

Bilancio di sostenibilità



**ALL IN
ONE**

WDW2024
WORLD DUCATI WEEK

26 - 28 Luglio / Misano, Italia

wdw.ducati.com



1. Introduzione

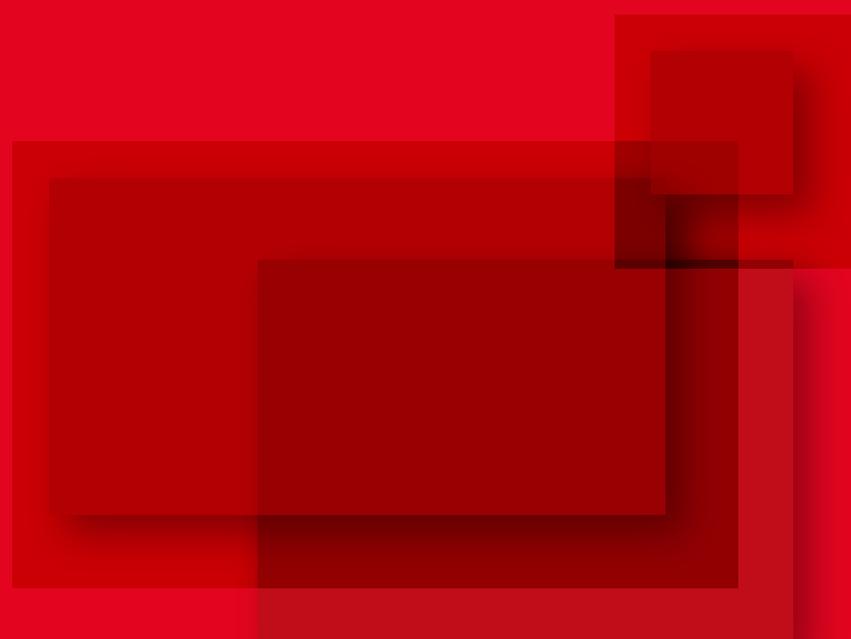
2. Scopo e perimetro
della rendicontazione

3. WDW 2024

4. Per un WDW sostenibile

5. Risultati ottenuti

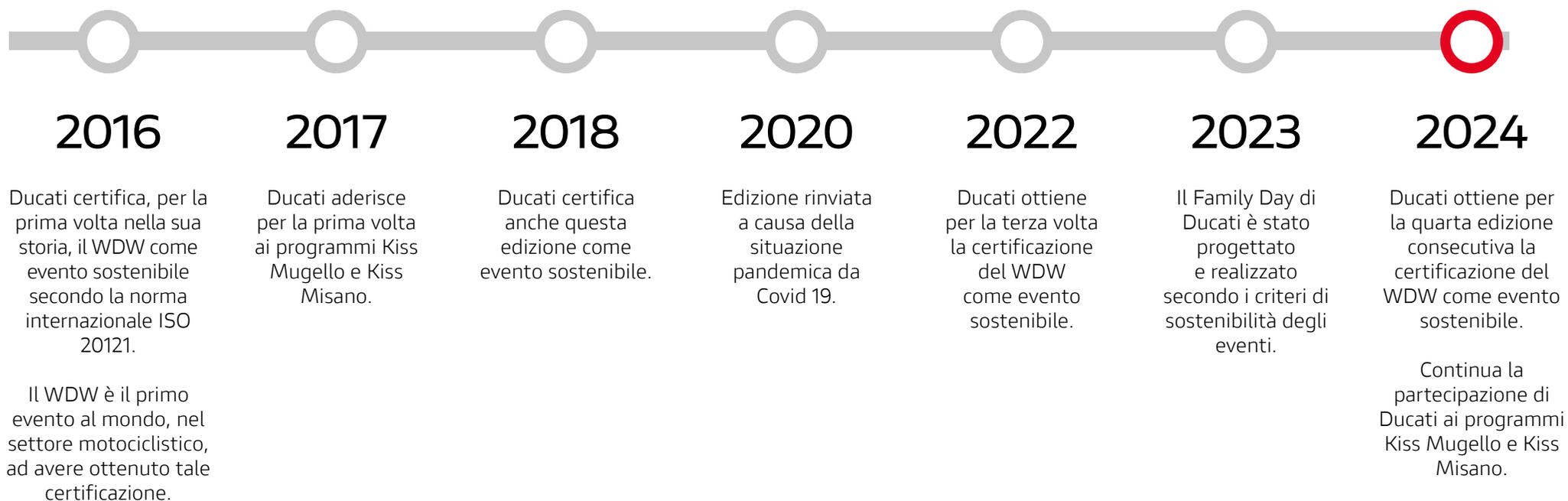
6. Obiettivi futuri

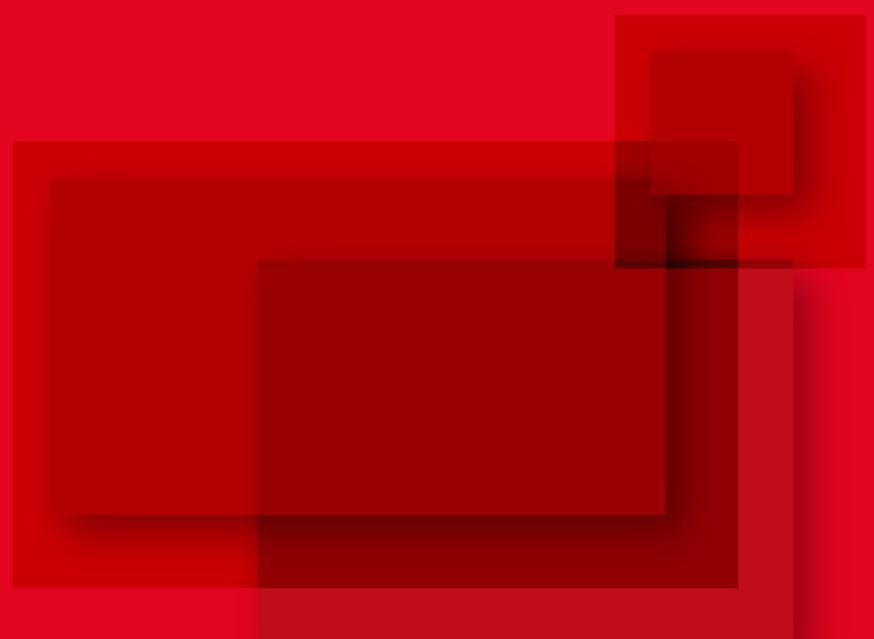


Gli eventi motociclistici come il World Ducati Week (WDW) aggregano un elevato numero di persone, producendo effetti economici significativi oltre che, ovviamente, impatti sull'ambiente e sul territorio in cui prendono vita.

Ducati anche per l'edizione del 2024 ha voluto certificare il World Ducati Week come Evento Sostenibile, dimostrando come un evento capace di aggregare decine di migliaia di Ducatisti e appassionati provenienti da ogni parte del mondo, possa essere anche l'occasione per una gestione equilibrata dal punto di vista economico, ambientale e sociale, diventando così un esempio nel mondo delle due ruote.

