

# IMPLEMENTARE UN TURISMO INCLUSIVO PARTECIPATIVO SOSTENIBILE

Radici giovanili europee

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Questa pubblicazione è stata scritta e disegnata da:

FilmWorks Trust

Pimlico Resource

Centre, Walston House,

Aylesford Street,

Londra

SW1V 3RL

Prima

edizione

elettronica

Londra 2021

### Sul progetto European Youth Roots

Il progetto European Youth Roots promuove il coinvolgimento dei giovani in progetti innovativi nel campo del turismo partecipativo e sostenibile, cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea, mira a sensibilizzare sul tema del turismo sostenibile e inclusivo e a sviluppare nuovi approcci innovativi per permettere a più giovani di essere coinvolti nel settore. Il progetto è fornito da un partenariato di organizzazioni europee7:



# CONTENUTI

	Prefazione	04
<b>SEZIONE 1: L'OPPORTUNITÀ</b>		
	Definizioni	06
L'	opportunità	07
Un	mercato in crescita	08
Caso di studio		110
	Aspetti	11
Esercizio		114
Caso di studio		216
<b>2: MARKETING DI UN NUOVO PRODOTTO TURISTICO</b>		
	Marketing	18
Studio di casi e 3		420
Caso di studio		523
Scrivere il tuo business	plan	24
Esercizio		226
<b>3: COSE DA CONSIDERARE</b>		
Studio di casi e 6		729
Modi per fare turismo		
	Rispettoso dell'ambiente	31
Modi per fare turismo		
Più accessibile e	inclusivo	32

# Prefazione

Questo manuale è stato creato per supportare i giovani nelle aree rurali e/o nelle aree in declino demografico, interessati a implementare prodotti turistici sostenibili, partecipativi e inclusivi, sia all'interno di imprese turistiche consolidate, sia come nuove start-up.

C'è una domanda per questi prodotti generata da un numero crescente di consumatori che cercano un'esperienza di vacanza più accessibile, più verde, più personale e più etica.

È una grande opportunità per i giovani imprenditori di approfittare di questo, lanciando i propri prodotti turistici o adattando un business esistente per soddisfare questo mercato.

La **prima parte** sosterrà l'ideazione e la creazione di un nuovo prodotto turistico, fornendoti una panoramica del turismo sostenibile, partecipativo e inclusivo e gli attributi chiave di cui hanno bisogno per aiutarti a definire il tuo prodotto.

La **seconda parte** fornirà una guida sulla commercializzazione del nuovo prodotto turistico e le informazioni necessarie per dare il via alla sua realizzazione e al vostro business plan. Ulteriori informazioni su questo argomento possono essere trovate nel nostro manuale di accompagnamento sulla promozione della vostra attività turistica.

La **terza parte** fornisce consigli sugli aspetti legali da considerare quando si vendono servizi turistici in Europa e informazioni aggiuntive su come massimizzare le credenziali di sostenibilità e accessibilità.

In questo manuale usiamo casi di studio, fornendo esempi di come altri hanno costruito con successo prodotti turistici sostenibili, partecipativi e inclusivi per

# 1

## L'OPPORTUNITÀ DI UN TURISMO SOSTENIBILE, PARTECIPATIVO E INCLUSIVO



Sii il cambiamento che  
vuoi vedere nel mondo.

*Mahatma Gandhi*



# DEFINENDO COSA INTENDIAMO PER SOSTENIBILE, PARTECIPATIVO, E TURISMO INCLUSIVO

Per cominciare, definiremo cosa intendiamo per turismo sostenibile, partecipativo o inclusivo, poiché c'è una notevole confusione su questi termini:

**Il turismo sostenibile** è definito come un turismo o un viaggio che riduce l'impatto ambientale delle sue attività e sostiene il benessere delle comunità ospitanti, economicamente e culturalmente, oltre a preservare l'ambiente locale.

**Il turismo partecipativo** può essere definito come il coinvolgimento degli attori locali con i turisti e il turismo nella loro zona e la garanzia di una partecipazione attiva nell'offerta turistica. Questo potrebbe andare dalle comunità locali che ospitano i turisti nelle loro case e forniscono tour alle rievocazioni di massa di eventi storici o dimostrazioni di culture tradizionali, artigianato e stili di vita. La comunicazione e la collaborazione sono la chiave del turismo partecipativo.

**Inclusivo** può essere definito come l'apertura del turismo a tutto il pubblico, indipendentemente dalle capacità. Questo potrebbe andare dagli ospiti più anziani alle persone in sedia a rotelle, bambini o adulti sullo spettro autistico, giovani madri con passeggini, individui con problemi di udito o di vista - riducendo le barriere per la partecipazione. "Tutte le persone hanno il diritto di godersi il turismo, indipendentemente dal loro background o dalle loro abilità"  
Fonte: Codice di buona condotta della Rete Europea del Turismo Accessibile (ENAT), 2020

I prodotti turistici sostenibili, partecipativi e inclusivi, come delineeremo in questo manuale, sono il futuro del turismo moderno e forniscono una reale opportunità per i giovani imprenditori.



# L'OPPORTUNITÀ

C'è una crescente domanda in tutta Europa, e in tutto il mondo, per una forma più sostenibile di turismo. Sempre più individui stanno cercando di ridurre il loro impatto sull'ambiente, godendo allo stesso tempo di un'esperienza personale arricchente in vacanza, con una forma più etica di turismo. Questa crescita, e l'interesse per una forma più verde di turismo, è stata guidata da una maggiore consapevolezza del cambiamento climatico e dell'impatto ambientale e culturale negativo del turismo di massa.

L'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite definisce il turismo sostenibile come "il turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, affrontando le esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti".

Il turismo sostenibile è quindi più di un semplice basso impatto sull'ambiente, il suo obiettivo è quello di massimizzare gli impatti

positivi del turismo per tutti mentre

rispettando l'ambiente, sostenendo l'economia locale e rimanendo culturalmente e socialmente consapevoli.

I prodotti turistici che sono partecipativi, si inseriscono in questo ethos, mettendo la comunità ospitante al primo posto, in modo che tutti siano consultati e lavorino insieme per i benefici sociali ed economici, la conservazione dell'ambiente e le grandi esperienze degli ospiti.

Questa collaborazione e condivisione dei benefici per tutte le parti interessate nel turismo, attraverso un approccio partecipativo, crea prodotti turistici che non solo forniscono incontri unici per i turisti da scoprire e imparare, ma contribuiscono collettivamente alle comunità locali che visitano, e quindi alla loro sostenibilità.

L'apertura di un prodotto turistico a tutti, è anche un aspetto chiave del turismo sostenibile, e questo include i viaggiatori con disabilità o bisogni aggiuntivi.

Il turismo inclusivo crea un ambiente in cui le persone di tutte le età e abilità sono benvenute, con le loro esigenze soddisfatte o supportate. Questo include le persone con disabilità motorie, uditive, visive, cognitive o intellettuali e psicosociali, così come gli anziani e le persone con disabilità temporanee.

Considerando quanto sopra, è giusto dire che le imprese e i giovani che cercano di offrire prodotti turistici sostenibili, partecipativi e inclusivi devono guardare oltre il loro impatto ambientale per vedere quale impatto sociale possono avere, sostenendo la comunità locale o le popolazioni indigene, vedendo come possono coinvolgerle nel business, generare reddito con loro, e aiutare a preservare i loro costumi e tradizioni, il tutto mentre forniscono esperienze che migliorano la vita per tutti i turisti, indipendentemente dalla capacità o disabilità.

