- Implementazione di **azioni** oltre i limiti di legge per il **benessere dei lavoratori**, come bonus e processi strutturati per favorire la crescita personale e professionale.
- Organizzazione di corsi di formazione e aggiornamento sul settore, con focus per persone con barriere all'occupazione (e.g. **JBP Academy**).

INDICATORE	VALORE	FONTE E PROGRESS
Lavoratori: Numero di lavoratori che hanno risposto alla survey	Più di 300 su 360 a cui è stata inviata	Dato Misurato: Trident ¹³
Survey ai lavoratori: Quanto è il tuo livello di serenità (contrario di stress) sul lavoro?	Poco: 1% Abbastanza: 14% Parecchio: 70% Molto: 15%	Dato Misurato: Survey di Trident ¹³
Survey ai lavoratori: Ti senti di lavorare in un ambiente accogliente, che rispetta e ascolta i tuoi bisogni ed esigenze?	Poco: 8% Abbastanza: 16% Parecchio: 72% Molto: 4%	Dato Misurato: Survey di Trident ¹³
Numero di lavoratori per diversa tipologia di contratto (es. indeterminato, a ore, ecc)	Dato non Tracciato	L'organizzazione si impegna a strutturare un processo di misura ad hoc per la prossima edizione
Pubblico: partecipanti totali	530.000 partecipanti	Dato Misurato: Monitoraggio di Trident ¹⁴
Pubblico: Numero di persone che hanno risposto alla survey	più di 405.000	Dato Misurato: Trident ¹⁴

Survey al pubblico: Quanto il JBP ha contribuito a 'farti brillare'?	% di risposte con punteggio massimo: - Pieno di energia 98% - Libero di essere me stesso 99% - Connesso con le persone 94% - Connesso con la natura 87% - Sensibile a tematiche di sostenibilità 88% - Felice 99.8%	Dato Misurato: Survey di Trident ¹⁴
Survey al pubblico: Quanto il fatto di essere sulla spiaggia ha influito positivamente sulla tua esperienza?	% di risposte con punteggio massimo: 95%	Dato Misurato: Trident ¹⁴
Pubblico: Numero di posti dedicati riservati a persone con disabilità per tappa, su palco rialzato, ombreggiato ed accessibile	da 60 a 80 (inclusi gli accompagnatori), fino a 185 nella tappa di Bresso (esclusi gli accompagnatori) a Bresso	Dato Misurato: Trident
Pubblico: area media per tappa dedicati a persone con disabilità	40 mq	Dato Misurato: Trident
Tutti: Numero di incidenti durante il tour	0 incidenti	Dato Misurato: monitorato dalle varie centrali operative del 118

¹³ Campione rappresentativo di 360 lavoratori hanno ricevuto la survey e l'83% l'ha compilata. Il campione include lavoratori delle diverse aree di lavoro, quali luci, audio, strutture, video, scenografie, torri, inclusi tutti i diversi livelli aziendali, esclude i lavoratori locali temporanei. La survey è stata gestita da Trident, comprese le fasi di divulgazione e collettamento dei risultati.

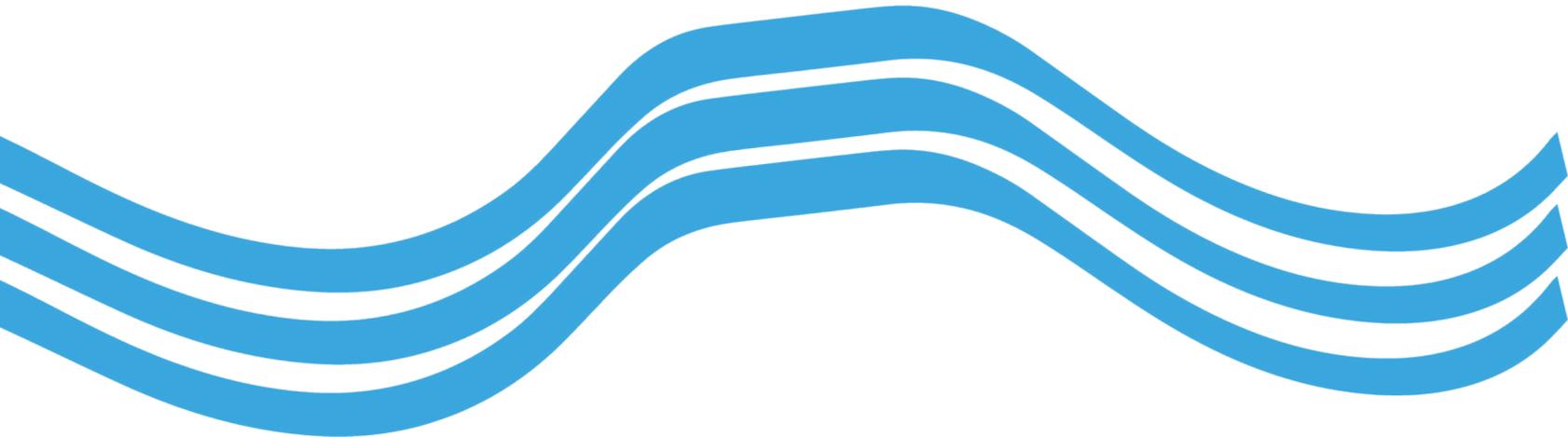
¹⁴ La survey è stata condivisa tramite l'app JBP e i social del JBP, ed è stata gestita da Trident, comprese le fasi di divulgazione e collettamento dei risultati.

