

La sostenibilità per la destinazione del futuro

Una formazione per gli operatori locali per immaginare una proposta sostenibile per la propria destinazione. Il webinar sarà guidato da un esperto sui temi della sostenibilità per comprendere i passi - piccoli e grandi - per operare in maniera sostenibile lungo tutto il customer journey del viaggiatore, a beneficio sia della comunità che del mercato.

Speech: Sergio Cagol - Esperto di destination marketing e sostenibilità

RISPOSTA ALLE DOMANDE DELLA COMMUNITY

Katia

Io ho una piccola casa vacanza e un agriturismo nel comune di barberino tavarnelle. Piccola vuol dire 8 appartamenti. La mia azienda è sostenibile coi vostri punti da 20 anni. La sostenibilità è solo una questione di scelte e non prevede nella maniera più assoluta costi esorbitanti più grandi. Personalmente non attuerò politiche di ribasso alla ripartenza poiché per offrire questo tipo di servizio come fatto negli ultimi 20 anni, non avrebbe alcun senso economico. Vogliate pregare i miei colleghi di non partire coi soggiorni a 2 euro perché chiudiamo tutti per sempre.

Grazie Katia della testimonianza, la sostenibilità è fatta anche di tante piccole cose, è importante saperle raccontare ai nostri ospiti. Quando questo avviene, quando si riesce a far percepire il valore offerto, si è meno soggetti alle "guerre di prezzi".

Daniele

Sarebbe utile avere un vademecum sulla comunicazione per questo periodo. Grazie

La sostenibilità deve essere intesa come valore fondante dell'offerta turistica, ed ha valore nel breve ma soprattutto nel medio/lungo periodo. In situazioni di crisi come la situazione contingente, le dinamiche comunicative devono essere studiate su misura. Di sicuro, chi può offrire un prodotto sostenibile, ha a disposizione un asset vincente da sfruttare.

matilde

cosa potrebbe fare un'Amministrazione regionale a livello politico per aiutare e sostenere gli operatori turistici nella loro scelta sostenibile?

Esistono diversi strumenti per il sostegno alle imprese, alcuni con premialità e incentivi alle scelte sostenibili. Provvederemo a raccoglierci tutti in uno strumento di comunicazione, in modo da indicare precisamente quanti e quali strumenti utilizzare.

Giulia

come comunico in maniera efficace tutte le mie scelte sostenibili? c'è in toscana un canale di comunicazione integrato per la sostenibilità delle strutture?

La sostenibilità deve diventare parte integrante di tutte le occasioni di comunicazione, online, cartacea e nelle occasioni di incontro con gli ospiti. Meglio se non è esplicita ma percepita. È molto più efficace il racconto della preparazione di una ricetta con i prodotti del territorio che non un articolo che dice che usate solo prodotti del territorio.

Stiamo lavorando ad uno strumento di comunicazione, in modo da indicare precisamente quanti e quali strumenti utilizzare per l'aiuto alle scelte sostenibili delle imprese.

Pietro

La struttura ricettiva che abbiamo noi ospita turisti che esigono servizi di lusso e molte volte sono abituati al grande consumo e allo spreco acqua e elettricità, proviamo a convincere a sprecare meno, ma con gli americani spesso è difficile, come potremmo fare?

Succede spesso che prodotto e pubblico non siano allineati. L'unica soluzione è cambiare (progressivamente) target di pubblico. Quando si cambia, qualcuno non sarà soddisfatto e smetterà di venire, e verrà compensato da altri ospiti più allineati rispetto all'offerta. Avere pubblico non allineato con l'offerta è un problema nel lungo periodo, ne risente la reputazione complessiva e la soddisfazione di chi eroga il servizio.

Bruno

Quali iniziative si potrebbero intraprendere per promuovere la destagionalizzazione in una destinazione turistica come la Maremma, territorio che si presta per le sue caratteristiche a differenziarsi sotto ogni aspetto?

