



TOUCAN

*The future of tourism
without a carbon footprint*

Modulo.6.Il ruolo degli operatori turistici e delle guide nel processo low carbon

Autore: CONOSCENZA ASSERITA
OMORRYTHMOS ETAIREIA | Data: xxx

INDICE

Modulo.6.Il ruolo degli operatori turistici e delle guide nel processo low carbon	145
Introduzione	147
1. Prodotti e pratiche turistiche a basse emissioni di carbonio	148
4. Studi di caso	153
Studio di caso 1	153
Studio di caso 2	153
Studio di caso 3	154
3. Quiz	155
Riferimenti	156
Tabelle/Figure/Cartelle (separatamente)	157

Introduzione

Il turismo e i viaggi hanno un elevato impatto ambientale (Zotz, 2008, p.7). Gli operatori turistici e le guide sono coinvolti in molte delle fasi responsabili della realizzazione di un prodotto turistico: dalla pianificazione allo sviluppo, dalla promozione all'implementazione del risultato finale, questi attori sono parte integrante di un processo che notoriamente genera **elevate emissioni di carbonio, una significativa produzione di rifiuti e un elevato consumo di risorse.**

In un mondo che desidera pratiche più sostenibili e un futuro più verde, i viaggi responsabili dovrebbero essere considerati prioritari tra le possibili soluzioni e alternative consapevoli. A tal fine, questo modulo mira a mettere in luce gli aspetti ecologici del turismo per gli istituti di formazione professionale e il personale alberghiero, che possono essere **promossi e implementati da operatori turistici e guide.** Con la possibilità di diventare essi stessi ambasciatori di una bassa impronta ambientale, i discenti acquisiranno familiarità con **prodotti e pratiche turistiche più ecologiche,** nonché con pratiche aziendali più ecologiche che possono migliorare **l'immagine dell'azienda e il comportamento dei consumatori.**

1. Prodotti e pratiche turistiche a basse emissioni di carbonio

Il turismo e le sue conseguenze possono essere dannosi per l'ambiente e per le aree che dipendono dal turismo o per altre località in cui si registrano arrivi di massa, soprattutto dopo l'abolizione delle restrizioni legate alla COVID-19. Le ricerche e le proiezioni economiche prevedono che il turismo globale aumenterà del 30% nel 2023 [1]. Si prevede quindi che il turismo avrà un impatto sempre più negativo sul cambiamento climatico e sul consumo di energia.

Per affrontare le sfide ambientali e socioeconomiche legate a questo fenomeno, il turismo dovrebbe orientarsi verso prodotti e pratiche più verdi e sostenibili. Questa indubbia necessità ha portato alla definizione di turismo sostenibile come il turismo che si sforza di stabilire un impatto positivo in tutte e tre le aree interessate: ambientale, economica e socioculturale [1 & Fig.1]. Ai fini di questo modulo, insisteremo sull'**aspetto ambientale** e sui modi in cui gli **operatori turistici e le guide possono contribuire a ridurre le emissioni di carbonio** dei prodotti e delle pratiche turistiche.

Il turismo a basse emissioni di carbonio si riferisce a pratiche turistiche che mirano a ridurre le emissioni di carbonio e a utilizzare le risorse turistiche in modo da risparmiare o consumare responsabilmente energia e minimizzare l'impatto ambientale negativo [6]. Tali pratiche includono, ma non si limitano a:

- ridurre le emissioni di anidride carbonica in varie attività,
- viaggio verde/lento,
- nuove applicazioni energetiche e l'utilizzo di nuovi materiali sostenibili,
- conservazione dell'energia,
- tecnologia di risparmio idrico e così via [6].

In altre parole, il turismo responsabile è un approccio olistico che cerca di promuovere:

- **attrazioni turistiche a basse emissioni di carbonio**
- **strutture turistiche a basse emissioni di carbonio**
- **modalità di consumo turistico a basse emissioni di carbonio** [6]

Ecoturismo: Per sostenere e promuovere un turismo a basse emissioni di carbonio, gli operatori turistici e le guide dovrebbero includere i seguenti punti chiave nei loro piani d'azione:

- **Diversità biologica:** Per preservare la diversità biologica, tutte le azioni turistiche devono essere dirette a preservare le aree naturali, gli habitat e la fauna selvatica, e a minimizzare i danni ad essi [4].
- **Integrità fisica:** Le operazioni turistiche devono "*mantenere e migliorare la qualità dei paesaggi, sia urbani che rurali, ed evitare il degrado fisico e visivo dell'ambiente*" [4].
- **Purezza ambientale:** Per ridurre al minimo l'impronta ambientale del turismo, gli operatori del settore dovrebbero investire in soluzioni non inquinanti e in una gestione responsabile dei rifiuti da parte delle imprese turistiche e dei visitatori [4].