Comunità locali: Indotto economico per tappa per le comunità locali ospitanti	Sold out delle strutture ricettive delle località che hanno ospitato il JBP e limitrofe, fino ad un raggio di 30-40km	Dato non Tracciato: L'organizzazione si impegna a strutturare un processo di misura ad hoc per la prossima edizione
Tutti: % di stand degli sponsor che parlavano di sostenibilità	100% è stato richiesto a tutti gli stand di avere un focus sulla sostenibilità ambientale	Dato Misurato: Trident
Comunità locali: Incremento medio delle ricerche su Google alle tappe del JBP	+ 120%	Dato Misurato: TIM Data Room ¹⁵
Comunità locali: Fondi raccolti tramite la campagna Ri-Party-Amo	3.323.087 euro	Dato Misurato: Intesa Sanpaolo ¹⁶

¹⁵ Periodo d'analisi: 1 luglio 2022 - 5 settembre 2022.

¹⁶ Dati aggiornati al 5 novembre 2022.

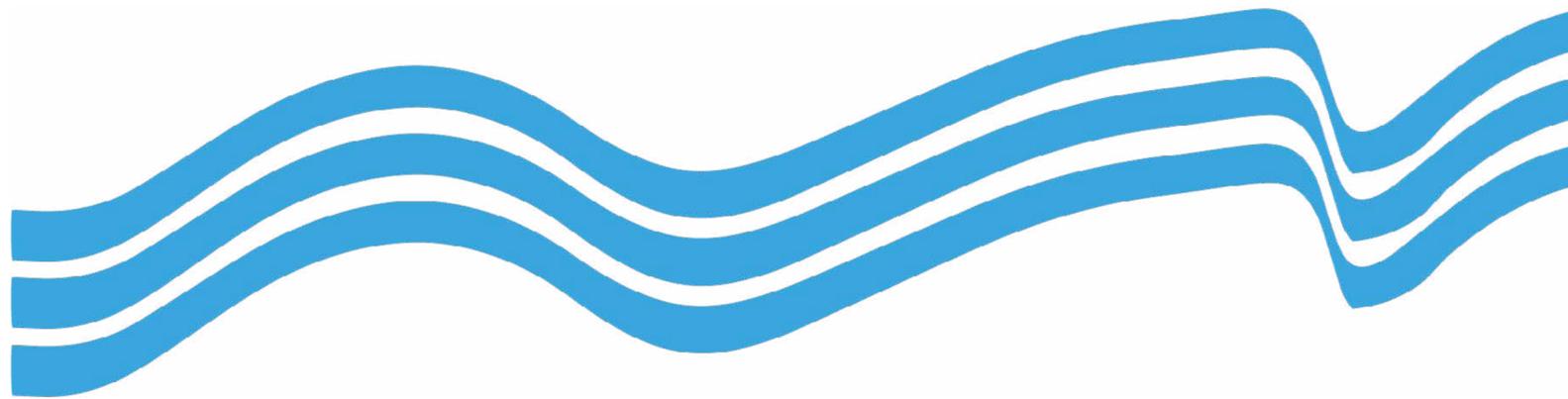




UNIRE LE FORZE

QUALCHE SPUNTO PER FARE MEGLIO

Il Jova Beach Party è stato anche un momento di scoperta e di apprendimento, che ha permesso di capire quali sono le aree in cui più si può lavorare. Vogliamo condividere queste idee con il settore, perché gli eventi del futuro siano sempre più momenti di vera rigenerazione.



