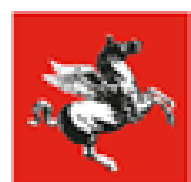


#tuscanytogether

LABORATORIO DI CO-PROGETTAZIONE DELL'OFFERTA SOSTENIBILE

Lucca – 15 maggio 2024

Robert Kropfitsch
Asia Baroni

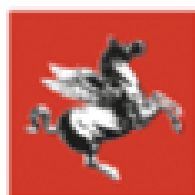


Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

AGENDA

- La Carta dei Valori
- Obiettivi e Temi del Laboratorio
- Gruppi di lavoro



Regione Toscana



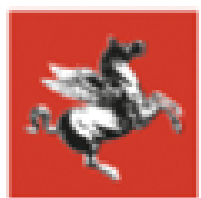
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#tuscanytogether

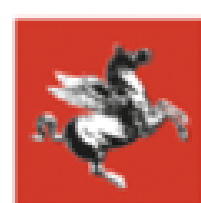
1. LA CARTA DEI VALORI PER LA SOSTENIBILITA' DEGLI OPERATORI TOSCANI





FINALITA'

La Carta intende guidare la **progettazione** di possibili azioni future, attivate da stakeholder, garantendo e promuovendo lo sviluppo turistico sostenibile del territorio, attraverso il supporto ad attività locali turistiche che siano rispettose delle risorse ambientali, la valorizzazione del capitale sociale e culturale, nella consapevolezza dei vincoli imposti dalla capacità di rigenerazione e assorbimento dell'ecosistema e con la finalità di generare un equo ritorno economico degli investimenti fatti.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

Il percorso

✓ **1° ottobre 2022: Castiglione della Pescaia**

- Gli strumenti per la sostenibilità (mattina), le parole chiave della Sostenibilità (pomeriggio)

✓ **15 dicembre 2022: 1° laboratorio on line**

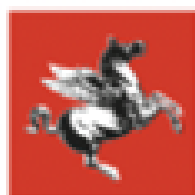
- individuati i valori per comunicare la Regione Toscana come destinazione sostenibile

✓ **10 febbraio 2023: 2° laboratorio on line**

- Validazione partecipata e conferma dei Principi e Valori della Carta

✓ **20 aprile 2023: 3° Firenze laboratorio in presenza e on line**

- Proposte operative di Prodotto e Comunicazione



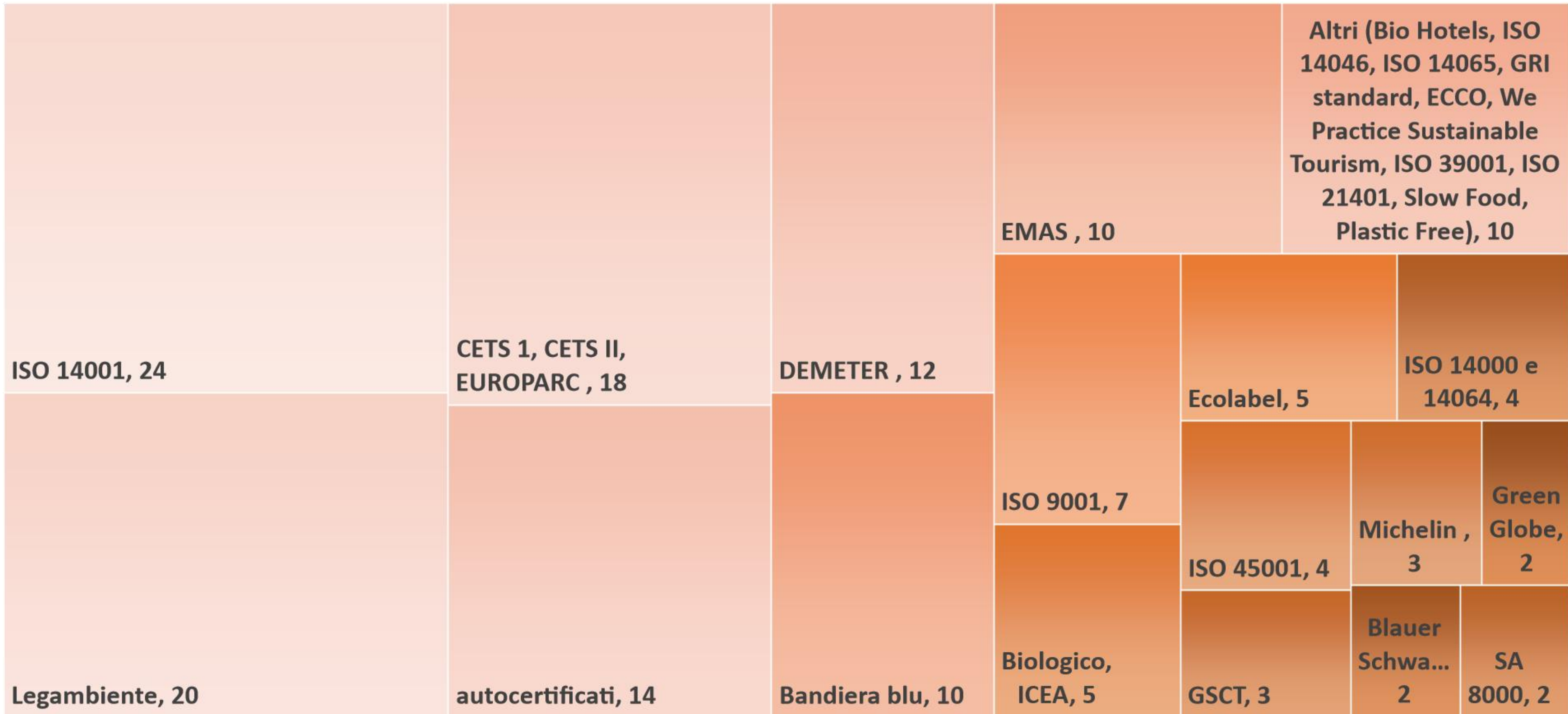
Regione Toscana

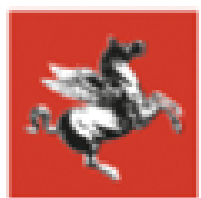


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#tuscanytogether

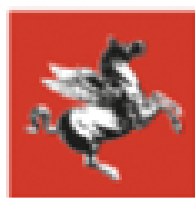




OBIETTIVO DEL QUESTIONARIO

Gli obiettivi del questionario:

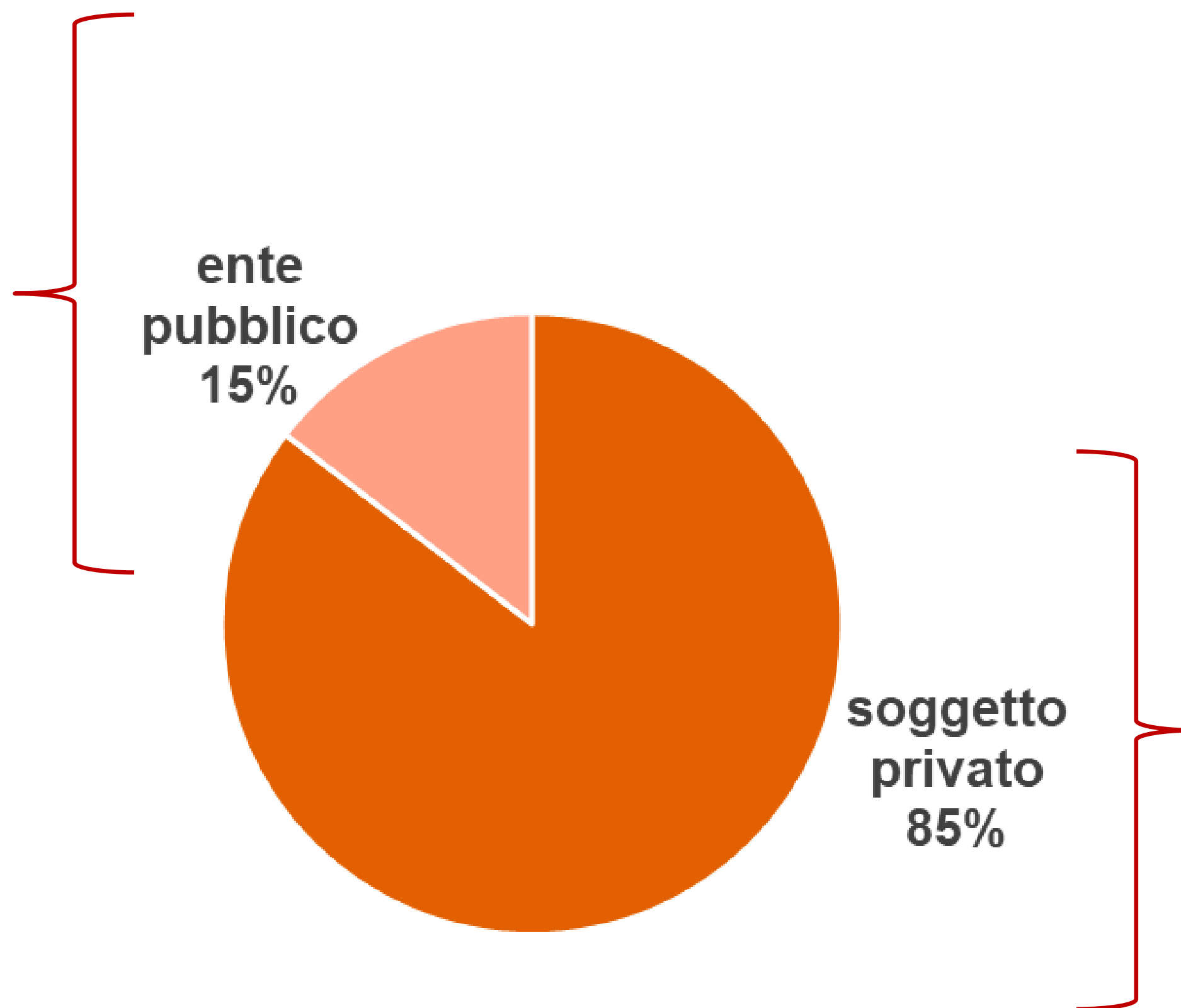
- Raccogliere informazioni circa i soggetti pubblici e privati del territorio regionale e la relativa **offerta** in termini di servizi e prodotti sostenibili;
- Comprendere **l'interesse** al coinvolgimento alla fase di promo-commercializzazione che verrà attuata da Toscana Promozione Turistica;
- Raccogliere **suggerimenti** per la stesura della «Carta dei Valori per la sostenibilità».



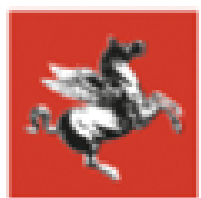
CAMPIONE

10	Comuni/Unione di Comuni
1	DMO
1	Camera di commercio
1	Progetto regionale
1	Parco

Soggetto Privato	82
Soggetto Pubblico	14
	96

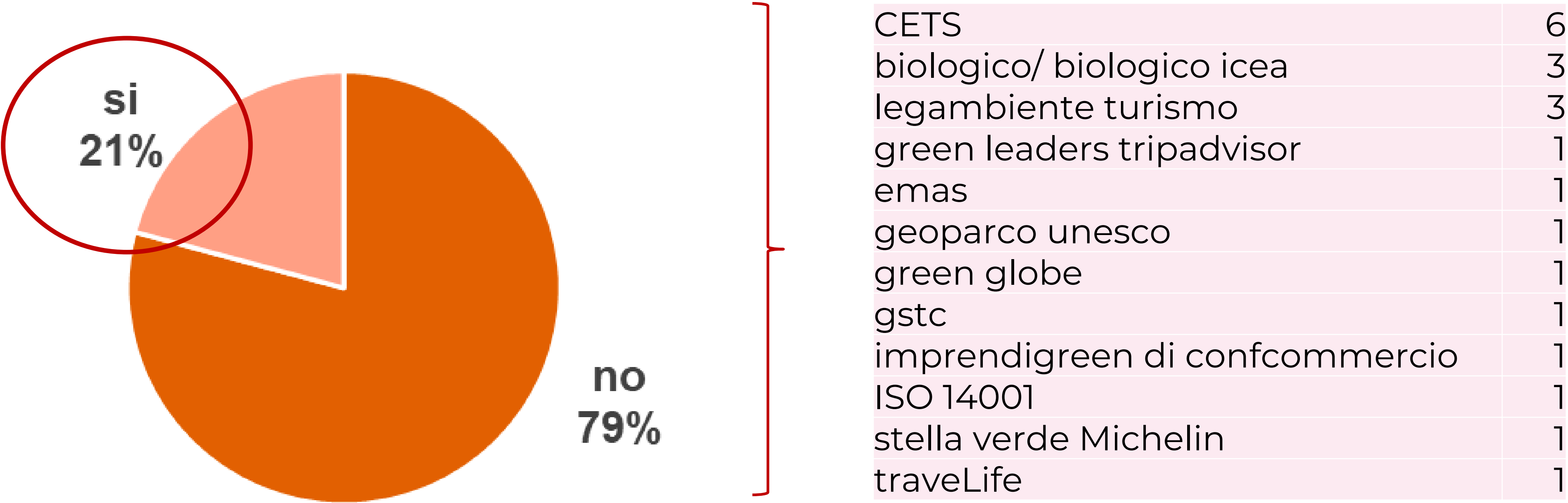


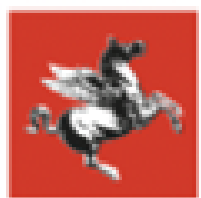
Struttura ricettiva	40
Ristorazione	11
Produttore	6
AdV/ DMC/ TO	4
Guida	4
Servizi (es noleggio bike...)	3
Artigiano	2
Servizi alle imprese/ per la cultura e il turismo	2
Stabilimento balneare	2
Società trasporti	1
Agriturismo con produzione, ricettività e somministrazione pasti	1
associazione di categoria	1
Compagnia Alberghiera	1
Consorzio Export	1
ENOTECA	1
Orto Botanico	1
Ostello e Ristorante	1



CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITA'

