

Carroponete 2018, stagione all'insegna della sostenibilità: gamification, blockchain e l'energia 100% green di Sorgenia

Il pubblico del Carroponete ha partecipato a una competizione virtuosa che si è svolta durante tutte le 25 serate di concerti tra giugno e settembre per minimizzare gli impatti ambientali dei concerti.

Milano, 11 ottobre 2018 - 700kg di CO₂ non dispersa nell'ambiente, la scelta di non utilizzare acqua in bottiglia (il 50% del pubblico), l'impegno in attività di riciclo (30% dei fan), la preferenza accordata alla mobilità sostenibile (da parte del 30% degli spettatori). Questi i risultati del **Responsible Box**, un progetto pensato per garantire la sostenibilità degli eventi, promosso da **Area Rided** e **Sorgenia**.

Duemila persone in venticinque serate tra giugno e settembre hanno utilizzato il **Responsible Box** al Carroponete 2018 di Milano-Sesto S. Giovanni. Il tool, che ricorda il classico juke box, è stato realizzato da **Area Rided Aps nata dal Master Rided del Politecnico di Milano**, in collaborazione con **Sorgenia**. L'obiettivo? Contenere e conteggiare i consumi energetici di ogni singolo evento, compensandoli con l'energia green di Sorgenia.

L'iniziativa, ideata per favorire la sostenibilità nel mondo degli eventi, è un contatore di carbon footprint in grado di contabilizzare i risparmi attraverso la registrazione delle azioni sostenibili degli utenti di Carroponete. In che modo? L'infrastruttura si collega alla **blockchain** per la validazione e la compensazione di tutte le transazioni (azioni e consumi) tramite l'acquisto di **energia green** da **Sorgenia**. Il progetto realizza un processo **bottom-up di responsabilizzazione sociale** spingendo la comunità a contribuire, anche attraverso piccole azioni, alla **lotta al cambiamento climatico**.

Simone Lo Nostro, direttore Mercato&ict di Sorgenia dice: *“Ci ha molto colpiti l'approccio del progetto: coinvolgere le persone in piccole azioni sostenibili, avvalendosi però di un meccanismo basato sulla gamification che unisce l'attenzione per l'ambiente con il digitale, in un'accoppiata senza dubbio vincente. Il tutto nell'ambito di una manifestazione di puro divertimento. La dimostrazione tangibile che sostenibilità, se mai lo avesse significato, oggi non vuole più dire rinuncia”*.

La notevole affluenza al Carroponete e la risposta positiva degli utenti alle attività di **gamification** hanno garantito un'efficace diffusione delle buone pratiche ambientali promosse dall'iniziativa: il risparmio di acqua ottenuto portando la borraccia da casa o utilizzando gli erogatori di acqua del rubinetto messi a disposizione da Carroponete; la mobilità sostenibile, basata sull'uso dei mezzi pubblici, della bicicletta o del car sharing per raggiungere l'area degli eventi; il riciclo tramite la raccolta differenziata dei rifiuti.

I dati hanno evidenziato che il **pubblico giovane** risponde più positivamente agli stimoli della gamification rispetto ad una utenza più adulta e che il **sostegno dell'artista** all'iniziativa incide notevolmente sul comportamento responsabile dei suoi fan. Entrando nel merito delle azioni sostenibili, nel corso della stagione i riscontri degli utenti sono passati da una maggiore attitudine al **riciclo**, ad una più ampia familiarità verso **tutti i fattori della sostenibilità**. In particolare, è emerso l'incremento di attenzione verso la **riduzione dell'acqua in bottiglia**, ottenuta soprattutto grazie alle attività associative di sensibilizzazione e informazione.

E infine, i fan di quali artisti si sono dimostrati più attenti all'ambiente? Secondo i dati registrati dal Responsible Box, la serata con maggiore coinvolgimento degli utenti in proporzione al numero di ingressi è stata quella del concerto dei Calxico. Il concerto di Coez si posiziona invece come l'evento con più utenti sostenibili per il numero di registrazioni di azioni virtuose.

Sorgenia nasce nel 1999 con l'avvento del mercato libero dell'energia ed è oggi uno dei maggiori operatori italiani per la produzione e la vendita di elettricità e per l'approvvigionamento e la vendita di gas naturale. L'offerta commerciale si sviluppa online e fa leva sulla scelta consapevole da parte dei clienti e su innovativi servizi digitali che rendono più semplice il rapporto con l'energia.