CIRCOLARITÀ

LAVORIAMO SUL PACKAGING PER EVENTI ZERO WASTE.

Progettiamo un evento zero waste: dobbiamo partire dal packaging, che è la principale leva per innovare in direzione di circularity. Alcuni festival a livello mondiale, adottano già delle pratiche radicali per ridurre il proprio impatto. Basta pensare al Glastonbury Festival, dove viene effettuato l'allaccio alla rete idrica locale e il pubblico porta le proprie borracce o bicchieri che riempie dai rubinetti installati. In questo modo si elimina alla radice l'utilizzo di prodotti monouso e si risolve il problema dei rifiuti alla fonte. O alla fontana.

CAPITALE NATURALE

SCEGLIAMO LE SPIAGGE PER RIQUALIFICARLE.

L'idea di rigenerare gli animi degli spettatori scegliendo le spiagge come luogo per il Party ha funzionato. Estendiamola agli ecosistemi. Effettuando una selezione dei siti ancora più intenzionale e che coinvolga maggiormente le autorità locali, scegliendo spiagge da riqualificare. Il JBP avrebbe così un impatto positivo sul territorio e un enorme impatto educativo sulle comunità. Infatti, molti eventi gratuiti sulle spiagge, che non necessitano delle decine di autorizzazioni richieste invece agli organizzatori di eventi a pagamento, avrebbero così un modello virtuoso da rispettare.

RESILIENZA CLIMATICA

USIAMO UN MODELLO OPEN SOURCE PER RAGGIUNGERE LE ZERO EMISSIONI.

La visione è quella di progettare un concerto a zero emissioni. Come fare? Come esiste il concetto di codice open source, accessibile a tutti e aperto al contributo collettivo, scegliamo di mettere a disposizione i dati raccolti, le caratteristiche delle strutture e i modelli di misura adottati. Vogliamo valorizzare il concetto di Interdipendenza come principio chiave per l'evoluzione della industry. È possibile identificare soluzioni efficaci - ad esempio per l'approvvigionamento energetico tramite combustibili alternativi - avviando collaborazioni aperte a più stakeholder, ovvero a tutto l'ecosistema JBP: istituzioni, ambientalisti, attivisti, università e centri di ricerca, start-up innovative etc.

Una ricerca da un centro universitario su combustibili alternativi? Una tesi su una versione 2.0 di JBP? Proposte per attivare modelli di compensazione ad impatto nazionale?

EDUCAZIONE E COINVOLGIMENTO

SCEGLIAMO DI CO-CREARE E CO-PROGETTARE I GRANDI EVENTI.

L'ecosistema degli stakeholder deve essere ingaggiato per capire quali sono i temi materiali e rilevanti per ciascun evento organizzato, definendo un profilo target di sostenibilità da raggiungere su queste tematiche ed una lista di attività su cui l'ecosistema si attiva per raggiungere questo obiettivo. Questo permette di prendere posizione come innovatori su tematiche ad alto potenziale impatto del settore, raggiungendo le migliaia di persone coinvolte, come ad esempio tramite la selezione di fornitori/partner che sono leader secondo caratteristiche di sostenibilità, dimostrando che alternative valide esistono e si possono mettere in campo.

Una delle modalità più efficaci per fare emergere il pieno potenziale educativo e di impatto, è quello di mettere a sistema le capacità, passioni e competenze dei partecipanti a Jova Beach Party: questi possono essere ingaggiati come 'cittizen scientist' e collaborare nella raccolta di dati e informazioni, nel monitoraggio, nella diffusione degli apprendimenti e nel proporre soluzioni.

BENESSERE: FELICITÀ E SALUTE

SFRUTTIAMO I CONCERTI PER RIVITALIZZARE IL TERRITORIO.

Decidere dove fare gli eventi considerando il potenziale impatto positivo sulla comunità locale e agire per potenziarlo.

Il JBP può diventare il primo tour che sceglie località italiane "nascoste", poco conosciute, e fa scoprire le bellezze alle decine di migliaia di persone che partecipano a ciascuna tappa. Inoltre potrebbe esistere un applicativo per strutturare il processo di candidatura da parte delle località, che evidenzia il perché una città voglia candidarsi e qual è il suo possibile pieno potenziale.

Immaginiamoci quindi il settore dei tour, concerti ed eventi ricreativi che vogliono e hanno la forza di accelerare il processo di evoluzione delle comunità e cittadine italiane.