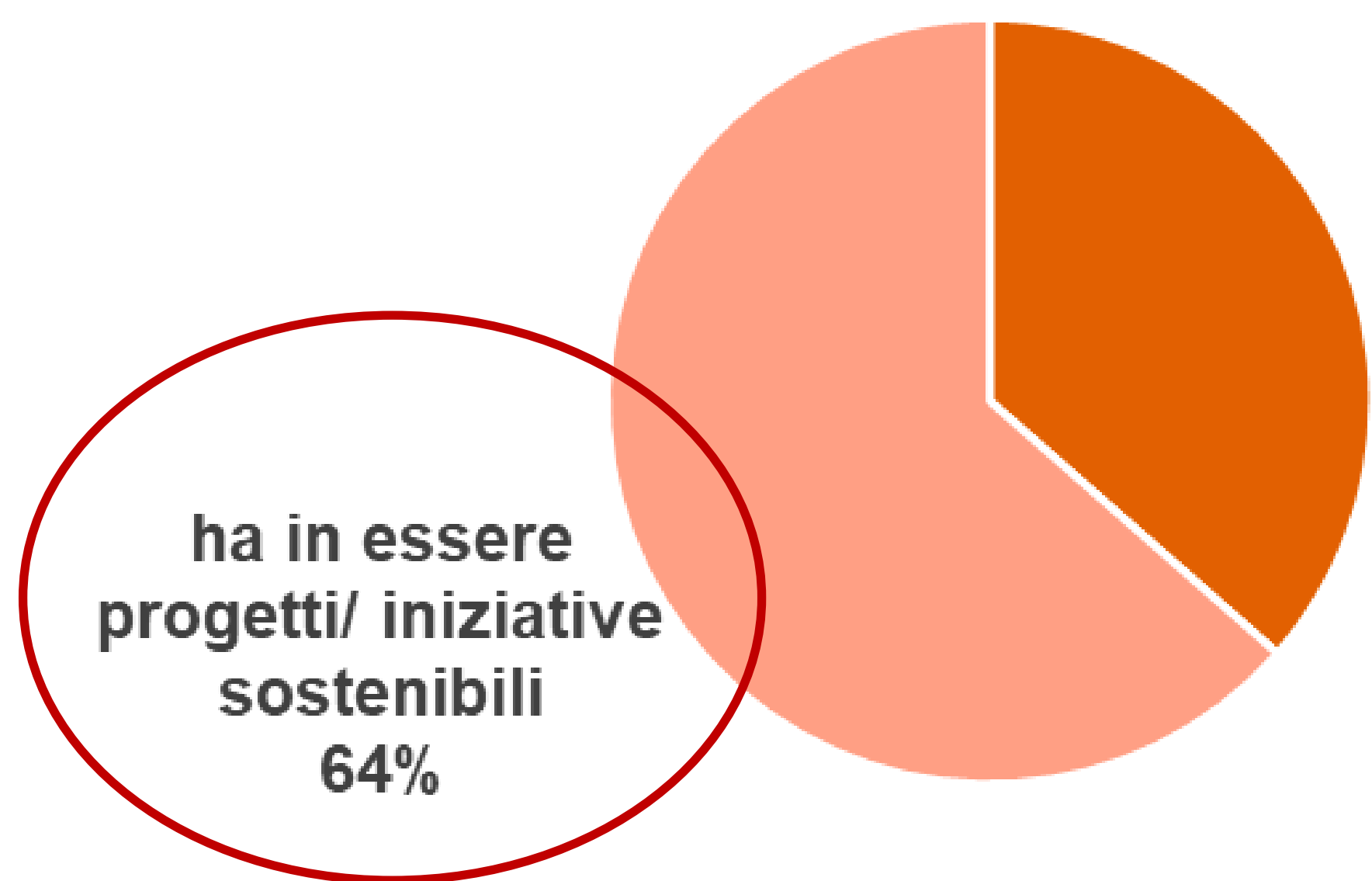
I soggetti che dichiarano di essere in possesso di una certificazione sono 20 su 96 (21%).





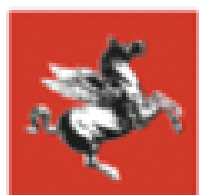
INIZIATIVE O PROGETTI SOSTENIBILI

Il 64% dei rispondenti dichiara di aver in essere progetti o iniziative legate alla sostenibilità.



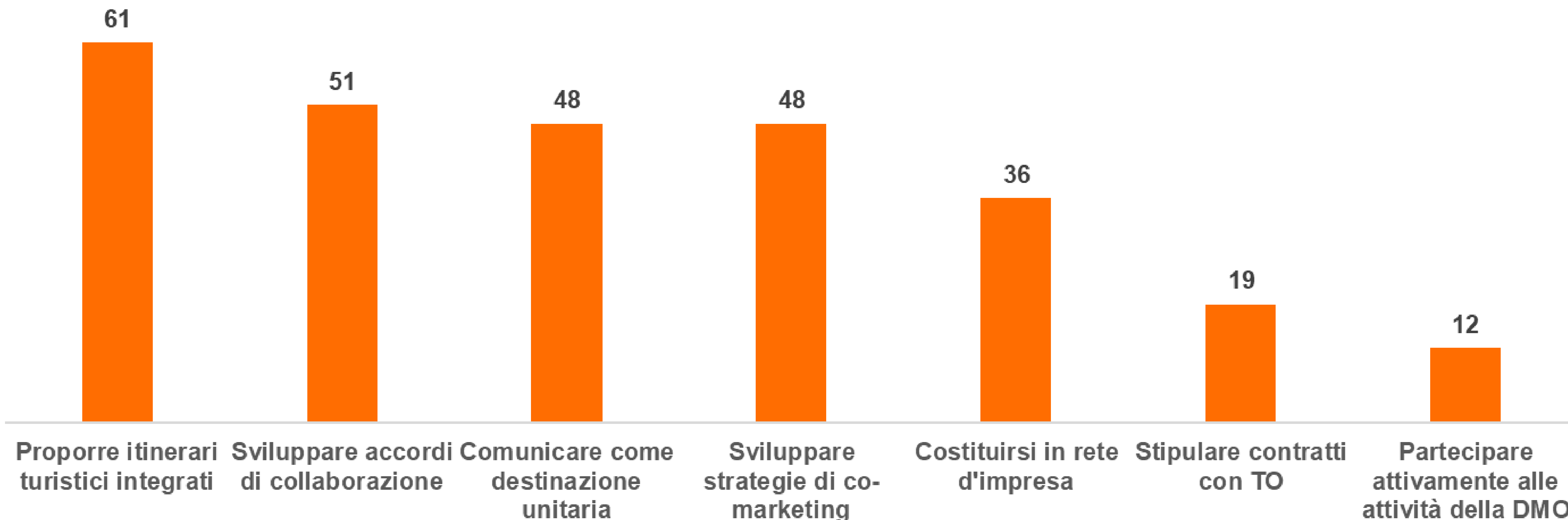
non ha in essere progetti/
iniziative sostenibili
36%

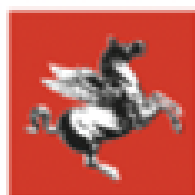
utilizzo energie rinnovabili	24
produzione/ acquisto alimenti bio	19
altro	19
misure riduzione plastiche monouso	17
valorizzazione identità culturale	14
gestione rifiuti	13
progetto europeo/ disciplinare europeo o nazionale	9
riqualificazione immobile	8
tutela paesaggio/ biodiversità	8
gestione idrica	6
avvio di una certificazione	4
colonnine ricarica elettrica	3



COLLABORAZIONE TRA OPERATORI

In che modo ritieni utile che gli operatori possano collaborare maggiormente tra loro?





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

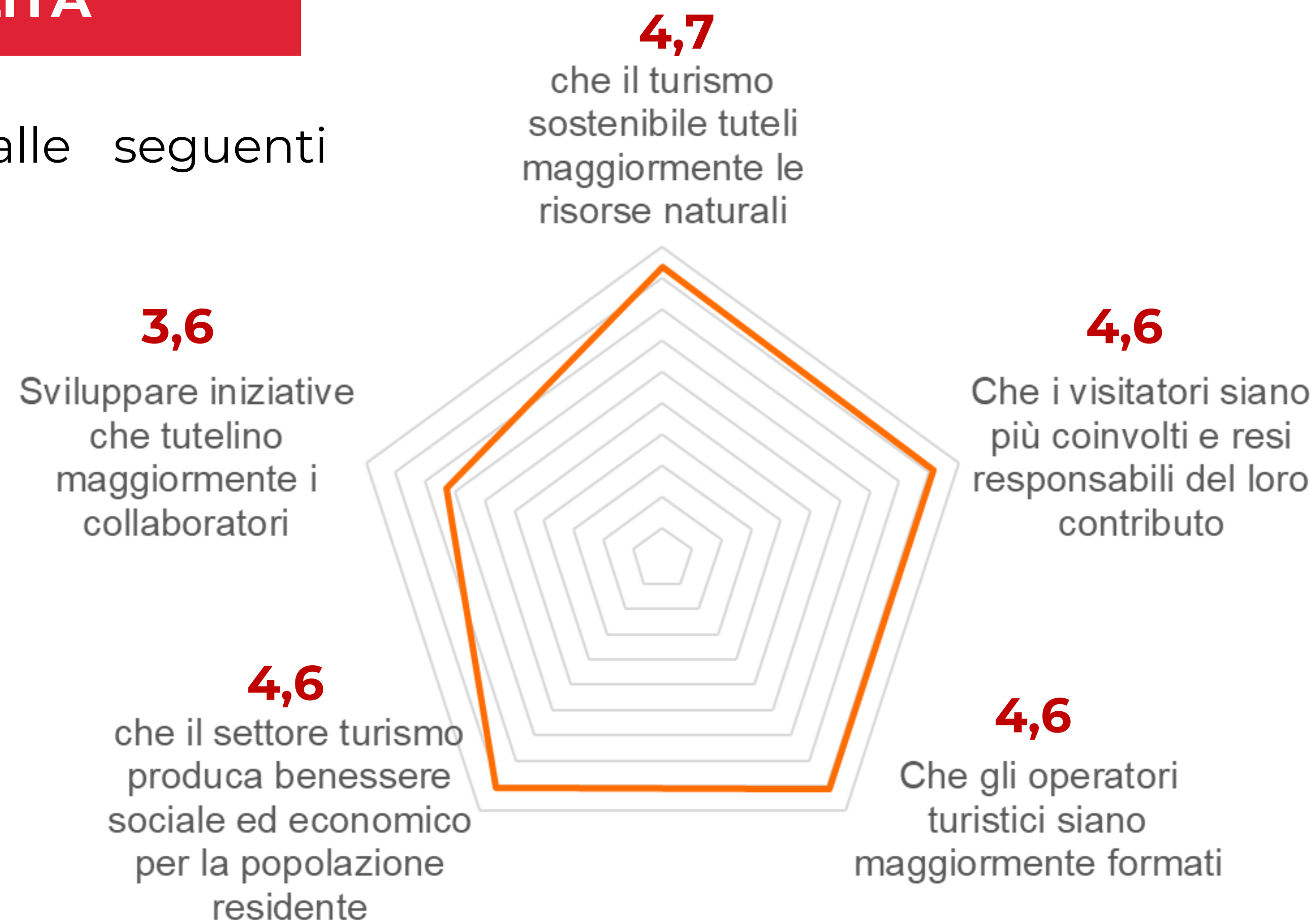


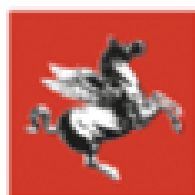
#TuscanyTogether

CONTRIBUTO ALLA SOSTENIBILITA'

Esprimere l'accordo in relazione alle seguenti affermazioni

(valore medio in una scala da 1 a 5)

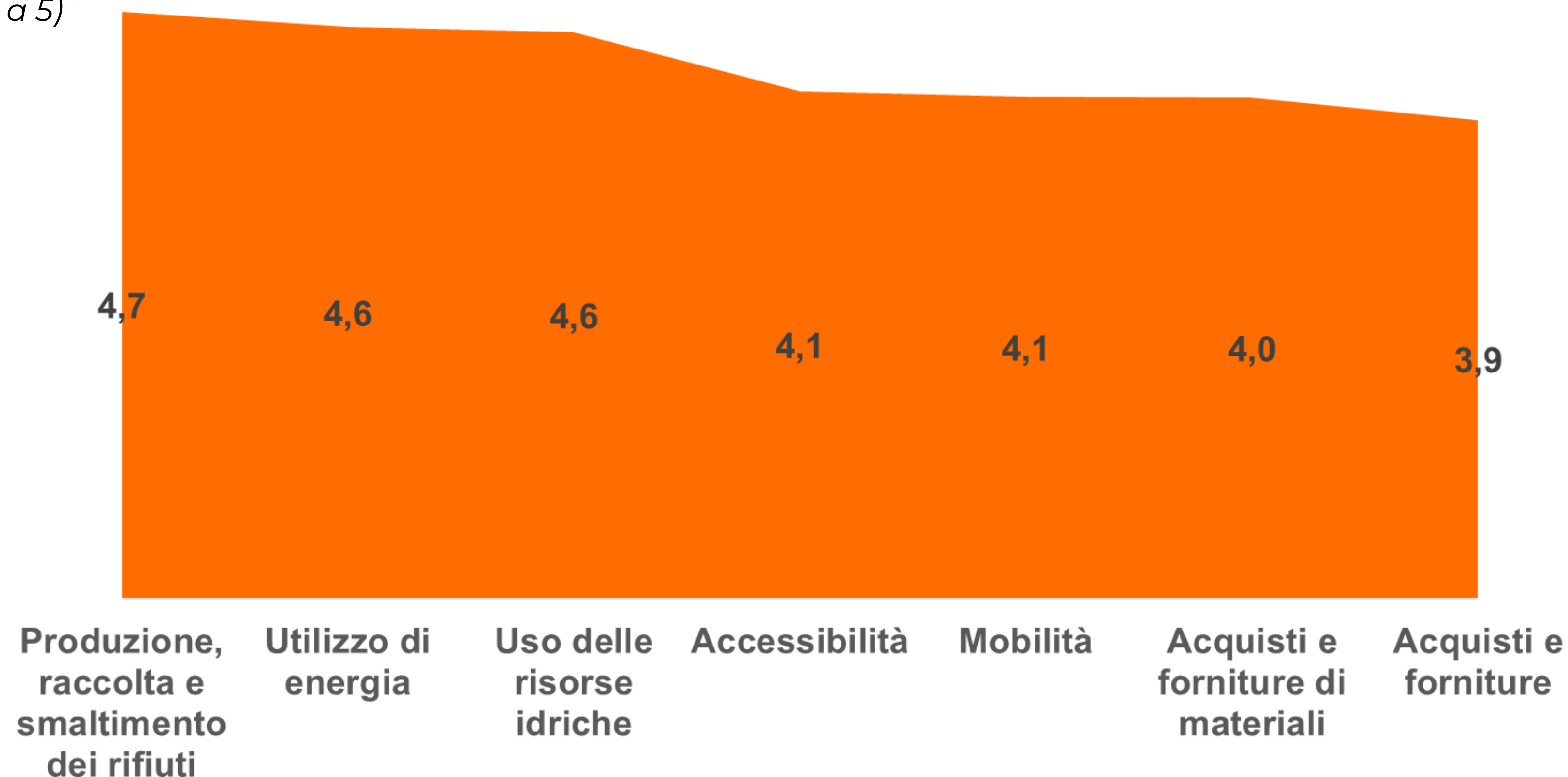


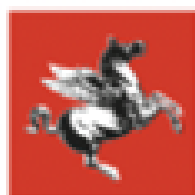


AMBITI OPERATIVI DI SOSTENIBILITA'

Quali credi siano gli ambiti operativi di una organizzazione in cui è più opportuno intervenire per favorire un approccio di sostenibilità ambientale?