La sostenibilità negli eventi Ducati

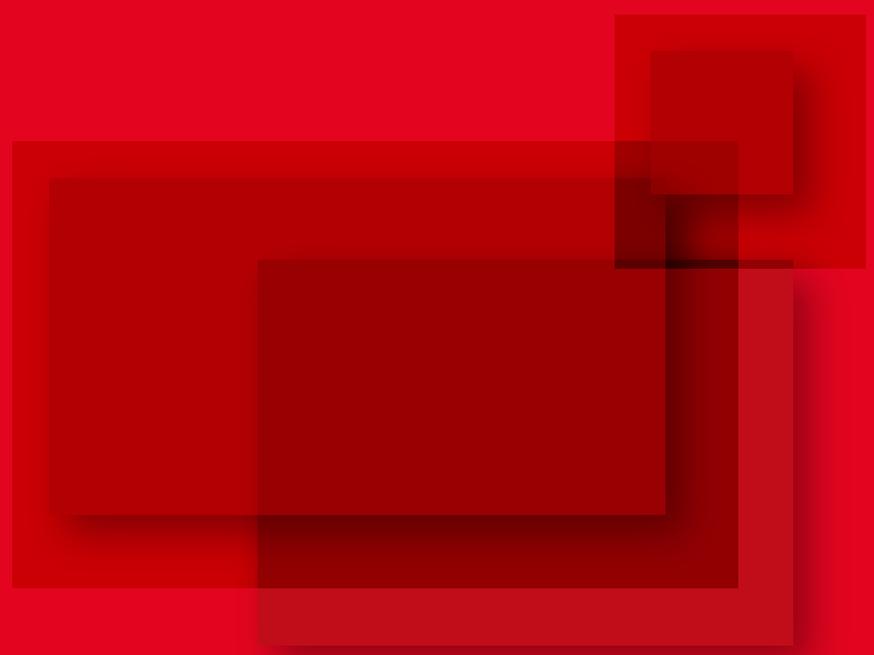


- 
- 
1. Introduzione
 2. Scopo e perimetro della rendicontazione
 3. WDW 2024
 4. Per un WDW sostenibile
 5. Risultati ottenuti
 6. Obiettivi futuri

Scopo di questo bilancio è quello di dare evidenza dei risultati ottenuti in conseguenza delle azioni di sostenibilità ideate per l'evento World Ducati Week (WDW), tenutosi presso il Circuito Marco Simoncelli di Misano Adriatico (RN) dal 26 al 28 luglio 2024.

All'interno del campo di applicazione della rendicontazione sono incluse le attività che hanno avuto luogo presso il Circuito nelle giornate comprese tra venerdì 26/07/2024 e domenica 28/07/2024.

Resta escluso dal campo di applicazione della certificazione l'evento previsto il venerdì sera che non si è disputato all'interno del Circuito.

- 
- 
1. Introduzione
 2. Scopo e perimetro della rendicontazione
 - 3. WDW 2024**
 4. Per un WDW sostenibile
 5. Risultati ottenuti
 6. Obiettivi futuri

WDW is

Red Pictures Motorcycle **Love**

Champions Adrenaline **People** Heritage

Passion International Emotions

Performance Track **Social** Stuntmen

Riders Community Music **Shows**

Fans Desmosdromic PitLane Fun Turns

Friends **DOC** Engines **Joy**

Wheels Speed Sustainability



Rivivi i momenti salienti dell'evento al seguente link: [World Ducati Week 2024 - WDW](#)



88

Nazioni di provenienza degli
94.000 partecipanti



2.269

Chilometri percorsi con mezzi
di trasporto sostenibili



225

Addetti al servizio di
security



0

Mappe stampate su carta
riciclata. Tutte le mappe
sono state digitalizzate



5.106

Litri di acqua distribuiti senza
l'utilizzo del PET



2.740

Plastica / lattine recuperata con
la raccolta differenziata



83%

Fornitori del servizio di
catering a km 0



0

Infortuni durante le fasi di
allestimento e disallestimento
che hanno richiesto l'intervento
dei mezzi di soccorso



18.926.474

Persone raggiunte attraverso i canali digitali



10.212

Bottiglie di plastica risparmiate



100%

Corsi erogati in bilingue nei
Ducati Talk



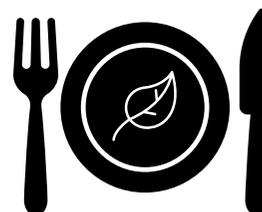
1.565

Partecipanti ai driving
experience



19

Audit condotti sulla
sicurezza sul lavoro
e sulla compliance
ambientale



90.700

Stoviglie compostabili usate nei punti catering





«Misano World Circuit considera la «sostenibilità» elemento fondamentale della propria strategia. La volontà di interagire al meglio con tutti gli Stakeholder, valorizzando, al contempo, il territorio nel quale l’azienda opera impone la scelta di adottare politiche di sostenibilità che tengano conto degli aspetti sociali e ambientali, oltre che di quelli economici»⁽¹⁾

(1) Fonte: Politica di Sostenibilità - Misano World Circuit ([misanocircuit.com](https://www.misanocircuit.com))





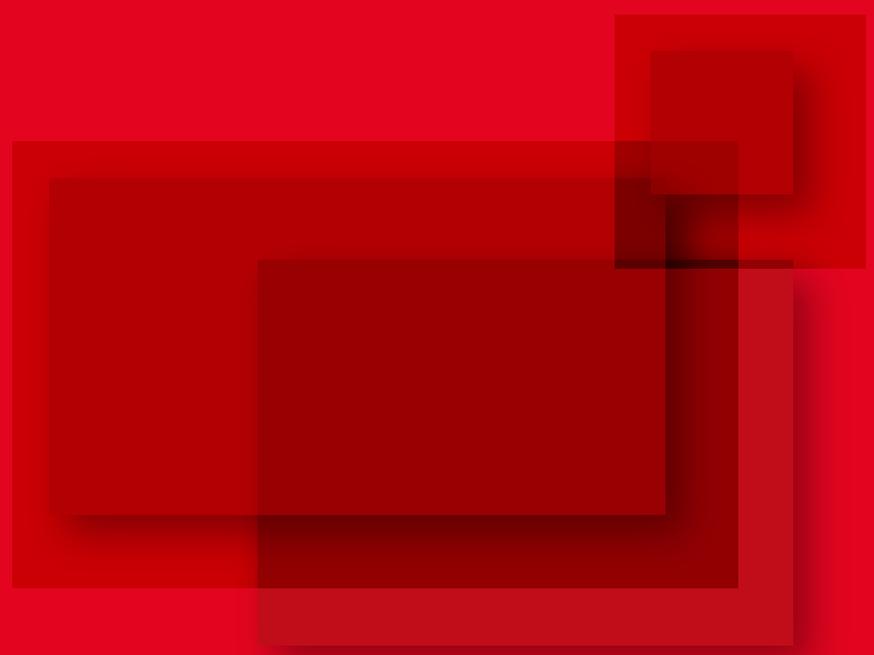
Summertrade, azienda riminese di ristorazione, durante il WDW 2024 oltre alla consueta gestione del ristorante Santa Monica all'interno del Circuito, ha gestito anche i punti catering presenti all'interno dell'evento. Per supportare Ducati a raggiungere l'obiettivo della riduzione di rifiuti plastici, Summertrade ha fornito stoviglie compostabili presso i punti ristoro, ed ha predisposto una casetta dell'acqua e 8 erogatori portatili presso i punti catering. Inoltre, al fine di contribuire alla sostenibilità dell'evento, Summertrade oltre a fornire prodotti gastronomici stagionali a km zero, avvalendosi di fornitori locali, ha anche garantito la donazione delle eccedenze alimentari ad associazioni benefiche.



«Vmoto, leader mondiale nella mobilità elettrica, produce e distribuisce in oltre 65 Paesi veicoli elettrici di alta qualità, contribuendo allo sviluppo sostenibile globale. Design, creatività e innovazione sono gli asset adottati sul campo per sviluppare il settore delle moto elettriche a livello globale e offrire una qualità senza compromessi, il miglior servizio al cliente e un miglioramento costante» ⁽²⁾

Durante l'edizione del WDW2024 Vmoto oltre ad essere sponsor ed essere presente con uno stand espositivo, ha messo a disposizione dello staff 27 scooter elettrici.

(2) [VMoto | Global leader in electric mobility solutions](#)

- 
- 
1. Introduzione
 2. Scopo e perimetro della rendicontazione
 3. WDW 2024
 4. **Per un WDW sostenibile**
 5. Risultati ottenuti
 6. Obiettivi futuri

Dopo l'edizione 2022 del World Ducati Week, Ducati si era prefissata quattro attività di miglioramento per l'edizione del 2024.