IL GRANDE CAVEAT

“Everything Wild Is Sacred”
C.E.

Sacro [sà-cro] agg., s. “Di quanto è connesso alla presenza o al culto della divinità o, più genericamente, all’oggetto di una particolare riverenza o venerazione.”

Dopo questo viaggio, è ancora più chiaro un vitale punto di attenzione: si possono portare ad una festa in spiaggia oltre mezzo milione di persone e lo si può fare bene, ma questo non vuol dire che lo si possa fare sempre e comunque.

È evidente il rischio che la spiaggia venga considerata e trattata superficialmente, una specie di commodity, un ‘luogo di consumo’ come un altro che perde completamente la sua sacralità. La spiaggia è - per sua stessa natura di luogo di confine tra gli elementi terra e acqua, tra la specie umana che è terrestre e la selvaticità che il mare rappresenta - un luogo dove non è possibile vivere stabilmente. Ma non solo la spiaggia: tutti i luoghi selvatici e scarsamente antropizzati devono essere visti, trattati e curati con attenzione sacrale: **esigono una cura e un rispetto fuori dall’ordinario.** Questi luoghi rappresentano un elemento di ispirazione e riattivazione fondamentale dell’energia profonda e dell’incanto indispensabili per creare un futuro sostenibile e rigenerativo.

Per affrontare questo rischio è fondamentale che la scelta dei luoghi sia curata in maniera maniacale. Su questo fronte, possiamo identificare due più uno livelli di cura, o accesso:

Priorità 1) Luoghi / spiagge degradati, dove già l’attività umana ha causato danni ambientali o di altro tipo, che chiedono di essere riparati. Sono zone dimenticate o abbandonate, che richiedono di essere riportate al centro dell’attenzione, secondo una prospettiva di ecosistema su cui è incentrato tutto questo documento. Questo dovrebbe essere l’ambito prioritario in cui portare le persone facendole diventare parte di una ‘macchina rigenerativa’ che recuperi, bonifichi e riqualifichi. E in questa azione, le persone e tutti gli attori che sono parte di questa impresa ne risulterebbero migliorati.

Priorità 2) Luoghi / spiagge già fortemente antropizzati: in questo caso si tratta di migliorarli e farne apprezzare il valore che normalmente ‘andando in spiaggia’ diamo per scontato e perde di significatività.

Queste due categorie di luoghi rappresentano l’opportunità di ‘rieducazione e riavvicinamento alla natura’ come leva per migliorare e creare un futuro sostenibile e rigenerativo.

Infine, ci sono i luoghi off limits: questi devono essere categoricamente esclusi per eventi del tipo di JBP o anche di minori dimensioni. Sono i luoghi non antropizzati. In questo caso, la raccomandazione, o il comandamento è di **“non entrare se non preparati o non accompagnati.”** Limitare gli accessi ed applicare rigorosamente le indicazioni degli esperti, che hanno dedicato la loro vita a proteggere, preservare e migliorare la sacralità del luogo e il suo valore rigenerativo.

Queste regole dovrebbero poi valere per tutte le manifestazioni di qualsiasi dimensione e tipo. Un giorno questo sarà normale e sarà considerato impensabile farlo diversamente. Lavoriamo insieme per avvicinare quel giorno.

NATIVA

DA QUI IN POI

In questo Legacy Report ci siamo proiettati nel futuro, con la consapevolezza che potrebbero servire molti anni, o decenni, per rendere un evento come JBP completamente sostenibile o ancora oltre, rigenerativo. Da questo futuro abbiamo guardato al presente per capire come evolvere e iniziare a farlo concretamente.

Sappiamo che JBP è una festa e si potrebbe obiettare che, forse, il mondo sarebbe più sostenibile anche senza feste. Lo abbiamo visto durante i picchi di COVID, ci sono attività umane indispensabili per la sopravvivenza immediata e altre che lo sembrano essere meno. Tuttavia, come ciascuno di noi ha provato per esperienza diretta, **è indispensabile che le persone possano avere opportunità per stare bene assieme. Quando questo accade, anche cose inimmaginabili assumono una luce diversa e cominciano a diventare possibili. Si generano quella visione e energia umane che sono la componente fondamentale per intraprendere il cammino che ci possa portare a creare una società sostenibile.**

Ci sentiamo di dire che da questo punto di vista è stato raggiunto il risultato che speravamo.