# Un mercato in crescita

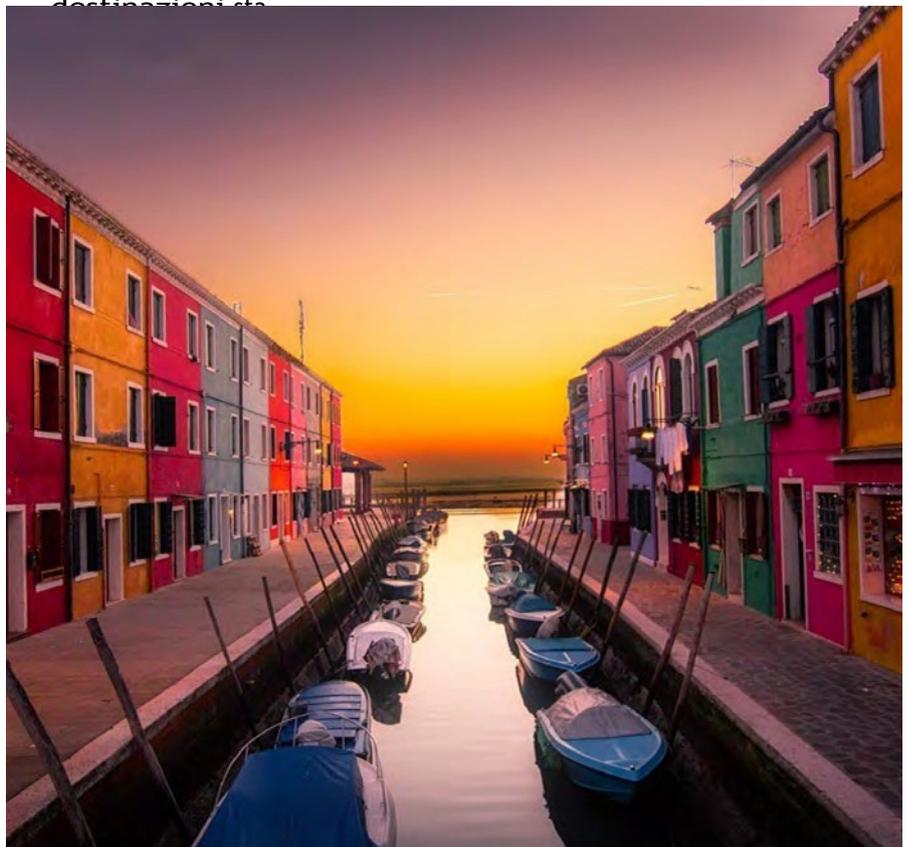
In molti settori, è un dato di fatto che i consumatori si stanno rivolgendo verso opzioni più sostenibili man mano che cresce la loro preoccupazione per l'ambiente. Dall'energia verde all'abbigliamento di provenienza sostenibile al cibo e alle bevande etiche, i consumatori scelgono sempre più spesso marchi ecologici e alternative sostenibili, cercando l'opzione verde e occasionalmente pagando un piccolo premio per questo.

Questa spinta verso il verde include il turismo dove c'è un numero crescente di eco-turisti auto-identificati così come un numero maggiore di turisti che, anche se non si identificano come eco-turisti, stanno prendendo decisioni basate su fattori verdi e certificazioni o premi verdi, specialmente quando criteri come la qualità e il prezzo sono abbinati.

Sappiamo dalla ricerca che un numero crescente di viaggiatori si preoccupa della loro impronta di carbonio e cerca modi per ridurre al minimo l'impatto ambientale dei loro viaggi - gli svedesi hanno una parola *flygskam*, che significa "vergogna del volo", che riflette il senso di colpa per il viaggio che molti stanno esprimendo mentre diventano sempre più consapevoli dell'impatto che il volo e altre forme di viaggio hanno sul pianeta.

Poiché un numero crescente di turisti vuole che i loro viaggi siano meno **invasivi**, dal punto di vista ambientale e culturale, e più vantaggiosi economicamente per chi li ospita; l'ecoturismo, che include diversi tipi di esperienze basate sulla fauna selvatica, è diventato sempre più popolare, contribuendo ora a una stima del 40% di tutte le attività turistiche (GlobalData, 2017; Belicia & Islam, 2018).

Secondo l'International Ecotourism Society, il mercato del turismo sostenibile, in tutte le



Gli ultimi anni hanno visto una continua espansione di questo settore e, nonostante l'interruzione della normale attività causata da COVID-19, si prevede che tornerà alla normalità e poi crescerà ulteriormente in futuro.

Questa espansione del turismo sostenibile si vede in tutta Europa. In Italia, la consapevolezza dell'impatto dei viaggi sull'ambiente è aumentata significativamente tra il 2011 e il 2019, così come la quota di turisti italiani che considerano aspetti ecologici quando si pianificano i viaggi.

A partire dal 2019, circa il 60 per cento degli italiani ha dichiarato di fare scelte ecologiche nell'organizzazione delle destinazioni dei loro viaggi, degli alloggi e dei trasporti, e i dati mostrano che i turisti scelgono sempre più spesso vacanze ecologiche in Italia con, per esempio, milioni 54 di pernottamenti in Italia da parte di turisti in bicicletta in vacanza in 2019.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, il turismo responsabile o ecologico è conosciuto dal 60% dei francesi, più dell'80% dei quali preferisce agenzie di viaggio con un approccio responsabile ed ecologico. Inoltre, l'88% dei francesi è d'accordo nel trovare importante agire a favore dell'ambiente, più della metà dei quali sono pronti a pagare di più per una destinazione che entra nel turismo sostenibile.

Guardando alla domanda di prodotti turistici accessibili e inclusivi, il numero di turisti con una forma di disabilità o un'altra sta aumentando insieme all'invecchiamento della popolazione mondiale, aumentando così il numero di individui disabili che cercano vacanze accessibili.

L'Europa, in particolare, ha un grande mercato per il turismo inclusivo e accessibile.

Secondo la ricerca del CBI, c'erano circa milioni 140 di persone con necessità di accesso in Europa. Questo numero dovrebbe raggiungere i 160 milioni entro 2025, a causa dell'invecchiamento della popolazione.

Le persone con disabilità tra i 15 e i 64 anni rappresentano circa un terzo delle persone con necessità di accesso in Europa.

Gli anziani (di età pari o superiore) costituiscono gli altri due terzi delle persone con disabilità in Europa.

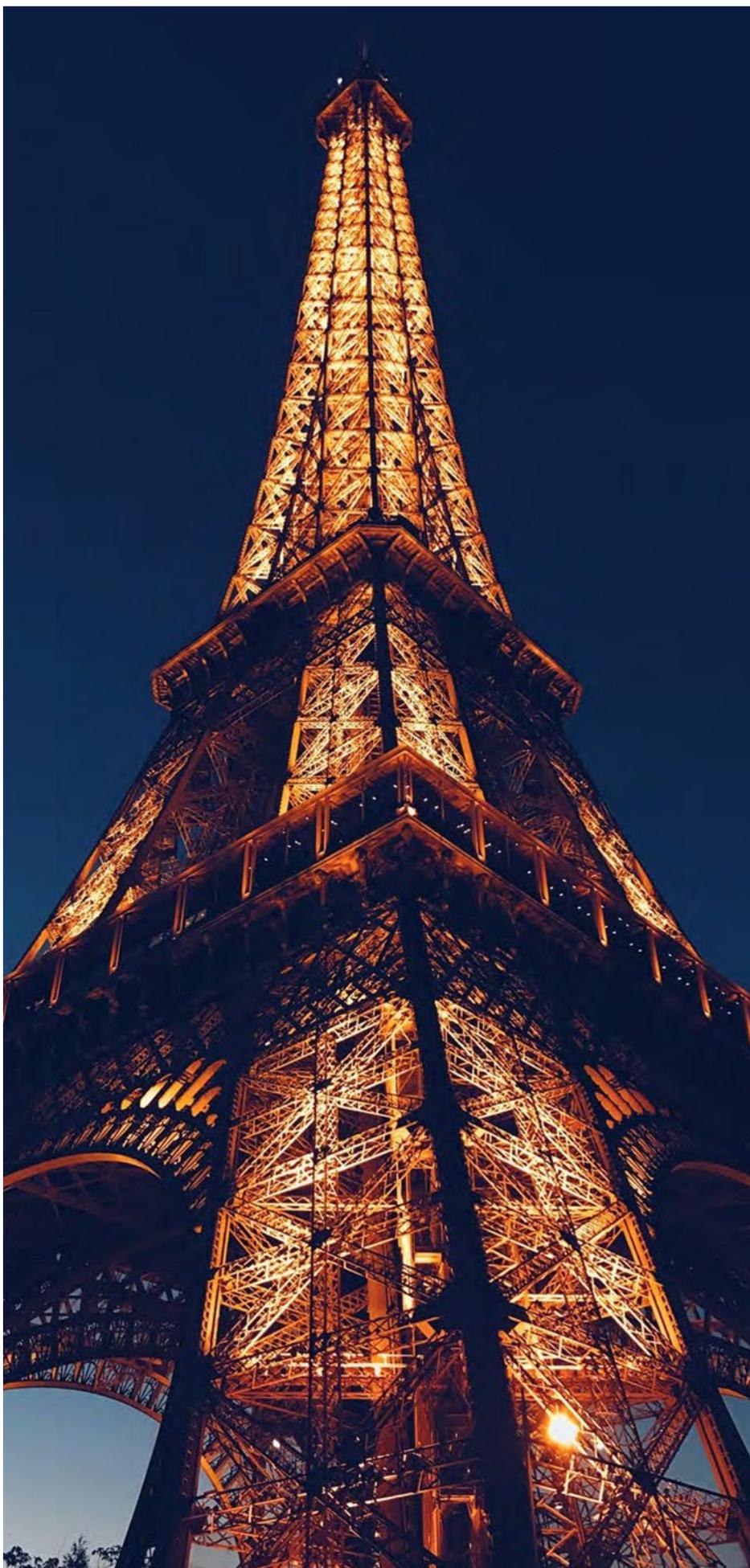
Più di un terzo degli europei sopra i 65 anni ha qualche forma di disabilità legata all'età e questa proporzione è destinata ad aumentare. L'Europa ospita attualmente quasi milioni 100 di anziani (età 65+), che è circa il 19% di tutti gli abitanti. Entro il 2030, si prevede che la percentuale di anziani salirà al 24%. Anche se queste disabilità possono essere diverse da quelle del 15-64 gruppo, i requisiti di accessibilità sono simili.