Affinché l'ecoturismo abbia successo e sia veramente cautelativo, è consigliabile la collaborazione tra aree protette e operatori turistici.

Viaggi responsabili: Il turismo a basse emissioni di carbonio non può esistere senza una **mentalità di risparmio energetico**. Questo obiettivo può essere raggiunto concentrandosi sull'**efficienza delle risorse**, ovvero sui modi per "ridurre al minimo l'uso di risorse scarse e non rinnovabili nello sviluppo e nel funzionamento delle strutture e dei servizi turistici" [4]. Le ricerche dimostrano che il settore turistico deve attuare cambiamenti significativi nel comportamento di viaggio per garantire un basso impatto ambientale [6]. Tali cambiamenti possono riguardare il **prodotto di viaggio** stesso (ad esempio, la destinazione), il **trasporto** e gli **incentivi turistici** (ad esempio, per quanto riguarda la durata del soggiorno). Ad esempio, i professionisti del turismo possono promuovere il turismo sostenibile attraverso:

- Promuovere alternative di destinazione che richiedano meno voli e, quindi, un passaggio da viaggi a lungo raggio a viaggi a medio e breve raggio.
- Incentivare i clienti a spostarsi verso soggiorni più lunghi che possono favorire il trasporto di massa con treni, autobus o persino biciclette invece di auto private/taxi.
- Includere destinazioni più vicine a casa che limitino le emissioni di carbonio durante gli spostamenti.

Sintesi

Il turismo a basse emissioni di carbonio richiede cambiamenti nei prodotti e nelle pratiche di viaggio. Atteggiamenti e alternative eco-compatibili, etici e responsabili possono limitare l'impatto negativo del turismo sull'ambiente e promuovere obiettivi sostenibili.

Domande per la riflessione

Quale prodotto di viaggio offrite ai vostri clienti? Potete pensare a come rendere questo prodotto più ecologico (ad esempio, riducendo le distanze e la necessità di viaggiare)?

Come potreste incentivare i vostri clienti a prolungare il loro soggiorno in un luogo invece di viaggiare più frequentemente?

Preferite il trasporto pubblico nei vostri tour?

2. Uso efficiente dell'energia e riduzione dei rifiuti

2.1. Benchmarking

La sostenibilità del turismo e di tutte le attività correlate può essere considerata un impatto positivo a lungo termine solo se può essere misurata per generare un'analisi dei risultati e una valutazione dei progressi. A tal fine, è necessario attuare il benchmarking per confrontare "le prestazioni di un'azienda in una determinata area (come il consumo di acqua) con quelle di un'azienda simile" per determinare i progressi



e i vantaggi competitivi [4]
nel settore turistico [4] :

Parametri di riferimento comunemente utilizzati

- Consumo di elettricità e di energia in chilowattora (kWh) per metro quadro di spazio servito
- Consumo di acqua dolce in litri o metri cubi (m3) per ospite a notte
- Produzione di rifiuti (kg per ospite a notte e/o litri per ospite a notte)

Gli operatori turistici e le guide dovrebbero conoscere i parametri di riferimento nel loro settore. In questo modo, possono pubblicizzare l'impatto positivo delle azioni organizzate, aumentare la competitività e sensibilizzare sui piccoli passi che possono fare una grande differenza.



Per misurare l'impronta di carbonio della vostra azienda, potete utilizzare strumenti di misurazione online come il **Carbon Measurement Blueprint for Tour Operators** fornito da *Intrepid* (<https://www.intrepidtravel.com/eu/download-our-carbon-measurement-blueprint-for-tour-operators>). Una volta completata la misurazione, potrete modificare i vostri obiettivi di sostenibilità e migliorare le vostre azioni.

2.2. Attrazioni turistiche a basse emissioni di carbonio

Progettando esperienze turistiche che comportano emissioni di carbonio ridotte o nulle, gli operatori turistici e le guide possono invogliare un maggior numero di visitatori e clienti ad adottare una mentalità rispettosa dell'ambiente. Le attrazioni a basse emissioni di carbonio sono quelle che riconoscono il valore dell'ambiente naturale e non impongono effetti dannosi all'equilibrio naturale esistente. Queste includono punti di interesse naturali come foreste, laghi, ecc. Comprendono anche prodotti turistici a basse emissioni di carbonio sviluppati con attenzione all'ambiente e con l'impegno di non disturbarlo.