(valore medio in una scala da 1 a 5)





Regione Toscana

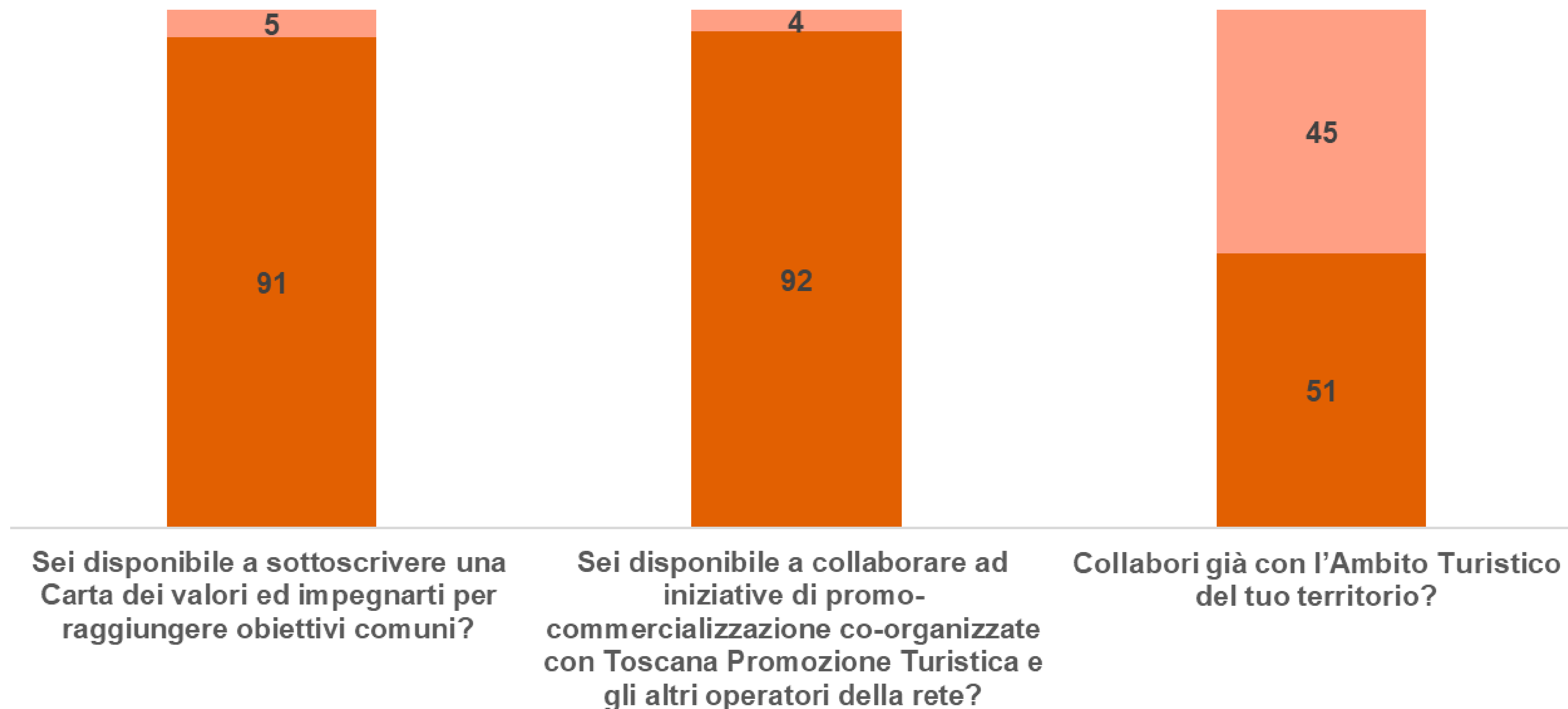


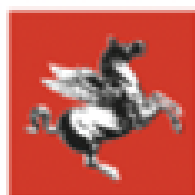
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#tuscanytogether

DISPONIBILITA'

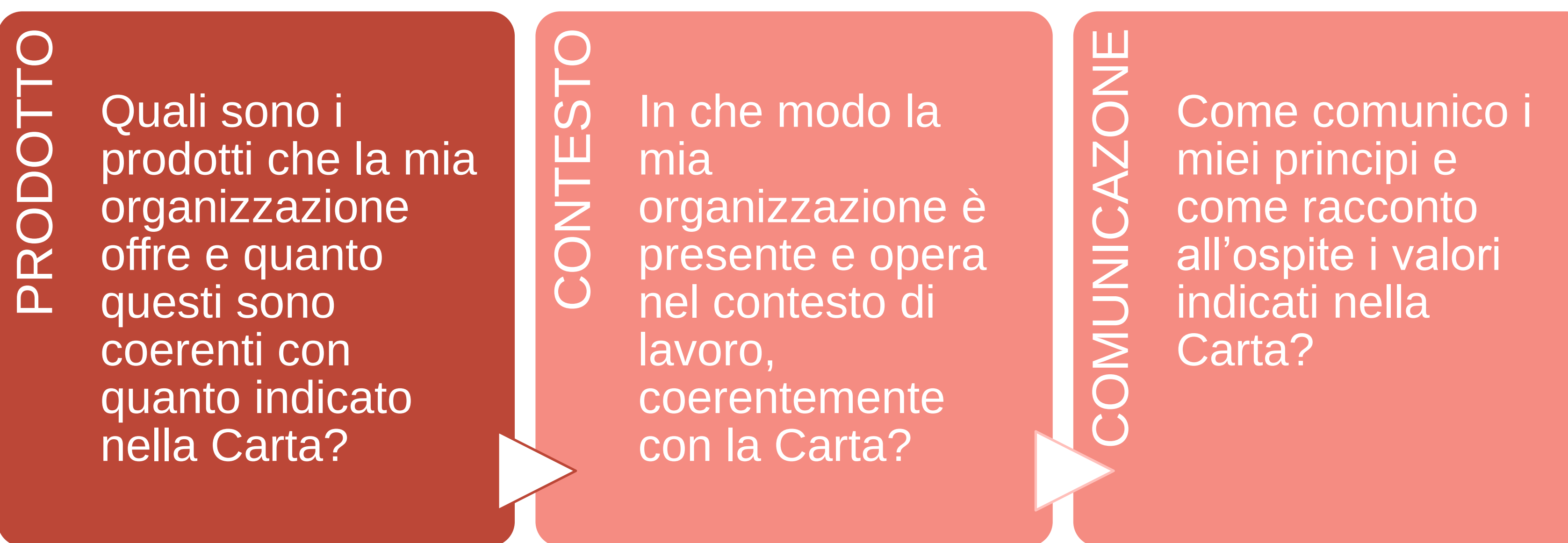


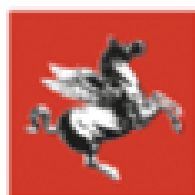


LABORATORIO: OBIETTIVI

Avviare un processo di condivisione dei valori e di dialogo tra gli operatori che volontariamente aderiscono alla Carta

Stimolare un allineamento delle prassi operative degli operatori ai valori ed impegni definiti nella Carta





Regione Toscana



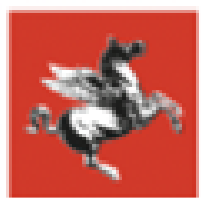
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#tuscanytogether

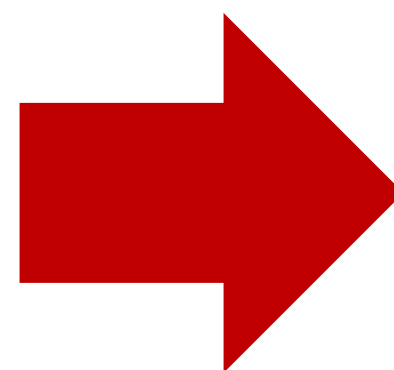
L'APPORTO DEI LABORATORI



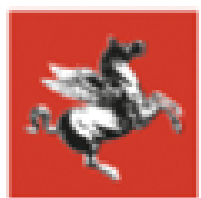


LA CARTA DEI VALORI - 5 PRINCIPI

1. Collaborazione
2. Conservazione
3. Rispetto
4. Responsabilità
5. Trasparenza



- Promuovere un turismo più sostenibile evitare generalizzazioni e percorsi predefiniti
- Avviare di una riflessione, insieme agli operatori pubblici e privati della regione
- Porre al centro la responsabilità- di ognuno, a più livello, delle PA, dei singoli
- Considerare le differenze operative dei singoli
- Ragionare sulla misurazione



Regione Toscana



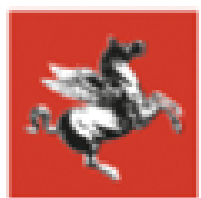
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

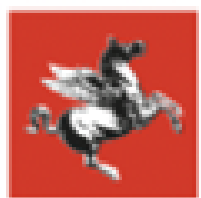
COLLABORAZIONE

Intesa come la **costruzione di rapporti di fiducia**, in alcuni casi di rapporti formalizzati di **rete**, tra operatori privati ed enti pubblici, incluse le amministrazioni locali, le associazioni di categoria, le proloco, con l'obiettivo di ideare e realizzare azioni che siano di beneficio per il territorio. La collaborazione **permette**, da un lato, la costruzione di prodotti turistici integrati, vendibili e commercializzabili, e, dall'altro, la costruzione di un'immagine coordinata del territorio, in cui ogni soggetto porta parte della propria identità all'interno di una più complessa immagine di toscanità.



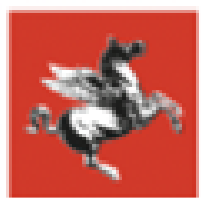
CONSERVAZIONE

Nell'attuale panorama caratterizzato da profondi cambiamenti globali, il turismo deve affrontare una duplice sfida che gli permetta di confrontarsi sia con i cambiamenti **ambientali** dell'ecosistema terrestre, sia con i cambiamenti **tecnologici** e **sociali**. Le strategie per un approccio più sostenibile al turismo implicano anche la necessità di trovare il modo di proteggere il paesaggio naturale e culturale attraverso lo sviluppo di nuove soluzioni che riducano al minimo gli effetti negativi del turismo, con una intensa azione di tutela della biodiversità, non solo quale attrazione turistica ma come asset strategico di sviluppo. Ciò può essere ottenuto attraverso nuove strategie che coinvolgono la collaborazione attiva della società nel suo insieme, per riflettere sulla conservazione, tutela e **valorizzazione** della natura, della cultura locale, del paesaggio toscano, della biodiversità.



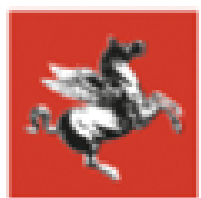
RISPETTO

Il turismo è un **fenomeno relazionale**, che permette di incontrare realtà e soggettività insolite. Queste sono preziose, anzitutto perché normalmente sono, appunto, non comuni e rare; poi perché suscitano reazioni diverse (fisiche, psicologiche e intellettuali), rispetto alla quotidianità. Le reazioni, date da questi scambi più o meno profondi, meritano riflessione, in quanto il turista e l'ospitante combinano reazioni diverse e sentimenti complessi. Le novità che porta il turismo e le opportunità di **scambio** e di **dialogo** tra soggetti diversi sono potenzialmente preziose e divengono davvero tali se godono della consapevolezza di chi le incontra e nel rispetto generale di tutte le forme di diversità.



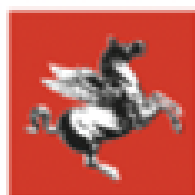
RESPONSABILITA'

Il termine responsabilità (così come l'idea di azione responsabile che quel concetto formalizza) indica il fatto che le azioni umane generano conseguenze di cui il soggetto agente può essere imputato, cioè ritenuto responsabile. Conseguentemente il soggetto, mediante la propria azione, si assume l'incarico e la responsabilità di rispondere delle conseguenze delle proprie azioni. Gli operatori del settore turismo, così come i turisti, fanno proprio il concetto e lo applicano alle proprie attività usuali, al fine di avviare un percorso di chiarezza verso la consapevolezza degli impatti delle proprie azioni, sia in ambito sociale, ambientale ed economico. La consapevolezza permette un'acquisizione di responsabilità prima e di operatività poi, nel rispetto delle comunità locali, dell'ambiente, degli altri operatori, e di tutti quei soggetti della destinazione.



TRASPARENZA

Il principio di trasparenza non si applica solo **all'accessibilità** alle informazioni che riguardano l'organizzazione e le attività rivolte al pubblico, gestite sia da soggetti pubblici che privati, bensì intende un processo di espressione di **chiarezza** verso l'ospite, affinché questo possa comprendere il valore del territorio e gli impegni assunti dallo stesso nella sua valorizzazione. Il principio di trasparenza ha, allora, **effetto** non solo in termini di comunicazione, che sarà chiara ed onesta, ma anche in termini di responsabilizzazione e coinvolgimento dei soggetti che afferiscono alla filiera, pubblici o privati che siano.