Scelta degli hotel

Considerare i criteri di sostenibilità all'interno dei capitolati di gara per la scelta delle strutture alberghiere a servizio dello staff.

Cibi e bevande

Migliorare ulteriormente la sostenibilità legata al catering e alla sua catena di fornitura.

Inclusività / Partecipazione

Estendere la diffusione delle linee guida degli eventi sostenibili anche alle filiali internazionali di Ducati e ai D.O.C.

Raccolta rifiuti

Migliorare la gestione della raccolta dei rifiuti e sensibilizzare il personale delle ditte esterne operanti durante l'evento.



CONSAPEVOLEZZA

Ducati si impegna a comunicare e a diffondere i propri obiettivi ambientali e di sostenibilità agli stakeholder in grado di influenzare o di essere influenzati da tali aspetti. In particolar modo, tutti i dipendenti e collaboratori saranno informati e formati sulle tematiche ambientali e di sostenibilità, in relazione all'area di appartenenza, con il fine di sviluppare una rete di responsabilità su tali argomenti. Essi devono, inoltre, conoscere la Politica Ambientale e di Sviluppo Sostenibile e sono tenuti alla collaborazione per il raggiungimento degli obiettivi di miglioramento prefissati dall'Azienda.



GESTIONE

La gestione orientata alla riduzione dell'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita delle nostre operazioni, prodotti e servizi, purché economicamente sostenibile, è uno degli obiettivi prioritari della strategia di Ducati. In fase di progettazione, di sviluppo, di realizzazione e di utilizzo dei prodotti, nonché nelle altre attività, inclusi gli eventi, Ducati è attenta al risparmio di energia e materie prime, alla minimizzazione delle emissioni di gas inquinanti, nonché alla riduzione della produzione di rifiuti ed al loro recupero, laddove possibile. Ducati promuove inoltre la cura e la salvaguardia dell'ambiente anche attraverso la promozione e la valorizzazione del territorio.



INCLUSIVITÀ

Ducati garantisce pari opportunità e uguaglianza di trattamento nei confronti dei suoi stakeholder a prescindere dalle origine etniche, dal colore della pelle, dal genere, dalla religione, dalla nazionalità, dall'orientamento sessuale, da eventuali stati di handicap, dall'estrazione sociale e dall'indirizzo politico, a patto che siano rispettati i principi democratici e vi sia tolleranza verso le idee e le ideologie diverse.



INTEGRITÀ

In coerenza con quanto dichiarato nel proprio Codice Etico, per Ducati il rispetto dei diritti umani riconosciuti a livello internazionale rappresenta un presupposto fondamentale per qualsiasi relazione commerciale.



PARTECIPAZIONE

Ducati gestisce le proprie attività, inclusi gli eventi, in modo da soddisfare ed esaudire le aspettative degli stakeholder, coinvolgendoli come parte attiva con l'obiettivo di abbattere i confini e le barriere geografiche.



TRASPARENZA

Ducati comunica con i propri stakeholder in modo chiaro, veritiero, equo, nel rispetto della legge, dei principi della correttezza professionale e del Codice Etico di cui si è dotata. La collaborazione con gli enti di controllo, le autorità e le istituzioni sono improntati alla trasparenza e fiducia reciproca, al fine di garantire un flusso comunicativo con tutti gli interlocutori interessati.

Partendo dai principi di sostenibilità elencati in Politica ambientale e di Sviluppo Sostenibile, Ducati ha individuato una serie di obiettivi che si impegna a perseguire, compatibilmente con le esigenze aziendali.

Consapevolezza

- > Massimizzare la comunicazione dei principi di sostenibilità dell'Evento
- > Comunicare in maniera trasparente come si intende raggiungere i principi di sostenibilità fissati per l'Evento ed i risultati ottenuti
- > Sensibilizzare tutti gli Stakeholder coinvolti alle tematiche ed ai principi di sostenibilità

Partecipazione

- > Garantire un'esperienza di visita indimenticabile ai fruitori
- > Massimizzare il numero di fruitori dell'Evento
- > Massimizzare il traffico digitale attorno all'Evento
- > Massimizzare l'eco globale ed internazionale dell'Evento

Trasparenza

- > Comunicare in maniera trasparente come si intende raggiungere i principi di sostenibilità fissati per l'Evento ed i risultati ottenuti
- > Assicurare rapporti basati sulla trasparenza, la correttezza e la collaborazione con le Istituzioni

Gestione

- > Realizzare un Evento sostenibile anche in termini economici, garantendo il rispetto del budget stabilito
- > Ridurre, laddove possibile e compatibilmente con lo scopo dell'Evento, le emissioni di inquinanti in atmosfera
- > Promuovere la cura e la salvaguardia dell'ambiente anche attraverso la riscoperta e la valorizzazione del territorio

Inclusività

- > Coinvolgere la comunità locale anche attraverso attività di volontariato
- > Garantire pari opportunità ed accessibilità all'Evento anche alle categorie protette
- > Garantire l'integrazione all'Evento dei partecipanti provenienti da altri Paesi

Integrità

- > Garantire a tutti i lavoratori impegnati nella realizzazione dell'Evento il rispetto dei diritti umani, delle normative applicabili in materia di lavoro, assicurandone anche la tutela della salute e sicurezza
- > Garantire la sicurezza dei fruitori dell'Evento
- > Garantire il rispetto del principio di concorrenza consentendo l'accesso all'Evento anche a possessori di moto della concorrenza

Nella definizione degli obiettivi di sostenibilità, Ducati si è ispirata agli SDGs (Sustainable Development Goals) delle Nazioni Unite.

Gli SDGs, di seguito riportati, hanno carattere universale - si rivolgono cioè tanto ai paesi in via di sviluppo quanto ai paesi avanzati - e sono fondati sull'integrazione tra le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile ovvero quella ambientale, sociale ed economica.





Eliminare la fame e assicurare a tutte le persone, in particolare i poveri e le persone in situazioni vulnerabili, tra cui i bambini, l'accesso a un'alimentazione sicura, nutriente e sufficiente per tutto l'anno.



Dimezzare il numero di decessi a livello mondiale e le lesioni da incidenti stradali.



Eliminare ogni forma di violenza contro tutte le donne, bambine e ragazze nella sfera pubblica e privata, incluso il traffico a fini di prostituzione, lo sfruttamento sessuale e altri tipi di sfruttamento.



Rafforzare la cooperazione internazionale per facilitare l'accesso alla tecnologia e alla ricerca di energia pulita, comprese le energie rinnovabili, all'efficienza energetica e alla tecnologia avanzata e alla più pulita tecnologia derivante dai combustibili fossili, e promuovere gli investimenti nelle infrastrutture energetiche e nelle tecnologie per l'energia pulita.



Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e quelli in lavoro precario.

Elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali.



Aumentare significativamente l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e sforzarsi di fornire un accesso universale e a basso costo a Internet nei paesi meno sviluppati.



Potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro.



Fornire l'accesso a sistemi di trasporto sicuri, sostenibili, e convenienti per tutti, migliorare la sicurezza stradale, in particolare ampliando i mezzi pubblici, con particolare attenzione alle esigenze di chi è in situazioni vulnerabili, alle donne, ai bambini, alle persone con disabilità e agli anziani.



Ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.
Incoraggiare le imprese ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche.



Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale riguardo ai cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e di allerta precoce.



Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.



Garantire l'accesso del pubblico alle informazioni e proteggere le libertà fondamentali, in conformità con la legislazione nazionale e con gli accordi internazionali.



WDW senza frontiere

Il WDW è un Evento internazionale che coinvolge sia un pubblico italiano (che rappresenta la percentuale più elevata) sia un pubblico internazionale.