2.3. Strutture turistiche a basse emissioni di carbonio

Le strutture turistiche, compresi gli alloggi, i servizi igienici, le strutture di rifornimento o le strutture di servizio speciali, possono essere parte della soluzione quando si cerca di ridurre al minimo le emissioni di carbonio e il consumo di energia. Ad esempio, un operatore turistico può:

- Costruire un parcheggio ecologico in un punto di interesse.
- Fornire caricabatterie per auto elettriche presso le proprie strutture
- Fornire biciclette o veicoli a basse emissioni di carbonio
- Utilizzare servizi igienici e bidoni dell'immondizia ecologici

- Investire in strutture ecologiche, in nuovi sistemi di approvvigionamento energetico e in fonti di energia rinnovabile (ad esempio, pannelli solari, sistemi di regolazione del consumo di acqua, dispositivi di raccolta dell'acqua piovana, ecc.)

2.4. Modalità di consumo turistico a basso contenuto di carbonio

I professionisti del turismo possono agire come ambasciatori della conservazione dell'ambiente. Possono incoraggiare i loro clienti ad adottare atteggiamenti eco-compatibili in un'ampia gamma di attività come i trasporti, il consumo di energia, ecc.

Sintesi

L'uso efficiente dell'energia, la minimizzazione delle emissioni di carbonio e la riduzione dei rifiuti sono tutti processi che richiedono una pianificazione strategica e un atteggiamento proattivo. In primo luogo, è necessario conoscere l'impatto della propria azienda sull'ambiente; in secondo luogo, è necessario apportare cambiamenti per stabilire i progressi e ridurre realmente l'effetto devastante del turismo sulla crisi climatica.

Domande per la riflessione

Avete le infrastrutture per supportare strutture a basse emissioni di carbonio?

Come incoraggiate il consumo turistico a basse emissioni di carbonio?

Quali benchmark utilizzate?

3. Immagine aziendale e comportamento del consumatore

3.1. Creazione di un business plan per tour operator

Il ruolo degli operatori turistici e delle guide nel turismo a basse emissioni di carbonio può essere rafforzato se esiste un piano aziendale dell'operatore turistico. Tale piano può limitare l'impatto negativo delle attività turistiche e della presenza dei turisti e, quindi, **migliorare l'immagine di un'azienda** e accrescere la sua reputazione verde, **incoraggiando** al contempo **un comportamento più responsabile da parte dei consumatori** e **coinvolgendo un maggior numero di stakeholder** per avere un impatto maggiore sull'ambiente e sulla società.



Per prepararsi alla stesura del business plan, è possibile utilizzare modelli stampabili di Business Model Canvas come i seguenti: [https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas#/media/File:Business_Model Canvas.png](https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas#/media/File:Business_Model_Canvas.png)

Affinché il business plan di un tour operator sia efficiente, l'organizzazione deve compilare almeno sette sezioni: **un sommario esecutivo, una panoramica dell'azienda, una descrizione dei servizi, un'analisi del mercato, un piano di implementazione, un sommario del team e un piano finanziario** (Fors, 2021).

3.2. Collaborare con aziende che condividono la vostra visione

Avere dei partner aumenta l'efficienza del piano d'azione e crea reti solide che possono lavorare insieme verso obiettivi precisi, come la riduzione delle emissioni. Le pratiche sostenibili possono essere promosse più efficacemente quando c'è coerenza nelle esperienze fornite al cliente [3]. Ad esempio, una rete di aziende attente all'ambiente può sostenere più facilmente la conservazione dell'ambiente e lo sviluppo locale. I partenariati possono includere strutture ricettive e fornitori di servizi, organizzazioni locali di marketing della destinazione, ristoranti/bar/enoteche locali, musei e gallerie d'arte locali e così via.