VALORI

1. usare **l'energia** in modo efficiente e a minor impatto ed evitare di sprecare le risorse **idriche**
2. ridurre la produzione dei **rifiuti** e gestire in modo consapevole la filiera del suo smaltimento, inclusa la riduzione di plastiche monouso a favore di prodotti compostabili o riciclabili
3. favorire la **mobilità** “lenta” o tutte le soluzioni per favorire spostamenti poco impattanti in termini di emissioni e congestionamento dei flussi
4. utilizzare in modo prevalente **prodotti** agroalimentari locali, stagionali o prodotti di filiere eque, sane e controllate, coerentemente con gli impegni di Vetrina Toscana
5. tutelare i diritti e le esigenze del proprio **personale** e dei propri collaboratori, con un'attenzione particolare ai temi della parità di genere
6. lavorare in termini di un efficace **networking**, collaborando attivamente con la rete degli operatori che hanno sottoscritto la Carta
7. coinvolgere la **comunità locale**, affinché questa possa essere consapevole delle decisioni che la coinvolgono
8. **comunicare** in modo trasparente e coinvolgere i propri ospiti affinché comprendano ed adottino comportamenti più responsabili
9. valorizzazione **dell'identità toscana**, attraverso una sua adeguata comunicazione e racconto all'ospite, anche in termini di valori culturali, ambientali, paesaggistici e storico-architettonici
10. tutelare la **biodiversità** e impegnarsi per un approccio attivo di **conservazione** e tutela delle risorse naturali.



***Mappatura strutture ricettive toscane
certificate Travel Sustainability
Booking Badge***

Introduzione

- La mappatura ha preso in considerazione le **azioni di comunicazione via web di un campione di strutture ricettive** della Regione Toscana (1937 strutture) al fine di individuare il **livello di consapevolezza riguardo alle tematiche di sostenibilità** delle strutture Toscane
- L'analisi si pone inoltre lo scopo di conoscere le iniziative di sostenibilità presenti sul territorio al fine di mappare le azioni già messe in atto e le buone pratiche

Metodologia

- Sono state mappate unicamente le strutture ricettive presenti sulla **piattaforma Booking.com** che presentano la certificazione di sostenibilità fornita dalla piattaforma stessa
- L'analisi si è concentrata sulla **comunicazione delle azioni di sostenibilità** svolte dalle strutture sul proprio sito internet, al fine di individuare:

SOSTENIBILITA' MINIMA

Le strutture che dichiarano di **adempiere almeno a uno dei 10 Temi di sostenibilità** individuati da Territori Sostenibili

SOSTENIBILITA' SUFFICIENTE

Le strutture che dichiarano di rispettare **almeno 3 Temi** di sostenibilità

SOSTENIBILITA' AMPIA

Le strutture che dimostrano chiaramente la consapevolezza dell'impatto dell'attività sul territorio a livello economico, sociale e ambientale e rispettano **almeno 6 Temi**

I 10 temi della sostenibilità di Territori Sostenibili

- 1) Gestione efficiente delle **risorse energetiche**
- 2) Gestione efficiente delle **risorse idriche**
- 3) Gestione efficiente dei **rifiuti** e degli scarti

Ambientale

- 4) Gestione efficiente della **mobilità**
- 5) Gestione delle **disabilità**
- 6) Gestione dei **collaboratori**
- 7) Rapporti con la **Comunità** locale

Sociale

- 8) Rapporti con gli operatori economici del **territorio**
- 9) Gestione della **comunicazione** dei progetti di sostenibilità
- 10) Coinvolgimento dei **fornitori**

Economico

Booking Green Badge - livelli Travel Sustainable

L'impegno di ogni struttura viene riconosciuto in base a **tre diversi livelli**:

- **Livello 1:** l'operatore ha implementato alcune iniziative di sostenibilità di grande impatto
- **Livello 2:** l'operatore ha già fatto investimenti per implementare iniziative di sostenibilità
- **Livello 3:** l'operatore ha già fatto investimenti e sforzi sostanziosi per implementare iniziative di sostenibilità
- **Struttura certificata:** la struttura si è impegnata fortemente per la sostenibilità sottoscrivendo una o più certificazioni di organizzazioni esterne

 Travel Sustainable Livello 1

 Travel Sustainable Livello 2

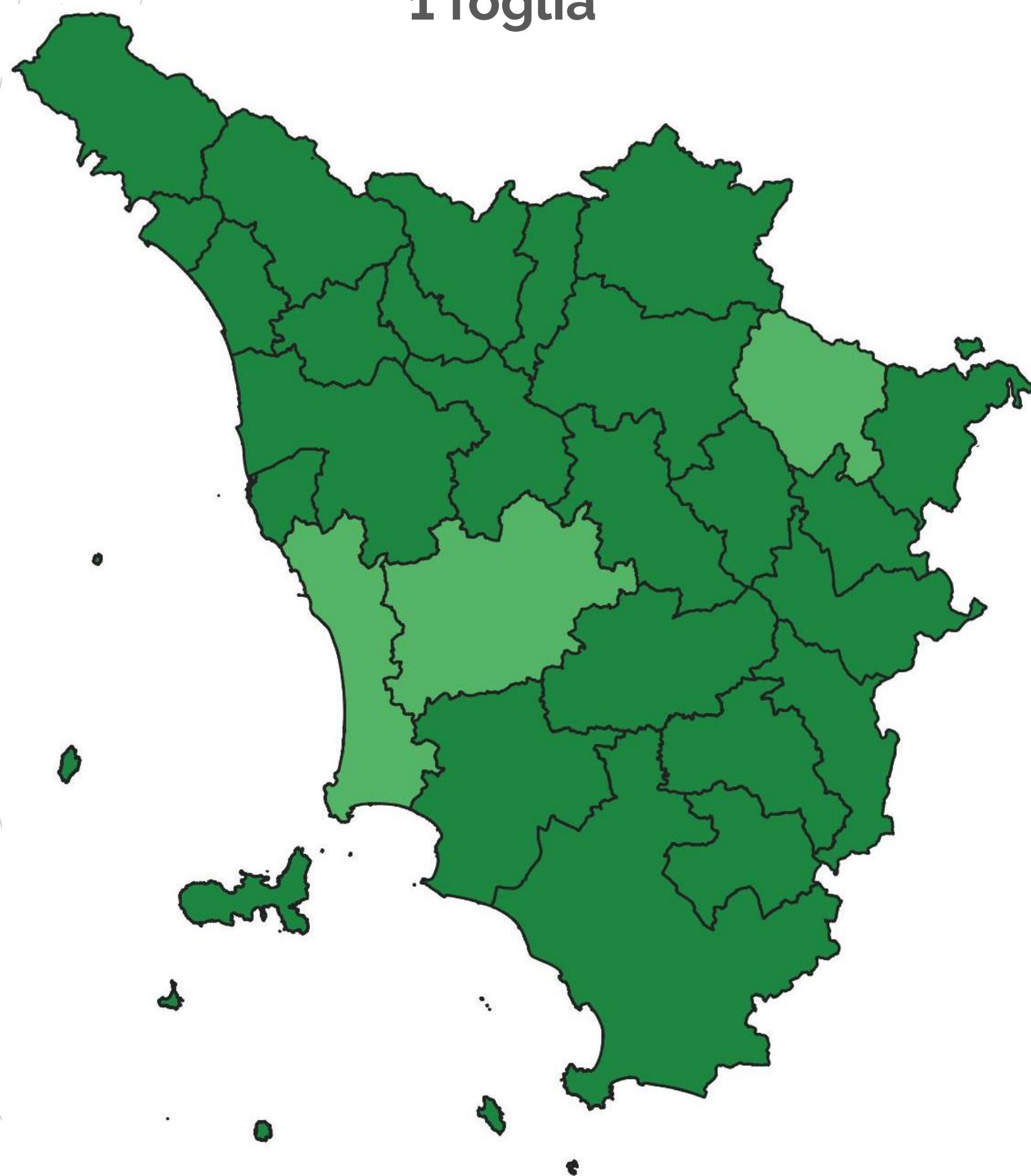
 Travel Sustainable Livello 3

Level 3+ 

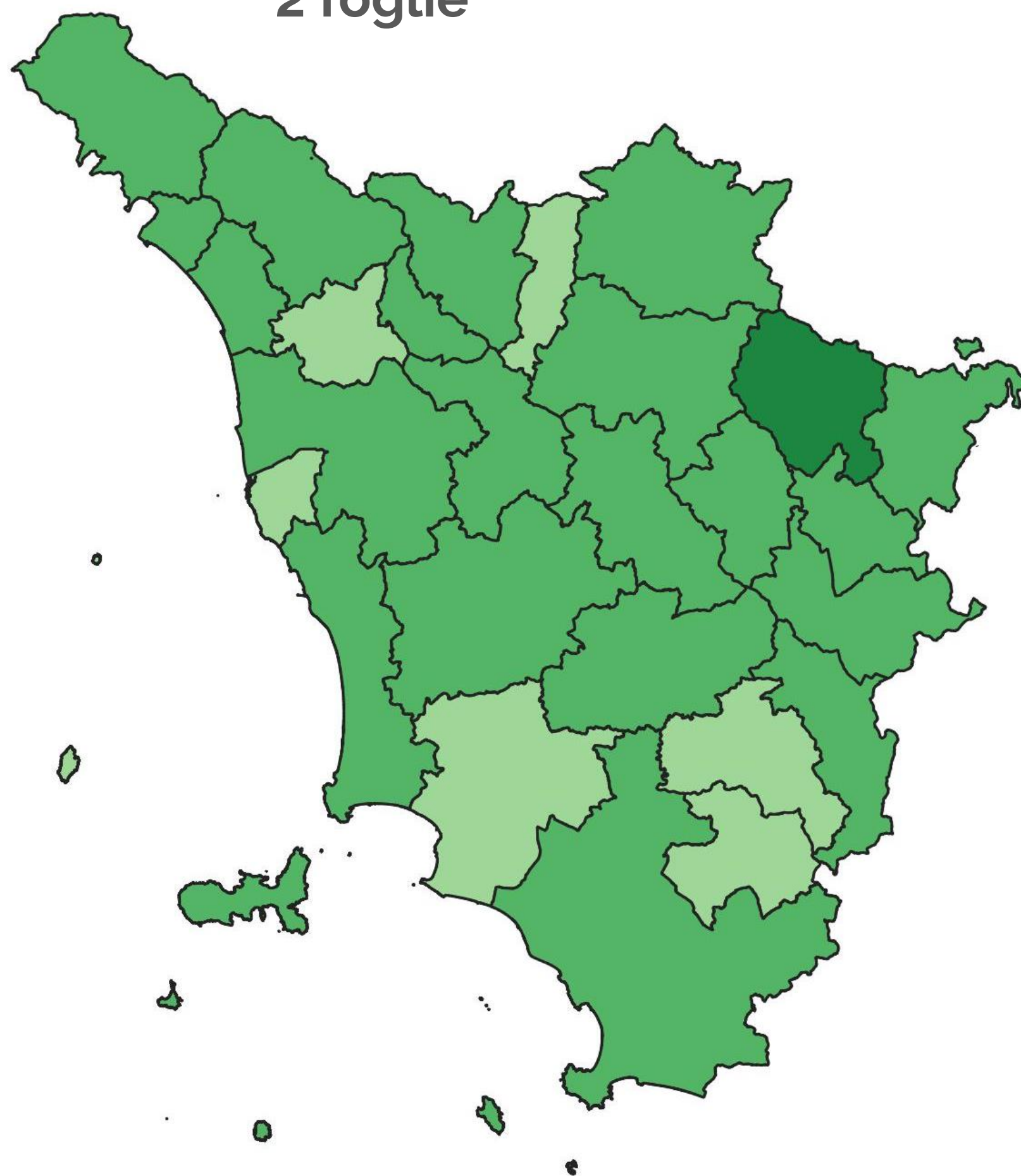
I risultati

Travel Sustainability Booking Badge (4)