Al fine di facilitare il coinvolgimento e la partecipazione del pubblico straniero, sono state previste le seguenti attività:

- > Ingresso omaggio per i partecipanti provenienti da Paesi extra-europei
- > Erogazione in bilingue dei Ducati Talk
- > Traduzione del regolamento in 5 lingue
- > Erogazione in doppia lingua delle comunicazioni ufficiali dell'Evento







WDW SENZA FRONTIERE - NUMERI

100 | La % di corsi erogati in bilingue all'interno dei Ducati Talk

88 | Le nazioni di provenienza dei partecipanti al WDW

63 | Le nazioni di provenienza dei partecipanti dei D.O.C.

240 | Ducati Official Club (DOC) presenti

52 | Ducati Talk

Il WDW e la comunicazione



Il WDW è un momento di partecipazione, inclusività e condivisione, che coinvolge appassionati, fornitori, sponsor, dipendenti. Pertanto Ducati, rispettando gli obiettivi di sostenibilità che si era prefissata per questa edizione, ha cercato di massimizzare il traffico digitale attorno all’evento, aumentando la comunicazione sui temi di sostenibilità legati all’evento, al fine di darne maggiore visibilità, mediante una strategia di comunicazione improntata a:

Aumentare

- > Aumentare il coinvolgimento e il flusso di informazioni per i media e il pubblico.

Garantire

- > Garantire la massima visibilità dell’evento e il suo richiamo internazionale.

Coinvolgere

- > Coinvolgere un pubblico sempre più ampio: motociclisti, famiglie, appassionati di tutte le età, giovani (under 30).

Al fine di raggiungere un pubblico più ampio possibile, è stato attivato un piano di comunicazione che è iniziato nel novembre 2023 con un annuncio pubblico durante l'EICMA ed è proseguito mediante diversi mezzi di comunicazione, tra cui:

Sito web Ducati

La sezione del sito web World Ducati Week è uno dei principali canali di comunicazione e fonte di informazioni. Dal 14.03.2024 è stato progressivamente aggiornato seguendo le diverse fasi e tappe della comunicazione dell'evento. In occasione della conferenza stampa della WDW 2024, tenutasi il 12 giugno presso l'Auditorium di Ducati a Borgo Panigale, è stato presentato il programma con il dettaglio delle attività.

Canali social Ducati

Tutti i canali social di Ducati vengono utilizzati nella comunicazione dell'evento. Al riguardo è stato attivato un Piano editoriale dedicato alle pubblicazioni sui diversi canali per garantire un flusso costante di comunicazione.

Tutte le pubblicazioni e i relativi contenuti sono stati adattati e personalizzati in base alle caratteristiche del canale stesso. I canali più rilevanti, e che prevedono una pubblicazione settimanale, sono:
App WDW , Pagina Facebook WDW, Gruppo Facebook WDW, Telegram del WDW

I canali social di Ducati sono stati utilizzati nella comunicazione WDW nelle seguenti occasioni:

- il 14 marzo per la vendita dei biglietti
- il 12 giugno in occasione della Conferenza Stampa World Ducati Week 2024, con la presentazione del programma dell'evento
- il 5 luglio per valorizzare il Fanta WDW
- il 10 luglio per l'apertura della piattaforma di registrazione alle riding experience
- per comunicare tutte le principali attività di intrattenimento
- per dare informazioni sul programma degli eventi serali di venerdì 26 e sabato 27 luglio



Pubblicità digitale

Al fine di raggiungere un pubblico sempre più ampio, si è avviata la pubblicità digitale del WDW dal 14/03/2024 (giorno di inizio della vendita dei biglietti) mediante: Facebook , Telegram, My Ducati App, WDW App. Una novità dell'edizione del 2024 è rappresentata dalla WDW App. Tale App è stata resa disponibile su Apple e Androide Store dal 14/03/2024 , ed utilizzata per ogni tipo di news: informazioni utili , attività previste durante l'evento e informazioni sulla sostenibilità dell'evento.

Stampa e Pubbliche Relazioni

Per amplificare l'impatto della comunicazione e sfruttare al massimo l'eco mediatica, ci si è concentrati su una presenza continua del WDW all'interno dei comunicati stampa, anche quelli non strettamente legati all'evento.

Il 12 giugno si è svolta presso l'Auditorium della sede di Ducati a Borgo Panigale la conferenza stampa per presentare la World Ducati Week 2024, in cui erano presenti oltre 20 giornalisti, per la maggior parte italiani, e una selezione di ospiti e partner. La conferenza è stata trasmessa in diretta su Microsoft Teams e tradotta simultaneamente in inglese per consentire anche ai media internazionali di partecipare. Inoltre, a dimostrazione dell'importanza della sinergia e della collaborazione con il territorio, è stato organizzato un tour pre-evento con i media internazionali per introdurli nella regione che ospita il WDW. Tale iniziativa è stata condotta con la collaborazione di VisitRomagna.

Infine, attraverso un'agenzia di comunicazione , Ducati è stata messa in contatto per partecipare alla sezione "Esprimi un desiderio" di Donna Moderna per realizzare il desiderio di un lettore, per vivere un'esperienza speciale nel mondo delle due ruote all'interno del WDW.

> Newsletter

A partire dal 14/03/2024 è stata attivata la Newsletter mensile, con tutte le informazioni dell'Evento.

> Erogazione del questionario sulla sostenibilità attraverso i social media

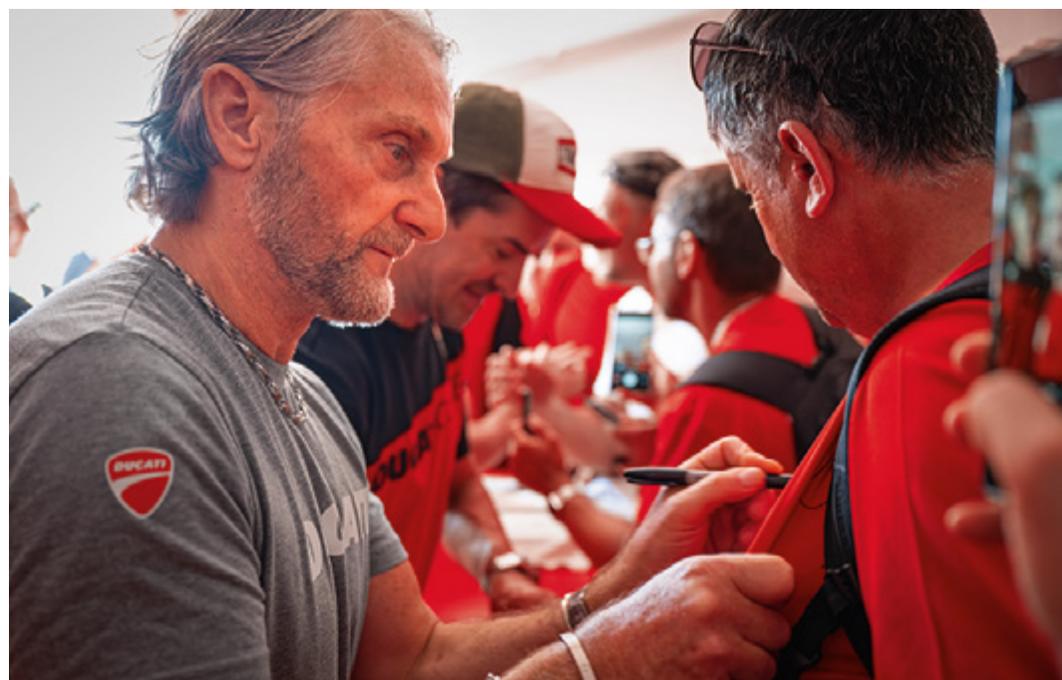
Nell'ottica del miglioramento continuo, è stata investigata l'opinione degli Stakeholder sulle tematiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, mediante un questionario, al fine di valutare le azioni di sostenibilità da mettere in campo per realizzare un evento sempre più sostenibile. Il questionario, oltre ad essere stato pubblicato sui canali social di Ducati, è stato trasmesso a mezzo mail alle singole categorie specifiche di Stakeholder individuate, tra cui fornitori di servizi e beni, sponsor, Enti competenti, giornalisti, DOC, ecc.