La parola chiave è integrazione: integrare le offerte di territori diversi (connettersi, per esempio ai flussi dei grandi centri, attivi tutto l'anno) ma, soprattutto, integrare le diverse offerte per i diversi turismi (mare, outdoor, relax, terme, etc). Queste sono strategie efficaci a tutti i livelli, di destinazioni e di singoli operatori.

Eleonora

Dalla sua esperienza, la ricerca di sostenibilità da parte dei viaggiatori è anche rivolta alle guide turistiche?

Sì certamente. In generale, vengono ricercate esperienze sostenibili, tanto più la componente di ospitalità è integrata con attività sul territorio coerenti, tanto meglio la vacanza complessiva. Non si tratta necessariamente di creare dei pacchetti integrati, ma lavorare in rete tra operatori che, seppur con prodotti differenti, operano con principi coerenti, può aiutare molto. Anche nella parte di comunicazione.

Francesco

il 19 marzo 2020 alle 15:44

Quali sono le prime 3 azioni che potrebbe fare un ambito per posizionarsi con destinazione sostenibile? (es monte Amiata)

Posizionarsi significa rendersi raggiungibili da un pubblico coerente con l'offerta. Prima però della fase di approccio al mercato, credo sia fondamentale la scelta di prodotto.

Quindi il primo punto è decidere quale prodotto offrire, in senso territoriale (destinazione) e specifico (dei vari operatori).

Il secondo punto riguarda la scelta del pubblico di riferimento. Per essere efficaci sui mercati moderni, si deve avere il coraggio di scegliere e di non puntare indistintamente a tutti. Chi è il vostro pubblico ideale?

Una volta definiti prodotto e pubblico, potete ragionare sulla comunicazione e sulle modalità per proporvi alle persone giuste coerenti con la vostra offerta. Anche qui, visti i costi della visibilità, avere le idee chiare e fare le scelte oculate aiuta a raggiungere solo le persone giuste e non indistintamente tutti.

Tardino Stefania

il 19 marzo 2020 alle 15:43

Ci vorrà uno sforzo di marketing in più per rilanciare l'Italia all'estero?

Ci vorrà una azione di sistema complessiva, a diversi livelli (nazionale, regionale, di ambito locale, ecc.) ed il lavoro puntuale di ogni operatore. Quando il mercato ripartirà, ne uscirà meglio chi (negli anni passati) ha saputo lavorare sul rapporto coi propri clienti, generando processi di fiducia destinati a funzionare nel tempo.

Il marketing sarà uno dei componenti importante, di certo non l'unico. Anche ritrovare il proprio ruolo nel complesso giro della distribuzione (anch'essa terremotata dalla crisi attuale) sarà fondamentale.

DAVID

I parchi naturali e gli agriturismi saranno favoriti dall'evoluzione del mercato della sostenibilità ? David

Certamente. Il connubio tra sostenibilità e natura è intrinseco, chi gode di un territorio tutelato parte da una posizione privilegiata. In questi casi è buona cosa integrare l'offerta e la comunicazione con elementi esterni, legati alle esperienze che si possono vivere nel parco con modalità sostenibili. Attenzione a alla coerenza però, perché le aspettative di chi accede in zone di parco e in strutture agrituristiche sono spesso (giustamente) più elevate e, in caso di incapacità di rispondere alle aspettative, il rischio di ricaduta reputazione è ancora più alto.

Per fare un esempio, potrei sopportare di non avere la raccolta differenziata in una zona degradata, diventerebbe inaccettabile dentro un parco naturale.

Armando

far diventare la sostenibilità, strategia aziendale, alla fine ha una efficacia limitata e palliativa, rispetto ad una strategia nazionale...come diffondere questo concetto?