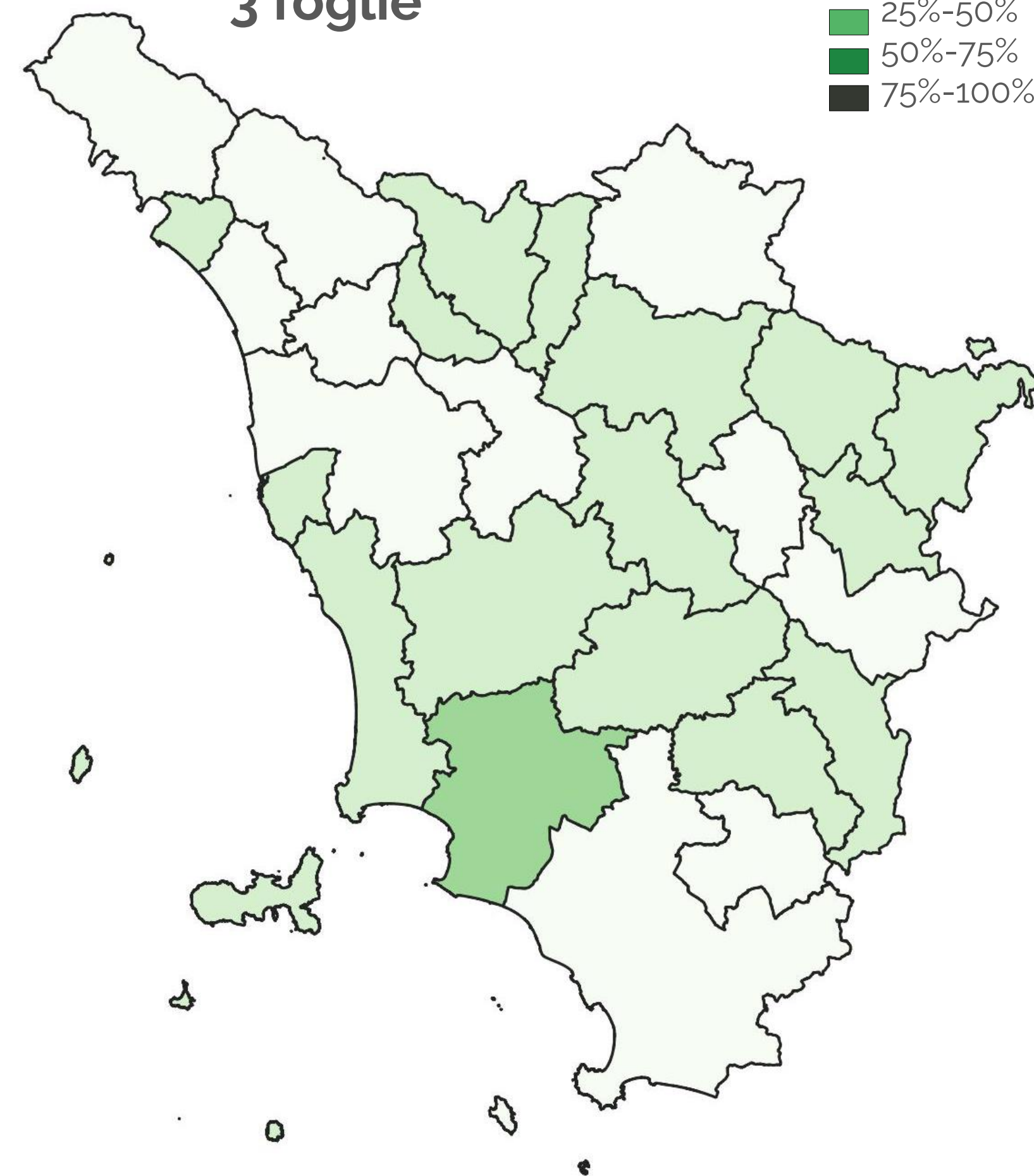
**Distribuzione strutture
1 foglia**



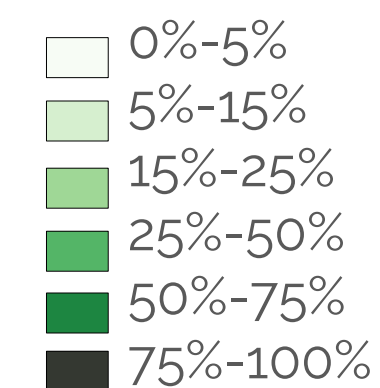
**Distribuzione strutture
2 foglie**



**Distribuzione strutture
3 foglie**



Legenda

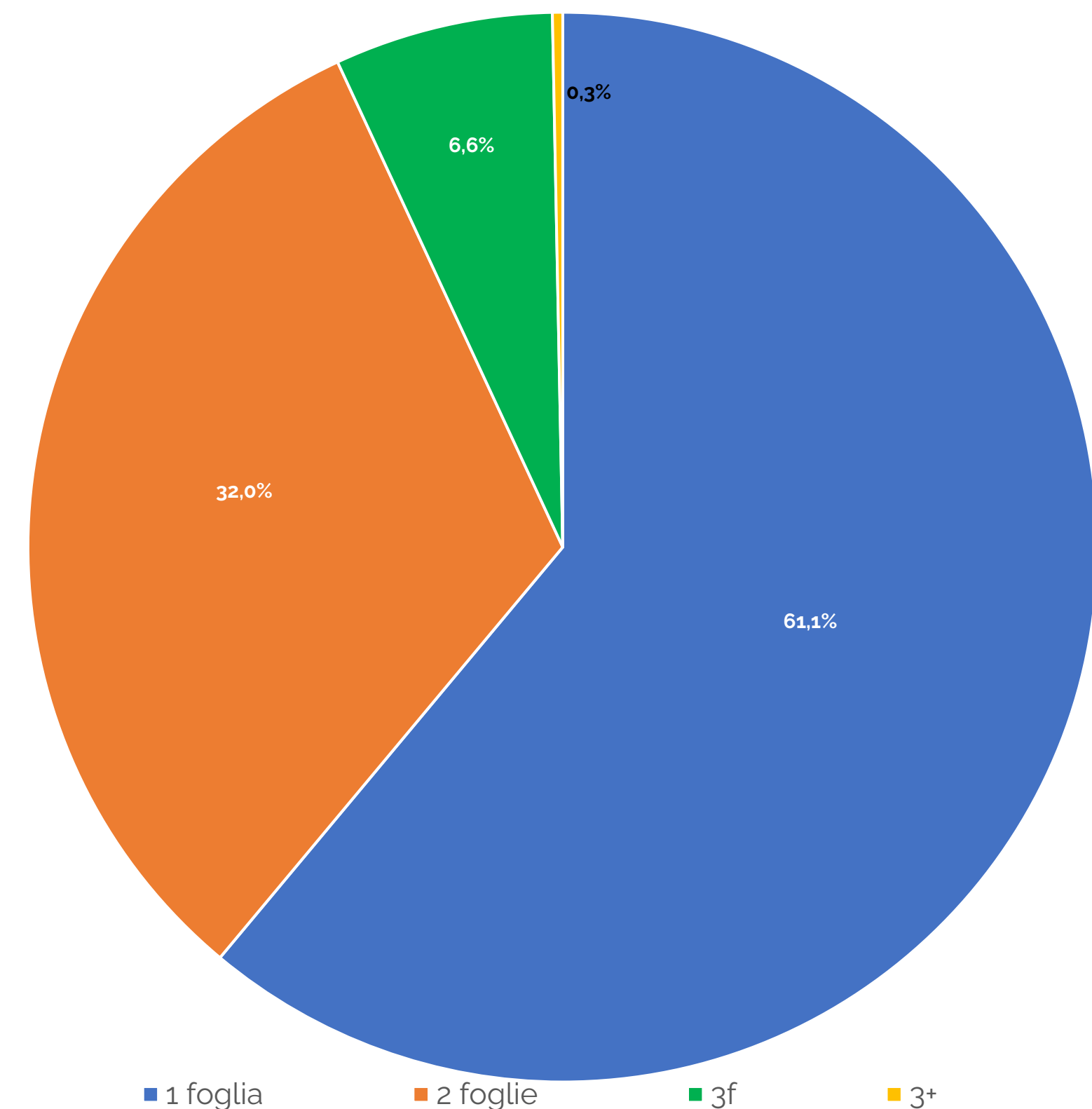


Travel Sustainability Booking Badge (1)

- Il **61% delle strutture mappate ha una certificazione di 1 foglia**, mentre circa 1/3 ha 2 foglie di valutazione
- Il restante 6,6% è certificato 3 foglie; **solo 6 strutture hanno un riconoscimento 3+** (0,3% del totale)*

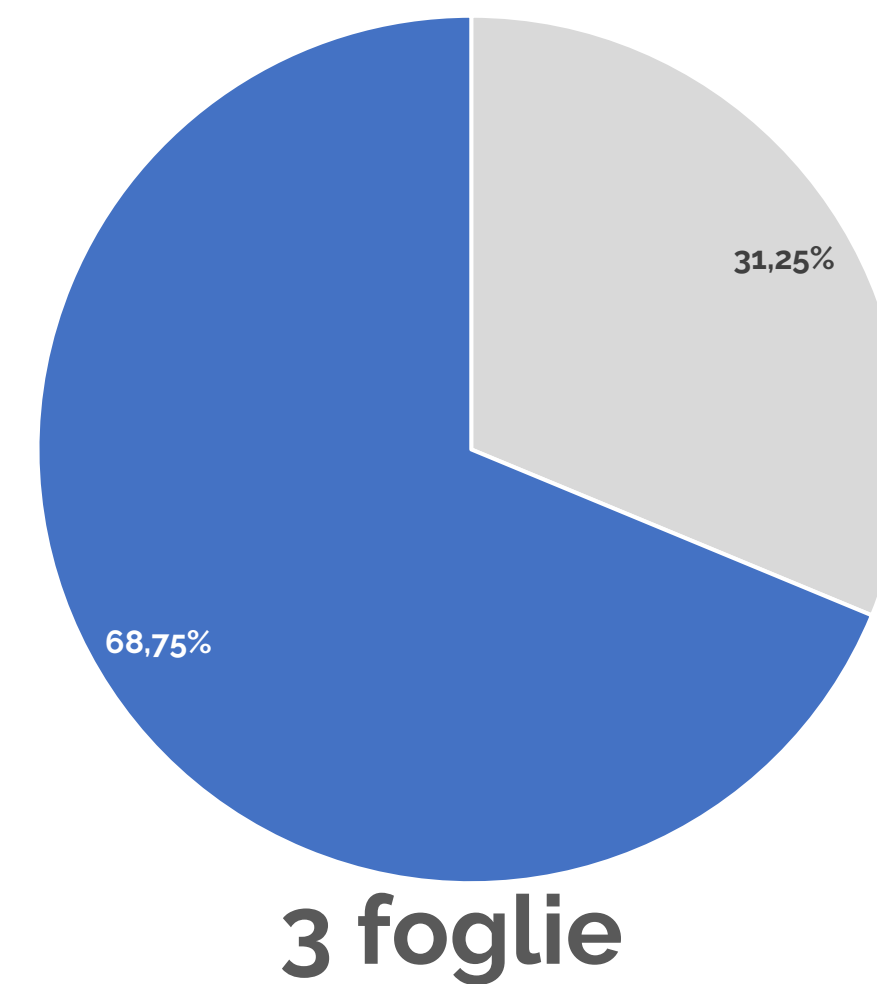
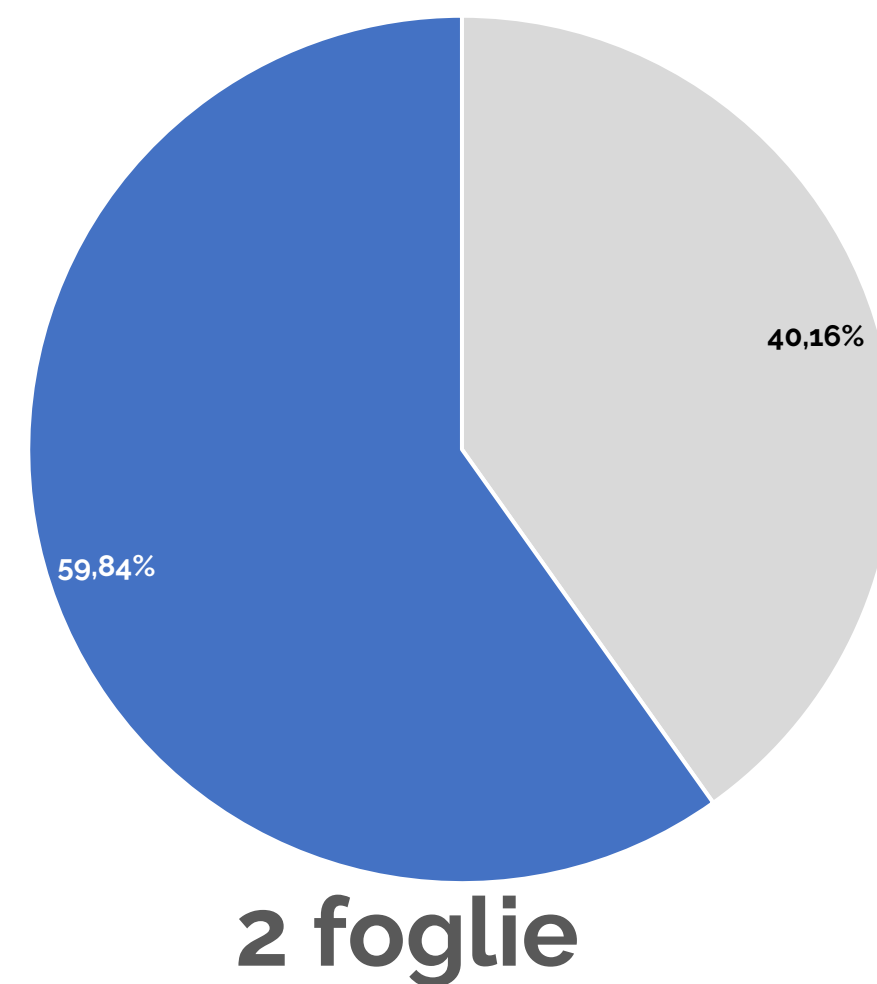
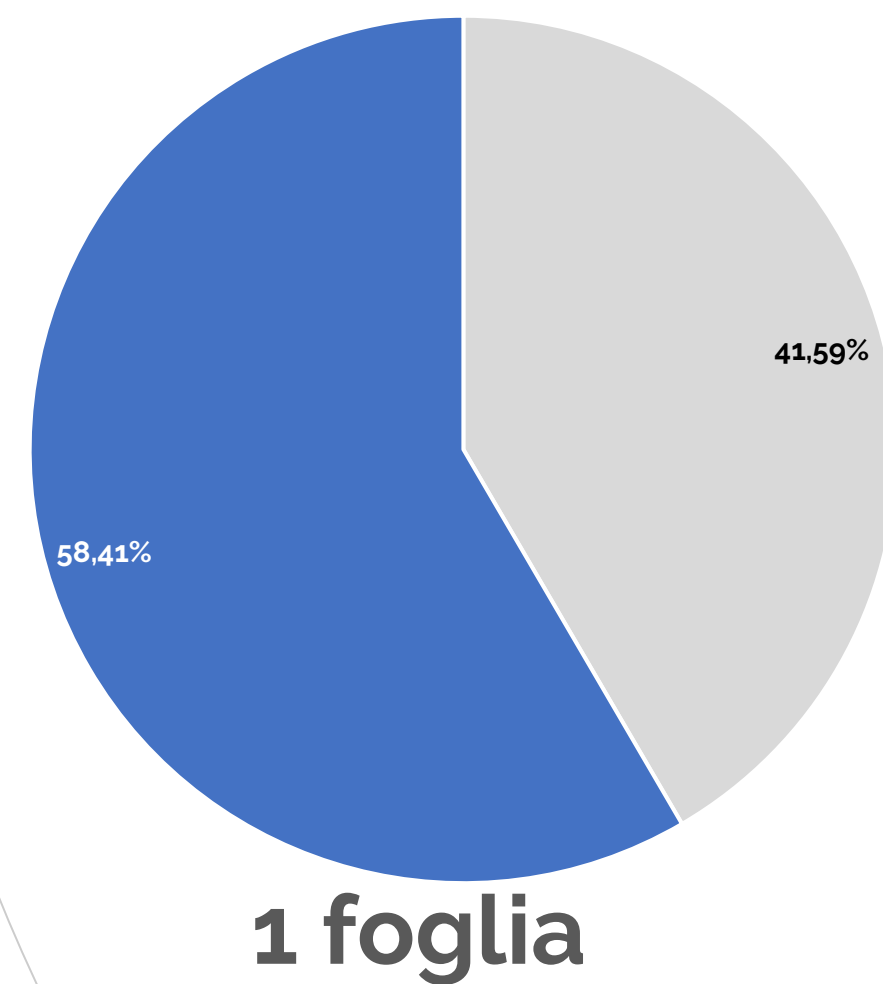
* Dal momento che solo una struttura mappata ha la certificazione 3+, la categoria 3+ non è rappresentata nei grafici seguenti

Livello sostenibilità struttura - Travel Sustainable Booking badge (totale)