3.3. Scoraggiare i comportamenti a impatto negativo, incoraggiare gli atteggiamenti ecologici

Gli operatori turistici e le guide possono svolgere un ruolo significativo nell'incoraggiare i clienti a essere attenti all'ambiente e ad apprezzare le pratiche sostenibili [8]. Alcuni semplici passi per riuscirci sono i seguenti:

- Utilizzo di mezzi di trasporto ecologici nei tour, incoraggiando gli spostamenti a basse emissioni.
- Incoraggiare l'attività fisica (passeggiate, escursioni a piedi, in bicicletta, ecc.) e, di conseguenza, esperienze di viaggio senza emissioni di carbonio.
- Scoraggiare il littering e ridurre i rifiuti durante le visite (ad esempio, fornendo contenitori d'acqua riutilizzabili o incoraggiando questa pratica).
- Promuovere pratiche corrette di smaltimento e riciclaggio.
- Incoraggiare il rispetto della fauna selvatica e della cultura locale e scoraggiare qualsiasi disturbo con effetti dannosi.
- Rispettare le norme e i regolamenti relativi alla fauna selvatica e all'equilibrio dell'ecosistema in qualsiasi luogo in cui inviate i vostri clienti.
- Scegliere prodotti locali, lavoratori locali e fornitori locali per migliorare l'economia locale, riducendo al contempo le emissioni di carbonio grazie a distanze di viaggio più brevi.
- Offrire suggerimenti su pratiche etiche e rispettose.
- Pubblicizzare quanto sopra per sensibilizzare il pubblico sulle soluzioni di sostenibilità (ad esempio, sulle pagine dei vostri social media o sul blog del vostro sito web).

3.4. Restituire

Gli operatori turistici e le guide possono **creare itinerari con un impatto positivo** [10]. Ciò comporta azioni quali la progettazione di esperienze di viaggio a basse emissioni, la conservazione dell'ambiente naturale e la valorizzazione delle comunità locali, nonché la dichiarazione, la misurazione e la rendicontazione delle emissioni di carbonio per tenere sotto controllo i propri obiettivi. Tuttavia, le aziende turistiche possono anche avere un impatto positivo **investendo in progetti eco-compatibili** in tutto il mondo. A tal fine, le aziende possono anche fare donazioni a sostegno di nobili cause volte a salvare il pianeta. La pubblicizzazione di queste azioni può anche influenzare positivamente i clienti e gli altri stakeholder.

I partenariati strategici possono anche garantire alleanze più forti nella lotta alla crisi climatica, assicurando pratiche etiche e responsabili in contesti più ampi e diffondendo la consapevolezza.

Sintesi

L'immagine di un'azienda rivela la sua identità, i suoi obiettivi e la sua etica commerciale. Le aziende attente all'ambiente devono includere e promuovere pratiche ecologiche e responsabili, incoraggiando un comportamento più responsabile da parte dei consumatori e coinvolgendo di conseguenza un maggior numero di stakeholder.

Domande per la riflessione

In che modo la vostra azienda promuove i temi della sostenibilità?

Con quale frequenza ottenete nuovi clienti in base al prodotto di viaggio che offrite?

Perché è così importante coinvolgere gli attori locali nelle attività turistiche?

4. Studi di caso

Studio di caso 1

Orioly: soluzione di prenotazione e gestione per tour e attività

<https://www.orioly.com>

Orioly è una soluzione di prenotazione e gestione online destinata agli operatori turistici che desiderano promuovere le destinazioni attraverso tour e attività responsabili che preservano gli ecosistemi locali. I membri che aderiscono a Orioly possono entrare a far parte di associazioni locali e di una rete di imprese attente all'ambiente; possono creare partnership basate su un consenso sulle pratiche sostenibili e sulla necessità di una rispettiva sensibilizzazione.

Attraverso la piattaforma Orioly, gli operatori turistici possono sostenere diversi progetti che "preservano l'ambiente e promuovono lo sviluppo locale" [3]; possono anche dare ai loro ospiti la possibilità di fare donazioni alla causa di loro scelta durante il processo di prenotazione.

Studio di caso 2

Mama Thresl: alloggio a emissioni zero a Leogang, Austria

<https://www.mama-thresl.com/en/>

Mama Thresl è una struttura ricettiva a emissioni zero nelle Alpi che ha investito molto nella sostenibilità e nel turismo etico:

- Le camere sono realizzate con materiali naturali e locali da artigiani locali.
- L'energia consumata proviene da un impianto di riscaldamento a biomassa e da processi di recupero energetico.
- Le finestre a triplo vetro garantiscono l'isolamento termico.

- La cucina serve prodotti biologici locali.
- I rifiuti organici della cucina finiscono in un impianto di gas metano.

Tramite un'interfaccia tra il software di prenotazione *HotelNetSolutions* e *ClimatePartner*, Mama Thresl consente agli ospiti di vedere le emissioni di carbonio calcolate per il loro pernottamento. Se gli ospiti scelgono un soggiorno neutrale dal punto di vista delle emissioni di anidride carbonica, il prezzo viene ridotto e si sostiene un progetto idroelettrico a Renun, in Indonesia.