Strategia locale e strategia nazionale non sono in contrapposizione ma in integrazione. Ed i temi della sostenibilità possono anche aiutare a differenziarsi laddove la strategia nazionale sia deficitaria. Alcune persone vanno alla ricerca di esperienze sostenibili perché insoddisfatte della situazione in cui vivono, altre per replicare le condizioni che sono riusciti a creare a casa loro. In ogni caso, un territorio sostenibile è spesso visto come "rifugio" rispetto a un contesto non sempre adeguato.

Marianna

alcune agenzie hanno cominciato a chiedere una politica plastic free per gli hotel, sarebbe interessante farlo diventare un tratto distintivo piuttosto che un requisito chiesto dal cliente/agenzia

L'approccio plastic free è un pezzo importante del processo, basta sia chiaro che è un pezzo e non basta eliminare la plastica. Peraltro la plastica è generalmente riciclabile, per cui anche laddove non sia possibile un approccio "plastic free 100%" si può integrare con la componente di riciclo. Le agenzie che richiedono questo tipo di requisiti sono normalmente quelle che sono state in grado di intercettare un pubblico sensibile su questi temi, pubblico che quindi generalmente apprezzerà se la struttura saprà integrare anche altri elementi di sostenibilità, come alcuni di quelli citati nella presentazione.

Cacelli Riccardo

il 19 marzo 2020 alle 15:42

cosa cambierà nel turismo termale? o come inserire sostenibilità nel settore termale?

Quando si parla di turismo termale ci sono due componenti, curativo e benessere. Entrambi possono beneficiare di un approccio sostenibile, ma di sicuro nel secondo caso c'è un trend in grandissima crescita di ricerca di soluzioni sostenibili. Il caso mostrato nel seminario è emblematico, ma ce ne sono tanti altri. <https://www.lefayresorts.com/it>

Stefania

credo che per come sia messe le cose il primo passo è di ripartire da un'economia locale, fino a quando non si riprenda la situazione; potrebbe essere un modo per rilanciare il made in Italy tra gli Italiani, cercando di fare un'offerta all'inizio che possa andare incontro alla domanda attuale del momento. Però non si può pensare di percorrere questa strada e il contatto con il mondo è fondamentale per l'Italia come sempre. Tutto dipenderà dalle scelte politiche di circolazione di confine e a tali il turismo purtroppo si dovrà adeguare, trovando le strategie giuste passo dopo passo partendo da quello che si ha. Me lo auguro per tutti

Le modalità di uscita dalla crisi sono difficili da prevedere. È probabile che nei primi mesi puntare su un mercato di prossimità possa aiutare. Dipenderà anche tanto da quando e come usciremo dalla crisi.

Marianna

sarebbe bene che ci fosse proprio un delegato per regione (Toscana Promozione?) che si occupi di accompagnare le aziende verso questa direzione in base alle proprie possibilità, che dialogasse con un ente che certifichi e che faccia in modo che tale ente italiano sia riconosciuto mondialmente. grazie

Toscana Promozione si occupa, appunto di marketing della destinazione, non può certificare strutture e operatori.

Sibilla

Come potremmo, tutti insieme, trattare, una volta ripartito il mercato, con le OTA che hanno un ruolo così dominante nel nostro settore? Reputa una cosa del genere giusta?

La specializzazione sulla sostenibilità potrebbe aiutare, nel lungo periodo, a creare dei fattori differenzianti che permettano di sganciarsi dal predominio delle OTA. Esistono peraltro anche delle "micro" OTA specializzate sul prodotto sostenibile, come per esempio <https://ecobnb.it/>

William

I luoghi di interesse naturalistico, con buona qualità dell'aria, incontaminati e con scarsa antropizzazione, possono essere avvantaggiati nella ripresa ??

Sono certamente avvantaggiati nella costruzione di una proposta sostenibile, in cui all'accoglienza fatta con le giuste regole si possono integrare le esperienze sul territorio. Relativamente alla ripresa, ci sono tanti fattori in ballo. È però ragionevole pensare che le persone possano avere un maggiore interesse a vivere esperienze fuori dai luoghi molto frequentati e a contatto con la natura.