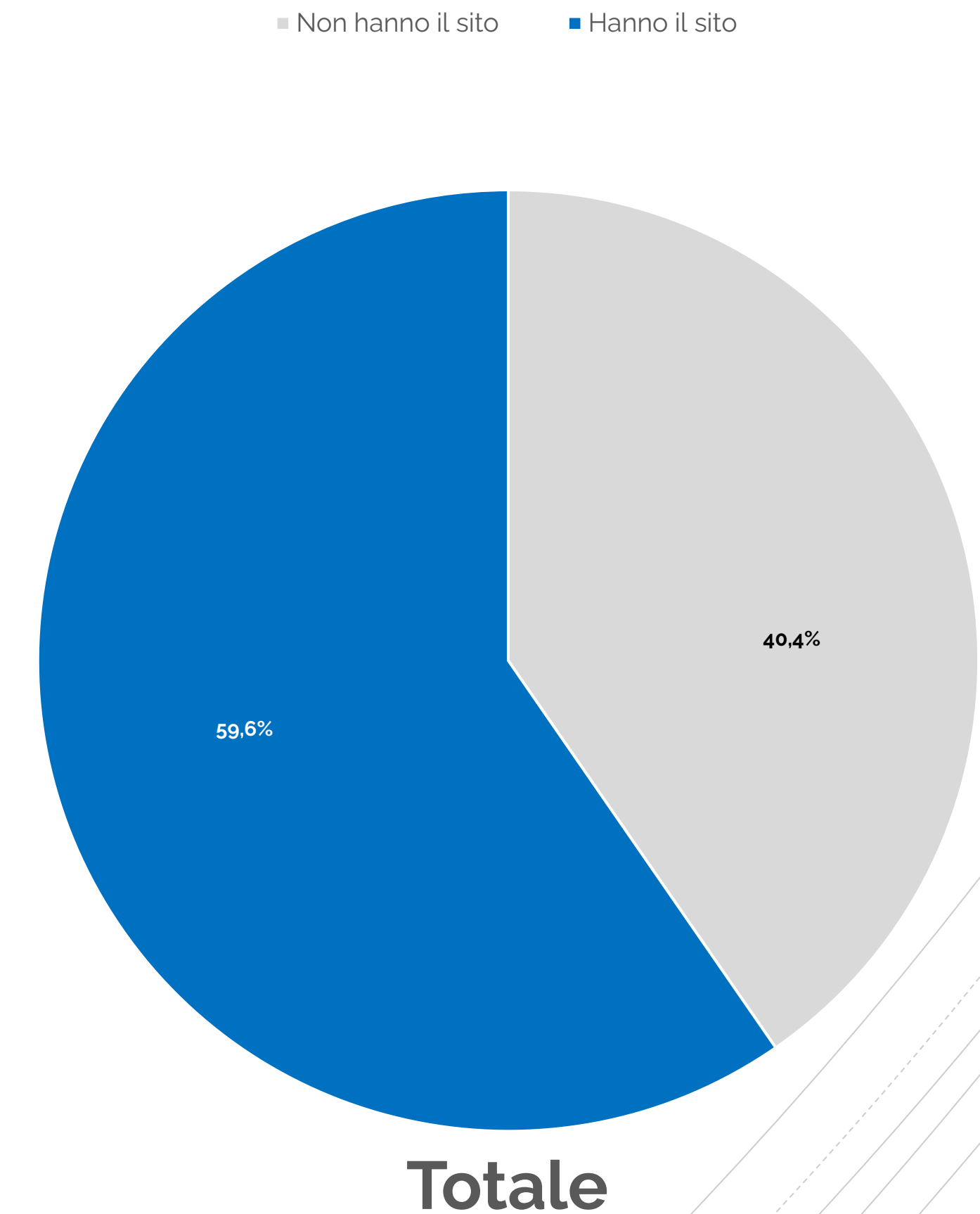


Comunicazione web (1)

- **Solo il 60%** delle strutture degli ambiti turistici toscani **ha un sito web**
- **Non ci sono differenze particolarmente consistenti relative al livello di certificazione:** il 68% delle strutture certificate 3 foglie è dotato di sito internet, con un valore di solo 10 punti percentuali più alto rispetto alle strutture a 1 e 2 foglie



Strutture con sito web



Comunicazione web (2)

- Ci sono forti differenze a livello di ambito per quanto riguarda la dotazione di un sito web: fra gli ambiti più propositivi, si riscontrano **Valdinievole e Area fiorentina** che presentano una distribuzione di strutture dotate di sito web **superiore al 70%**
- Si individuano **gravi lacune a Livorno, con solo il 23% delle strutture dotate di sito** web; tra i meno virtuosi, sono presenti pure Riviera Apuana (36% di strutture dotate di sito), Lunigiana (38%), Arezzo (45%) e Terre di Pisa (48%)

Ambito turistico	Non hanno il sito	Hanno il sito
Valdinievole	27,8%	72,2%
Firenze e area fiorentina	28,0%	72,0%
Maremma Nord	31,0%	69,0%
Valdichiana Senese	32,0%	68,0%
Area Pratese	33,3%	66,7%

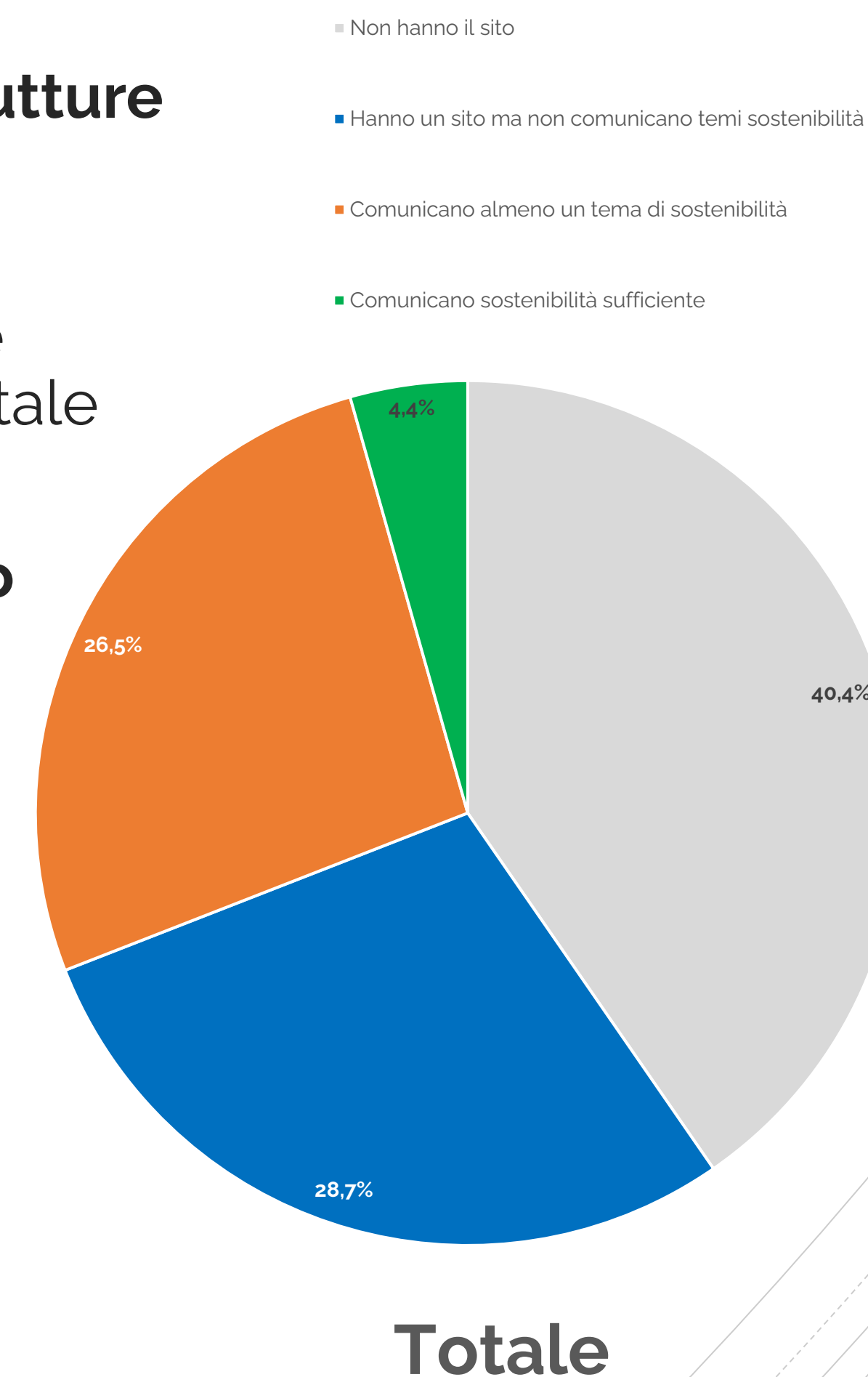
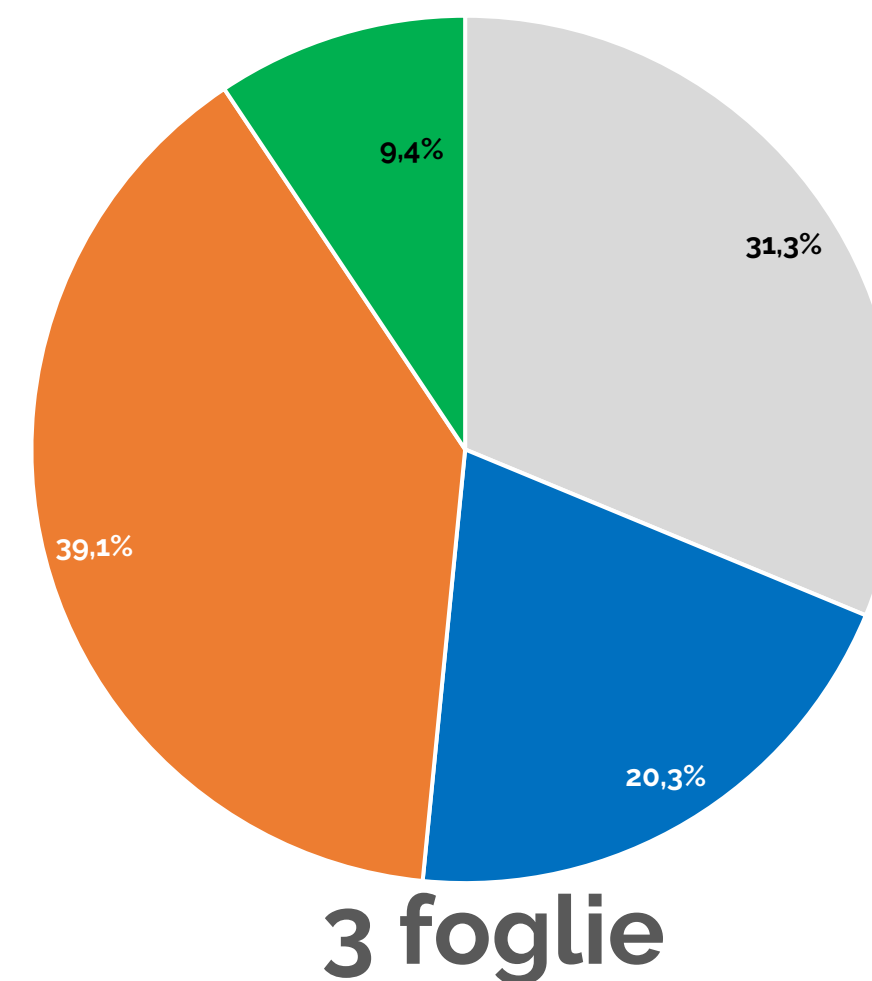
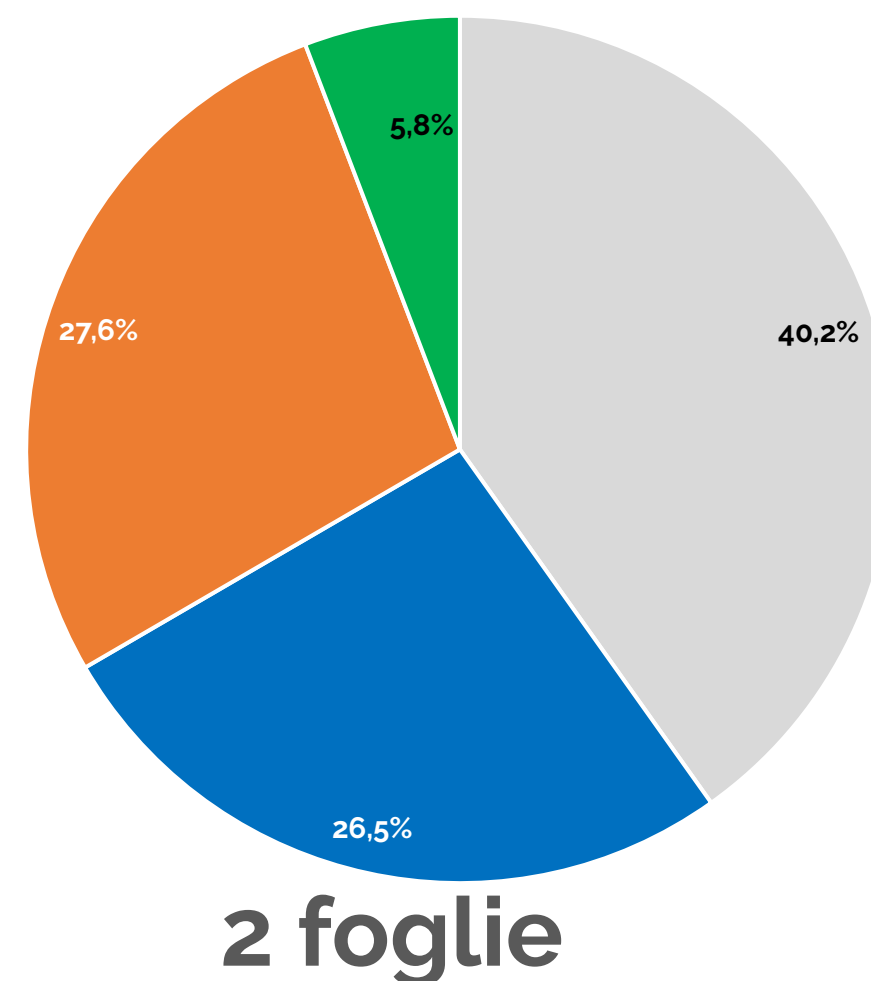
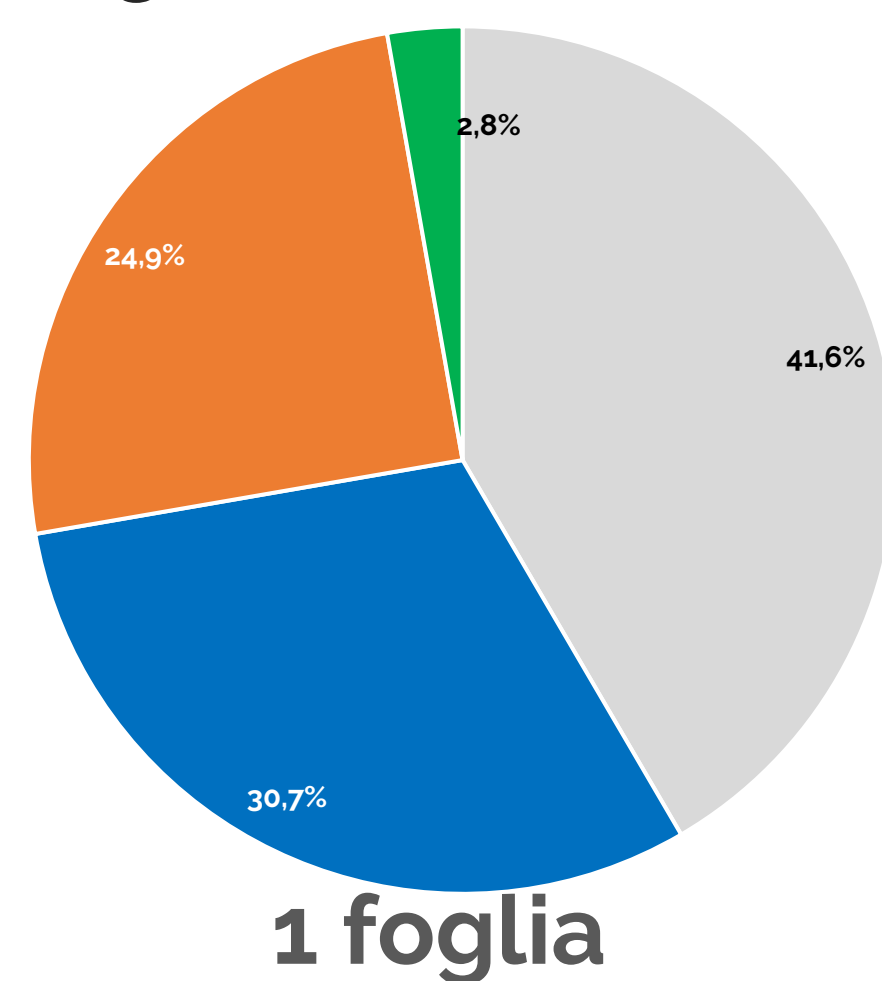
Migliori 5