> Pubblicazione della Dichiarazione di Sostenibilità

A fine giugno è stata pubblicata sul sito internet del WDW e sulla App WDW la «Dichiarazione di sostenibilità» dell'Evento, al fine di sensibilizzare gli stakeholder e coinvolgerli negli obiettivi e attività di sostenibilità previsti.

Inoltre in data 09/09/2024 è stato pubblicato il comunicato stampa relativo alla certificazione ottenuta.







IL WDW E LA COMUNICAZIONE - NUMERI

565.000

Il numero di consultazioni della pagina dedicata al WDW dall'apertura della vendita dei biglietti

5

Le lingue in cui è stato tradotto il regolamento del WDW

17 milioni

Impression sui Social Media

130.000

Sessioni registrate tramite la APP WDW

687.000

Spettatori in streaming web della Race of Champions

75

n. Articoli pubblicati sulla Sostenibilità

1,85 milioni

Persone che hanno potenzialmente visto gli articoli

World Ducati Week 2024: numeri



94.000
presenze

durante i tre giorni di evento
provenienti da **86**
differenti nazioni



240
Ducati Official Club
presenti



40 titoli
mondiali
Tra piloti storici e attuali che
hanno preso parte al WDW



35' tempo impiegato dal
serpentone di Ducatisti per uscire
dal circuito il giorno della parata



90.000 foto

scattate dai fotografi dello staff
e più di **70** ore di video riprese



130.000 sessioni
sull'app WDW



Oltre **17.000.000**
impression sui social media Ducati



565.000 views
sulla pagina dedicata del WDW
dall'apertura della vendita dei biglietti



1.296
experience

vissute dai Ducatisti in tre giorni
tra la pista, l'off-road e strada



5.925 giri in pista
effettuati da moto e auto durante
i tre giorni dell'evento



16 ore
di musica tra DJ set e live show
nel paddock e agli eventi serali

oltre **26**
sessioni



di show e presentazioni a palinsesto
all'interno della Panigale V4 Sphere



531

Ducati 916/996/998 censite
ufficialmente al WDW

LENOVO **RACE OF CHAMPIONS**

15 campioni in sella
alla nuova Panigale V4

12 televisioni e servizi di streaming
internazionali che hanno trasmesso
la diretta della Lenovo Race of Champions
nel loro palinsesto

687.000 spettatori collegati
al live-streaming della Lenovo Race of Champions
sul canale YouTube di Ducati e sulla
pagina Facebook di MotoGP

52 Ducati Talks svolti

98 Direttori, manager Ducati
e Presidenti D.O.C. che hanno
servito e cucinato durante
la Rustida

1 karaoke svolto durante
la Notte dei Campioni

104 partecipanti "diplomati
meccanici" al Monta Smonta

Mobilità sostenibile



Il WDW è un evento che, per sua natura, concentra un numero molto elevato di moto in un luogo delimitato, generando un impatto ambientale. Per compensare in parte tale impatto, sono stati previsti servizi di trasporto sostenibile per lo staff e per il pubblico.

> Scooter elettrici a disposizione dello staff

Lo staff che ha lavorato all'evento aveva a disposizione scooter elettrici per gli spostamenti all'interno del circuito.

> Servizi di mobilità interna

In occasione della «Notte dei Campioni» sono state previste delle navette per consentire ai partecipanti di raggiungere il Circuito di Misano Adriatico dalle principali località della riviera.



Altre iniziative promosse durante l'evento sono state:

> **E-bike per lo staff**

Per il personale Ducati operante durante l'evento era previsto l'utilizzo di e-bike per gli spostamenti all'interno del circuito

> **Moto E**

Durante questa edizione del WDW la two seater è stata svolta utilizzando moto elettriche (Moto E)

Rimanendo in tema di mobilità sostenibile, limitando così l'impatto dei trasporti, per Policy Aziendale le strutture alberghiere per lo staff sono state scelte nel raggio di 10 km dal Circuito e gli spostamenti da e per il Circuito da parte dello staff sono stati effettuati con vetture aziendali condivise.





MOBILITÀ SOSTENIBILE - NUMERI

2.020 | I km percorsi dallo staff con scooter elettrici

2.430 | I kg di CO₂ risparmiata mediante l'utilizzo di mezzi sostenibili*

100 | I posti disponibili sulle navette messe a disposizione nel serale della Notte dei Campioni da e per il Circuito di Misano

6 | I monopattini elettrici messi a disposizione dello staff

*fonti : La banca dati dei fattori di emissione medi per il parco circolante in Italia ([sparambiente.it](https://www.sparambiente.it))
ghg-conversion-factors-2023-full-file-update.xlsx ([legis.it](https://www.legis.it))

Risorse e rifiuti



Organizzare un evento come il WDW che raduna un elevato numero di persone, comporta inevitabilmente il consumo di risorse con la conseguente generazione di impatti ambientali. Pertanto al fine di mitigare tali impatti, sono state previste diverse attività:

> L'allestimento di isole ecologiche per la raccolta differenziata dei rifiuti

All'interno del paddock sono state collocate diverse isole ecologiche per la raccolta differenziata dei rifiuti (carta, plastica/lattine, organico, vetro, indifferenziata), supportata anche dalla presenza all'interno delle tende di contenitori per la raccolta differenziata. Considerando anche i giorni di allestimento e disallestimento sono state raccolte oltre 20 tonnellate di rifiuti.

> Riduzione utilizzo di carta

Una novità dell'edizione del 2024 è rappresentata dalle mappe dell'evento esclusivamente digitali, oltre alla modalità di erogazione dei biglietti di accesso in formato digitale. Questo ha determinato una notevole riduzione del consumo di carta.



> Impiego di fornitori locali

Per la fornitura di beni e servizi, laddove possibile, sono stati impiegati fornitori locali che rispettassero il principio della prossimità geografica rispetto all'evento, in modo da ridurre l'impatto dei trasporti sull'ambiente.

> Azioni per la riduzione dei rifiuti in plastica

Al fine di ridurre l'impatto ambientale generato dalla plastica, Ducati ha messo in atto le seguenti azioni:

> Presenza di una casetta dell'acqua e di diversi erogatori

Fornitura di acqua attraverso una casetta e diversi erogatori presenti nei punti catering al fine di ridurre l'utilizzo delle bottigliette in plastica

> Utilizzo di stoviglie compostabili

Presso il ristorante Santa Monica del Circuito e nei vari punti catering, le pietanze sono state servite all'interno di stoviglie compostabili per ridurre l'impatto della plastica.

> Distribuzione Welcome Kit

I Welcome Kit offerti a tutti i partecipanti sono stati distribuiti in shopper in cotone certificato. All'interno erano presenti una T-Shirt in cotone certificato Oeko -Tex e una borraccia, utilizzabile presso gli erogatori di acqua.







RISORSE E RIFIUTI - NUMERI

10.212 | Le bottiglie di plastica risparmiate

10,3 | La % di rifiuti in plastica/lattine sul totale dei rifiuti raccolti

90.700 | Il numero di stoviglie compostabili utilizzate nei punti catering durante l'evento

0 | Le mappe dell'evento stampate in quanto completamente digitalizzate

0,12 | kg di rifiuti pro capite prodotti durante l'evento e rapportati alle presenze registrate

Il rapporto con le istituzioni e il territorio

A conferma del continuo rapporto di collaborazione con le istituzioni e la comunità locale, anche per il WDW di quest'anno, Ducati ha promosso varie attività volte alla valorizzazione e promozione del territorio.

> Organizzazione degli eventi serali*

Ducati ha confermato la stretta collaborazione con le istituzioni e il territorio, tra cui i Comuni di Misano Adriatico, di Riccione, Rimini e Cattolica che hanno collaborato a diverse iniziative ed eventi serali di intrattenimento sul territorio per i «ducatisti» e tutti gli appassionati.