Per viaggiare, queste persone hanno bisogno che le loro esigenze di accesso siano soddisfatte. Migliorare l'accessibilità può quindi portare benefici economici e sociali duraturi, soprattutto perché gli europei con esigenze di accesso viaggiano in media con 2 accompagnatori in più.

Poiché le destinazioni e i prodotti turistici accessibili continuano ad essere limitati, i viaggiatori con disabilità hanno una scelta relativamente limitata. Questo genera un alto livello di fedeltà alle destinazioni accessibili, rendendole relativamente propense a tornare e a raccomandare.

Per esempio, in Germania circa il 37% delle persone disabili ha deciso di non viaggiare a causa della mancanza di strutture accessibili. Tuttavia, il 48% viaggerebbe di più se le strutture fossero disponibili e il 60% sarebbe disposto a pagare di più per una migliore accessibilità.

Migliorare l'accessibilità e sostenere l'inclusione può fornire un chiaro vantaggio competitivo in



questo mercato, mentre si amplia la base di clienti.

# STUDIO DEL CASO: LOST IN NATURE OUTDOOR FESTIVAL

Il Lost in Nature Outdoor Festival è ospitato nel Salento, nella regione più meridionale d'Italia, la Puglia. Un'area di bellezza naturale, con acque cristalline, scogliere mozzafiato, splendide campagne e piccoli villaggi italiani.

Questo festival annuale comprendeva sport all'aperto (kayak, kitesurf, windsurf, stand up paddleboard, arrampicata su roccia, trekking costiero, ciclismo, yoga, acroyoga, slackline e alcuni altri), nonché workshop per adulti e bambini (riconoscimento delle erbe selvatiche e della fauna, mindfulness ed esercizi di respirazione). Il festival ha celebrato la sostenibilità, il benessere e la natura.

I fondatori del festival sono Lidia Chiappalone, una 32enne ragazza di 27 anni con un background in gestione della qualità, marketing e comunicazione e sviluppo del turismo locale, e Sara Simeone, una web designer di 27 anni laureata in turismo sostenibile, che lavorano insieme a un team che include una persona che parla la lingua dei segni italiana e un gruppo di guide, istruttori e proprietari di campeggi.

Ospitato in estate 2019/2020, i biglietti sono stati esauriti (anche se le attività sono state ridimensionate a causa della pandemia COVID-19) con un feedback estremamente positivo da parte dei partecipanti.

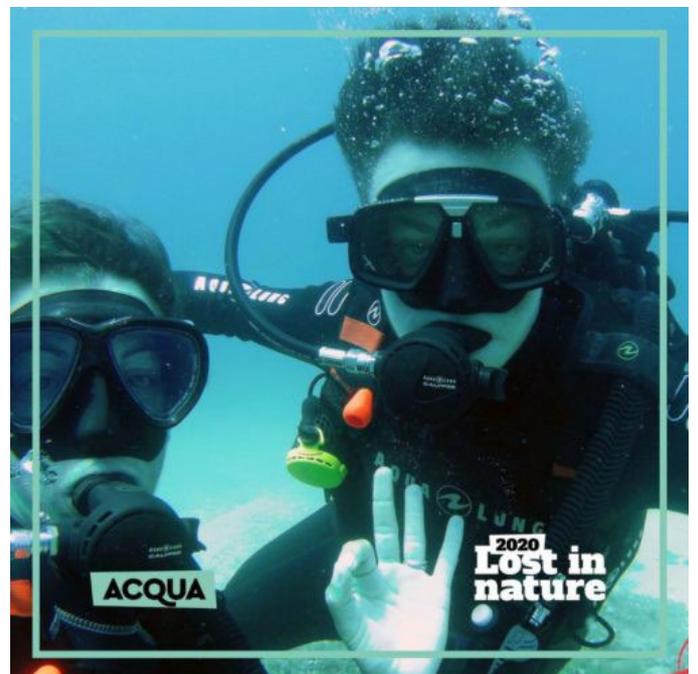
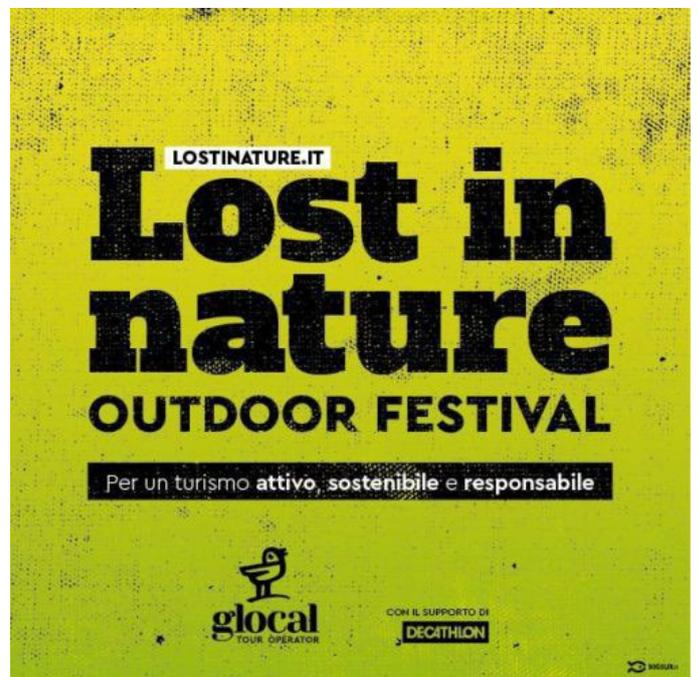
Il successo del Festival è stato dovuto al suo approccio di pianificazione e gestione. Chiappalone e Simeone hanno coinvolto le parti interessate durante tutta la pianificazione per assicurarsi che le loro esigenze fossero soddisfatte e che il loro coinvolgimento desse risultati per loro; dall'aumento delle entrate delle piccole strutture ricettive e dei produttori locali di cibo, alla promozione dei musicisti locali o semplicemente alla fornitura di un'esperienza arricchente e potenziante per i partecipanti.

"È stata un'esperienza indimenticabile! Salite mozzafiato, kayak su acque cristalline, pedalare tra ulivi secolari e boschi rinfrescanti, meditare nella calma"

Dario da Firenze

"È un'opportunità per condividere lo sport e la natura con le persone: Lo consiglio vivamente!"

Annalisa da Bari



# Aspetti di un prodotto turistico sostenibile, partecipativo e inclusivo

Quando si considera la creazione di una nuova offerta turistica è importante capire gli elementi chiave che attireranno un turista alla ricerca di un'esperienza sostenibile, partecipativa o inclusiva:

## Sostenibile

### Natura

Essere nella natura, preferibilmente in una natura incontaminata o in paesaggi remoti o unici, è molto importante, soprattutto per l'ecoturista. Sia che si tratti di vedere e godere della fauna selvatica o di bei paesaggi, la natura e la fauna selvatica sono spesso in cima alla lista dei must.

Pensate a come la natura potrebbe avere un ruolo nella vostra offerta; dai tour costieri in kayak alle escursioni in montagna e al campeggio selvaggio sotto cieli pieni di stelle, cosa può offrire il vostro ambiente locale?

Sei in un parco nazionale o in una zona scientificamente significativa?

In tutta Europa, l'osservazione della fauna selvatica è diventata un'industria lucrativa con una domanda crescente da parte dei visitatori e un aumento del numero di operatori commerciali concentrati nel fornire incontri con la fauna selvatica.

Nel Regno Unito, le visite alle regioni balneari e costiere sono una gran parte delle destinazioni dei viaggi di vacanza (Inghilterra - 36.1 %, Scozia - 21.6 %, Galles - .)

50.9%) (GBTS,2018), con molti visitatori attirati dalla fauna selvatica e dalle attività marine.



liardi di sterline all'anno, di cui oltre il 10% attribuito alle attività di osservazione della fauna selvatica (Bryden et al., 2010).

### **Rispettoso dell'ambiente**

I turisti verdi e gli ecoturisti vogliono che il loro soggiorno e ogni aspetto della loro vacanza sia ecologico e il più possibile a zero emissioni. Se avete un edificio esistente che volete affittare come casa vacanza, come potete renderlo il più ecologico possibile? Potete compensare le vostre emissioni piantando alberi?

Qualunque cosa tu faccia, non dimenticare di farlo sapere ai tuoi clienti.

Forniamo alcuni esempi di modi per migliorare la vostra efficienza ambientale nella terza parte di questo manuale.

### **Su piccola scala e individualista**

Gli ecoturisti sono tipicamente alla ricerca di attività su piccola scala che sono più personali e one-to-one rispetto al turismo di massa; quindi piccoli alloggi gestiti localmente piuttosto che **mega-catene**, una guida locale a noleggio che li accompagna attraverso la città e fornisce un tour one-to-one.