Ambito turistico	Non hanno il sito	Hanno il sito
Livorno	76,3%	23,7%
Riviera Apuana	63,6%	36,4%
Lunigiana	61,5%	38,5%
Arezzo	54,2%	45,8%
Terre di Pisa	51,6%	48,4%

Peggiori 5

Riassunto risultati – Green Badge

- Attraverso l'analisi è stato possibile verificare come **una quota rilevante delle strutture certificate Travel Sustainable su Booking.com non possiede un sito web**
- **Solo la metà delle strutture con un sito comunica di implementare azioni di sostenibilità**, e solo una piccola frazione mette in atto strategie comunicative che testimoniano una chiara consapevolezza dell'impatto socio-economico e ambientale sul territorio
- **Non si riscontrano differenze notevoli tra strutture 3 foglie e le altre per quanto riguarda azioni di comunicazione** alla sostenibilità



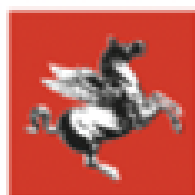
Comunicazione della sostenibilità

Riassunto risultati – Ambiti (3)

Ambito turistico (%)	1 foglia	2 foglie	3 foglie	3+	Non hanno il sito	Hanno il sito	Media	Nessun tema	Almeno 1 tema	Sostenibilità sufficiente
Amiata	75,0%	20,0%	5,0%	0,0%	35,0%	65,0%	0,9	23,1%	76,9%	5,0%
Area Pratese	66,7%	23,8%	9,5%	0,0%	33,3%	66,7%	0,2	78,6%	21,4%	0,0%
Arezzo	54,2%	33,3%	12,5%	0,0%	54,2%	45,8%	0,5	42,4%	57,6%	4,2%
Casentino	30,0%	60,0%	10,0%	0,0%	40,0%	60,0%	1,2	0,0%	100,0%	20,0%
Chianti	58,8%	32,4%	8,8%	0,0%	47,1%	52,9%	0,4	61,1%	38,9%	5,9%
Costa degli Etruschi	50,0%	43,8%	6,3%	0,0%	47,9%	52,1%	0,6	28,0%	72,0%	4,2%
Empolese Valdelsa e Montalbano	60,0%	33,3%	5,0%	1,7%	38,3%	61,7%	0,9	21,6%	78,4%	8,3%
Firenze e area fiorentina	61,0%	31,5%	7,3%	0,2%	28,0%	72,0%	0,5	57,2%	42,8%	1,9%
Garfagnana e Media Valle del Serchio	63,6%	33,3%	3,0%	0,0%	42,4%	57,6%	1,1	26,3%	73,7%	12,1%
Isola d'Elba	56,7%	35,6%	6,7%	1,1%	44,4%	55,6%	0,8	26,0%	74,0%	10,0%
Livorno	69,5%	22,0%	8,5%	0,0%	76,3%	23,7%	0,3	28,6%	71,4%	3,4%
Lunigiana	53,8%	42,3%	3,8%	0,0%	61,5%	38,5%	0,5	37,5%	62,5%	0,0%
Maremma Nord	58,6%	24,1%	17,2%	0,0%	31,0%	69,0%	1,1	10,0%	90,0%	10,3%
Maremma Sud	69,6%	26,1%	4,3%	0,0%	43,5%	56,5%	0,7	28,2%	71,8%	7,2%
Mugello	65,0%	35,0%	0,0%	0,0%	35,0%	65,0%	0,6	53,8%	46,2%	5,0%
Piana di Lucca	73,6%	23,6%	2,7%	0,0%	39,1%	60,9%	0,3	65,7%	34,3%	1,8%
Pistoia e Montagna Pistoiese	62,2%	29,7%	8,1%	0,0%	45,9%	54,1%	0,3	65,0%	35,0%	2,7%
Riviera Apuana	63,6%	27,3%	9,1%	0,0%	63,6%	36,4%	0,1	75,0%	25,0%	0,0%
Terre di Pisa	62,7%	32,0%	4,4%	0,9%	51,6%	48,4%	0,3	61,5%	38,5%	4,4%
Terre di Siena	58,6%	35,3%	6,0%	0,0%	45,7%	54,3%	0,3	68,3%	31,7%	1,7%
Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volterrana	50,0%	39,3%	10,7%	0,0%	41,1%	58,9%	0,6	45,5%	54,5%	5,4%
Val d'Orcia	64,7%	23,5%	11,8%	0,0%	32,4%	67,6%	0,6	43,5%	56,5%	8,8%
Val Tiberina	57,1%	35,7%	7,1%	0,0%	35,7%	64,3%	1,0	11,1%	88,9%	7,1%
Valdarno Aretino	62,5%	32,5%	5,0%	0,0%	37,5%	62,5%	0,8	36,0%	64,0%	5,0%
Valdichiana Aretina	63,1%	30,8%	4,6%	1,5%	36,9%	63,1%	0,9	29,3%	70,7%	12,3%
Valdichiana Senese	56,0%	32,0%	12,0%	0,0%	32,0%	68,0%	0,8	23,5%	76,5%	8,0%
Valdinievole	58,3%	30,6%	11,1%	0,0%	27,8%	72,2%	0,6	42,3%	57,7%	5,6%
Versilia	57,5%	38,9%	3,5%	0,0%	40,7%	59,3%	0,5	46,3%	53,7%	0,9%
Media	61,1%	32,0%	6,6%	0,3%	40,4%	59,6%	0,5	48,1%	51,9%	4,4%

Conclusioni

- La **maggior parte delle strutture mappate non comunica la sostenibilità**, in quanto **non possiede un sito web** oppure adotta **strategie comunicative che non prendono in considerazione la sostenibilità**
- I risultati conseguiti dalla mappatura suggeriscono una duplice chiave interpretativa:
 1. Assenza di azioni di sostenibilità
 2. Scarsa consapevolezza del valore della sostenibilità a livello comunicativo
- La presente analisi rappresenta dunque il primo passo di un più ampio percorso che prenda in considerazione le grandi potenzialità della Regione Toscana nell'intraprendere azioni di sostenibilità a livello delle strutture ricettive



Regione Toscana



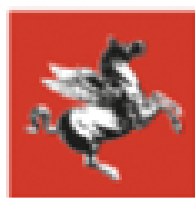
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#tuscanytogether

2. OBIETTIVI E TEMI DEL LABORATORIO





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

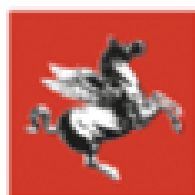


#TUSCANYTOGETHER

RISPONDEREMO ALLE DOMANDE

Cosa vuol dire proporre una vacanza sostenibile?

Come identificare un viaggiatore sostenibile?



Regione Toscana



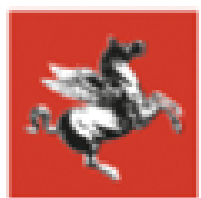
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

FINALITA'

Creazione di sistemi di **offerta turistica** cioè l'insieme dei servizi turistici di una località - ricettività, ristorazione, mobilità, produttori agroalimentari, accompagnatori, servizi pubblici, ...) **coerenti** con le richieste/**aspettative** di un turista attento ai temi della sostenibilità e definizione di un **modello di promozione** omogeneo.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

TRAVEL PERSONA SOSTENIBILE

OBIETTIVO

L'84% dei viaggiatori vuole **ridurre** il proprio impatto ambientale durante il viaggio di cui 65% è interessato alla **protezione** dell'ambiente naturale e 43% desidera avere un impatto positivo sull'economia delle **comunità** locali

CONSUMERS WANT TO TRAVEL MORE SUSTAINABLY

Sustainable travel attitudes

84%

want to reduce general waste on future trips



83%

want to reduce their energy consumption



79%

want to use more environmentally friendly modes of transport



76%

are keen to reduce water usage



69%

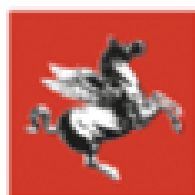
are committed to reducing the carbon footprint of their trip or pay to offset this whenever possible

29,349 respondents across 30 countries and territories aged 18+, had traveled in the last 12 months, and intended to travel in 2021

Source: Booking.com



Booking.com statista



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

TRAVEL PERSONA SOSTENIBILE

PROBLEMI E FRUSTRAZIONI

- Offerta
- Valore unico
- Comunicazione
- Fiducia

WHAT ARE THE BARRIERS TO SUSTAINABLE TRAVEL?

Consumer attitudes to sustainable travel options



51% There aren't enough sustainable options available



49% Want economic incentives in order to opt for such options



44% Don't know where to find such options



39% Don't trust that the options are truly sustainable

Half of all travelers believe sustainable travel options are too expensive

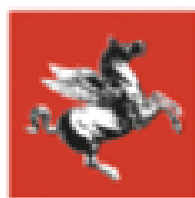


Methodology: 33,228 respondents across 35 countries and territories who had traveled at least once in the past 12 months and must be planning to travel in 2023.

Source: Booking.com



Booking.com **statista**



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

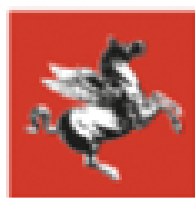


#TUSCANYTOGETHER

TRAVEL PERSONA SOSTENIBILE

FIDUCIA E CERTIFICAZIONI

- 39% non si fidano totalmente che chi si dichiara sostenibile lo sia realmente
- 65% preferirebbe stare in una struttura certificata
- 59% vorrebbe avere un'opzione per filtrare le strutture certificate
- 69% sono interessate a conoscere le azioni e criteri per cui una struttura ha guadagnato la certificazione



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

CASI STUDIO

[HOTEL LUCREZIA BORCIA](#) (Ferrara)

- Energia da fonti 100% rinnovabili
- Oasi 3Bee per monitorare l'impatto generato
- Lampadine LED
- Eliminazione plastica
- Prodotti a marchio biologico
- Menù con prodotti locali e stagionali



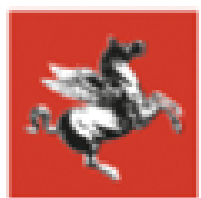
[CAMERE](#) ▾ [SERVIZI](#) ▾ [FERRARA](#) ▾ [SOSTENIBILITÀ](#) [FIERE](#) [BLOG](#) [CONTATTI](#)

[Home](#) | [Sostenibilità](#)

SIAMO UN HOTEL ECO-SOSTENIBILE & #PLASTICFREE

**All'Hotel Lucrezia Borgia
crediamo in un mondo
migliore.**

L'attenzione a preservare l'ambiente si manifesta nelle piccole cose di ogni giorno, quindi ci siamo chiesti se fosse possibile anche qui innestare un circolo virtuoso a difesa della nostra terra, consapevoli che anche il **turismo sostenibile** rientra negli Obiettivi dell'Agenda 2030.