Studio di caso 3

Campeggio La Serre: Eco-camping e glamping in Ariège, Francia

<https://www.camping-la-serre.com>

Il Camping La Serre è un campeggio che ha adottato misure sostenibili innovative e abbraccia un approccio olistico rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali. Nel rispetto della biodiversità della zona, il campeggio offre sistemazioni sostenibili in tende lodge di lusso, chalet, case mobili e cabine in legno. Il campeggio ha attuato le seguenti azioni:

- Pannelli solari per produrre elettricità.
- Processi di selezione e recupero degli scarti verdi per ridurre al minimo i rifiuti.
- Programmi di conservazione della fauna selvatica.
- Promozione del turismo eco-compatibile attraverso percorsi di trekking e mountain bike, canyoning, rafting e canoa.
- Valorizzazione del patrimonio e promozione del turismo lento attraverso punti di interesse culturali, archeologici e di altro tipo.

3. Quiz

Scegliete la risposta corretta:

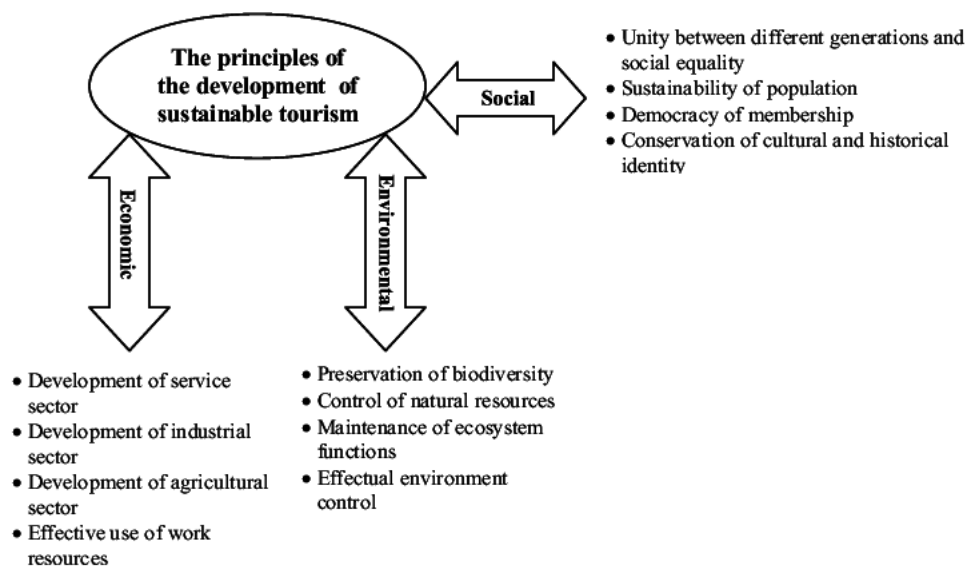
1. Cosa significa turismo responsabile?
 - a) *attrazioni turistiche a basse emissioni di carbonio*
 - b) *strutture turistiche a basse emissioni di carbonio*
 - c) *modalità di consumo turistico a basse emissioni di carbonio*
 - d) Tutto quanto sopra.**
2. Cosa può offrire un calcolatore di carbonio basato sul web?
 - a) La misurazione dei risultati e dei progressi aziendali nel campo delle emissioni di carbonio.**
 - b) Una proiezione delle spese per il consumo di energia.
 - c) Aumento della competitività.
 - d) Esposizione pubblica più ampia.
3. Quale delle seguenti è un'attrazione a basse emissioni di carbonio?
 - a) Una città già sovrappopolata.
 - b) Il Colosseo in piena stagione.
 - c) Un parco divertimenti.
 - d) Un lago.**
4. Come si può sostenere un turismo a basse emissioni?
 - a) Promuovendo l'aereo come mezzo di trasporto più rapido.
 - b) Proponendo soggiorni più brevi nelle destinazioni di viaggio e viaggi più frequenti.
 - c) Incoraggiando il trasporto pubblico, gli spostamenti a piedi e in bicicletta durante i vostri tour.**
 - d) Evitando le partnership con i fornitori locali.
5. Perché è importante il business plan di un tour operator?
 - a) Contiene le idee finali per il vostro progetto.
 - b) Vi incoraggia a pensare in modo critico alla vostra visione e ai vostri clienti.**
 - c) Impedisce di ottenere un secondo parere.
 - d) È un punto di riferimento.
6. Come potete preservare la biodiversità durante i vostri tour?
 - a) Incoraggiando i viaggiatori a raccogliere fiori selvatici.
 - b) Utilizzando auto elettriche in aree protette per fare meno rumore.
 - c) Scoraggiando chiaramente l'interruzione della fauna selvatica (sia flora che fauna).**
 - d) Collocando i bidoni della spazzatura nelle foreste.