Sugli altri fronti, abbiamo voluto accendere un faro su noi stessi e rendere visibile, senza filtri, 'cosa sta dietro' un evento come JBP, confidando che questa nostra scelta possa ispirare molti altri ad accelerare su questo cammino, non solo nel settore della musica, divertimento e dello spettacolo, ma in qualsiasi campo di attività.

Lorenzo ha ispirato e guidato tutti in questa incredibile avventura. Soleluna e Trident hanno avviato un percorso di approfondimento e consapevolezza non scontato. Intesa Sanpaolo, attraverso JBP, ha sostenuto e diffuso con WWF uno dei più importanti programmi di rigenerazione ambientale promosso da un'azienda privata in Italia. I partner e gli sponsor sono stati chiamati a conoscersi e mettersi in gioco come mai prima. I partecipanti hanno messo tutta la loro positività ed energia, e altrettanta ne hanno portata a casa. Energia umana pulita e rinnovabile. Abbiamo fatto tutto quello che potevamo e abbiamo le idee più chiare su cosa dobbiamo e possiamo fare in futuro. Abbiamo anche una percezione più solida su quello che non abbiamo fatto e che al momento non sappiamo ancora esattamente come affrontare.

La gratitudine è immensa per chi in questo cammino ha messo il meglio di sé. Chiunque voglia condividere il resto del viaggio è benvenuto.

JBP Team



E ADESSO, LAVORIAMO INSIEME. CHE NE DITE?

Questo report si **orienta al futuro**, all'eredità che si impegna a lasciare per le prossime generazioni, ma soprattutto, e più in generale, a una industry che ha diversi spazi di miglioramento se rapportata all'ambizione rigenerativa che la sta guidando.

Questa consapevolezza ci porta a riflettere con serietà sulle direzioni di miglioramento verso cui, in modo trasparente, vogliamo impegnarci. Lo strumento che utilizzeremo in questa attività è di nuovo il nostro Profilo di Rigenerazione, che re-immagineremo definendo un **Profilo Target** ovvero l'immagine reale verso cui vogliamo tendere e che ci impegniamo a realizzare nei prossimi anni.

Ma gli strumenti da soli non bastano senza **l'energia** delle persone che li guidano, le quali sono a loro volta spinte dai **valori** in cui credono.

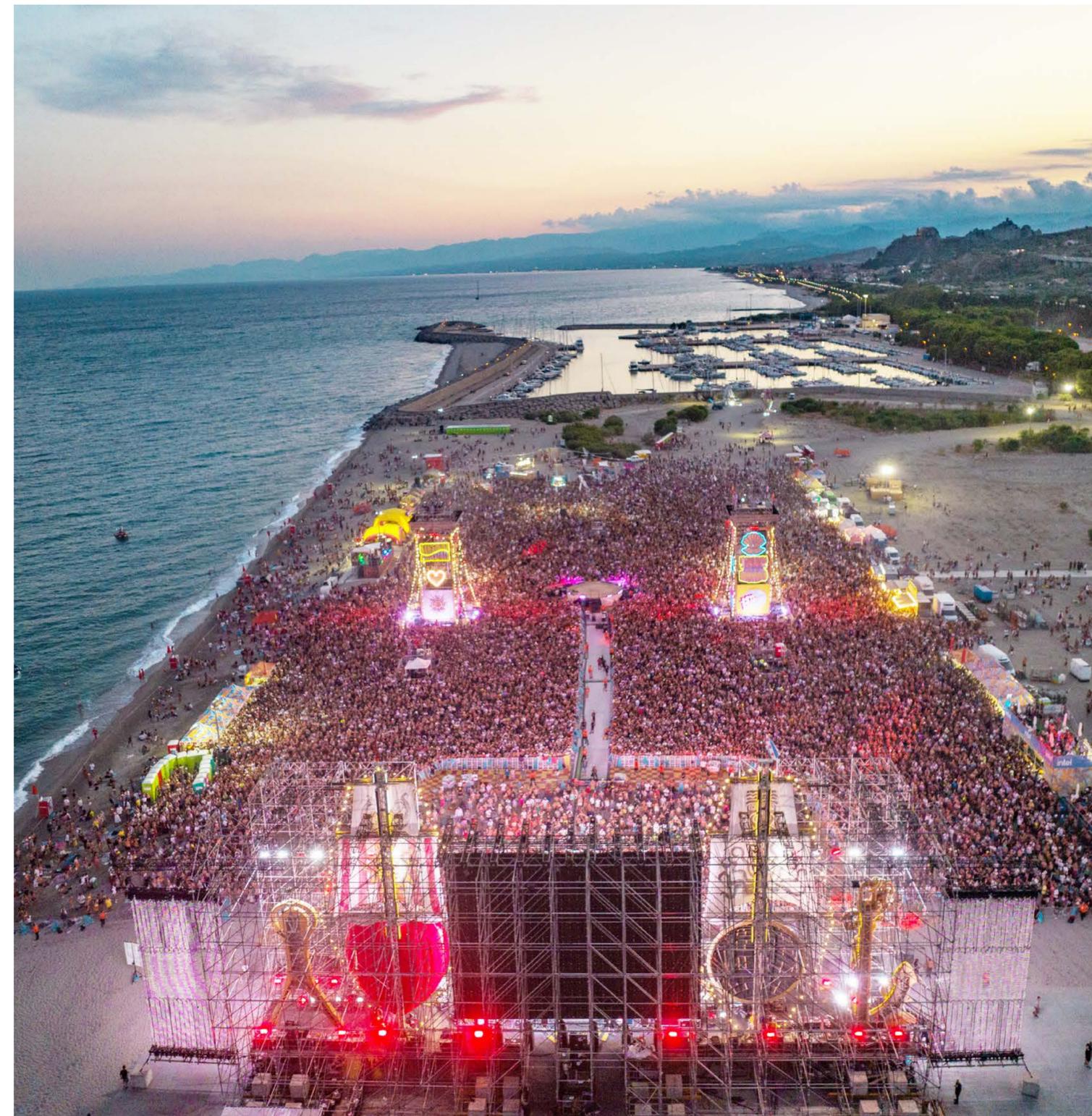
Per questo motivo vogliamo lasciare un'ultima pagina bianca, per poterla popolare insieme, creando una visione comune. Vogliamo raccogliere opinioni, impressioni, ma soprattutto idee concrete e proposte per agire e affrontare le sfide più grandi che le edizioni 2019 e 2022 ci hanno posto davanti.