## **Partecipazione**

### **Una vita semplice e più lenta**

I turisti interessati alle vacanze partecipative vogliono ricollegarsi ai **valori** tradizionali, come **modi** di vivere più semplici, un ritmo di vita più lento e stili di vita incentrati sulla famiglia.

Attività basate sulla comunità, arti e mestieri, un senso di ritorno a tempi precedenti, più semplici.

Come puoi includere i piaceri più semplici all'interno della tua offerta - dal godersi la campagna e vagare nella natura selvaggia, cucinare su un fuoco all'aperto, costruire un rifugio nei boschi. Potrebbe essere facile come evidenziare le passeggiate locali e le piste ciclabili o i viaggi ispiratori da fare in treno o in barca.

## Incorporato nella comunità locale

I turisti partecipativi vogliono sapere che stanno sostenendo le comunità locali e che il loro turismo ne sta beneficiando positivamente. Vogliono anche sperimentare qualcosa di unico all'interno della comunità locale - eventi, persone o storia. Quindi, come parte della tua offerta, considera come puoi includere il locale; che si tratti di presentare artisti locali, evidenziare le imprese della comunità locale o dettagliare la storia della zona, comprare cibo locale ed evidenziare la sua provvidenza ai tuoi clienti o semplicemente tenere guide locali e libri locali, o informare le persone sulle cause e gli enti di beneficenza locali. Come puoi sostenere l'economia locale? E coinvolgerla nella vostra offerta turistica? Ci sono agricoltori locali disposti e capaci di produrre cibo di buona qualità per la vostra attività? Dove possono alloggiare, mangiare e divertirsi i turisti?

### Autentico, immersivo ed esperienziale

I turisti partecipativi sono alla ricerca di esperienze autentiche, momenti unici sia interagendo con le culture locali o vivendo un evento unico nella vita. Dal gustare cibi tradizionali preparati da guide locali ai tour di bird watching e whale watching. C'è qualcosa di unico a livello locale che puoi condividere con i visitatori?

### Educativo o basato sull'esperienza

Un'esperienza personale arricchente è importante per il turista, sia che si tratti semplicemente di una buona guida locale che li conduca attraverso il paesaggio o un'esperienza pratica in cui aiutano a costruire una scuola comunitaria o a raccogliere e cucinare il cibo dai campi.

Che sia autoguidato o istruito, un elemento di educazione o istruzione deve essere considerato.



Dal condurre gli alpaca attraverso le montagne al cucinare il cibo tradizionale e mangiarlo insieme agli anziani del villaggio, quali elementi di educazione o esperienza potresti aggiungere alla loro giornata? Ci sono organizzazioni di conservazione locali con cui puoi collaborare?

### Comunicazione

Non dimenticate di comunicare con la comunità locale e idealmente co-creare soluzioni con loro, cercare modi in cui tutti all'interno della comunità possono beneficiare del turismo e sentire un certo grado di proprietà.

## Inclusione

### Accessibilità

La qualità e l'accessibilità degli alloggi sono particolarmente importanti per i viaggiatori disabili; strutture pulite, sicure e ben tenute, servizi personalizzati, personale amichevole, servizio bagagli, camere spaziose, letti comodi e notti tranquille.

Gli alloggi accessibili non dovrebbero essere solo funzionali. Dovrebbe anche essere progettato con l'atmosfera rilassata e lo stile delle altre strutture turistiche.

I viaggiatori con disabilità amano impegnarsi in attività all'aperto durante le loro vacanze. Questo può variare da escursioni ad attività più intense come la canoa.

Le attività di gruppo sono particolarmente popolari. Per offrire queste attività, potreste aver bisogno di attrezzature speciali come veicoli fuoristrada adattati, sollevatori da piscina o sedie a rotelle da spiaggia.

### Informazioni chiare

Viaggiare con una disabilità richiede una notevole organizzazione. Per organizzare una vacanza, i viaggiatori con disabilità hanno bisogno di informazioni chiare e affidabili sulla disponibilità di strutture e servizi accessibili. Tuttavia, tali informazioni sono spesso carenti.

Questo rappresenta una grande barriera per i viaggiatori con **esigenze di accesso**, perché hanno bisogno di sapere se sono disponibili strutture e servizi accessibili. Infatti, circa il 50% viaggerebbe di più se avesse le informazioni adeguate.

I viaggiatori con disabilità hanno più probabilità di avere preferenze o esigenze dietetiche speciali rispetto agli altri viaggiatori. Questo rende la disponibilità di menu speciali particolarmente importante per questo segmento.

Le persone con disabilità tendono ad avere maggiori problemi di salute. La mancanza di assistenza medica e di cure sanitarie può rappresentare una barriera considerevole e porta a bassi tassi di soddisfazione. Per sentirsi più sicuri nel viaggiare lontano dai loro servizi sanitari locali, i viaggiatori con disabilità spesso si informano in anticipo sulle strutture della loro destinazione.

Per dare ai viaggiatori la fiducia necessaria, fornite informazioni sull'accessibilità delle vostre infrastrutture e servizi locali, includete un punto di contatto nella vostra comunicazione affinché il lettore possa ottenere maggiori informazioni

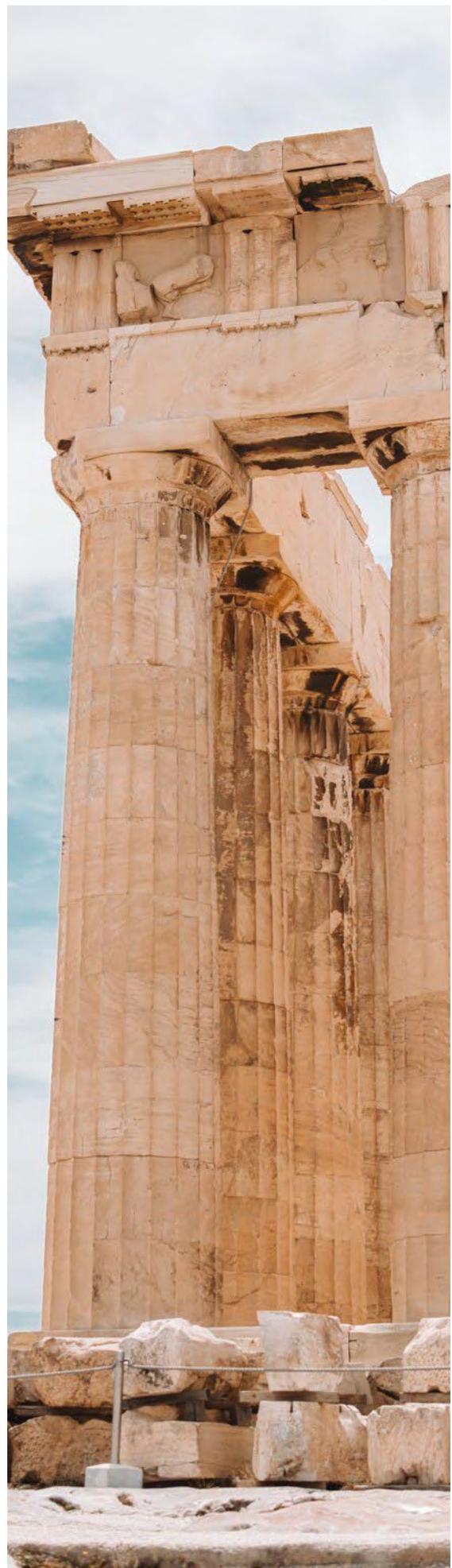
Fornire informazioni di qualità significa anche renderle disponibili ai viaggiatori con disabilità. Per esempio, il tuo sito web deve essere progettato per accogliere persone con problemi di vista o di udito. I fattori da considerare includono la dimensione del testo, il contrasto, la funzione vocale e la facilità di navigazione.

Il Codice di Buona Condotta ENAT è uno schema di certificazione internazionale per le imprese e le organizzazioni turistiche, che riconosce i loro sforzi per promuovere viaggi e turismo accessibili. Consiste in otto principi guida che rendono il vostro prodotto accessibile a tutti i visitatori con necessità di accesso.

Usate il Codice di condotta ENAT come linea guida per aumentare le vostre possibilità di soddisfare le aspettative dei viaggiatori europei con disabilità.

Per i **dettagli**, fare riferimento al Codice di buona condotta ENAT Informazioni di base.

Sia che stiate progettando il vostro prodotto turistico da zero o che stiate ramificando un'attività turistica esistente, la comprensione degli impatti economici, sociali e ambientali deve essere al centro del vostro business plan.



# ES

## Natura

Che cosa offre l'ambiente locale in termini di fauna e paesaggio da godere?

---

# E

## Unicità

C'è qualcosa a livello locale che è diverso da qualsiasi altro posto? Una comunità unica o un gruppo di indigeni?

---

# R

## Educazione

Cosa puoi condividere con il turista? Cosa possono imparare? Cosa impareranno? Cosa gli piacerà? Come puoi costruire la consapevolezza ambientale e culturale?

---

# CI

# ZI

## Individualista

Come si può personalizzare l'esperienza per farla sentire come se fosse solo per loro?