Riferimenti

- [1] EIU. (2022, 26 ottobre). *Prospettive del turismo 2023*. Economist Intelligence Unit. Recuperato il 6 novembre 2022, da https://www.eiu.com/n/campaigns/tourism-in-2023/?utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=industries-in-2023&gclid=CjwKCAjwtp2bBhAGEiwAOZZTuKGKkrUOso-GOyPPo9sDGCUXs8cFI0utFjHbnkdCS1P8yvCMm2uSBoCR94QAvD_BwE.
- [2] Fors, A. (2021, 30 giugno). *Come creare un business plan per tour operator in 8 passi*. Hotelmize. Recuperato il 7 novembre 2022, da <https://www.hotelmize.com/blog/how-to-create-a-tour-operator-business-plan-in-8-steps/>.
- [3] Fonseca, F. (2022, 5 gennaio). *Come gli operatori turistici possono diventare più sostenibili nel 2022*. Orioly. Recuperato il 6 novembre 2022, da <https://www.orioly.com/how-tour-operators-can-become-more-sustainable-in-2022/>.
- [4] REGALO. (2022). *Turismo sostenibile*. Idee verdi per il turismo. Recuperato il 6 novembre 2022, da <http://www.greentourism.eu/en/Post/Name/SustainableTourism>.
- [5] GSTC. (2022, 3 settembre). *Che cos'è il turismo sostenibile?* GSTC. Recuperato il 6 novembre 2022, da <https://www.gstccouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>.
- [6] He, J., & Wang, D. (2021). *Sulle basse emissioni di carbonio e la loro realizzazione nel turismo*. IOP Science. Recuperato il 6 novembre 2022, da <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/632/5/052102>.
- [7] Lacalle, E. (2021, 20 agosto). *Le migliori pratiche di sostenibilità negli hotel*. MEWS. Recuperato il 7 novembre 2022, da <https://www.mews.com/en/blog/sustainability-in-hotels>.
- [8] Leiman, R. (2021, 9 luglio). *Il ruolo degli operatori turistici nel turismo sostenibile: Sfide spiegate e soluzioni proposte*. Hotelmize. Recuperato il 7 novembre 2022, da <https://www.hotelmize.com/blog/role-of-tour-operators-in-sustainable-tourism-challenges-explained-and-solutions-proposed/>.
- [9] Peeters, P., Lane, B. e Gössling, S. (2008). *Verso un turismo a basso contenuto di carbonio*. *Sustainable Tourism Futures*, 240-257. <https://doi.org/10.4324/9780203884256.ch13>
- [10] Tuppen, H. (2022, 5 aprile). *Modi per gli operatori turistici di ridurre le emissioni di carbonio con luoghi migliori*. Il turismo dichiara l'emergenza climatica. Recuperato il 6 novembre 2022, da <https://www.tourismdeclares.com/article/travelling-less-for-longer-and-other-ways-to-reduce-carbon-with-saskia-griep-founder-of-better-places>.
- [11] Zotz, A. (2008). *Il ruolo degli operatori turistici nella mitigazione dei cambiamenti climatici*. RAOnline. Recuperato il 6 novembre 2022, da https://raonline.ch/pages/edu/pdf8/respect_TourismClimate09.pdf.
- [12] Škorić, I. (2022, 21 luglio). *Viaggi sostenibili: 3 modi in cui gli operatori turistici possono essere "verdi"*. Lemax. Recuperato il 7 novembre 2022, da <https://www.lemax.net/blog/sustainable-travel-3-ways-how-tour-operators-can-be-greener/>.

Tabelle/Figure/Cartelle (separatamente)

Figura 1: Principi dello sviluppo turistico sostenibile



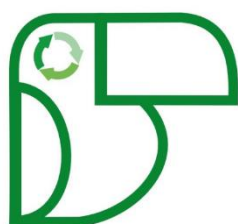
Fonte: ResearchGate

https://www.researchgate.net/figure/Principles-of-sustainable-tourism-development_fig1_228717168

PARTENARIATO



PROGETTO



TOUCAN

*The future of tourism
without a carbon footprint*



**Co-funded by
the European Union**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.



**Co-funded by
the European Union**