Kirsten

Non pensa che una volta usciti tutti vorranno nuovamente viaggiare fregandosi di come la natura si sia rigenerata. Come ci insegna la storia, l'essere umano non impare/ non cambia

Penso che certamente molti comportamenti resteranno uguali, ma penso anche che molte persone resterà segnata da questa crisi e dimetterà in discussione. E credo che temi del rispetto del pianeta ed il ritorno versala natura saranno temi che avranno grande attenzione.

Ada

Criticità: monodose / monouso sono garanzia di igiene che, al momento, devono essere garantite. Cosa ne pensa? Domanda su aria condizionata: è evidente che con il riscaldamento globale è considerata un servizio essenziale, ma per motivi di sostenibilità e di estetica sarebbe meglio evitarla. Quali soluzioni si possono adottare per scavalcare il problema.

Sui monodose, esistono tante soluzioni di set di cortesia riciclabili o sostenibili, basta chiedere ai vari fornitori e cercare online.

In tante condizioni rinunciare all'aria condizionata è complesso. Si può però ovviare per esempio con i pannelli solari. Se consumo energia che produco, il bilancio è positivo. Oppure, in estrema ratio, perlomeno prendere un fornitore che garantisca il 100% di energia da fonti rinnovabili. Se spingiamo il mercato verso la sostenibilità, ci seguirà.

Milena

Ci sarà un ridimensionamento anche dei voli low-cost a suo avviso? Grazie Milena

Sul breve è arrivata una crisi senza precedenti anche per loro. Ryanair ha sospeso tutti i voli. Credo che quando il mercato ripartirà, tante cose saranno diverse (il governo ha appena deciso di salvare Alitalia, per dirne una). Credo che le low cost sopravviveranno, forse non tutte, ma sopravviveranno, perché incredibilmente sono tra quelle che hanno i conti più a posto.

Sibilla

Quando parla di abolire il monodose, nella somministrazione di alimenti, come possiamo farlo compatibilmente con le norme HACCP? esempio: marmellate, miele, burro?

Senza entrare troppo nel dettaglio, esistono tante soluzioni compatibili con le norme. Deve essere considerato nel piano di autocontrollo, in modo da individuarne le fasi critiche e la gestione corretta.

I vari prodotti, durante la colazione o nei piccoli buffet, vengono esposti in sala per un periodo di tempo controllato, gli alimenti vanno conservati alla temperatura appropriata, come previsto dal vostro piano di autocontrollo H.A.C.C.P e protetti da ogni forma di inquinamento: polveri, insetti, e ogni altra impurità presente nell'aria ecc. Le soluzioni vanno studiate ad hoc, ma in moltissima casi esistono già dei disciplinari che normano le modalità.

Gilberto

Ciao Sergio, in una Regione suddivisa in Ambiti, dovrebbe dare una risposta anche il singolo ambito o far gestire tutto dalla Regione? Grazie Gilberto

Esistono diversi livelli di competenza e di intervento. La cosa migliore avviene quando i vari livelli (regionale, locale, imprenditoriale) collaborano su una strategia congiunta, condividendo soluzioni, strumenti, approcci.

È evidente che il singolo può far poco sulle politiche di mobilità sostenibile, però ci sono tanti esempi di strutture che, anche in contesti di scarsa tutela ambientale e limitata attenzione alla sostenibilità sul territorio, sono riuscite a costruire delle "oasi". Se possiamo evitare le oasi e lavorare come territorio, tutti ne beneficiano.

Andrea

Quale potrebbe essere il momento giusto per ripartire con la promozione?

Ci sono troppi fattori in gioco, e dipenderà tantissimo da come evolve la crisi, non solo in Italia ma anche sui mercati esteri. In questo momento è davvero difficile pensare di fare promozione, io mi concentrerei sul miglioramento dell'offerta (laddove possibile) e sul mantenimento del rapporto con la clientela fidelizzata.