---

# O

## Semplice

Come puoi includere alcuni elementi della vita semplice nella tua offerta? Escursioni nella natura, cucina all'aperto o osservazione del cielo notturno?

---

# ES

## **Locale**

Come puoi coinvolgere la comunità locale? Usando cibo locale e di stagione nei pasti o pubblicizzando i ristoranti locali. Quale impatto positivo avrà la tua attività sull'economia locale? In che modo la tua attività restituirà o contribuirà?

---

# E

# R

## **Rispettoso dell'ambiente**

Cosa devi fare per essere il più verde ed ecologico possibile? Come ridurrete al minimo l'impatto ambientale? Quale sarà l'impatto ambientale?

---

# CI

# ZI

## **Accessibilità**

Come si può rendere l'esperienza accessibile a tutti? Ci sono problemi specifici di accessibilità?

---

# O

## **Impatto positivo**

Quale impatto positivo avrà la tua attività sui clienti? Cosa si porteranno via?

---

# CASO DI STUDIO: ECOMARINE

EcoMarine Malta nasce nel 2018 quando Patrizia Patti e Giovanni De Lazzari, i fondatori, decidono di portare la loro esperienza in Italia a Malta, con l'obiettivo di creare la prima impresa sostenibile di "Marine Life Watching" a Malta, raccogliendo la sfida di fondere la consapevolezza pubblica con la ricerca.

EcoMarine Malta si occupa di catturare la bellezza del mare e di tutte le sue creature in un ambiente tranquillo ed educativo.

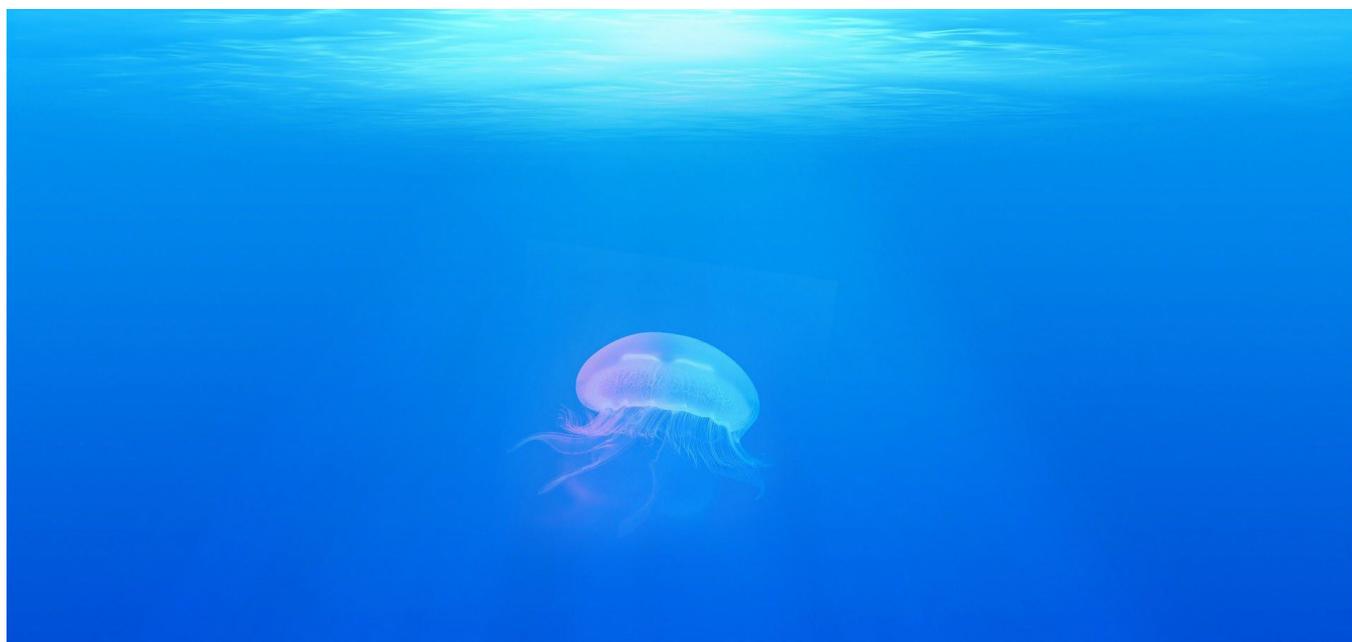
Combinare divertimento, sostenibilità e rispetto per la natura è la sfida che EcoMarine affronta ogni giorno.

Facendoli partecipare e attraverso esperienze dirette, si crea più consapevolezza e comprensione di come ognuno protegge i nostri mari.

I corsi e le escursioni sono strutturati per guidare il partecipante attraverso un percorso amichevole e gioioso che termina con una maggiore consapevolezza e attenzione verso le questioni ambientali.

Il progetto sta sviluppando un turismo marino sostenibile in collaborazione con altre imprese che aiutano la comunità, si prendono cura dell'ambiente e creano esperienze uniche e memorabili per i visitatori.

Al momento EcoMarine è ancora l'unica compagnia che offre tour ecologici in barca con uno scienziato marino a bordo a Malta e Gozo.





# 2 MARKETING DI UN NUOVO PRODOTTO TURISTICO

“

Fai il meglio che puoi  
finché non sai di più.  
Poi, quando sai meglio,  
fai meglio.

*Maya Angelou*



# MARKETING

L'era moderna e digitale ha cambiato il modo in cui gli individui acquistano le vacanze. Il consumatore moderno fa una ricerca online significativa prima di impegnare il suo denaro, sia che stia comprando un'auto nuova, un mobile o prenotando una vacanza. Legge recensioni, testimonianze e guide; divora tutte le informazioni online che può trovare. Più il prodotto che stanno comprando è costoso, più tempo impiegheranno e più informazioni consumeranno.

Non molto tempo fa, i potenziali turisti entravano nelle agenzie di viaggio e sfogliavano gli opuscoli, fidandosi della conoscenza dell'agente di viaggio e della piccola quantità di testo fornita nell'opuscolo, per essere fattuale e accurata.

Ora un consumatore moderno e digitale farà ore di ricerca prima di impegnarsi in una vacanza o in un'esperienza turistica.

Nervoso, diffidente di essere truffato o di perdere soldi, o di avere un'esperienza terribile in vacanza, il turista moderno ha bisogno di fidarsi di voi e dell'esperienza che state offrendo, e questa fiducia si sviluppa attraverso il potenziale cliente che legge le recensioni, vede l'alloggio, legge dei luoghi, della fauna, dei tour disponibili ecc.

Consumare una grande quantità di contenuti, ogni pezzo dei quali deve rassicurarli o eccitarli e ispirarli, fino a quando non si impegnano a comprare.

Questo significa che il cuore del tuo piano di marketing deve essere il contenuto; contenuto progettato per attrarre un pubblico chiaramente definito e spostarlo dall'interesse all'acquisto.

Cosa significa questo per il tuo nuovo prodotto turistico?

Significa che dovrete acquisire una certa esperienza di marketing digitale o trovare un'agenzia che possa farlo per voi.

Una volta che hai deciso il tuo prodotto turistico, per attirare i clienti devi creare più contenuti possibili e continuare a crearne, pubblicandoli su più piattaforme possibili, compreso il tuo sito web.

Più contenuti crei, più clienti in entrata sarai in grado di attrarre, e più fiducia sarai in grado di costruire fino a quando loro premono "compra", e più in alto ti posizionerai nelle ricerche di google.

## Sito web

È assolutamente vitale avere un sito web ricco di contenuti. Ci sono molti strumenti per creare il tuo sito web, quindi se sei sicuro, puoi creare il tuo sito web usando per esempio **WordPress**, senza il bisogno di conoscenze specialistiche o la capacità di codificare. Se sei meno sicuro delle tue capacità di progettazione, puoi assumere una web agency o un web designer freelance.

Il tuo sito web sarà il tuo principale centro di contenuti. Cerca di riempirlo con **video, foto, testimonianze**. Pensa a tutte le domande che un potenziale cliente potrebbe fare e rispondi a queste domande sul tuo sito web, dagli orari di apertura ai costi, da cosa sperimenteranno a cosa portare con sé. Più **domande** rispondete, più fiducia genererete e più li avvicinerete a una decisione.

Tieni un blog regolare per fornire una **visione** della tua filosofia, tenere le persone aggiornate con le ultime **notizie**, gli eventi e coinvolgerle, aiutando anche ad aumentare il tuo posizionamento sui **motori di ricerca**, incorporando termini di ricerca chiave e incoraggiando altri siti web a collegarsi alle tue pagine.

Il monitoraggio dei vostri dati analitici vi permette di adattare il vostro contenuto e le informazioni per servire meglio le **esigenze** dei vostri potenziali clienti. Per esempio, tenere d'occhio i termini di ricerca digitati sul tuo sito web ti permette di vedere ciò che interessa maggiormente i tuoi clienti e ti permette di affrontarlo direttamente o, se è già affrontato sul sito web, forse spostarlo in una posizione più prominente in modo che gli utenti possano trovarlo facilmente.

