



## VISCARDI (PIANO B): “PER CAMBIARE LE COSE DOBBIAMO PRIMA DI TUTTO CAMBIARE NOI”

di Marina Bellantoni



MARIO VISCARDI,  
 partner e  
 direttore  
 creativo Piano B

42

**P**er rimanere **competitivi** è necessario tenersi sempre **aggiornati** e allineati alle **evoluzioni** e alle **tematiche** di maggior **interesse** del mercato. Ne è consapevole **Piano B**, che negli anni ha continuato la sua ricerca verso l'**innovazione** per rispondere al meglio alle sempre diverse necessità del comparto. Ne sono un esempio i progetti vincitori al Bea Italia, ispirati a tematiche e valori di grande attualità e delicatezza come la **sostenibilità** in tutte le sue forme, l'**ambiente** e la **parità di genere**. Ne abbiamo parlato con **Mario Viscardi**, partner e direttore creativo.

**Un oro e un argento rispettivamente al Bea Italia e al Bea World per 'Green&Blue Festival'. Ce ne parla?**

'Green&Blue Festival' ha vinto al Bea il premio per noi più importante di tutti in questo momento storico, legato a ciò su cui stiamo lavorando con

grande impegno e su cui dovremmo tutti concentrarci oggi e nel futuro, ovvero **ridurre l'impatto ambientale** dei nostri eventi senza scalfire l'impatto in termini di **risultato** e di **ingaggio del pubblico**.

G&B è il **content hub** de **La Repubblica** dedicato a **clima, biodiversità, energia, mobilità, economia, tecnologia** diretto da **Riccardo Luna**. In occasione della **giornata mondiale dell'ambiente**, ha organizzato il suo primo festival, a ingresso gratuito, creato per capire e approfondire ogni aspetto della **sostenibilità ambientale** e della **transizione ecologica** nel nostro Paese. L'evento è durato due giorni (Milano, **Bagni Misteriosi** e **Teatro Parenti**, 5-6 giu, ndr), e ha previsto un programma di concerti, seminari, laboratori, mostre fotografiche e conferenze con istituzioni, esperti, autori, attivisti ed esploratori. L'evento è stato concepito secondo un **modello sostenibile** (vedi box), affinché **contenuti** e **modalità di realizzazione** fossero **coerenti** e

Obiettivo del 'Green&Blue Festival' (Piano B per La Repubblica) era far capire e approfondire ogni aspetto della sostenibilità ambientale e della transizione ecologica nel nostro Paese.





Bea Italia e Bea World 2022

VINCITORI



'Green&Blue Festival' ha previsto un ricco programma di concerti, seminari, laboratori, mostre e conferenze, ed è stato concepito secondo un modello sostenibile

muovessero nella stessa direzione, con l'obiettivo di offrire **spunti** e fare **informazione** fornendo l'esempio di come un grande evento possa essere realizzato in modo più sostenibile.

L'attenzione di aziende e consumatori alla sostenibilità è ormai cosa nota. Come Piano B avete dedicato al tema un manifesto...

Crediamo fermamente e ci impegniamo attivamente nella **riduzione dell'impatto ambientale** degli eventi attraverso lo sviluppo di nuova creatività e di una **produzione sostenibile dell'evento**. La nostra non è una **semplice dichiarazione di intenti**, ma una scelta di campo decisa basata su un approccio e un metodo concreti diretti a favorire uno sviluppo sostenibile attento al rispetto di cose e persone e a lasciare impronte positive per le generazioni future. La politica ambientale e gli intenti di Piano B sono un documento disponibile sul sito [www.pianob.it](http://www.pianob.it).

A livello pratico, come avete strutturato la vostra offerta per rispondere a questa esigenza in modo strutturato e con progetti efficaci, ma anche coinvolgenti?

La dichiarazione del nostro modo di operare è spesso già nota ai nostri Clienti e comunque ci teniamo a dichiararla e ribadirla in ogni presentazione di progetto. La **spettacolarità** è garantita anche dall'attenzione alla **sostenibilità**: è uno sforzo di **progettisti e creativi**, ma fa parte del loro lavoro, non è una richiesta in più. Per la strutturazione delle nostre offerte ci è venuto in aiuto il sistema di gestione dello schema internazionale **ISO 20121** la norma tecnica che imposta **flussi e processi** all'interno di un'organizzazione che voglia garantire un **approccio sostenibile e replicabile** nella sua attività, stimolando il continuo miglioramento. Dopo quasi un anno di lavoro, l'agenzia sta completando l'ottenimento di questa importante **certificazione**

43

## 'GREEN&BLUE FESTIVAL', LA SOSTENIBILITÀ IN 10 TAPPE

- 1\_Selezione di una location attrezzata tecnicamente, limitando quindi le forniture esterne
- 2\_Stampa delle grafiche ambientali in tessuto prodotto da bottiglie in Pet riciclato, stampato ad acqua, e in cartone e tutto il materiale è stato riutilizzato per decorare i nuovi uffici di Geoi.
- 3\_Aredo del palco principale con **elementi scenografici biodegradabili**, luci e schermi a basso consumo energetico.
- 4\_La scenografia ha previsto **piante** che a fine evento sono state donate a un cortile milanese.
- 5\_Impiego di **sedie, tavoli e regie** reperiti in loco.
- 6\_Il catering ha utilizzato **stoviglie riutilizzabili e materiali totalmente compostabili**
- 7\_È stata scelta l'**energia da fonti rinnovabili**, senza utilizzo di generatori supplementari
- 8\_Coinvolgimento di **personaggi di rilievo internazionale** che hanno argomentato, in modo suggestivo e approfondito, la situazione climatica proponendo soluzioni possibili.
- 9\_Scelta di **performer attivi sulle tematiche**, Elisa ha inaugurato il suo **'Back to the future tour'**.
- 10\_Per tutte le attività è stato scelto un orientamento rigorosamente **sostenibile**.