> Parata

La parata dei Ducatisti del venerdì sera è stato uno dei momenti indimenticabili di questa edizione, che ha visto sfilare tantissime moto, riempiendo completamente il Circuito per poi sfilare lungo la riviera, arrivando al bagno Samsara Beach di Riccione, dove si è svolta la «Rustida» e il «Land of Joy at the Beach». La buona riuscita della Parata e il mantenimento dell'ordine pubblico è stata reso possibile grazie alle Istituzioni locali (Polizia Intercomunale di Riccione-Misano, Polizia di Cattolica, alla Polizia locale, e all'Arma dei Carabinieri).

(*) L'Evento serale del venerdì sera è fuori dal campo di applicazione del Bilancio di Sostenibilità, pertanto non sono presenti i relativi dati di rendicontazione.



Il rapporto con le istituzioni e il territorio

> **Promozione della tradizione culinaria locale utilizzando cibi a km 0**

Al fine di promuovere la tradizione culinaria locale, riducendo le emissioni in atmosfera dovuti all'impatto dei trasporti, nei vari punti ristoro presenti in circuito erano presenti prodotti selezionati a km 0.

> **Coinvolgimento del management Ducati e dei D.O.C. nella Rustida**

La «Rustida», ovvero il barbecue party che si è svolto sulla spiaggia del bagno Samsara Beach di Riccione, ha previsto il coinvolgimento dei Direttori e Manager Ducati e dei presidenti dei D.O.C., che sono diventati cuochi per una serata cucinando e preparando le piadine gratuite per tutti i partecipanti.

> **Test Ride**

I partecipanti al WDW hanno avuto la possibilità di testare le moto Ducati messe a disposizione durante l'evento sia all'interno del Circuito che all'esterno, immergendosi nei paesaggi suggestivi del territorio romagnolo. Una novità di questa edizione è stata la possibilità di effettuare i Test ride con moto depotenziate.







IL RAPPORTO CON ISTITUZIONI E TERRITORIO - NUMERI

83 | La % di fornitori di catering a km 0

1.565 | Numero di riding experience totali

98 | Direttori, manager Ducati e presidenti dei D.O.C. che hanno partecipato alla Rustida

Il WDW per il sociale



> Donazione delle eccedenze alimentari

Le eccedenze alimentari prodotte all'interno del Ristorante Santa Monica sono state donate all'associazione Papa Giovanni XXIII di Misano Adriatico evitando lo spreco di cibo.

> Esigenze alimentari specifiche

Presso il Ristorante Santa Monica sono state previste pietanze in grado di soddisfare le esigenze alimentari dei partecipanti con necessità specifiche (es. vegetariani, celiaci...).

> Servizi dedicati alle persone con disabilità

Al fine di consentire la fruibilità e la partecipazione all'evento anche alle persone disabili, sono stati previsti diversi servizi a loro dedicati, tra cui il parcheggio dedicato all'interno del circuito nei pressi della tribuna a loro riservata e dotata di pedana al fine di consentire una buona visuale delle diverse attività svolte in pista.

> Vendita benefica a favore delle donne

A sostegno del centro antiviolenza «CHIAMA chiAMA» dell'associazione «Mondo Donna Onlus», un'associazione di donne e un centro antiviolenza impegnato a contrastare ogni forma di violenza di genere, è stato devoluto parte del ricavato proveniente dal servizio di guardaroba per il deposito di tute e caschi.

Il WDW per le famiglie

> Biglietti gratuiti per i minori

I minori di 18 anni accompagnati da un adulto avevano diritto all'ingresso gratuito.

> Tariffe agevolate

Per questa edizione, è stato previsto il «Pass Ridotto Special» riservato ai «Friends & Family» dei dipendenti Ducati.







WDW PER IL SOCIALE E LE FAMIGLIE- NUMERI

750 | I pasti (inclusi pizze e panini) donati all'associazione papa Giovanni XXIII

5.000 € | Gli € donati al centro anti violenza «CHIAMA chiAMA» dell'associazione «Mondo Donna Onlus», ricavati dal deposito tute e caschi

218 | Pass ridotto Special per i dipendenti e famigliari («Friends&Family»)

225 | Under 18 – Evento

1.545 | Under 18 – «Notte dei campioni»

1.800 | Under 18 complessivamente presenti durante l'evento e il serale

IL WDW e la sicurezza stradale



> Corsi erogati presso i Ducati Talk

Sono stati erogati sia corsi sul primo soccorso sia corsi su diversi temi incentrati sullo sviluppo tecnologico delle moto e sulla sicurezza di guida, presieduti da esperti e piloti.

> Divulgazione delle buone pratiche di guida sicura

Sono state diffuse le buone pratiche di guida sicura, per divertirsi alla guida, pur rispettando l'ambiente e la sicurezza. Tali indicazioni sono state poste sia presso la tenda del DRE Adventure che nei punti di partenza dei Test Ride.

> Erogazione di corsi di guida sicura

Sono stati erogati corsi di guida sicura DRE per coloro che desiderano imparare i segreti della guida on e off road, svolti presso la pista DRE Adventure.

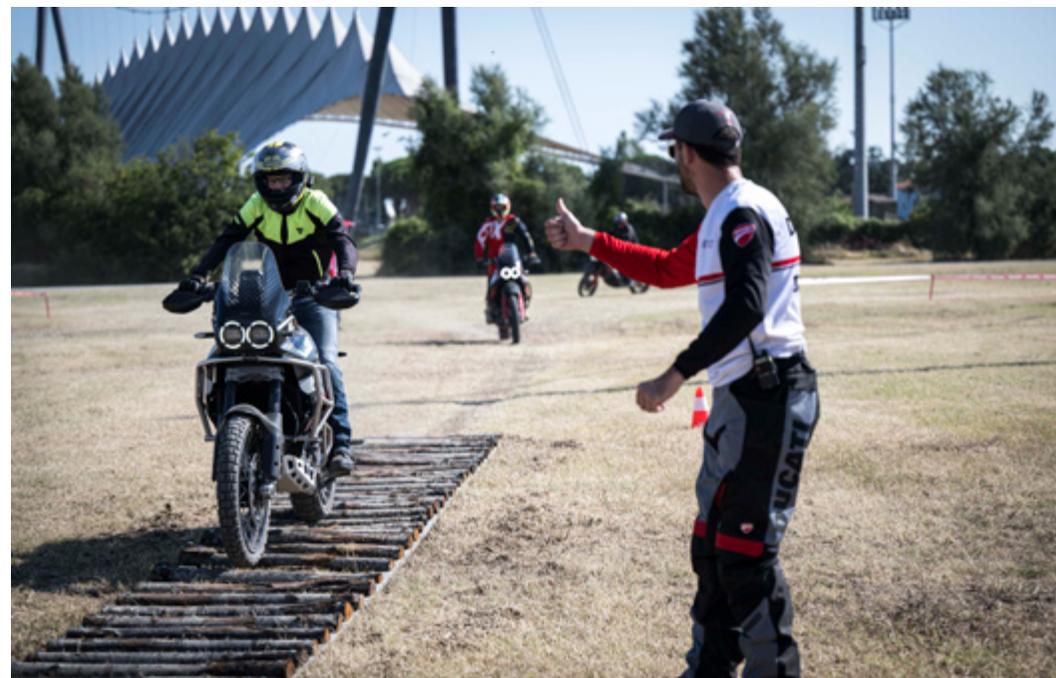


IL WDW e la sicurezza



- > **Audit documentali ed in campo per garantire il rispetto delle condizioni di lavoro e la sicurezza dei lavoratori**
Durante tutte le fasi dell'Evento (allestimento, svolgimento e disallestimento), sono stati condotti sia audit in campo durante le attività di cantiere che audit documentali con l'obiettivo di garantire il rispetto delle condizioni di lavoro e la sicurezza dei lavoratori.
- > **Misure antiterrorismo**
Durante tutto lo svolgimento dell'evento sono state messe in atto azioni, in accordo con le Forze dell'Ordine, volte a garantire la sicurezza dei partecipanti.