CASI STUDIO

[ARBATAX PARK ECORESORT](#) (Sardegna)

- "Miglior Eco Resort al Mondo 2022" e "Miglior Giardino Sensoriale del Mondo"
- 100% plastic free e risparmio energetico
- Energia autoprodotta da fonti rinnovabili (pannelli fotovoltaici e impianto solare termico e termodinamico)
- Rete degli orti solidali, oltre 100mila mq di terreni adiacenti al resort che forniscono frutta e ortaggi a chilometro zero
- Iniziative eco-solidali come "Clean up Arbatax", in cui vengono coinvolte associazioni e liberi cittadini per la pulizia di spiagge e fondali.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

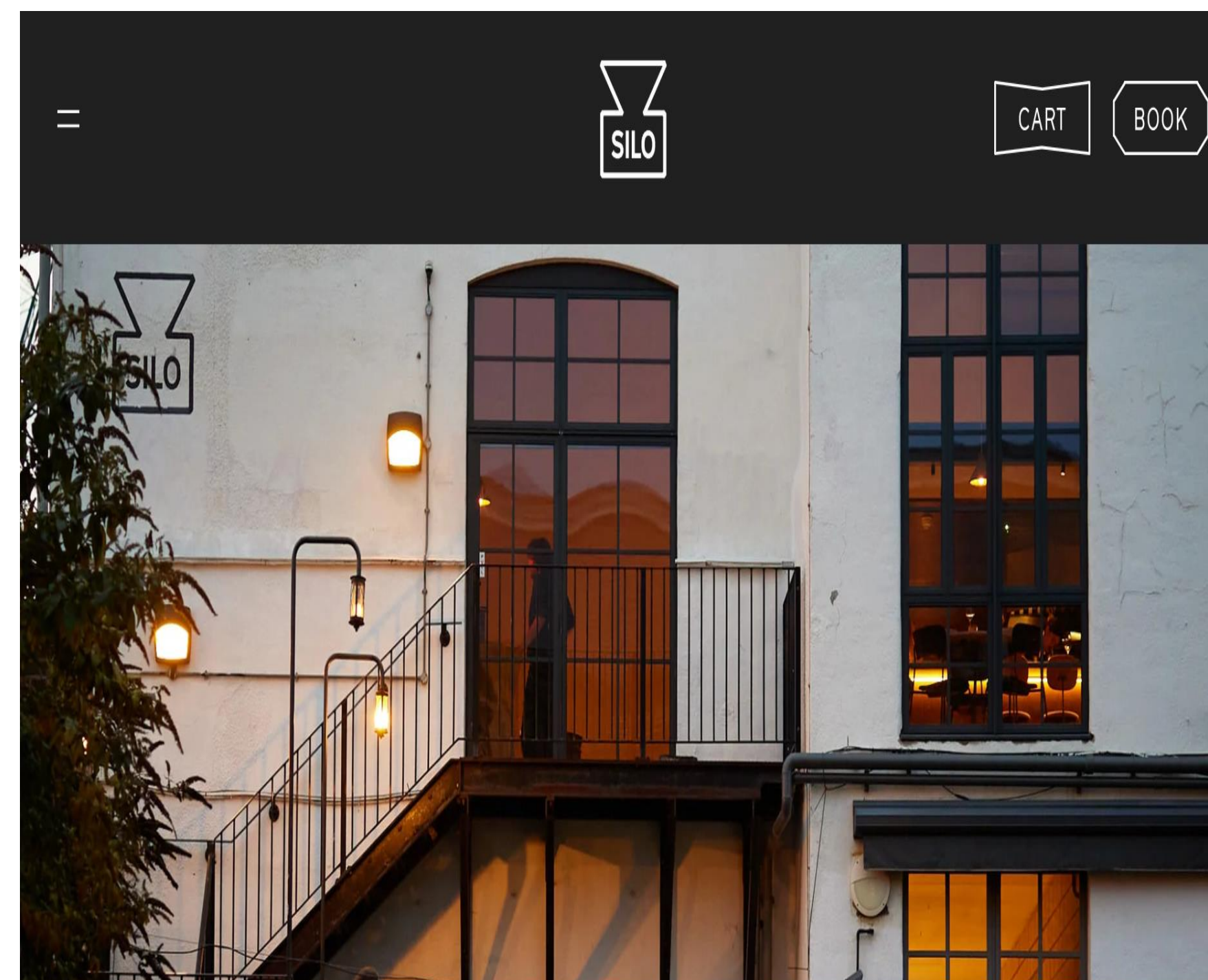


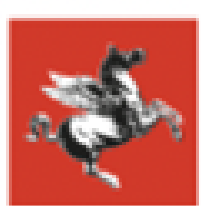
#TuscanyTogether

CASI STUDIO

[SILO](#) (Londra): primo ristorante zero sprechi al mondo

- Utilizzo degli ingredienti nella loro interezza senza creare sprechi
- Mulino interno con cui producono la farina
- Arredi e utensili riutilizzati o riciclati
- Collaborazione con partner fornitori che consegnano le materie prime in contenitori riutilizzabili





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

CASI STUDIO

[LOLA](#) (Copenhagen): ristorante sostenibile che produce [report di impatto](#)

- Sostenibilità alimentare, certificazione biologica
- Riduzione sprechi, rifiuti e consumo energia
- Responsabilità sociale verso i dipendenti (questionari e colloqui sul benessere in azienda, sottoscritto l'agenda per la diversità, coinvolgimento di tutto il team e non struttura gerarchica)

FOODPRINT NORDIC

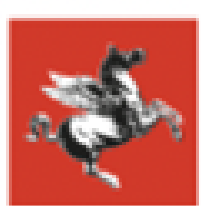
ABOUT MEMBERS APPLY FOR FUNDING TOP 50 FARMERS

Lola

A social-gastronomic project with the world as inspiration. Lola is taking both environmental and social responsibility to another level. Located in an 18-century windmill at Christianshavn in Copenhagen.

You are nothing without your team.

Kamilla Seidler, Mette Strarup, Rune Toft and their team run a sustainable kitchen inspired by their own and their colleagues experiences in Latin American as well as Asian and Indian cuisines, resulting in a cavalcade of flavors. At Lola, classic kitchen hierarchy is in the past, here everyone can be



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

CASI STUDIO

INTREPID TRAVEL: Tour operator leader internazionale nei viaggi responsabili

- B-Corp e fondazione che supportano progetti territoriali «give back»
- Carbon neutral dal 2010 + azioni di carbon offset + supporto a progetti per combattere il cambiamento climatico
- Impegno verso la diversità e inclusione (es. 30% dei tour leader sono donne, report sul gap salariale, selezione partner che rispettano diritti umani...)



♥ My Wishlist 👤 My Booking 💬 Live Chat (Online) ☎ +44 (0) 203 308 9757

Destinations Ways to travel Deals Purpose

Try India, Food or Comfort...

How we're a responsible business



Animal welfare



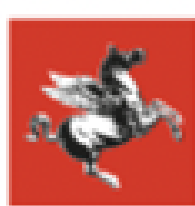
B Corp



Climate



Community-based tourism



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

CASI STUDIO

[FAROO](#): Tour operator che offre esperienze sostenibili per team building e retreat aziendali es. foraging, attività outdoor, pulizia delle spiagge, attività per la preservazione ambientale e della fauna... Fornisce certificazione ai propri provider.



[Home](#)

[Mission](#)

[Certificazione](#)

[Esperienze](#)





Regione Toscana



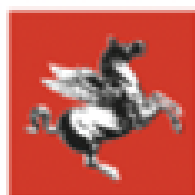
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

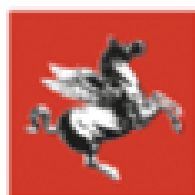
3. ATTIVITA' IN GRUPPI DI LAVORO





OBIETTIVI

- Definire cosa si intende per offerta/prodotto sostenibile
- Definire il profilo del potenziale travel persona attento alla sostenibilità
- Valutare la situazione attuale della propria offerta e il suo allineamento con i valori e impegni definiti nella Carta
- Individuare elementi di valore e miglioramento per creare un'offerta sostenibile da poter promuovere attraverso i canali regionali



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

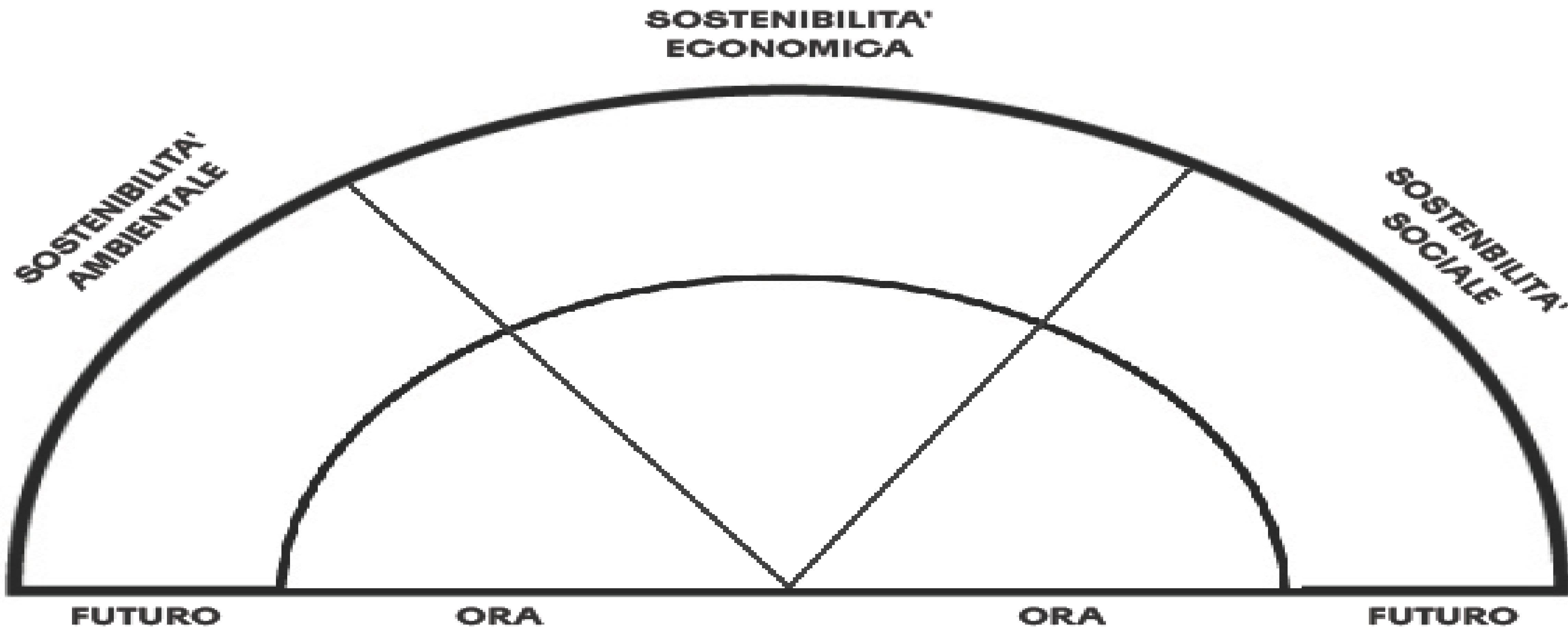


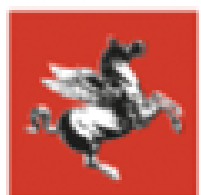
#TuscanyTogether



Offerta sostenibile

Valuta quali elementi della tua offerta attuale rispondono ai criteri di sostenibilità ambientale, economica e sociale e quali azioni/miglioramenti puoi intraprendere per allinearla maggiormente alla Carta dei Valori





BIO

Nome: Julie e Pierre
Età: 24/25 anni
Nazionalità: Francia
Professione: digital
content creator

Motivazione di viaggio

Ricaricarsi in natura, scoprire il paesaggio naturale toscano, viaggiando a basso impatto ambientale, in particolare riduzione CO2

2

Frustrazioni

5

Bisogni/desideri (servizi/attività)

4

Interessi

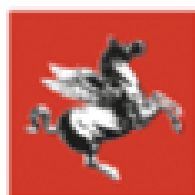
Parchi e siti naturalistici, fotografia, attività sportive di tipo "soft" (es. trekking, bici, kayak...)

1

Modalità di viaggio

Tipo di viaggiatore: avventurieri a budget contenuto
Durata: 2 settimane
Trasporti: Prediligono mezzi di trasporto locale o a basso impatto

3



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether



BIO

Nome: Sara
Età: 32 anni
Nazionalità: Italia
Professione: Impiegata

Motivazione di viaggio

Scoprire la genuinità della tradizione agro-alimentare con un'attenzione alla sostenibilità e produzione biologica

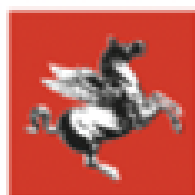
Frustrazioni

Bisogni/desideri (servizi/attività)

Interessi

Modalità di viaggio (trasporti/budget/durata)

Tipo di viaggiatore: foodie/amante del cibo naturale
Durata: weekend lungo
Trasporti: mezzi propri



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether



BIO

Nome: **Coniugi White**
Età: **38-40 anni**
Nazionalità: **UK**
Professione: **medico e curatrice d'arte**

Motivazione di viaggio

Esplorazione del patrimonio culturale e artistico, con attenzione alle piccole produzioni artigianali. Focus sulla sostenibilità culturale e impatto sulla comunità locale.

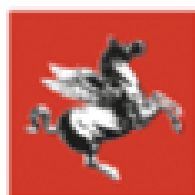
Frustrazioni

Bisogni/desideri (servizi/attività)

Interessi

Modalità di viaggio (trasporti/budget/durata)

Tipo di viaggiatore: **esploratore culturale**
Durata: **1 settimana**
Trasporti: **aereo + noleggio auto**



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether



BIO

Nome: **Matt**
Età: **46 anni**
Nazionalità: **Danimarca**
Professione: **imprenditore**

Motivazione di viaggio

Scoprire piccole comunità, destinazioni meno note e progetti di sviluppo locale.
Attenzione alla sostenibilità sociale e inclusione.

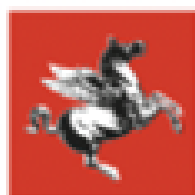
Frustrazioni

Bisogni/desideri (servizi/attività)

Interessi

Modalità di viaggio (trasporti/budget/durata)

Tipo di viaggiatore: **esploratore culturale**
Durata: **5 giorni**
Trasporti: **auto elettrica**



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

Crea un'offerta di viaggio sostenibile che risponda alla travel persona individuata



Personas (quale problema/bisogno/interessi ha il target a cui mi rivolgo?)

Prodotto (che soluzione offro? quali elementi di sostenibilità include?)

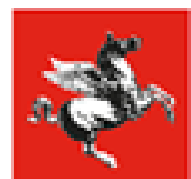
Risorse e competenze (cosa posso offrire io? di cosa ho bisogno?)

Valore unico (qual è il valore unico che distingue la mia offerta? ha caratteri innovativi?)

#tuscanytogether

RESTIAMO A DISPOSIZIONE PER LE DOMANDE

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