## EDISON CHIAMA ITALIA

Per la Festa di Natale dei dipendenti Edison, Piano B ha studiato un'edizione speciale del celebre format radiofonico condotto da Linus e Nicola Savino su **Radio DeeJay**. È nato così 'Edison chiama Italia', vincitore del bronzo al Bea Italia per (Evento B2I). "Dopo due anni di eventi digitali - ha spiegato Mario Viscardi, partner e direttore creativo - l'obiettivo principale è stato quello di creare un format nuovo, dinamico, godibile e ingaggiante, con un linguaggio diretto e divertente, capace anche di trasmettere messaggi aziendali mantenendo però lo spirito della celebrazione". Un **format ibrido** in cui hanno potuto dialogare liberamente più di **2.000 persone** collegate da casa con il pubblico presente in sala (**50 persone** selezionate tramite concorso, ndr) in modo tale da trasmettere il concetto che la festa era una sola: quella della famiglia Edison.



che riconosce il lavoro di tutta la **struttura** e non si limita a valutare un singolo evento. Riteniamo che questa **certificazione** sia oggi l'unico strumento serio e credibile per chi nel nostro settore si voglia distinguere per capacità di risposta alla sostenibilità.

Oro al Bea World a 'Sorgenia #always25november - Stories of reborn women'. Come siete riusciti a sviluppare con successo un progetto che tocca un tema così delicato come la violenza sulle donne?

L'**ambiente** e la **parità di genere** sono temi sociali oggi di grande **rilevanza**. In particolare, questo fenomeno colpisce quasi un terzo delle donne italiane e porta più di **20mila donne** all'anno a rivolgersi ai centri anti violenza. Le **forme di violenza** sono **molteplici**: il **57%** di queste donne sono vittime di **violenza fisica**, ma il **77%** di quella **psicologica**, molto più diffusa e subdola. Di queste donne **1 su 3 è a reddito 0**, quindi alle altre forme di violenza si somma anche quella economica. L'impegno di **Sorgenia**, iniziato qualche anno fa, si è trasformato in evento sul territorio per sensibilizzare il grande pubblico. Abbiamo creato un luogo di ascolto molto speciale, posizionato a **CityLife**, in occasione del **25 novembre** (Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza sulle donne, ndr): un **installazione accattivante, colorata**, dai toni accesi con **10 cornette rosa confetto** sospese dal soffitto e un **pannello fotovoltaico** sul tetto. Accostando l'orecchio alla cornetta era possibile scegliere la voce di una delle **10 figure femminili** che hanno raccontato in prima persona le loro piccole e grandi rivoluzioni personali verso l'**inclusione**. Le storie, raccontate

tramite **podcast** (creati con **La Grande Casa onlus, Parole O Stili e Sapienza Università di Roma**, ndr), sono state poi raccolte in un **ebook** scaricabile. L'installazione era **colorata** e vivace per **attrarre l'attenzione** dei passanti, ma anche per inviare un **segnale positivo**: le storie erano testimonianze di donne che hanno saputo dire no e che sono riuscite a ricostruirsi. Le **cornette** segnalavano l'importanza dell'**ascolto**, dell'**empatia**, dell'**aiuto** che si può dare perché se **1 donna su 3** in Italia è **vittima di violenza** significa che tutti noi abbiamo una sorella, una collega, un'amica da ascoltare e aiutare.

Siete soddisfatti dei risultati ottenuti nel 2022? Quali invece i progetti 2023?

Nel 2022 il fatturato ha visto un'ottima crescita anche rispetto ai livelli pre-pandemia: **+30%** rispetto al 2019. Il nostro obiettivo è **confermare questa crescita**, fidelizzando i nuovi clienti, ottimizzando i flussi di lavoro e i margini dell'agenzia. A breve chiuderemo il processo di acquisizione della certificazione **Iso 20121** e nel **2023** continueremo sempre di più a **impegnarci nella sostenibilità** degli **eventi**. Ci sono numerosi progetti all'orizzonte: diversi clienti ci hanno già confermato per le loro **annual convention**, stiamo lavorando ai nuovi festival, a un grande show per presentare il nuovo volto dell'Ippodromo SnaiSan Siro e sulle prossime tappe del progetto, già premiato al Bea, '**Mettiti nelle mie scarpe**', sviluppato con **Fondazione Empatia** che porteremo a **Udine** e a **Venezia** in occasione dei **30 anni della Cooperativa Sociale Itaca**... Stiamo rinnovando la **brand identity** di Piano B, perché **per fare cambiare le cose dobbiamo prima di tutto cambiare noi**. ◻



'Sorgenia #always25november - Stories of reborn women' ha consentito al pubblico di ascoltare le piccole e grandi rivoluzioni personali verso l'inclusione di 10 figure femminili