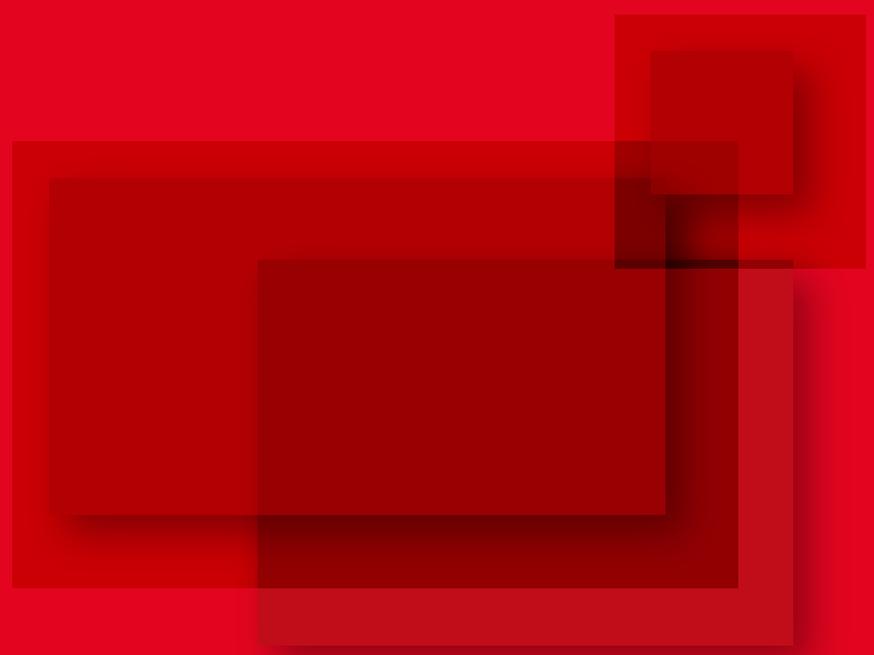
IL WDW E LA SICUREZZA - NUMERI

0 | Il numero di infortuni occorsi durante l'evento dalle fasi di allestimento a quelle di disallestimento e che hanno richiesto l'intervento dei mezzi di soccorso

19 | Gli audit condotti sulla sicurezza del lavoro e compliance ambientale durante le fasi di allestimento /disallestimento dell'evento

225 | Il numero di addetti al servizio security

12.510 | Il numero di ore complessivamente lavorate

- 
- 
1. Introduzione
 2. Scopo e perimetro della rendicontazione
 3. WDW 2024
 4. Per un WDW sostenibile
 - 5. Risultati ottenuti**
 6. Obiettivi futuri

Nelle pagine precedenti abbiamo raccontato tutte le azioni di sostenibilità messe in campo durante questa edizione del World Ducati Week.

Nelle prossime pagine sono riportati i risultati ottenuti in riferimento agli obiettivi di sostenibilità che Ducati si era prefissata per questa edizione.

Per maggiori informazioni ti invitiamo a scrivere all'indirizzo: environment@ducati.com

Traguardo	KPI	Traguardo 2022	Traguardo atteso 2024	Risultato 2024		Fonte del dato
Aumentare del 2 % la percentuale di rifiuti a recupero	% raccolta differenziata / tot. rifiuti prodotti	68%	70%	62%	●	Fornitore
Ridurre del 5% le emissioni di CO ₂	Kg di CO ₂ risparmiata	3.688	3.872	4.483	●	Fornitore / Ducati
Riduzione della produzione di rifiuti in plastica / lattine del 5%	% plastica / lattine / tot.rifiuti prodotti	11%	6%	10,3%	●	Fornitore
Utilizzo di carta certificata FSC e/o riciclata	Utilizzo di carta certificata FSC e/o riciclata	Utilizzo	Utilizzo	Utilizzo	●	Fornitore
Prevedere nel Regolamento dell'evento una voce specifica sulla conformità all'impatto acustico dei motoveicoli che accedono all'evento	Presenza della voce nel Regolamento dell'evento	Presenza	Presenza	Presenza	●	Ducati
Utilizzo di materiali recuperabili / ritornabili per gli allestimenti	% materiale ritornabile / tot. materiale utilizzato	80%	75%	90%	●	Fornitore
Utilizzo di energie rinnovabili	KWh da energie rinnovabili	Presente 35.885	Presenza	Presente 26.867	●	Fornitore

- OBIETTIVO RAGGIUNTO – il risultato ottenuto rispetta il valore atteso
- OBIETTIVO RAGGIUNTO – attività effettuata, ma non è stato possibile misurarne il risultato
- OBIETTIVO NON RAGGIUNTO

Sostenibilità Ambientale

Alcune considerazioni sui risultati ottenuti in tema di raccolta dei rifiuti:

- > Analizzando la produzione complessiva di rifiuti si nota un leggero aumento rispetto all'edizione precedente, mentre la produzione dei rifiuti durante le sole tre giornate di evento ha evidenziato una riduzione pari a circa il 30%, a fronte di un aumento delle presenze registrate del 17% rispetto al 2022.
- > La frazione merceologica del multimateriale (derivante dalla fase del disallestimento) risulta fortemente in diminuzione rispetto all'edizione precedente (- 65%) , grazie alla scelta degli allestimenti ritornabili / riutilizzabili e pertanto recuperati al termine dell'evento.
- > Analogamente, la frazione merceologica di carta e cartone risulta essere fortemente diminuita (-73% rispetto al 2022) grazie ad un più razionale uso degli imballaggi, all'eliminazione di molti materiali cartacei e all'attenzione nell' evitare l'utilizzo di imballaggi inutili.
- > La quantità di plastica/lattine gestita risulta in linea con quella dell'edizione precedente. Non avendo informazioni sulla composizione merceologica di questa frazione di rifiuti, non è possibile avere un dato certo sull'andamento della sola plastica; è ipotizzabile però considerare che questa sia in diminuzione, in quanto durante l'edizione di quest'anno sono state intraprese le seguenti azioni di riduzione:
 - > presenza di una casetta di acqua e di diversi erogatori nei punti catering;
 - > utilizzo di stoviglie compostabili;
 - > welcome kit distribuiti non più in sacchetti di plastica ma di cotone riutilizzabile;
 - > presenza di una borraccia all'interno del welcome kit

Raffrontando tale dato al numero di presenze registrate, la produzione pro capite di plastica e lattine risulta pari a 0,022 kg/presenza contro i 0,034 kg/presenza del 2022; si può , quindi, sostenere che la produzione di plastica / lattine nell'edizione 2024 sia diminuita.

Traguardo	KPI	Traguardo 2022	Traguardo atteso 2024	Risultato 2024		Fonte del dato
Raggiungere almeno lo stesso valore dell'indice di soddisfazione (NPS) dei partecipanti rispetto al WDW2022	% NPS	76 %	76 %	80 %	●	Ducati
Aumentare del 10% le visite sulle pagine dedicate al WDW2024 e nei canali social rispetto al WDW2022	n. di visite al sito WDW e alle pagine social	552.000	610.000	565.000	●	Ducati
Aumentare del 15% il numero di risposte ricevute al questionario sui temi di sostenibilità rispetto al WDW2022	n. di risposte ricevute	935	1.200	787	●	Ducati
Estensione della survey ad una maggiore categoria di stakeholder ed elaborazione matrice materialità	n. categorie coinvolte	12	13	16	●	Ducati
Aumentare del 2% rispetto al WDW2022 il numero di fruitori stranieri	n. di fruitori stranieri	5.703	5.850	6.345	●	Ducati
Attività di volontariato che coinvolge comunità del territorio	n. di associazioni coinvolte	1	1	1	●	Ducati
Garantire l'accessibilità all'Evento a titolo gratuito ai disabili ed al loro accompagnatore	Presenza dell'opzione nel Regolamento dell'evento	Presenza	Presenza	Presenza	●	Ducati
Garantire la presenza durante l'evento di servizi riservati ai disabili (ad es. parcheggio, tribuna, etc.)	Presenza di servizi riservati ai disabili	Presenza	Presenza	Presenza	●	Ducati
Favorire l'integrazione dei partecipanti stranieri nelle attività previste nei Ducati Talk attraverso il servizio di interpretariato / corsi bilingue	% corsi erogati in lingua inglese sul totale dei corsi erogati	100%	100%	100%	●	Ducati
Creare il sito web del WDW2024 in almeno due lingue	n. di lingue in cui è tradotto il sito del WDW	2	2	2	●	Ducati