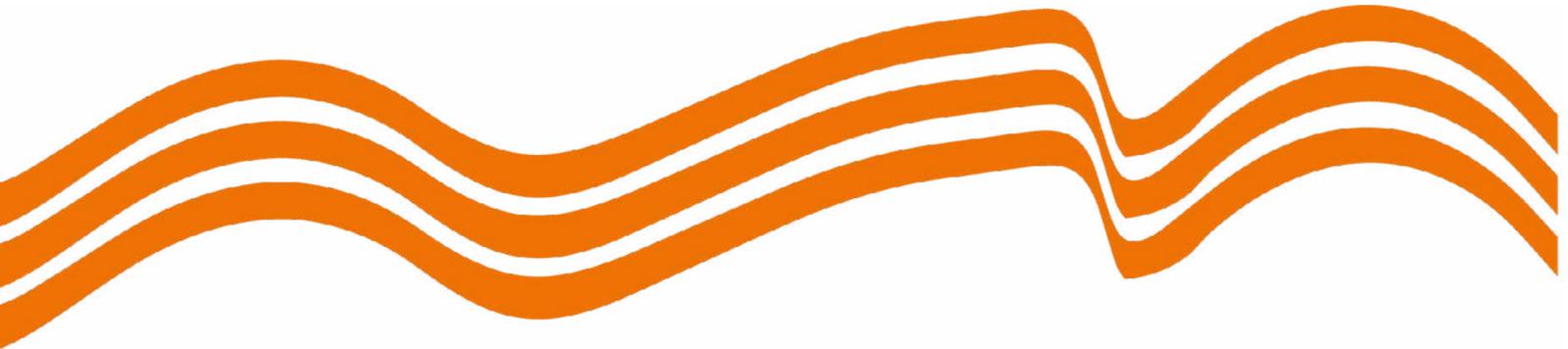
Inviare le vostre proposte tramite il format che trovate a [questo link](#).

Utilizzeremo i commenti ricevuti, raccogliendoli per aree tematiche - gli assi del nostro profilo - per darvi delle risposte e, a partire dalle idee proposte, costruiremo **tavoli di lavoro** per portare il concetto di rigenerazione in una dimensione ancora più concreta nella prossima edizione del Jova Beach Party e realizzare la NOSTRA Bella Storia!

“E quando passerà il monzone dirò “levate l'ancora. Diritta avanti tutta questa è la rotta questa è la direzione. Questa è la decisione.”

Jova





Le informazioni presenti all'interno del documento sono state fornite da Trident Music 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