Lucia

oltre agli standards di sostenibilità cambieranno anche gli standard di igiene e controllo dei flussi turistici

Mi spiace ma non ho informazioni in merito e non sono in grado di azzardare previsioni.

Pierluigi

Come comunicare la proprie pratiche sostenibili al cliente? Una certificazione seria di garanzia diventerà necessario?

Non necessaria, anche se ovviamente non la escluderei laddove possibile. Il mercato della fiducia nel mondo del turismo è fortemente legato alla capacità, da parte di chi ospita, di far vivere (e condividere) le esperienze vissute come tali. Da questo processo nasce la reputazione, soprattutto online ma non solo, che è alla base dell'efficacia delle proposte. Quindi la narrazione della vostra offerta sostenibile dovrà essere verificabile ed apprezzabile anche durante il soggiorno. Molto spesso si danno per scontate tante cose, si usano i prodotti del territorio ma non lo si comunica agli ospiti.

Marianna

per quanto riguarda il plastic free?

Il plastic free è un approccio corretto, laddove applicabile. Basta non pensare che eliminare un po' di plastica basti a farci percepire come sostenibili. È un pezzo, di una strategia più ampia.

Bruno

Buongiorno, mi son perso i punti 12 e 19 delle azioni x la sostenibilità. In attesa di avere a disposizione le slides, mi piacerebbe ragionarci da subito. Grazie

La 12 era: proponi menù vegani o vegetariani, la 19: scegli arredi eco-compatibili.

Trova tutti i consigli qui: <https://ecobnb.it/blog/2018/12/azioni-hotel-green/>

Stella

Più che avere le slide forse è più utile avere anche il testo come facile ripasso delle cose dette. Stella www.pietrabuona.com

Le slide sono condivise, ed il video è disponibile per un eventuale approfondimento.

Fabrizio

Buongiorno, mi chiamo Fabrizio responsabile del turismo sostenibile del Geoparco delle Colline Metallifere, Tuscan Mining UNESCO Global Geopark, ci sono altri parchi come noi in Toscana che sono Geoparchi della rete UNESCO (Apuane ad esempio) e che come noi hanno attivato la Carta Europea per il Turismo Sostenibile come il Parco della Maremma e il Parco dell'Arcipelago ad esempio (European Charter for Sustainable Tourism concessa da Europarc alle Aree protette che superano il processo di candidatura e la rivalidazione ogni 5 anni). Sul nostro sito si può scaricare il Piano di Azione (del quinquennio 2014 - 2018) e del nuovo quinquennio 2019 - 2023) qui: www.parcocollinemetallifere.it Ci sono tante azioni (46 + 24 nel primo piano) e 79 nel secondo Piano che possono essere tratte ad esempio, per le Destinazioni e per i singoli operatori. La CETS è un processo partecipato che coinvolge amministratori, associazioni cittadini e operatori privati del turismo e delle filiere collegate (servizi, agenzie turistiche, agricoltura). Lo segnaliamo per invitare gli altri Parchi che sono in ascolto a condividere i loro Piani di Azione e per condividere l'idea di armonizzare le indicazioni del Tuscany Together Kit e quelle della CETS (Carta Europea per il Turismo Sostenibile) mettendo a sistema i percorsi che alcuni territori hanno già intrapreso verso il turismo sostenibile. Il passo ulteriore che abbiamo fatto come area protetta, grazie alla partecipazione al progetto Interreg MED Destimed, è stato quello di sviluppare una partnership con un tour operator locale (a valle di una selezione su avviso pubblico) per la commercializzazione di pacchetti turistici da 23 e 4 giorni e attività da una giornata o giornata intera che sono certificati (tramite una collaborazione con Global Footprint Network) con riduzione di CO2 emessa rispetto a pacchetti tradizionali. Una delle azioni fatte è stato incitare a venire in treno e organizzare spostamenti in loco con NCC che hanno seguito grazie al Parco un corso di eco driving che permette di ridurre del 20 % i consumi e le emissioni. Come mettere a frutto tutto questo ?