- OBIETTIVO RAGGIUNTO – il risultato ottenuto rispetta il valore atteso
- OBIETTIVO RAGGIUNTO – attività effettuata, ma non è stato possibile misurarne il risultato
- OBIETTIVO NON RAGGIUNTO

Traguardo	KPI	Traguardo 2022	Traguardo atteso 2024	Risultato 2024	Fonte del dato
Redigere il Regolamento dell'Evento in almeno 5 lingue	n. di lingue del Regolamento	5	5	5 ●	Ducati
Garantire l'accessibilità all'Evento a titolo gratuito ai partecipanti provenienti da Paesi extra UE	Presenza dell'opzione nel regolamento dell'evento	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati
Tariffe agevolate per specifiche categorie di stakeholder (extra UE, minori, dipendenti e famigliari Ducati)	Presenza dell'opzione nel regolamento dell'evento	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati
Tutela della salute dei lavoratori durante le fasi di allestimento e disallestimento delle strutture	n. di infortuni occorsi che hanno richiesto l'intervento dei mezzi di soccorso	0	0	0 ●	Consulente
Tutela della salute e della sicurezza dei fruitori durante le attività di pista	Presenza di attività volte alla tutela della salute e della sicurezza dei fruitori	Presenza	Presenza	Presenza ●	Fornitore / Ducati
Accessibilità all'Evento garantita anche ai Partecipanti in possesso di moto non Ducati	presenza di moto di altre marche durante l'evento	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati
Presenza di una scuola di guida sicura (DRE)	Presenza dei corsi DRE	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati
Sensibilizzazione alla sostenibilità e all'adozione di comportamenti sostenibili	Presenza di attività di sensibilizzazione messe in campo	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati
Sensibilizzazione alla sicurezza stradale e ai corretti comportamenti di guida	Presenza di momenti di sensibilizzazione	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati / Sponsor
Garantire la presenza di cibo per persone con esigenze alimentari specifiche	Presenza di un menù dedicato	Presenza	Presenza	Presenza ●	Ducati

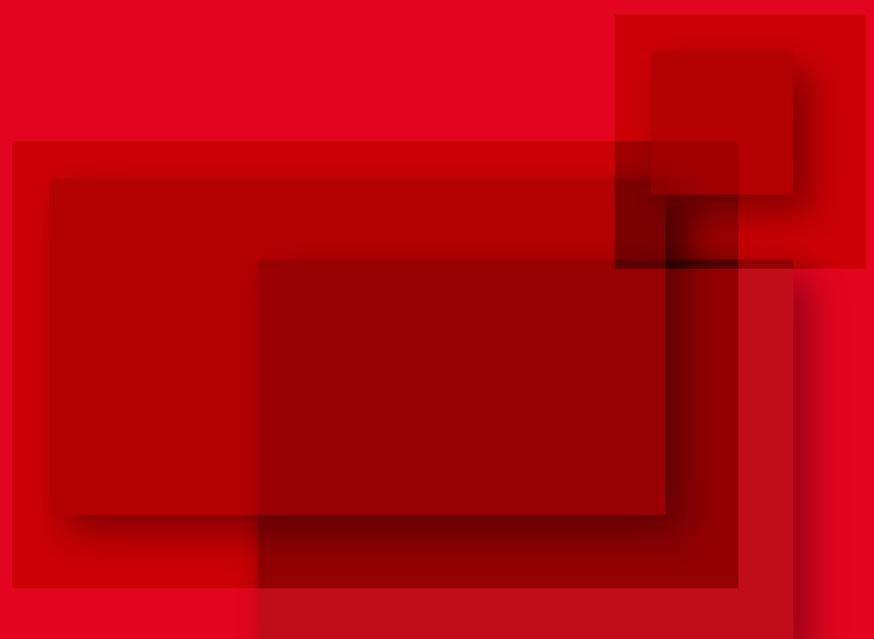
- OBIETTIVO RAGGIUNTO – il risultato ottenuto rispetta il valore atteso
- OBIETTIVO RAGGIUNTO – attività effettuata, ma non è stato possibile misurarne il risultato
- OBIETTIVO NON RAGGIUNTO

Traguardo	KPI	Traguardo 2022	Traguardo atteso 2024	Risultato 2024		Fonte del dato
Promozione dei prodotti gastronomici locali (almeno 75% dei fornitori gastronomici a km 0)	% fornitori a km 0/tot. fornitori prodotti gastronomici	83%	75%	83%		Fornitore
Creazione di una sezione sul sito internet sulla sostenibilità dell'Evento	Presenza della sezione dedicata sul sito internet	Presenza	Presenza	Presenza		Ducati

- OBIETTIVO RAGGIUNTO – il risultato ottenuto rispetta il valore atteso
- OBIETTIVO RAGGIUNTO – attività effettuata, ma non è stato possibile misurarne il risultato
- OBIETTIVO NON RAGGIUNTO

Traguardo	KPI	Traguardo 2022	Traguardo atteso 2024	Risultato 2024		Fonte del dato
Aumentare del 5% i partecipanti rispetto al WDW2022	n. di biglietti rilasciati	15.674	16.500	17.878	●	Ducati
Donazione del cibo in esubero dal servizio di catering dell'Evento ad associazioni di carità del territorio	n. di donazioni di cibo	Presenza 320	Presenza	Presenza 750	●	Fornitore
Garantire una percentuale di fornitori provenienti dalla regione Emilia Romagna maggiore del 50% del totale dei fornitori coinvolti	% fornitori regionali/tot. fornitori coinvolti	60%	50%	48%	●	Fornitore
Garantire una percentuale di fornitori di BENI provenienti dalla regione Emilia Romagna maggiore del 50% del totale dei fornitori coinvolti	% fornitori regionali di BENI / tot. Fornitori BENI coinvolti	55%	50%	62%	●	Ducati
Campagna di raccolta fondi da donare in beneficenza	€ donati in beneficenza	Presenza 5.905 €	Presenza	Presenza 5.000 €	●	Ducati
Utilizzare almeno il 75% di materiali recuperabili / ritornabili per gli allestimenti	% materiale ritornabile / tot. materiale utilizzato	80%	75%	90%	●	Fornitore / Ducati
Scelta strutture alberghiere (per lo staff) con criteri sostenibilità	Presenza	N.D.	Presenza	Presenza	●	Ducati

- OBIETTIVO RAGGIUNTO – il risultato ottenuto rispetta il valore atteso
- OBIETTIVO RAGGIUNTO – attività effettuata, ma non è stato possibile misurarne il risultato
- OBIETTIVO NON RAGGIUNTO

- 
- 
1. Introduzione
 2. Scopo e perimetro della rendicontazione
 3. WDW 2024
 4. Per un WDW sostenibile
 5. Risultati ottenuti
 6. Obiettivi futuri

Ducati mira al miglioramento continuo nell'approccio alla realizzazione sostenibile dei propri eventi; per fare ciò, dall'analisi dei risultati ottenuti, si è prefissata degli obiettivi che intende perseguire per la prossima edizione:

- > Migliorare la comunicazione con partner e sponsor dell'evento sul tema della gestione sostenibile degli imballaggi
- > Migliorare, in collaborazione con il Circuito, la gestione dei rifiuti dell'evento
- > Valutare l'opportunità di prevedere attività di compensazione ambientale sul territorio