Internet è una fonte di informazioni particolarmente importante per le persone con disabilità. Per molti, è la loro fonte primaria di informazioni. I viaggiatori europei con disabilità prenotano sempre più spesso le loro vacanze direttamente con i fornitori di servizi turistici locali, soprattutto quelli delle generazioni più giovani, quindi prendete in considerazione ulteriori opzioni di accessibilità - dimensioni dei caratteri, scelta dei colori - oltre a fornire informazioni chiare sull'accessibilità.

## I social media

I clienti saranno tipicamente su diverse **piattaforme di social media**, quindi una presenza sulle tre principali sarebbe raccomandata - Facebook, Instagram e Twitter.



Il collegamento tra tutte e tre le piattaforme sociali e il tuo sito web aumenta anche il rango delle tue pagine web, oltre a guidare il traffico, aumentare la conversazione e il coinvolgimento.

A seconda della tua demografia e del tuo pubblico di riferimento, altre piattaforme potrebbero valere la pena di essere aggiunte al mix.

## Siti di recensioni

Vorrai incoraggiare i tuoi clienti a lasciare recensioni su siti web di recensioni come TripAdvisor e altri, così come catturare testimonianze per il tuo sito web e i canali sociali.

## Media Outreach e PR

Oltre alle **attività online**, pensate a modi per coinvolgere e informare i media tradizionali e online - dalla programmazione televisiva alla rivista e alla stampa, a livello nazionale, regionale e

a livello internazionale. Ricercate i nomi di redattori di viaggi o editori nel campo del vostro particolare prodotto turistico, per esempio se includete il cibo o la natura o lo sport.

I media sono sempre alla ricerca di storie e di qualcosa di interessante da coprire, quindi se si può fornire loro una storia degna di nota, si potrebbe essere in grado di ottenere un po' di pubblicità.

Un link da un'azienda di media tradizionali, come un'emittente nazionale, al tuo sito web aumenterebbe il tuo google rank e si aggiungerebbe a quella fiducia che stiamo cercando di promuovere nel tuo potenziale cliente.

Le guide sono ancora un buon modo per promuovere le destinazioni turistiche.

Alcune guide si fanno pagare per la tua attività e altre no, quindi assicurati di controllare qual è la loro politica sulle quote di iscrizione.

# CASO DI STUDIO: WEGOGREENR

We Go GreenR è una giovane start-up di Bordeaux, che ha lanciato un sito web per prenotare alloggi eco-responsabili e attività locali per tutta la Francia.

L'idea è nata nella mente di due trentenni che vivono in città e che sono tanto innamorati dei viaggi quanto sensibili alle questioni ambientali.

Come più di 7un viaggiatore10, erano pronti ad optare per una vacanza più rispettosa della natura alloggiando in uno stabilimento eco-responsabile.

Di fronte alla difficoltà di trovare un luogo che soddisfi tutte le loro esigenze (piacere, comfort, natura, scoperta, rispetto dell'ambiente, e tutto questo per un budget ragionevole), hanno deciso di agire, e nel maggio 2020 hanno lanciato We Go GreenR per facilitare la ricerca di alloggi ecologici verificati e di attività ecologiche sul posto in Francia.



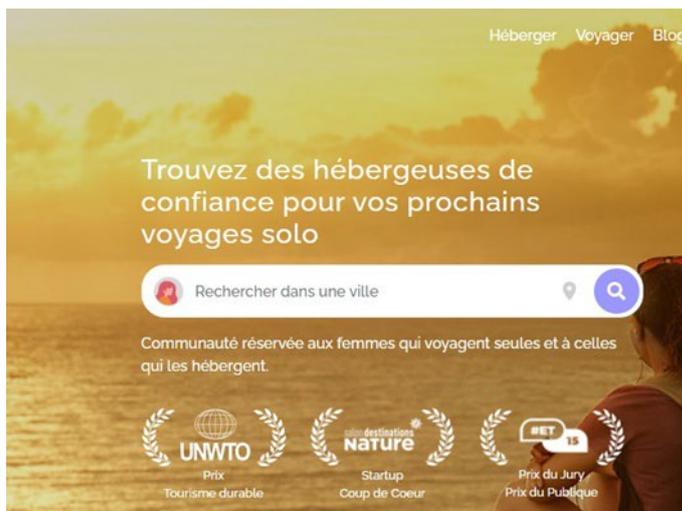
# STUDIO DI CASO: LA VOYAGEUSE

La Voyageuse è una piattaforma web operante in francese e inglese, e un'applicazione mobile che mette in rete le donne che viaggiano da sole e hanno bisogno di trovare host verificati e fidati in tutto il mondo, direttamente con gli host.

Viaggiare da soli può essere un'esperienza liberatoria, dandovi la possibilità di scoprire voi stessi, gli altri e un mondo aperto e accogliente, tuttavia, i problemi di sicurezza e viaggiare da soli in una nuova città o paese può essere preoccupante per le donne non accompagnate.

La Voyageuse, costruita sull'esperienza personale dei fondatori, aiuta fornendo padroni di casa di fiducia, che possono offrire alloggio così come i nostri tour locali.

Oltre a fornire sicurezza e conoscenza locale, può rompere la solitudine di alcuni ospiti, quindi tutti ne beneficiano.



## Marketing diretto

La creazione di un database di richieste e clienti (soggetto alle norme GDPR sul marketing e l'elaborazione) ti permette di continuare a commercializzare nuove prospettive e contattare potenziali visitatori di ritorno con offerte via e-mail o posta.

## Schemi di certificazione e premi

Oltre a provare le vostre credenziali ambientali, gli schemi di certificazione e i premi sono ottimi modi di fare marketing per i potenziali clienti, fornendo una grande notizia degna di essere trasmessa attraverso tutti i canali e agendo come un sigillo di approvazione o di qualità, che ancora una volta aumenta la fiducia di un visitatore.

Schemi come il Green Tourism Award, il Flower Ecolabel dell'UE e Virgin Holidays Responsible Tourism.

I premi sono tutti esempi di schemi o riconoscimenti per i quali ci si può candidare.

## Utilizzando agenti di viaggio e operatori di viaggio affermati

Per qualsiasi start-up, può essere difficile attirare nuovi clienti senza il database di marketing, la reputazione o le recensioni necessarie per trovare e assicurare l'ecoturista di passaggio. Si può prendere in considerazione la possibilità di collaborare con un'agenzia di viaggi tradizionale o di nicchia o con un operatore di viaggi.



Non possiamo consigliarvi sugli aspetti legali di qualsiasi partnership che cercate e vi consigliamo invece di prendere una consulenza legale indipendente prima di firmare con agenti di viaggio o operatori. Ricordate che i tour operator europei cercheranno sempre fornitori professionali e affidabili. Hanno bisogno di proteggere l'immagine del loro marchio, di conseguenza, molti tour operator europei avranno il loro codice di condotta, che richiedono ai loro fornitori di rispettare.

Un tipico codice di condotta può includere requisiti di salute e sicurezza, processi di gestione degli ospiti e del personale, standard ambientali o di impatto locale, nonché norme relative alle assicurazioni, alla prevenzione del lavoro minorile o forzato e alla responsabilità sociale delle imprese. Un tour operator monitorerà la stampa e i siti di recensioni per assicurare che uno standard elevato sia continuamente rispettato, poiché qualsiasi stampa negativa si rifletterà anche su di lui.

Esempio di operatori di viaggio:  
[Responsibletravel.com](http://Responsibletravel.com)

[Responsibletravel.com](http://Responsibletravel.com) è uno dei principali rivenditori su internet di vacanze ecoturistiche, offrendo una vasta gamma di vacanze, tour ed escursioni. Per essere pubblicizzati e partner di [Responsibletravel](http://Responsibletravel.com), e unirsi alla loro rete, è necessario soddisfare specifici criteri ambientali, sociali ed economici. Il costo dipenderebbe dalle dimensioni e dalla natura della vostra attività. Dovresti anche pagare una commissione per ogni prenotazione.

Ci sono molte agenzie di viaggio simili a [Responsibletravel](http://Responsibletravel.com) che potrebbero essere contattate.

Un certo numero di tour operator europei sono specializzati nel turismo accessibile e i viaggiatori con disabilità spesso preferiscono l'affidabilità dei tour operator e

dei pacchetti completi.



## ocietà di disabili

In Europa, le persone con disabilità sono spesso membri di organizzazioni rivolte a malattie o disabilità specifiche.

È probabile che siano anche visitatori regolari di siti web correlati. Potrebbe essere prezioso avvicinarsi a queste organizzazioni, dato che offrono un accesso diretto ai potenziali clienti che cercano vacanze accessibili e che offrono uno sconto ai membri o qualche altro beneficio.

A  
S  
S  
O  
C  
i  
a  
Z  
i  
O  
n  
i  
  
e  
  
S

# CASO DI STUDIO: GOBOAT

GoBoat è stata fondata nel 2014 a Copenhagen dai tre imprenditori Anders, Kasper e Carl con l'ambizione di rendere l'acqua accessibile a tutti.