Complimenti per le iniziative, CETS garantisce un approccio strutturato che permette di valorizzare gli elementi di sostenibilità di un territorio e di una offerta. Nel vostro caso avete già ampiamente superato il primo passo, di organizzare l'offerta secondo modalità sostenibili.

Si tratta ora di organizzare azioni in grado di individuare i vostri pubblici di riferimento (a chi vi rivolgete), cui indirizzare il prodotto adeguato, puntando laddove possibile su personalizzazione e profilazione. usando gli strumenti che il mercato offre. Tutto il più possibile in coerenza con le diverse organizzazioni turistiche a diverso livello.

Pierluigi

Basta far applicare le azioni di sostenibilità nella singola struttura, o sarebbe auspicabile abbinarla al brand della destinazione?

Una struttura deve avere una propria strategia, ma è evidente che funzionerà tanto meglio quanto più sarà coerente con il posizionamento della destinazione.

Azzurra

Per integrare la sostenibilità nel nostro sistema turistico (e riprenderci dalla crisi Coronavirus) dovremo smettere di guardare al turista internazionale come target e concentrarci maggiormente su quello locale e italiano?

No, non sul lungo periodo. Poi può essere che il primo mercato che ripartirà sia un mercato di prossimità, ma sarà legato alla contingenza specifica della ripartenza e non necessariamente un trend di lungo periodo

Nicoletta

Ma vi rendete conto che portate esempi di mega hotel del Trentino immersi nella natura a chi ha strutture in Centro tra storico di una città medievale?

La maggior parte delle indicazioni puntuali su cui una struttura può intervenire si prestano benissimo anche per strutture in contesti cittadini. Anzi, molte attività sono più semplici per un piccolo hotel o B&B piuttosto che per un mega hotel che ha approcci industriali (e per esempio fatica a usare le uova del contadino).

Ilenya

Per i prodotti monodose nelle camere è veramente un problema....come possiamo dare un set di benvenuto in bagno che non sia monodose?

Esistono soluzioni miste, per esempio con dispenser ricaricabili e welcome kit ecologici/riciclabili.

nicola

e' condivisibile la preoccupazione che la ripresa sarà rappresentata da una guerra di prezzo (al ribasso)? Se sì, come potremmo difenderci dall'offerta globalizzata delle OTA, ossia la ricerca libera su un portale con discriminante il prezzo più basso sarà micidiale per le piccole destinazioni (io parlo dal Monte Amiata) potremo chiedere un correttore alle OTA che ci difenda definendo portali di Ambito?

È uno scenario possibile.

Le azioni di marketing che stiamo ipotizzando tenderanno a spingere il più possibile sulle vendite dirette. Ma non c'è da farsi molte illusioni; la concorrenza alle OTA si fa solo con una strategia nazionale e forse addirittura europea. Noi ci accontenteremmo anche di rosicchiare piccole fette di mercato.

Patrizia

L'Arcipelago Toscano è una destinazione bellissima ma estremamente fragile dove il turismo del futuro può essere pensato solo in modo sostenibile. Come superare questa "isolitudine" anche culturale, per pensare tutti insieme ad un modello di sviluppo basato sul rispetto dell'ambiente, sulla fruibilità tutto l'anno (considerato anche il privilegio di avere condizioni meteorologiche estremamente favorevoli in tutte le stagioni e ambiente naturale abbastanza preservato? come avviare il cambiamento chiamando a raccolta gli imprenditori e le Istituzioni per un progetto condiviso e unitario, al di sopra dei campanilismi e degli schieramenti politici?

L'arcipelago dovrebbe trovare una propria identità, che rappresenti tutto il territorio, e che sia poi declinata singolarmente da ogni operatore. Questa identità va costruita sui valori unici del territorio, uno di questi potrebbe essere proprio la sostenibilità, che si presta così bene alla peculiarità dell'arcipelago.