Da allora, più di un milione di persone ha goduto di esperienze memorabili sull'acqua con GoBoat in tutto il mondo.

GoBoat si preoccupa dell'esperienza sostenibile per lasciare meno impronte di carbonio possibile, navigando solo con acqua rinnovabile, energia eolica e solare, e incoraggiando i marinai a raccogliere i rifiuti che vedono galleggiare.

"GoBoat ha preso vita perché volevamo fornire esperienze uniche e ricordi indimenticabili

sull'acqua al maggior numero di persone possibile. L'idea è nata dal fascino per l'universo marittimo e la gioia e la libertà che si provano quando si passa del tempo sull'acqua. Ci sforziamo di offrire esperienze sicure e confortevoli con un alto livello di servizio. Vogliamo assicurarci che vi sentiate sempre i benvenuti e che abbiate la migliore esperienza possibile sull'acqua".

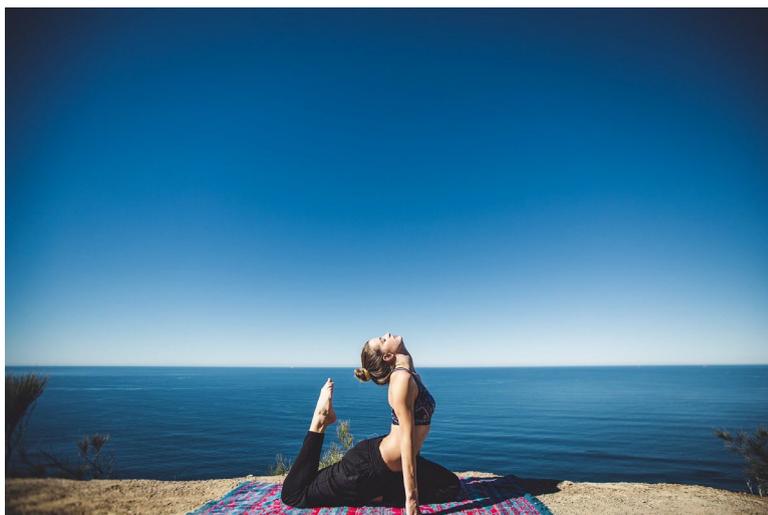


# CASO DI STUDIO: SPRING BILDUNGS URLAUB

L'istituzione educativa Spring's in Hessen Germania gestisce corsi accreditati di sviluppo personale e professionale e attira i turisti tedeschi a Malta per brevi vacanze educative.

I turisti tedeschi visitano Malta per vacanze educative di 5-10 giorni e frequentano corsi di sviluppo personale e professionale, combinando la cultura con il coaching.

Questo a sua volta sta creando una nuova nicchia nel turismo a Malta e coinvolge concetti di turismo partecipativo, inclusivo e sostenibile che collegano i turisti al patrimonio e alla cultura maltese.



# Scrivere il tuo Business Plan

Il modo migliore per rivedere e presentare il tuo prodotto turistico è quello di creare un business plan. Un tipico business plan deve contenere quanto segue:

**Riassunto esecutivo** - questa sezione riassumerà tutte le informazioni importanti dell'intero business plan in un massimo di pagine.2

Pensatelo come un trailer cinematografico di tutta la vostra idea, ma che dia il finale. Poiché è un riassunto completo dell'intero piano, potrebbe essere meglio scriverlo dopo aver scritto tutte le altre sezioni.

Gli argomenti chiave da trattare sono: cosa state offrendo, chi siete e perché siete particolarmente qualificati per farlo e a chi vi rivolgerete, cosa dovete consegnare e di quale supporto o finanziamento avete bisogno.

**Descrizione del business** - questo è il punto in cui si scompongono tutte le informazioni necessarie per un investitore o una banca per capire qual è il vostro prodotto turistico.

**Obiettivi** - Iniziate dichiarando i vostri obiettivi e quali sono. Mira a un massimo di quattro obiettivi chiave. Questo potrebbe essere il lancio di un nuovo, unico business che sia redditizio entro un anno, per esempio.

**Tipo di business** - spiega in quale settore/nicchia sarai - quindi per esempio noleggio di biciclette o fornitore di apprendimento all'aperto - o cosa offrirai.

**Mercato di destinazione** - a chi ti stai rivolgendo? Per esempio, gli amanti della natura e quelli interessati all'alpinismo.

**Punti di forza, debolezze, opportunità e minacce** della gestione di questo business - per esempio si potrebbe operare da una bella, storica

fiabile in mezzo a un paesaggio naturale ma che ha bisogno di essere ristrutturato. Che esperienza o capacità hai?

Se opererete come impresa individuale, società di persone o società a responsabilità limitata.

Dai una descrizione dei prodotti o servizi che offrirai.

Descrivi cose come il livello e la qualità del servizio. Qual è il prezzo del vostro prodotto o servizio? Come e dove sarà consegnato? Brevemente come sarà commercializzato e venduto?

**Gestione e organizzazione** - Lo scopo di questa sezione è quello di dimostrare perché sei per questo progetto? Quali sono le tue **competenze**, l'esperienza e la passione per questo progetto. Dovresti elencare la tua esperienza professionale, le tue competenze e **qualifiche**, e quelle del tuo team, evidenziando in particolare qualsiasi esperienza di ecoturismo rilevante.

Puoi anche fornire i dettagli di tutti i tuoi consulenti professionali: avvocati, contabili, banchieri, broker assicurativi, consulenti aziendali o mentori, che mostreranno ai finanziatori che hai il supporto e il sostegno necessari.

## **Analisi di mercato e piano di marketing**

- Seguendo il nostro schema delle opzioni di marketing disponibili, questa sezione del business plan è dove hai bisogno di mettere la tua ricerca e le tue **scoperte**, così come il tuo obiettivo di prezzi e numeri.

In primo luogo definisci il tuo mercato totale - fai una ricerca per stimare quanti turisti visitano la tua regione e il tuo paese e perché. Questo ti permetterà di definire le dimensioni del tuo mercato potenziale.

Proiettate la vostra quota di mercato di questo mercato - **stimate** la dimensione del mercato target che pensate di catturare. Per esempio, puoi stimare che la tua attività catturerà il 20% dei turisti che visitano la tua regione e che cercano una vacanza all'insegna della natura.



Analizza la concorrenza - Elenca i punti di forza e di debolezza di ogni concorrente e confronta il tuo prodotto o servizio con il loro.

### **Strategia di marketing e di vendita**

- in questa sezione delineate come il vostro prodotto turistico raggiungerà il suo obiettivo attraverso una strategia di marketing e di vendita. Definisci il tuo piano di marketing, o il tuo piano d'azione. Tenete conto di ciò che fanno i vostri concorrenti e di come si fanno pubblicità. Dove sono i tuoi clienti? Come puoi portare i tuoi contenuti davanti a loro? Dove ti posizioni attualmente nei motori di ricerca e cosa farai per salire nei risultati di ricerca. Quale sarà il prezzo del vostro prodotto o servizio sarà?

**Costi e budget** - soprattutto, di quanti soldi avrete bisogno?



# ES

## Suggerimenti per la pianificazione aziendale

---

Ecco alcuni consigli per quando si tratta di scrivere un Business Plan per il tuo business:

- Sii il più conciso possibile. I potenziali investitori e finanziatori vorranno sapere il più possibile sulla tua idea di business da una rapida occhiata. Assicurati di includere un riassunto del tuo business, e come farà soldi fin dall'inizio. Evita il gergo e usa un linguaggio semplice.
- Comprendi il tuo mercato e il tuo pubblico. Assicuratevi di avere chiaro a chi state vendendo. Quanto è unica la vostra idea? Ci sono altre aziende che vendono prodotti/servizi simili? Cosa rende la vostra diversa?
- Capire le vostre finanze e i potenziali profitti. Una parte essenziale di qualsiasi business plan è capire quali soldi saranno necessari per iniziare e mantenere l'attività e come si otterrà un profitto.

Come esercizio, completate il modello qui sotto che vi aiuterà a iniziare a pensare alle informazioni di cui avrete bisogno per il vostro business plan e la vostra attività.

# E

# R

# CI

### Qual è la grande idea?

Scrivi un breve paragrafo che descriva la tua idea di business e i suoi obiettivi.

---

# ZI

### In una sola frase

Qual è l'elevator pitch del tuo business? Scrivi una sola frase che spieghi cosa farai o qual è la tua idea.

---

# O

### Da dove vengono i soldi?

Scrivete un breve paragrafo che descriva le finanze. Come farete a guadagnare soldi?

---

# ES E R CI ZI O

## Perché vuoi fare questo?

Qual è la sua motivazione personale per gestire l'attività?

---

## La tua esperienza

Quali competenze, esperienze, formazione, qualifiche hai che ti aiuteranno?

---

## I vostri clienti

Descrivete il vostro cliente tipico. Dove sono? Qual è la loro motivazione per scegliere la tua azienda o il tuo servizio?

---

## La tua concorrenza

Ci sono già molte aziende che forniscono un servizio simile? Se ci sono, quanto si fanno pagare? Perché il tuo business sarà migliore/diverso?

---

## Come attirerai i clienti nel tuo business?

Cosa farete? Perché funzionerà? Quanto costerà?

---

# 3

## COSE DA CONSIDERARE

“

Nel regno delle idee tutto dipende dall'entusiasmo...  
nel mondo reale tutto si basa sulla perseveranza.

*Johann Wolfgang von Goethe*

# STUDIO DEL CASO: LES OISEAUX DE PASSAGE

Les Oiseaux de Passage riunisce un ecosistema di partner dei settori del turismo, della cultura e dell'economia sociale: Fornitori di alloggi turistici, gruppi di abitanti, fornitori di servizi per il tempo libero, produttori locali, artisti, parchi naturali, siti di visita, direttamente con i potenziali turisti.

Attualmente in beta, Les Oiseaux de Passage è una piattaforma di viaggio cooperativa, costruita in risposta a una forte domanda da parte dell'industria del turismo di avere uno strumento che permette loro di collegare le loro offerte insieme e raccontare la storia della loro destinazione per sviluppare la sua attrattiva.



# CASO DI STUDIO: ULISSE TRAVEL

Ulisse Travel Experiences è una piattaforma online impegnata a rendere accessibili alle persone sorde esperienze di turismo esperienziale ed ecologico in Italia, in Europa e nel mondo.

La parola uLISse contiene la parola LIS, che sta per Lingua Internazionale dei Segni.

Ulisse responsabilizza i giovani disoccupati formandoli come guide turistiche e "amici locali" per condurre i turisti sordi in esperienze dalle quali sono spesso esclusi a causa delle barriere fisiche.

Con l'obiettivo di creare una comunità online e offline di viaggiatori e operatori turistici sordi internazionali, Ulisse promuove il dibattito su temi come il turismo sostenibile, l'innovazione sociale e l'educazione dei sordi N.E.E.T. (not in education, employment or training).

"Le persone sorde spesso incontrano diverse difficoltà per realizzare esperienze turistiche. La maggior parte delle volte non si scoraggiano e viaggiano comunque, che sia una meritata vacanza o un'avventura straordinaria. Ma riuscite a immaginare quanto sarebbero più soddisfatti, o quanto più viaggerebbero, se ci fossero viaggi studiati appositamente per loro?"





# COSE DA CONSIDERARE

Ci sono una serie di requisiti legali obbligatori che le organizzazioni dovranno soddisfare prima di poter offrire i loro servizi ai clienti, e c'è una serie di regolamenti UE che coprono i viaggi e il turismo di cui dovrete essere consapevoli prima di iniziare a vendere il vostro nuovo prodotto turistico.

## La direttiva europea sui viaggi

Questo protegge i diritti dei viaggiatori quando prenotano una combinazione di due diversi tipi di servizi di viaggio

(come l'alloggio, un servizio turistico - come l'osservazione delle balene o del cielo notturno, il trasporto), con diritti di cancellazione, una chiara responsabilità e la necessità di avere un'assicurazione di responsabilità e una protezione contro l'insolvenza.

## Assicurazione di responsabilità civile completa

Se vendi tour o pacchetti direttamente ai viaggiatori europei, ci si aspetta che tu abbia un'assicurazione di responsabilità

civile completa, in modo che siano completamente coperti mentre sono sotto la tua cura.

Q  
u  
e  
s  
t  
o  
  
i  
n  
c  
l  
u  
d  
e  
  
l  
e  
s  
i  
o  
n  
i  
  
f  
i  
s  
i  
c  
h  
e  
  
e  
  
d  
a  
n  
n  
i  
  
a  
l  
l  
a  
  
p  
r  
o  
p  
r  
i  
e  
t  
à  
,  
  
a  
s  
s  
i  
c  
u  
r  
a  
z

ione di responsabilità civile per auto e moto d'acqua, se necessario.

Le regole del GDPR si applicano all'industria europea dei viaggi, compresi i tour operator che gestiscono direttamente i dati personali dei viaggiatori.

Vedere il regolamento generale sulla protezione dei dati (UE) 2016/679

### **Politica di responsabilità sociale d'impresa**

Una politica di responsabilità sociale d'impresa è il luogo in cui si espongono le vostre politiche verdi e si descrive in dettaglio il vostro impatto sull'economia locale e sull'ambiente. È la vostra dichiarazione di missione verde che dovrebbe essere orgogliosamente visibile sul vostro sito web.

# Modi per rendere i prodotti turistici rispettosi dell'ambiente

Come fornitore di turismo sostenibile, i tuoi clienti si aspetteranno alti livelli di riciclaggio, efficienza energetica e attenzione alla sostenibilità. Qui di seguito elenchiamo in dettaglio diverse aree chiave da tenere in considerazione quando si gestisce il proprio business:

## Risparmio energetico

Una delle opzioni più semplici è quella di sostituire tutte le luci con un'illuminazione a LED più efficiente, indagare sugli elettrodomestici a basso consumo e a basso consumo, e incoraggiare il personale e gli ospiti a spegnere quando non sono in uso. Isolare finestre, porte, pareti e soffitti per massimizzare la ritenzione e la perdita di calore. Installare contatori intelligenti per consentire il monitoraggio dei consumi.

## Energia alternativa e rinnovabile

Studiare fonti di energia alternative o rinnovabili. Dai pannelli solari sul tetto al riscaldamento geotermico, ci sono una serie di modi convenienti ed efficienti per essere a zero emissioni, così come una serie di fornitori di energia verde.

## Schemi off-set

Gli schemi di compensazione del carbonio, dove gli alberi sono piantati per contrastare l'anidride carbonica rilasciata attraverso i combustibili fossili, sono un modo per muoversi verso la neutralità del carbonio se le energie alternative o rinnovabili non sono disponibili o hanno costi proibitivi.

Ridurre l'uso dell'acqua



L'opzione per i vostri ospiti di non farsi cambiare gli asciugamani e le lenzuola ogni giorno. Usare lavatrici efficienti e avere rubinetti e servizi igienici a taglio automatico o ad alta efficienza idrica. I gabinetti compostabili per le strutture di campeggio possono fornire un'utile aggiunta ecologica.

## Comprare locale

Oltre a sostenere l'economia locale, ridurre il numero di food miles, cioè il numero di miglia che il cibo percorre dal campo al piatto, è benefico per le impronte di carbonio.

## Acquisti verdi

Quando il cibo non può essere reperito localmente, scegliete fonti etiche e sostenibili, preferibilmente certificate come tali, come gli alimenti certificati Fairtrade.

### **Riciclabile e biodegradabile**

Un alto livello di riciclaggio, il compostaggio dei rifiuti alimentari e un'attenzione alla riduzione della plastica monouso e dei rifiuti è essenziale per ridurre le discariche. I detersivi e i detersivi biodegradabili possono ridurre il nostro impatto sull'ambiente e sulla natura.

### **Incoraggiare gli ospiti a usare opzioni verdi**

Con tutte queste opzioni, fate in modo che i vostri ospiti e clienti ne siano consapevoli e aiutateli a seguire le regole, per il beneficio di tutti. Incoraggiateli, dove possibile, a usare opzioni di trasporto verde come la bicicletta e mettete a loro disposizione organizzazioni partner o opzioni di trasporto e consigli.

# Modi per rendere i prodotti turistici più accessibili e inclusivi

## Adattarsi per soddisfare tutte le esigenze

Adattate il vostro prodotto ai bisogni e alle esigenze del mercato del turismo accessibile. Per esempio, offrendo strutture accessibili come camere al piano terra, rampe, sedie per la doccia, strutture per sedie a rotelle elettriche e stoccaggio adeguato per i farmaci; camere appositamente progettate per i portatori di handicap.

## Controlla ogni passo del viaggio dal punto di arrivo

Si assicuri che il suo aeroporto regionale abbia strutture di accesso per le persone con disabilità, compresi i ponti d'imbarco dei passeggeri per entrare e uscire dagli aerei. Disponga di un servizio di taxi per disabili per portare gli ospiti dall'aeroporto e per un incontro e un saluto. Garantire l'accesso agli edifici, alle stanze e alle strutture. Assicurati che le tue uscite di emergenza e le attrezzature siano accessibili alle persone con disabilità.

## Informazione e formazione

Fornire informazioni dettagliate, solide e affidabili sulla disponibilità di strutture e servizi accessibili. Formate il vostro personale sull'accessibilità. Dovrebbero sapere come sostenere i viaggiatori con esigenze di accesso senza attirare troppo l'attenzione sulle loro disabilità.

Rendere le informazioni sui servizi sanitari e di emergenza facilmente disponibili per i viaggiatori e gli operatori turistici





“

Fate il primo passo  
nella fede. Non è  
necessario vedere tutta  
la scala, basta fare il  
primo passo.

*Martin Luther King Jr.*